

REVISTA portal VGV

TUDO SOBRE O MERCADO IMOBILIÁRIO

ANO 3 - EDIÇÃO 8 - AGO.2019

Crédito

Caixa lança linha de crédito imobiliário atualizada pelo IPCA

Vendas

I-Buyer no Brasil: Tendência e demanda no mercado imobiliário

Marketing

Venda de imóveis e vídeos: sinônimos de sucesso

Incorporação

Palmas, no Tocantins, terá o prédio mais alto da região Norte do Brasil

**BASTIDORES DA CRIAÇÃO DO CONECTA IMOBI,
O MAIOR EVENTO IMOBILIÁRIO DA AMÉRICA LATINA**

Como uma guria de Porto Alegre transformou o tradicional mercado imobiliário brasileiro

Mariana Ferronato

Diretora de Marketing do Grupo ZAP

DISTRIBUIÇÃO DIRIGIDA - VENDA AVULSA PROIBIDA

PORTAL
VGV



PREPARE SUA EMPRESA PARA



marketingsim.com.br



TOP BROKERS



A O NOVO CICLO IMOBILIÁRIO

Para obter mais resultados, o melhor caminho é treinar a sua equipe. Por este motivo, o Portal VGV possui treinamentos criados sob medida para o objetivo do seu negócio.

MARKETING IMOBILIÁRIO

TÉCNICAS DE VENDAS

MOTIVAÇÃO E ENGAJAMENTO

MEETING DE LANÇAMENTO

CONVENÇÕES DE VENDAS

PORTAL
VGV

Se você precisa lançar empreendimentos, apresentar novas metas ou dar um gás novo no seu time, conte com os nossos especialistas. Fale com o Boni e faça já uma cotação: eventos@portalvgv.com.br



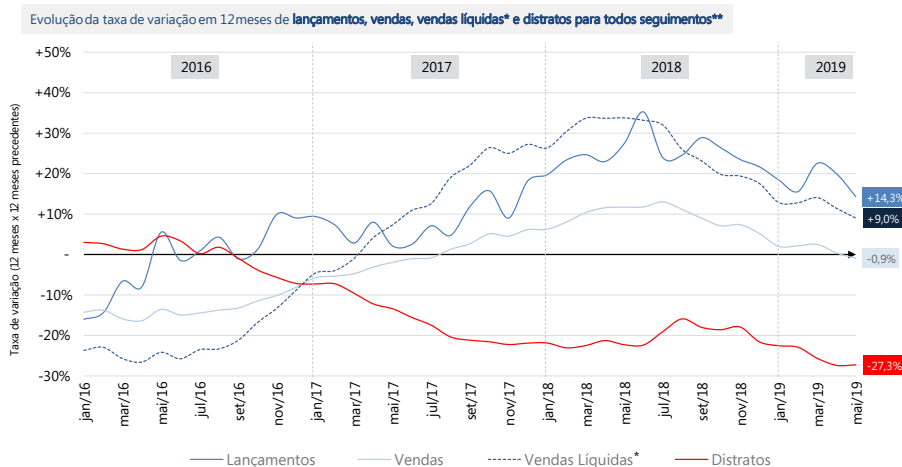
MO
BILI
ÁRIO
Frans

Salto de 14,3% em imóveis lançados ultrapassa queda de 0,9% no volume de unidades comercializadas entre maio de 2018 e 2019

Com imponência maior do Programa Minha Casa, Minha Vida, lançamentos e vendas totalizaram, respectivamente, 101.544 e 114.378 unidades. Só nos últimos 12 meses, o número de lançamentos residenciais vinculadas ao Programa MCMV cresceu 20,9%.

Fonte:
Indicadores ABRAINC | fipe
 indicadoresabrainc@fipe.org.br

TENDÊNCIAS



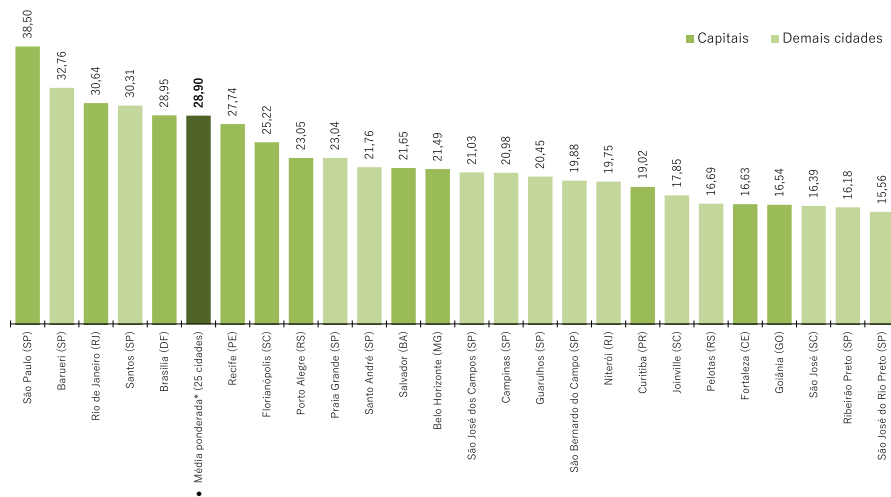
Primeiro semestre encerra preço de locação residencial com alta nominal de 3,45%, valor 1,22% acima da inflação

A sétima alta consecutiva do índice entre as capitais analisadas concretizou-se em junho.

Fonte:
fipe ZAP
 fipezap@fipe.org.br

PREÇO MÉDIO DE LOCAÇÃO POR CIDADE

Comparativo do preço médio de locação de imóveis residenciais no último mês (R\$/m²)



Fonte: FipeZap. Nota: (*) média ponderada calculada com base nos dados das 25 cidades monitoradas pelo Índice FipeZap de Locação Residencial.

Cenário de intenção de compra de imóveis 24 a 12 meses 2018-2019 (1º, 2º e 3º trimestre)

//

O mercado começa a reagir e as intenções de compra de 12 meses, ou seja, as mais imediatas, começam a aumentar em todo o Brasil, indicando volta do consumidor, em parte para comprar estoque, mas a grande maioria dos consumidores já quer produtos novos.

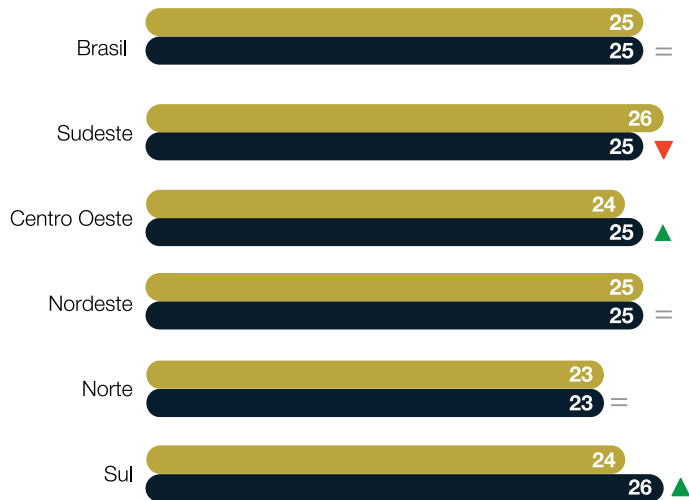
//



Marcus Araujo
Presidente Fundador
#enxerguemaislonge



Intenção de compra de imóveis nos próximos 24 meses.

