

XIV FÓRUM IMOBILIÁRIO



SALVADOR, BAHIA, SÁBADO, 03/09/2011 | PROJETO ESPECIAL DE MARKETING



EVOLUÇÃO DO MERCADO IMOBILIÁRIO

Mobilidade - Impactos - Sustentabilidade

As novas oportunidades e desafios para a categoria profissional foram debatidos no XIV Fórum Imobiliário, ocorrido em 26 de agosto

PÁG 02

Os corretores de imóveis, homenageados no Fórum, aproveitaram o evento para fazer network, tendo em vista novas oportunidades

PÁG 06

Painel discute as novas ferramentas de trabalho para os corretores e a importância da sustentabilidade nas empresas

PÁG 08

REALIZAÇÃO



APOIO



Gafisa
Grandes ideias para viver bem

APOIO INSTITUCIONAL



Sustentabilidade e redes sociais são destaque em painel

Luciana Amorim

Não basta somente ser um bom profissional: o corretor de imóveis deve estar "antenado" ao seu tempo, utilizando as ferramentas como as redes sociais da internet (orkut, twitter, facebook) para realizar seus negócios.

Estar informado sobre a sustentabilidade ecológica dos empreendimentos é outro ponto fundamental para o bom desempenho nas vendas. Foram esses os principais assuntos abordados no painel Evolução do mercado imobiliário: mobilidade, impactos e sustentabilidade, que marcou a tarde de encerramento do XIV Fórum Imobiliário, no Convention Fiesta Center.

Utilizando como base para sua palestra reportagens sobre o crescimento do mercado imobiliário no país e as novas oportunidades para os corretores de imóveis, o premiado arquiteto