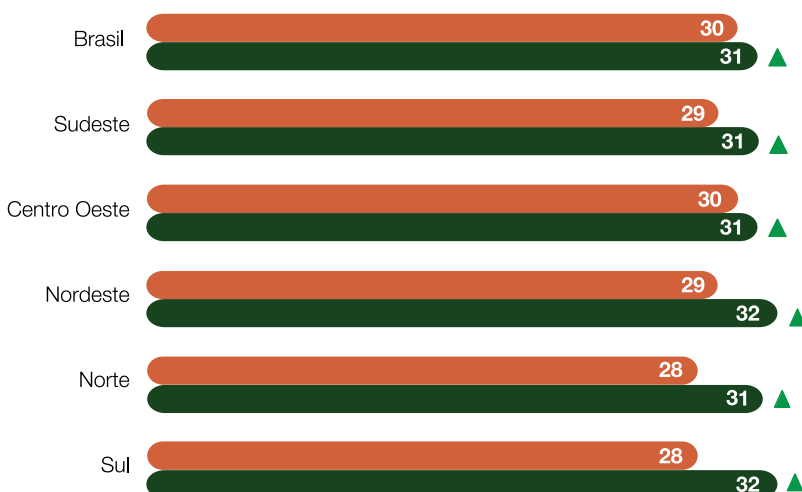


● 2018
● 1º, 2º e 3º Trimestre de 2019

▼ Queda significando "vendas dos estoques" gradativamente.

Público alvo: Famílias com renda familiar mensal a partir de R\$ 1.500,00 residentes em todo o Brasil.

Intenção de compra de imóveis nos próximos 12 meses dentro do grupo com intenção para 24 meses.



● 2018
● 1º, 2º e 3º Trimestre de 2019

▼ A queda se deve às vendas gradativas dos estoques.

Público alvo: Famílias com renda familiar mensal a partir de R\$ 1.500,00 residentes em todo o Brasil.

Fonte:



datastore

contato@datastore.com.br



* **Bruno Lessa** é Diretor do Portal VGV, autor dos livros *Marketing Imobiliário* e *Marketing de Relacionamento no Setor Imobiliário*, palestrante e investidor.

✉ contato@portalvgv.com.br

in /lessabruno

📷 /brunolessa.mkt

f /oliveiralessa

▶ /portalvgv

🐦 /portalvgv

Editorial

Dividir é a melhor maneira de multiplicar

Caro leitor, alguma vez você já parou para pensar o que seria do mundo se não fosse o compartilhamento de informação? Imagine se a descoberta do fogo ficasse restrita somente ao grupo que teve a habilidade de promovê-lo, se a roda fosse utilizada somente por quem a desenvolveu, dentre outras invenções e descobertas. Impensável, não é? Os grandes saltos dados pela humanidade se devem tanto pelas inovações quanto, principalmente, pelo compartilhamento da informação para adoção de novas práticas.

Há pouco mais de 10 anos atrás, quando estava ingressando no mercado imobiliário, tive muita dificuldade em encontrar conteúdo que me ajudasse a entender um pouco a dinâmica deste setor tão complexo e importante para o país. Tive que desbravar por minha conta diversos caminhos sinuosos até conseguir combinar dados suficientes que pudessem se transformar em informação prática para me guiar na nova profissão que escolhi. Como parte da minha essência, a cada nova descoberta compartilhava a informação para tornar o caminho mais fácil para os próximos que nele resolvessem entrar.

Nesta jornada, tive a grata surpresa de encontrar pessoas que estavam trilhando

o mesmo caminho na incessante busca pelo conhecimento e, principalmente, compartilhamento da informação. Foi assim que conheci Mariana Ferronato. Enquanto eu escrevia no Portal VGV a partir de São Paulo, Mari escrevia no seu blog Marketingimob a partir de Porto Alegre. Nossa amizade foi instantânea: mais do que ter o mercado imobiliário como afinidade em comum, tínhamos os mesmos valores e princípios que fomentavam o compartilhamento.

Hoje, mais de uma década depois, a guria de Porto Alegre que blogava em sua casa nas horas vagas criou em conjunto com sua equipe nada mais nada menos do que o Conecta Imobi, o maior evento do setor imobiliário da América Latina e um dos maiores do mundo, e assim segue revolucionando uma indústria gigantesca. Tudo isso pela essência de compartilhar.

A Mariana Ferronato representa tudo o que acreditamos, e é por este motivo que ela estampa a capa desta edição que você tem em mãos. Esperamos que o seu exemplo possa inspirar muitas pessoas a fazerem o mesmo. Enquanto houver compartilhamento de informação, haverá evolução.

Boa leitura!



SUMÁRIO

- 6** EDITORIAL
- 8** PÁGINAS AZUIS
Como uma guria de Porto Alegre transformou o tradicional mercado imobiliário brasileiro
 Mariana Ferronato
- 11** ACONTECE
- 14** MERCADO IMOBILIÁRIO REGIONAL
Matérias especiais sobre todas as regiões do Brasil
- 22** MARKETING IMOBILIÁRIO
Venda de imóveis e vídeos: assuntos paralelos e sinônimos de sucesso
- 24** INTERMEDIÇÃO IMOBILIÁRIA
- 26** ARQUITETURA
- 27** MERCADO
I-Buyer no Brasil: Tendência e demanda no mercado imobiliário
- 28** COLUNA SOCIAL
- 29** PUBLIEDITORIAL



EXPEDIENTE

EDIÇÃO 8 - ANO 3 - AGOSTO 2019

Revista Portal VGV
www.portalvgv.com.br/revista

Editor
 Bruno Lessa

Direção de Arte
 Paulo Carvalho

Colaboração
 José Bonifácio
 Lays Bento

Revisão
 Bruno Lessa

Planejamento
 Marketing SIM

Anuncie | Espaço Publicitário
contato@portalvgv.com.br

Publicação especial do Portal VGV
 Distribuição dirigida

Nenhuma parte desta publicação
 pode ser reproduzida sem autorização
 prévia do editor.

As informações contidas nos anúncios
 publicitários aqui veiculados são de
 responsabilidade dos anunciantes.



Mariana Ferronato

Diretora de Marketing do Grupo ZAP

Como uma guria de Porto Alegre ajudou a criar o maior evento imobiliário da América Latina e transformou o tradicional mercado brasileiro

Para começar, sempre gostamos de conhecer a pessoa por trás da marca. Quem é a Mariana Ferronato e como ela veio parar no mercado imobiliário?

Uma pessoa apaixonada pelo mercado imobiliário e acima de tudo, muito grata por tudo o que conquistei ao focar minha carreira nesse mercado. Trabalho há cerca de 15 anos com marketing para o setor, e entrei neste mercado por um grande acaso. Na época, meados de 2004, como uma típica estudante universitária, buscava estágio em basicamente qualquer lugar, acabei sendo selecionada para duas vagas de emprego: 1. Uma pequena imobiliária ou 2. Uma loja de produtos coloniais (lojas que vendem queijos, vinhos, etc). Sorte a minha, acabei optando pela imobiliária. Me apaixonei pelo dinamismo e pela certa dose de "bagunça" do setor, que sempre vi como oportunidade. Como estagiária, minhas 6h de carga horária em muitos dias viraram 10h, 12h, não que a empresa pedia para fazer isso, eu que trabalhava "escondida" mesmo. Me encontrei no propósito de ajudar a transformar o nosso setor, o crescimento foi uma consequência.

Uma das suas maiores realizações, que por sinal foi o ponto de partida para grandes coisas acontecerem, foi a criação do blog Marketingimob em 2009. De onde veio a ideia de criar o blog?

Exatamente. O que na época era apenas uma ideia de criar um blog, se tornou sem dúvida a grande virada da minha carreira. Sempre tive o perfil de "criar" coisas. Adorava fazer grandes pesquisas (que algumas vezes demoravam + de 6 meses) e organizar itens legais que encontrava ou que criava do zero a partir das longas pesquisas. Hoje temos muitos conteúdos gratuitos na internet, mas na época não era assim, eram

pouquíssimos os conteúdos na internet sobre nosso setor. Ao me deparar com um computador cheio de coisas legais, pensei: "Por que não compartilhar tudo isso?" E foi assim que nasceu o Marketingimob.com, sem nenhuma pretensão em termos de carreira, e sim, um desejo genuíno de fazer com que as pessoas não precisassem ficar 6 meses pesquisando o que já tinha feito. Ao todo já cheguei a publicar mais de 3.000 artigos por lá.

Uma coisa que sempre chama nossa atenção é a vontade que você tem de compartilhar conteúdo. Tudo o que você encontra de interessante por aí você gosta de mostrar para as pessoas. De onde vem essa sua essência?

Ah, sinceramente eu não sei. Sempre tive um perfil pessoal mais introspectivo, "de bastidores", talvez fosse a minha forma de compartilhar conhecimento com o mundo (risos). Como comentei, foi algo genuíno, nunca pensei muito do que isso poderia me gerar no futuro.

Como foi para você sair de Porto Alegre, onde tinha uma vida e uma carreira estáveis, para assumir um novo desafio em uma startup nova na época (o portal VivaReal) em uma cidade tão competitiva como São Paulo?

Justamente essa estabilidade era algo que me incomodava. No final de 2011 buscava novos desafios, algo que desse um forte "frio na barriga". Então a mudança de cidade e de vida ao deixar família e amigos para trás, foi algo que vi como necessário. Para tornar tudo mais fácil, na época o "pequeno Viva Real com 20 funcionários", foi a empresa perfeita para me apoiar nesta mudança: Colegas fantásticos, desafios o tempo todo e um crescimento absurdo. Em resumo, foi um processo muito feliz e natural.

Dentre suas maiores realizações está a criação do Conecta Imobi, um evento que se tornou o maior encontro do mercado imobiliário da América Latina e um dos maiores do mundo. Imagino que não tenha sido fácil chegar a este ponto. De onde veio a ideia para criar o Conecta e quais as maiores dificuldades que enfrentou para conseguir fazer esta realização?

Nossa verba de marketing na época do VivaReal (2012-2013), era praticamente zero, literalmente. Marketing de conteúdo foi justamente uma das principais estratégias que usamos para acelerar o crescimento. Ao receber novas rodadas de investimento, a estratégia de posts, blogs e redes sociais, evoluíram também para eventos, e assim passamos a fazer dezenas de eventos gratuitos para corretores e imobiliárias em diversas cidades do país. Eram eventos de meio turno, 3 palestrantes do VivaReal, para cerca de 200 - 400 pessoas.

Em janeiro de 2014, o Brian (fundador do Viva Real), voltou dos Estados Unidos super empolgado dizendo "fui em um evento sensacional, o Inman, precisamos fazer um evento parecido, cobrando ingresso \$\$\$". Ele jogou a ideia como uma bomba na sala, e foi embora. Nós já tínhamos testado estratégias de eventos que se vende ingressos e tinha sido um fracasso. Mas fomos em frente, criamos um conceito e em poucos meses o Conecta Imobi nasceu, foi realizado com muito sucesso atingindo sua meta de participantes (cerca de 700 ingressos). Admito que para nós que estávamos na época, era "apenas" um "evento maior do que o que já fazíamos de graça nas cidades, não tínhamos ideia do que estávamos criando. Aos poucos, ano a ano, aprendizado a aprendizado, criamos a visão do Conecta Imobi, mas ela não surgiu pronta.

Sobre dificuldades, são muitas, brinco que o Conecta é um MBA na prática, e elas também evoluíram com o evento. Em 2014, 2015, as dificuldades eram basicamente conseguir palestrantes de ponta, vender ingressos e captar patrocinadores. Com o passar do tempo, com o grande crescimento ano a ano, surgiram muitos desafios de logística (ex: Alimentação para 6.000 pessoas, alocar as palestras na sala certa para não superlotar, etc etc), além de desafios de curadoria (esse ano recebemos mais de 800 indicações de palestrantes) e o que considero o principal, o desafio de se superar ano a ano. Como construir um evento que seja melhor e se supere muito a cada edição? Entre muitos outros.

Hoje você ocupa uma posição muito importante, diretora de marketing em um grande grupo empresarial que possui relevância internacional. Como foi para você assumir este desafio tão jovem?

De fato é um grande e constante desafio. Um misto de profunda felicidade e gratidão, com o desejo de ter que me superar a cada dia. Mais do que obstáculos de idade, diria que vejo como superação constante justamente meu grande foco profissional no mercado imobiliário, o constante estudo de outros setores, para agregar conhecimentos de outros mercados. Olhar apenas um lado só é a morte para qualquer profissional de marketing.

Embora o ambiente empresarial esteja evoluindo em termos de igualdade e representatividade, nós sabemos que o mercado imobiliário ainda é formado, em sua maioria, por homens que ocupam posição de comando. Nas sua escalada profissional você enfrentou preconceitos pelo fato de ser mulher?

Sim, infelizmente! Nada super direto, mas diria que por mais maravilhosas que algumas empresas e seus líderes sejam, essa diferenciação "homem x mulher" infelizmente está presente em toda a nossa sociedade, não é algo exclusivo de empresas e do setor imobiliário, especialmente em atitudes de entrelinhas que todos fazem e muitas vezes não percebemos (ex: um homem que critica algo é um cara firme, uma mulher, pode ser mais facilmente rotulada como negativa ou chata. Um homem sério é sério, uma mulher é tida como grosseira ou "mal amada". Homens gastam mais tempo explicando para mulheres, do que para os homens, entre outras centenas de exemplos que poderia dar). Apesar de eu ter a sorte de considerar que nada explícito tenha acontecido comigo, não podemos tapar os olhos para a situação, sem dúvida o setor imobiliário, em geral, perpetua uma cultura de diferenciação entre mulheres e homens. Infelizmente na grande maioria das empresas, são raras as mulheres em cargos de gestão.

Um fato interessante, esse ano recebemos dezenas de homens indicando que o Conecta tivesse conteúdos sobre "diversidade: a mulher no mercado imobiliário", quando pergunto se eles iriam, a resposta logicamente é "não". É muito legal ver empresários preocupados com isso, mas acredito, pessoalmente, que mais do que debates entre as próprias mulheres, também é muito importante alinhar sua própria visão sobre o assunto e a das empresas que lideram. Já está mais do que provado que diversidade de equipes representam times que entregam mais resultados, especialmente em um mercado onde cerca de 70% das vendas de imóveis são compras decididas por mulheres.

Quais são as suas maiores inspirações e referências no setor imobiliário?

Pergunta difícil! De forma geral, não tenho "ídolos intocáveis". Acompanho muitos sites e profissionais, mas sobre ser uma inspiração verdadeira eu preciso conhecer a pessoa... Vou dizer alguns: pela inovação e empreendedorismo, o Alê Frankel (Vitacon), o Diogo (Souza Gomes), o Brian Requarth (Fundador Viva Real), Rubens Oseki (BR House) o Eduardo Sukienik (TW Group, dono da primeira imobiliária que trabalhei) e o Lucas Vargas (CEO Grupo ZAP). Pelo compartilhamento de conteúdo e apoio na transformação do setor, o Bruno Lessa (Portal VGV, uma das primeiras pessoas que conheci no mercado imobiliário), o Rafael Landa, o Denis Levati, Rodrigo Werneck, Guilherme Machado e muitos e muitos e muitos outros. poderia ficar horas escrevendo...

Que recado você deixaria para os jovens empresários e profissionais que têm vontade de inovar, mas que acabam encontrando resistências em suas empresas?

Diria algo que sempre seguí muito a sério na minha vida.

“

Você, e só você é o responsável pela sua carreira e pela sua vida. Não perca tempo em projetos que você não "brilha o olho" ou em empresas que não possuem valores alinhados com os seus, tem muitos outros desafios por aí, e empresas "legais" que irão comprar as "suas loucuras".

”

Seja feliz com o que você faz, seja dedicado entregando a mais do que você se propôs a fazer, seja ético sempre, siga estudando e construa relações. Não lhe faltarão oportunidades, e o crescimento será questão de tempo.

Caixa lança linha de crédito imobiliário atualizada pelo IPCA



Produto permitirá redução das taxas de juros em relação às médias de mercado e valerá para financiamento de imóveis residenciais

A Caixa lançou, nesta terça-feira (20), a linha de financiamento habitacional com atualização do saldo devedor pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA). A contratação de crédito imobiliário com índice de preços foi regulamentada pelo Conselho Monetário Nacional (CMN) e seu enquadramento foi ampliado, na semana passada, para os financiamentos de imóveis residenciais no Sistema Financeiro de Habitação (SFH), além do Sistema Financeiro Imobiliário (SFI).

De acordo com o presidente da Caixa, Pedro Guimarães, a alternativa de financiamento imobiliário com atualização pelo IPCA representa uma revolução no mercado. "É uma redução do custo do crédito, algo que a gente acredita que vai ter impacto no crescimento econômico dos próximos anos. Vai ter mais emprego, mais crédito e vai movimentar a economia", diz o presidente.

A taxa mínima para imóveis residenciais enquadrados nos SFH e SFI será de IPCA+2,95% ao ano (a.a.) e taxa máxima será de IPCA+4,95% a.a. As taxas valem para novos contratos e já estarão vigentes a partir da próxima segunda-feira (26).



Os contratos de financiamento habitacional com atualização pelo indexador IPCA seguirão as seguintes condições:

- Prazo máximo de 360 meses;
- Quota máxima de financiamento de 80%.

A decisão quanto à aplicação da correção será do cliente. "A Caixa oferecerá o crédito imobiliário corrigido pelo IPCA ou pela TR (Taxa Referencial). Outra vantagem desta operação é que a Caixa vai poder vender parte desse crédito de uma maneira mais fácil. Vamos securitizar parte do que a Caixa 'originar'. Isso vai ser muito importante para o mercado de capitais", diz.

As simulações já podem ser realizadas no site da Caixa, onde o cliente pode comparar os juros e condições para o financiamento. As novas taxas variam de acordo com o nível de relacionamento do cliente com o banco.

Tabela comparativa das taxas de juros com TR e IPCA

TAXA DE JUROS (A.A.) CRÉDITO IMOBILIÁRIO - IMÓVEIS RESIDENCIAIS		
PÚBLICO	TR ¹ +	IPCA ² +
MÁXIMA	9,75%	4,95%
MÍNIMA	8,5%	2,95%

(² vigentes a partir de 26/agosto/2019)

ANO 2019

(1) TR projetada: 0,00

(2) IPCA projetado 3,76%

Fonte: Boletim Focus
BACEN 12/08/19

Outras medidas para o crédito imobiliário

Em junho, a Caixa anunciou a redução de até 1,25 p.p. nas taxas de juros para operações pelo Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo (SBPE) e divulgou também novas alternativas para renegociação de contratos habitacionais para pessoa física. A taxa mínima para imóveis residenciais enquadrados no Sistema Financeiro de Habitação (SFH) e Sistema Financeiro Imobiliário (SFI) é de 8,5% a.a. e a máxima de 9,75% a.a.






PERSONALAR

marketing.sim.com.br



Saiba mais em:

   [personalar_br](#)

 contato@personalar.com.br

 [\(11\) 95493-3509](tel:(11)95493-3509)

Quer aumentar o seu VGV em até 30%?

Conheça o PERSONALAR, sistema de personalização de imóveis na planta, e dê um upgrade em seus negócios.



sistema de personalização



diferencial de vendas



sem investimento inicial



reduz chamadas no sac



relatórios e total controle

Acesse, simule e cadastre-se
agora mesmo em:

www.PERSONALAR.com.br/construtoras



Rota Bioceânica que traz novos caminhos para o setor imobiliário de Mato Grosso do Sul

No mês em que se comemora o Dia do Corretor de Imóveis, os profissionais que atuam em Mato Grosso do Sul têm muito a comemorar. Novos investimentos que devem ser feitos no Estado, a partir da criação da Rota Bioceânica, que ligará o Brasil ao Chile, via Paraguai e Argentina, devem impactar diretamente no mercado imobiliário, nos próximos anos e – quem sabe – até nas próximas décadas.

Com a criação de um corredor extremamente competitivo e que já se mostrou viável, conforme estudos dos ministérios das Relações Exteriores e de Infraestrutura e do Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada (Ipea), a valorização imobiliária é inevitável e o trabalho do corretor de imóveis, primordial.

A expectativa do setor industrial é que o corredor tenha potencial para movimentar US\$ 1,5 bilhão por ano em exportações de carnes, açúcar, farelo de soja e couros. E a exportação não deve ser só para os países latino-americanos por onde passará o corredor, mas também para o mercado asiático.

No extremo sudoeste do Estado e na fronteira com o Paraguai, Porto Murtinho já experimenta dias de glória. Imóveis já foram valorizados em até 400%, em alguns casos. O motivo? O futuro aguardado para o município: Porto Murtinho deve se tornar um dos principais entrepostos comerciais do país, com quatro portos.

A implantação do corredor rodoviário bioceânico deve se concretizar em 2023, quando está prevista a conclusão da ponte sobre o Rio Paraguai, entre Porto Murtinho e Carmelo Peralta, no Paraguai. Vão ser 8 mil km a menos para o Estado alcançar o mercado asiático, considerado o principal hoje.

Os novos caminhos não serão apenas para o transporte da produção sul-mato-grossense. Mas para toda a economia. Corretor, chegou a hora de enxergar cada vez mais longe e vislumbrar novas oportunidades de negócios.

O boom imobiliário já vivido por Porto Murtinho deve se estender por todo o Estado e é necessário que estejamos

preparados para oferecer as melhores oportunidades de negócio, com ética e compromisso social.

Para os Corretores de Imóveis Brasileiros CIPS - Especialistas em Negócios Internacionais cadastrados na NAR - National Association do Realtors maior Associação de Corretores de Imóveis do mundo será um marco nos Negócios Internacionais entre os países do Paraguai, Argentina e Chile, por isso a capacitação entre os profissionais deve ser constante para sempre melhor atender os clientes.



João Araújo

Presidente do Sindimóveis-MS

CRECI 3563 MS | CNAI 16822
SINDIMÓVEIS 711 MS | NRDS 061245769

grupo **ZAP**

///
///
///
///
///
///
///
///

Número 1 na
América Latina
entre os sites de
busca de imóveis

O poder de

 VivaReal +  zap

www.grupozap.com

Palmas, no Tocantins, terá o prédio mais alto da região Norte do Brasil

A grandiosidade da obra Orla Sky, da incorporadora Fama Empreendimentos, está fundamentada em mais de 22mil m² de construção e 140 metros de altura



Palmas, a capital mais jovem do país, segue inovando com ousadia quando o assunto é o setor imobiliário. A cidade, que surpreende com seus atrativos e encantos aos visitantes que ali chegam e moradores que ali residem, acaba de ganhar mais uma grande referência: o prédio mais alto da região Norte do Brasil será construído na capital do Tocantins.

Lançado em agosto deste ano, o projeto inicial do empreendimento Orla Sky terá

42 pavimentos e é desenvolvido pela construtora e incorporadora palmense Fama Empreendimentos Imobiliários.

"Em um passado mais distante eu nunca imaginei participar da construção do prédio mais alto da região Norte do Brasil, a ideia é recente e bem surpreendente",

comentou um dos diretores da construtora responsável pela obra de magnitude no norte do país, Marcelo Machado.

O local escolhido pela Fama Empreendimentos não poderia ser mais apropriado: a Orla de Palmas. Os terrenos da região que margeiam um imenso lago que possui 8km de largura não param de se valorizar e já se transformaram no local mais desejado da cidade.

Marcelo explica que umas das principais motivações que impulsionaram a saída dos planos no papel é justamente a valorização dos terrenos em Palmas que



estão nitidamente em alta, com potencial para valorização ainda maior, já que a cidade foi planejada para ter 1 milhão de habitantes, porém, hoje conta com cerca de 300 mil habitantes – número que ganhou proporção na metade da última década.

Segundo o engenheiro civil que será responsável pela obra, Mario Nelson, há uma franca disputa entre as concorrências no mercado, o que em sua visão

potencializa a incorporação de prédios mais altos e possibilita empenhar nesta obra cuidados específicos: “A diferença entre construir a obra anterior (Orla 14) e o Orla Sky se refere, principalmente, à grandiosidade da obra. As peças mais robustas, a logística de transporte e a obra em si demandam mais tempo”.

Outra grande característica do Orla Sky é a sustentabilidade. Segundo Marcelo Machado, as placas fotovoltaicas a serem instaladas no empreendimento irão além dos benefícios na obra, baixando também o futuro custo condominial aos moradores e assegurando a preservação ambiental.

E engana-se quem pensa que o pacote de inovação acabou. Com ineditismo no estado do Tocantins, a incorporadora rumo em mais um passo para o futuro: “Além de tudo isso, neste empreendimento,

todos os apartamentos terão disponíveis na garagem um ponto elétrico que possibilitará ao morador a instalação de equipamento para recarga de carro elétrico com controle de consumo individual, lançado na conta de energia da própria unidade”, ressaltou.

Repletos de singularidades, o residencial ainda obtém aderência: “A região da Orla é muito cobiçada. A Fama tem aceitação grande de mercado. E o mais interessante é que estamos adiantados no planejamento. É algo que a sociedade de Palmas já está esperando”, destacou o engenheiro.

Com todos estes diferenciais, não há dúvida de que Palmas-TO assumiu de vez o protagonismo na região Norte do Brasil. Assim como um jovem de 30 anos mescla experiência com ousadia, a capital do Tocantins segue realizando grandes feitos pelo país.



A imobiliária de Rio Grande do Sul que se relaciona com seus clientes, investe no turismo e converte três vezes mais que a média nacional

Descubra Torres, literalmente, e os “corretores de imóveis com emoção”

Em sintonia com falésias e o mar gaúcho, encontra-se o município de Torres, RS. Dentre os seus mais de 28 mil habitantes, destacam-se quatro sócios também nativos da região que atualmente reinventam o mercado imobiliário local à beira mar com um projeto inovador.

Confira a história da imobiliária que, em somente quatro anos, obteve 68% das vendas provenientes do relacionamento com clientes, seja por indicação ou recorrência.

PROJETO DESCUBRA TORRES

Matheus Sartoti, um dos sócios da Infinity Imobiliária Digital, relata que a inauguração do negócio datou-se em 2015 no centro da cidade, sendo que no decorrer de dois anos finalmente ocorreu o lançamento do primeiro vídeo do projeto “Descubra Torres” no canal da imobiliária. “Poderíamos dizer que um conteúdo tão bem elaborado é inédito em todo país”, ressalta o empresário.

O projeto inicialmente contemplava a ideia de expandir o nome da cidade e gerar informação sobre o local, mas afetou positivamente a autoestima da população e até mesmo a autoridade dos corretores no mercado.

E o que nasceu com um vídeo no próprio celular e de forma amadora hoje se dimensiona em 120 vídeos, sendo inclusive o precursor de conteúdos sobre

turismo no site da imobiliária. Vale lembrar que, exceto a edição de um videomaker, toda a produção de roteiro e convidados da websérie é própria da imobiliária.

Vislumbrando um futuro ainda mais inovador, os sócios almejam estender os atendimentos e serviços prestados à beira mar em geral, abrangendo toda a orla na oferta de serviços.



Com orgulho, os sócios Matheus Sartoti, Alexandre Soares e Renan Soares atribuem este projeto como um dos responsáveis pela mudança recente das instalações da empresa para beira mar, onde o símbolo “Descubra Torres” impera soberanamente

Este parador, que era mais uma das metas da empresa, hoje conta com uma metragem mais ampla do que a instalação anterior e com produtos específicos da cidade. Segundo Matheus, o potencial turístico no mercado é grande: “Turista pode se tornar um proprietário sim. Boa parte, para não dizer uns oitenta por cento dos corretores, não encara esta parcela como parte do funil. Mas a chave do negócio é o ambiente justamente humanizado”.

Conforme levantamento interno, **entre o ano de 2017 e 2018 estima-se que o VGV da imobiliária torrense aumentou 122%**.

“Aqui não somos corretores de imóveis. Somos intitulados como corretores de imóveis com emoção, isto desde o nascimento da empresa faz parte da nossa cultura. Eu posso te afirmar que **nove entre dez pessoas não vão com a cara do corretor de imóveis**, seja pelo engessamento do profissional ou pelo preconceito já existente, por isto queremos expandir para toda a beiramar levando, por exemplo, chefs de cozinha e demais serviços à Orla”, finalizou Matheus Sartoti sobre o futuro ainda mais promissor e inovador de descobertas na região.



No local, obras de arte como a maior aquarela do estado estão expostas pelas paredes que integram um espaço acolhedor e inusitado ao público e aos colaboradores

Sinal aberto para o IPTU Verde na capital baiana

Em Salvador, BA programas como IPTU Verde e IPTU Amarelo geram descontos e incontáveis benefícios ao meio ambiente



A recorrente pauta de sustentabilidade econômica destaca-se no Nordeste e consolida-se principalmente no município mais populoso da região. Segundo o presidente da Ademi-BA, Cláudio Cunha, cerca de 11 lançamentos imobiliários na cidade de Salvador, BA contemplam projetos voltados às iniciativas de IPTU Verde e IPTU Amarelo.

Sancionado junto ao poder público em 2013, o IPTU Verde é uma iniciativa da Prefeitura de Salvador que incentiva empreendimentos imobiliários residenciais, comerciais, mistos ou institucionais a realizarem e contemplarem ações e práticas de sustentabilidade em suas construções. Para isso, oferece descontos diretamente no IPTU de acordo com suas realizações e conforme sua pontuação no Programa de Certificação Sustentável.

“O objetivo é evitar a degradação ambiental através das três pontuações”, afirmou o presidente da associação, sobre as categorias “bronze”, “prata” e “ouro”.

As disposições de gestão sustentável das águas, eficiência e alternativas energéticas, projeto sustentável, bonificações, emissões de gases do efeito estufa ofertam respectivamente, 5% de desconto entre 50 e 69 pontos, 7% em pontuações de 70 e 99 pontos e até 10% de desconto caso os pontos sejam maiores ou iguais a 100 pontos.

A iniciativa que partiu da Associação de Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário (Ademi-BA) junto com a Secretaria do Planejamento do estado da Bahia (Seplan) desencadeou uma série de ações que cuidam do meio ambiente na capital. Exemplos são a Otorga Verde (incentivos às empresas com lançamentos sustentáveis e vantagem econômica que abrange até futuros moradores) e as práticas sustentáveis estimuladas pelo Plano Diretor Urbano em 2016.

Além destas, o projeto IPTU Amarelo volta-se inteiramente às residências portadoras de energia solar. A medida visa proporcionar desconto no pagamento do imposto sobre Propriedade Predial Urbana,

para quem usa energia solar e assim contribui para com a redução de uso de recursos naturais.

“O percentual econômico de 10% pode ser aderido por imóveis sejam verticais, horizontais, comerciais ou residenciais. Quando falamos de empresas, verticais a gente tende a direcionar este incentivo para o IPTU Verde, porém o IPTU Amarelo volta-se ainda mais para residências horizontais”, comentou o Secretário Municipal da Cidade Sustentação e Inovação do estado, André Fraga.

Noventa, setenta e cinquenta por cento são as níveis disponíveis que quantificam a energia produzida e mensuram os descontos dos usuários, projeto inicialmente datado em 2017.

Ao se referir sobre as iniciativas, Cláudio Cunha finaliza “Hoje, eu posso dizer que todos os últimos lançamentos aqui da capital utilizam o IPTU Verde. O público quer e no fim, todos nós queremos e precisamos de políticas assim, que incentivem em nós novos hábitos”.



Vitória e Vila Velha: paradoxos no mercado imobiliário do Espírito Santo

PANORAMA DE AMBAS CIDADES SEGUNDO IBGE:



IDH
Índice de Desenvolvimento Humano
Vila Velha, ES IDH 0,800
Vitória, ES IDH 0,845



População estimada [2018]
Número de pessoas
Vila Velha, ES 358.267
Vitória, ES 486.208



Salário médio mensal
Salário mínimo, trabalhadores formais [2017]
Vila Velha, ES 2,1 salários
Vitória, ES 3,9 salários

“Apesar de concentrar poucas áreas disponíveis para novas incorporações, o que paradoxalmente faz criar uma demanda, a capital do Espírito Santo tem sido um dos endereços escolhidos pelas empresas para receber novos lançamentos”, afirma o presidente da Ademi-ES, Sandro Carlesso.

Vitória		
Ranking	Bairro	Oferta
1	Praia do Canto	33%
2	Jardim Camburi	29%
3	Jardim da Penha	15%
4	Santa Lúcia	7%
5	Centro	5%

Vila Velha		
Ranking	Bairro	Oferta
1	Praia da Costa	40%
2	Itapuã	32%
3	Praia de Itaparica	25%
4	Centro	2%
5	Coqueiral de Itaparica	1%



Já no caso de Vila Velha, o município chegou a liderar o ranking das cidades com o maior número de unidades em construção. Diferentemente de Vitória, a cidade possui um volume expressivo de terrenos para novas incorporações imobiliárias e ainda conta com extensa faixa litorânea, onde são erguidos prédios de médio e alto padrão com vista parcial ou total para o mar.

Segundo a última análise do Índice Ademi-ES/VivaReal, entre os meses de junho e julho do ano passado, a demanda por imóveis compactos em ambas cidades superou o volume ofertado pelo mercado. Na capital capixaba mesmo, a diferença ficou em 21,05%. Já em Vila Velha, a demanda ficou 207,14% superior a oferta no período.

“Não tem como negar que a cidade de Vila Velha possui regiões bem valorizadas, como os bairros Praia da Costa, Itapoã e Itaparica. Estetrês endereços concentram a maior parte dos lançamentos e imóveis prontos. Mas também existem ofertas fora deste trecho, como nos bairros Jockey Itaparica, Santa Inês e Santa Paula. Já os produtos econômicos e integrantes do programa habitacional Minha Casa Minha estão concentradas em regiões em consolidação. Outro diferencial do município são os empreendimentos horizontais, sobretudo loteamentos”, ressaltou o presidente da associação.

Na opinião de Carlesso entretanto, Vitória, que concentra as principais ofertas em

bairros valorizados, como Bento Ferreira, Praia do Canto, Jardim Camburi, Enseada do Suá, Jardim da Penha e Mata da Praia, ainda pode ser o município responsável por puxar os sinais consistentes de uma retomada de crescimento no estado devido seu potencial de consumo.



Sandro Carlesso,
Presidente da Ademi-ES

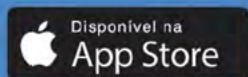


Mais simplicidade no processo de vendas imobiliárias

Conheça o Vimob, o app do corretor moderno!

Com o Vimob você simula e lança propostas diretamente pelo celular, até mesmo se estiver sem acesso a internet, a qualquer hora e de qualquer lugar. A solução oferece um panorama completo das unidades, com preços e disponibilidade sempre atualizados para que você não perca mais nenhuma oportunidade de negócio!

Veja mais em www.mega.com.br/vimob



vimob

powered by  **mega**
sistemas corporativos



* **Wagner Bonato**

uma das maiores autoridades em vendas e estratégias de marketing imobiliário do Brasil. Professor de pós-graduação do curso de Gestão de Negócios Imobiliários, possui formação coach, e possui experiência como executivo em incorporadoras na gestão e consultoria. É um dos mais requisitados palestrantes do Brasil.

Venda de imóveis e vídeos: assuntos paralelos e sinônimos de sucesso

O aumento das vendas é apenas consequência de algo ainda mais profundo na produção de vídeos

Não é à toa que o Youtube hoje é a segunda plataforma de busca mais utilizada na internet. Considerada como uma grande tendência, a plataforma de vídeos atinge prodígio por um importante fator: **o relacionamento humano**. É o que nos explica o palestrante e corretor de imóveis, Wagner Bonato.

Segundo ele, temos tantas facilidades que nos esquecemos do relacionamento humano, "sendo que as ferramentas são justamente para nos aproximar e para que possamos nos relacionar com os clientes", complementou.

Hoje o canal do Youtube "Top Brokers", que atualmente conta com cerca de 20 mil inscritos e mais de 120 vídeos, aborda temáticas voltadas ao complexo mundo de vendas no mercado imobiliário. Para Wagner, o Youtube ou a veiculação de vídeos em ferramentas e redes nas empresas, ainda que imprescindíveis, são somente a primeira etapa, pois a abordagem profissional ainda é o diferencial maior. Principalmente no mercado imobiliário:

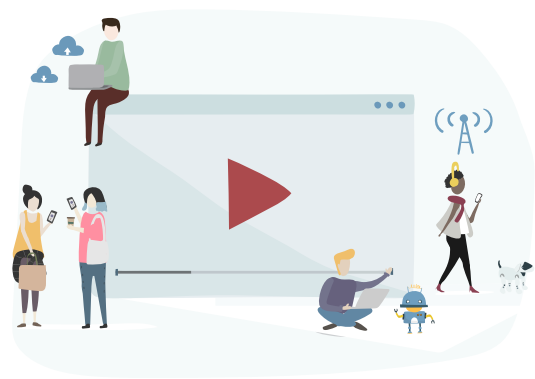
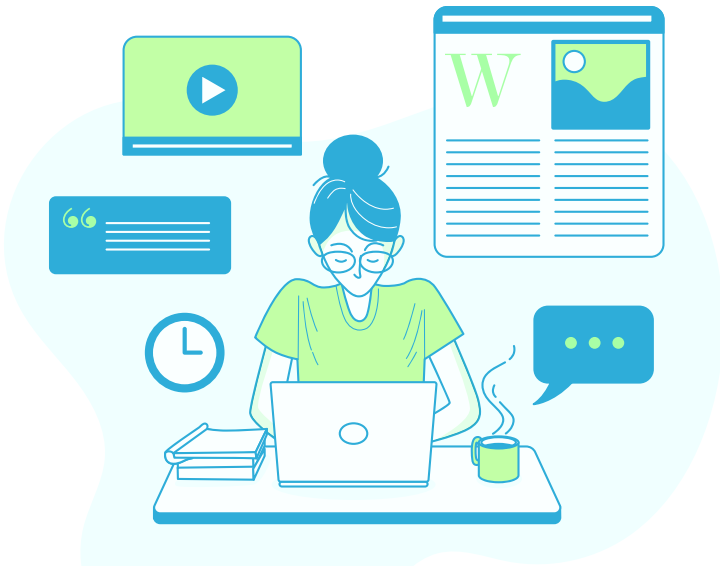
"Assistir um VÍDEO de um imóvel é muito mais real do que ver apenas uma IMAGEM.

Entre tantos atributos, isto gera proximidade com o público. E ao partir do princípio que venda exige relacionamento, os vídeos são, digamos, mais humanizados. Os clientes compram o que confiam".

Com isto, não apenas vendas, mas conceitos como a própria autoridade de mercado podem obter significativos resultados a partir de uma estratégia que envolve ambos sentidos (audição, visão) de um potencial cliente.

É notável a procrastinação por parte dos profissionais quanto à produção de vídeos. No entanto a plataforma deve ser encarada, segundo definição de Wagner, como uma forma de "mostrar sua verdade". É com esta mesma motivação que a corporação poderá efetivamente transparecer a sua postura.

Wagner explica que pensar como o consumidor reflete diretamente no ranqueamento orgânico dentro da plataforma. Por isto conheça dicas para obter um bom resultado técnico e conseqüentemente aumentar as chances de prospectar uma quantidade maior de vendas.



Reza a lenda da regra dos 15 segundos:

este é o tempo que ditará o período que o espectador permanecerá sem dispersões no restante do vídeo. Este também é o momento ideal para fazer perguntas que entram em contato com a “dor” do cliente ou até mesmo suprem uma necessidade existente em suas vidas e no mercado.

Atenção ao uso de palavras chaves:

elas podem ser voltadas à localização, tipo de imóvel e, no geral, o método utilizado pelos usuários e então potenciais clientes.



Técnicas de SEO simples são as eficientes:

é importante ter resultado não somente em produção de vídeos, mas como por fim o resultado é exposto. Por isto, utilizar técnicas de Search Engine Optimization são indispensáveis. Boas descrições de vídeos, títulos condizentes e tags táticas.



Se tiver interesse, pesquise a fundo PNL:

Programação Neurolinguística (PNL), um estudo que potencializará seus resultados sobre abordagens de como, de fato, as pessoas pensam, como compram e até como apertam botões.

PREOCUPAÇÕES INICIAIS:



Escolha inicial: é importante que o nome do vídeo seja alinhado com o título inserido na plataforma.



Mão na massa: Ao gravar os vídeos, atenção à durabilidade deste. O ideal são vídeos entre 2 e 5 minutos.

Edição/Postagem: Palavras chaves são o caminho. Durante o vídeo, como técnica para manter sua audiência e até mesmo demonstrar a relevância do seu conteúdo para o Youtube, vale repetir três vezes seu título no resultado final.

E por último, dê o pontapé inicial: “Hoje vivemos em uma era que almeja-se a humanização. É importante mostrar esta verdade, independente de considerar-se comunicativo ou bom para gravar os vídeos”, completou o corretor de imóveis e palestrante, Wagner Bonato.



Ética no mercado imobiliário: um colibri alçando vôos e desenvolvendo virtuosamente as cidades

Assim como o colibri contribui para a natureza, o corretor de imóveis comemora em agosto a sua colaboração com o desenvolvimento da sociedade. A ave, que também já esteve estampada na nota de um Real do Brasil, foi a escolha certa para representação dos corretores de imóveis datada em 1981.

Como profissional de negociações imobiliárias, a semelhança é por excelência um intermediário entre duas fases de um processo de enriquecimento da natureza, isto é, a transformação da flor em fruto através da polinização realizada em grande parte pelo pássaro em sua visita constante à procura do néctar. Com maior importância do que isto, vale lembrar que, mais conhecido em nosso país como beija-flor, a simbologia do

Colibri representa justamente a beleza, harmonia, força e a **VERDADE**.

Diante de tal cenário oscilatório, o coração do corretor, figurativamente, apresenta alterações semelhantes a do seu mascote para sobrevivência: mais de 1200 batidas por minuto durante um vôo, mas uma pulsação brusca de menos de 50 batidas por minuto durante os períodos de frio intenso ou em condições de falta de alimento.

Afinal de contas, **o que está em jogo quando o assunto é ética no mercado imobiliário?** Vale tudo pela sobrevivência? Aprovados pelo Plenário e publicados em Diário Oficial da União, o tributo ético é devido ao Código de ética (Resolução 326/92), Código de Processo Disciplinar

(Resolução 146/82) e as normas para diligências (Resolução 459/95).

O Cofeci, que é órgão de 2ª Instância que recebe e julga recursos de processos disciplinares originados nos Crecis, quando questionado sobre as incidências no mercado, afirmou que às empresas construtoras e incorporadoras cumpre principalmente obedecer às regras legais para registro de projetos e obtenção de alvarás. Sendo que, quanto a essas empresas, cabe ao Creci (Conselho Regional), fiscalizar se estão de posse do alvará ou do RI (Registro de Incorporação), conforme o caso.

Ainda segundo o órgão, em qualquer situação, seja de lançamento imobiliário (plantões), loteamento ou na venda de

imóveis de terceiros, o atendente deve ser corretor inscrito e em dia com suas obrigações (Ver Decreto 81.871/78).

Segundo Daniel Rosenthal, que atua no mercado como corretor de imóveis, diretor da Taurus Marketing e Casabranca Negócios Imobiliários, agir diante de condutas antiéticas é crucial: "Precisa-se aprender a dizer NÃO e denunciar seja quem for para a empresa e ao CRECI da sua região, pois só assim serão respeitados e eliminarão os maus profissionais deste mercado. Pois uma conduta antiética além de quebrar a harmonia nas relações, sempre prejudica moral e financeiramente uma das partes".

E mais: "O corretor está na imobiliária e não é da imobiliária. Tendo isso claro, primeiramente ele deve perceber rapidamente se os valores e princípios éticos da empresa em que atua condiz com os seus valores e princípios pessoais e profissionais, independentemente se ali irá gerar mais ou menos vendas, pois devem entender que toda nova venda, gera um novo cliente que se bem atendido e satisfeito irá gerar novos negócios no futuro."



PRINCIPAIS INCIDÊNCIAS

- Cliente visitar imóvel de construtora com um corretor e tentar comprar direto com a mesma.
- Cliente visitar imóvel de terceiro com corretor é tentar fechar direto com proprietário.
- Corretor em uma parceria de venda tentar fechar sozinho sem o corretor parceiro.
- Dentro da mesma empresa o cliente ser atendido por mais de um corretor e deixar isso fluir até o fechamento.
- Após fechamento, proprietário que vendeu imóvel não pagar comissão.
- Não tornar claro as regras internas dos plantões e fiscalizar a conduta dos gerentes que muitas vezes realizam vendas atropelando o trabalho da sua equipe.

E O QUE É INTERESSANTE

- Gerir o mailing de forma que os cadastrados recebam informações pertinentes as suas demandas e não simplesmente sejam incluídos em uma base de dados genérica para receber todo o tipo de informação originada pelas oportunidades da imobiliária.
- Capacitar o máximo que puder a sua equipe, mas não com foco no produto, como fazem, mas na conduta profissional valorizando a ética, o respeito, a disciplina, a organização e a honestidade.
- Não aceitar condutas, situações e comportamentos antiéticos com receio de perder oportunidades.

Arquitetura Inclusiva

Mais do que um nicho de mercado, uma urgência populacional



Aos mais de 46 milhões de portadores de necessidades especiais no país, as barreiras são inúmeras. Barreiras estas que não estão exatamente nas limitações física, mas sim na própria falta de acessibilidade cotidiana. Como compete ao mercado disponibilizar soluções e recursos inclusivos? Quem nos explica é a arquiteta e urbanista Alexandra Monteiro.

“Muitas vezes uma pessoa não é PNE (portadora de necessidades especiais), mas está PNE. Alguns incorporadores, principalmente dos grandes centros, já têm aplicado conceitos de arquitetura inclusiva em seus produtos, mas essa iniciativa ainda se mostra bem tímida”, comenta a profissional que, após fraturar seu pé, viveu na prática o que aprendeu apenas na teoria: a arquitetura inclusiva.

NBR 9050/versão atualizada de 2015
acessibilidade para projetos de arquitetura.

NBR 13994/2000
especificações para que os elevadores sejam acessíveis a quaisquer de portadores de necessidades especiais e deficiência.

Já existe obrigatoriedade em se apresentar unidades adaptáveis a PNEs nos produtos “Minha Casa, Minha Vida” bem como projetos de acessibilidade para todas as áreas comuns dos empreendimentos. Porém, tais projetos não se definem exatamente como “arquitetura inclusiva”, pois as exigências da Caixa Econômica Federal dizem apenas respeito a pessoas com mobilidade reduzida, não contemplando portanto de mais deficiências, como visuais e auditivas, por exemplo.

Segundo Alexandra, de fato os produtos imobiliários brasileiros tendem a apresentar pouco enfoque na inclusão. Sendo que, além da problemática de lucratividade, a preocupação sob o tema consiste praticamente no que a legislação vigente obriga.

“Como arquiteta, eu também sei que é parte do papel deste profissional zelar pela inclusão e acessibilidade nos projetos e nas cidades, porém, como incorporadora, também sei que, infelizmente, pode se levar algum tempo para viabilizar certas práticas no mercado.”

Cuidados presentes nas etapas do desenvolvimento de empreendimentos inclusivos

Desenvolvimento e construção do projeto

atenção às normas e na utilização de materiais e equipamentos mais atuais disponíveis no mercado;

Marketing

avaliada a melhor forma de comunicar e impactar o público especial. Como exemplos idosos, PNEs, deficientes visuais, etc;

Vendas

Treinamento redobrado às equipes de corretores para que atendimento adequado ao público.

“Vejo a inclusão como uma tendência muito similar ao que aconteceu com a sustentabilidade. Quando surgiu o tema, os incorporadores acreditavam que conseguiriam imputar no preço o custo das adequações de projeto, o que não foi possível. Entretanto, hoje, os empreendimentos novos que não demonstram nenhuma preocupação com a sustentabilidade são pouco aceitos no mercado e, assim, boas práticas deste tema se espalham pela grande parte dos produtos imobiliários e os orçamentos de obra se adaptaram a esta exigência.

“Acredito que, mesmo que demore, a consciência do cliente exigirá em algum momento que a arquitetura inclusiva seja uma premissa básica do mercado de incorporação imobiliária brasileiro”

Alexandra Monteiro

I-Buyer no Brasil: Tendência e demanda no mercado imobiliário

“Um processo contínuo de evolução, crescimento e aprendizado” é como o CEO do Grupo ZAP, Lucas Vargas, define os meses iniciais ao lançamento do sistema de reforma e venda de imóveis no Brasil



Com lançamento inicial em maio deste ano, o I-Buyer lançado pelo Grupo Zap, novo sistema de compra, reforma e venda de imóveis caminha como uma premissa para facilidade e sucesso quando o quesito é negócio.

O I-Buyers, ou “InstantBuyers”, deriva-se de uma grande tendência e demanda atual – o Marketplace. Esta proposta oferece basicamente facilidades ao mercado: vendas com um prazo mais curto, o que costuma atrair vendedores que buscam a praticidade e agilidade ao fechar negócio, sendo que os principais compradores costumam ser justamente os próprios investidores

que, por sua vez, garantem uma transação rápida, vantajosa e lucrativa. Sob o modelo I-Buyer, o Grupo Zap investe certeira mente no aumento da liquidez do mercado imobiliário, basicamente comprando imóveis para reformar e revender.

Segundo o empresário, cerca de 10 unidades já foram transacionadas em concentrações de bairros na Zona Norte e na Zona Oeste de São Paulo durante os meses de maio e agosto dentro do novo modelo. Ao longo de 10 anos, existe o potencial de aproximadamente R\$ 1 bilhão em negócios.

“Em 2020 a expectativa é comprar mais de centenas de imóveis. Hoje o Grupo ZAP trabalha em mais de 20 praças do país e até o final de 2019, além de São Paulo, o modelo chegará em mais um estado sendo em dois anos todas as praças atendidas”, complementou Lucas.

Conforme Lucas afirma, o GrupoZap tem como base a tecnologia. E, com tamanha evolução notória da temática no mercado, é nítido que o I-Buyer é mais um método emergente no tratamento da liquidez do setor imobiliário.

Coluna Social



Workshop Marketing Imobiliário Avançado - Teresina-PE



Equipe Cyrela Seller, da Barra da Tijuca no Rio, em treinamento exclusivo com Bruno Lessa



Treinamento Top Brokers - Belo Horizonte-MG



Treinamento Top Brokers VGV - Fortaleza-CE



Treinamento Top Brokers VGV - Santos-SP



Treinamento Top Brokers VGV - São José dos Campos-SP



Equipe Cyrela Seller, da Zona Norte do Rio, em treinamento exclusivo com Bruno Lessa



Fabício Medeiros, o Faca na Caveira, em meeting para 230 corretores em Palmas-TO



Humanos & Robôs

Parceria de Futuro

Aqui ninguém quer tirar o corretor da jogada

Com o avanço da tecnologia, todos os segmentos da indústria estão passando por uma profunda transformação. No início, toda inovação leva um certo tempo para ter total adesão – embora seja impossível não ceder as facilidades que ela proporciona de maneira imediata.

Nos últimos meses, muitas startups vêm se apresentando como solução “mágica” para o mercado imobiliário, com um objetivo bem claro: tirar o corretor da jogada.

Algumas empresas têm colocado seus “robôs” para atuarem na contramão de uma profissão que nunca poderá ser operada somente por uma máquina. A rotina de um corretor não se restringe a intermediar compras e vendas de imóveis. Depende de um aspecto totalmente humano, que não pode ser substituído por nenhuma tecnologia: a habilidade de estabelecer relacionamentos de confiança com seus clientes.

A tecnologia não vai contribuir para a exclusão do corretor, mas sim para o seu empoderamento. Grupos de parcerias já existem há alguns anos, mas no meio de tantas mensagens, pode haver um negócio perfeito e passar despercebido por você.

E se você estivesse conectado as pessoas certas e não perdesse mais nenhuma oportunidade de fechar negócio?

Foi assim que nasceu o Homer | Parcerias imobiliárias. Uma rede 100% gratuita que conecta corretores de imóveis de todo o Brasil para fazerem parcerias.

Através da robótica e inteligência artificial, cruza automaticamente todos aqueles anúncios que se perdem nos muitos grupos de WhatsApp e mostra para o corretor somente o que é relevante.

No Homer, a valorização do corretor fica evidente tanto por criarem uma ferramenta

focada no profissional, quanto pelos diversos eventos que tem promovido ao redor do Brasil, com o objetivo de levar tecnologia, capacitação e networking. Milhares de corretores já aderiram a ferramenta, revolucionando a sua própria maneira de trabalhar, ganhando muito tempo na hora de buscar novos parceiros de negócio.

Tornar a vida mais objetiva. Conectar as pessoas certas. Ganhar tempo, diminuir custos e aumentar vendas. Tudo isso é possível com a tecnologia – mas será impossível sem o corretor de imóveis. Este sempre será o personagem principal do ramo imobiliário.

Inovar no mercado imobiliário pode parecer complexo, mas não se você estiver conectado às pessoas certas! Adapte sua carreira às revoluções e mantenha-se indispensável para o mercado! Cadastre-se agora: www.homer.com.br

Banca VGV

Fique atualizado com o melhor da central de conhecimento do mercado imobiliário!
Conheça cursos exclusivos e as melhores publicações do setor.

www.portalvgv.com.br/banca



Livro Marketing de Relacionamento
no Setor Imobiliário

R\$ 35,99



Incorporação Imobiliária:
7 Cuidados Essenciais na
Hora de Comprar um Terreno

GRÁTIS



Guia do Mercado Imobiliário de
João Pessoa e região

GRÁTIS



Planilha de Planejamento
de Mídia

GRÁTIS



Assinatura Mensal
Revista Portal VGV

R\$ 9,99 / Mês



Curso online Marketing
Imobiliário de Alto Impacto e
Baixo Custo

R\$ 349,90

“ Feita para quem toma decisões. Faça parte do seleto clube de assinantes.”

No mundo empresarial, ter acesso a informações confiáveis pode ser determinante para o sucesso. Por este motivo, o Portal VGV leva a empresários e líderes do segmento imobiliário conteúdo de qualidade, com aplicação prática no dia a dia das empresas e profissionais.



Apenas R\$ 9,99/mês*

Assine: www.portalvgv.com.br/revista

* Valor mensal ref. assinatura da edição impressa da Revista Portal VGV, que possui 4 edições anuais (1 por trimestre) enviadas por Correios.

Pesquisa Datastore, a única com Sucesso metria

+VGV

+velocidade

+rentabilidade

Estamos comemorando **25 anos de**
história em 2019. São mais de
555 bilhões de reais (*) em produtos
imobiliários pesquisados em todo o Brasil.

Dê **mais resultado** para o seu
novo **empreendimento**, faça uma
pesquisa com **Datastore.**



datastore

+25 anos



contato@datastore.com.br
tel./fax: +55 (19) 2138-2525
f m i g /mundodatastore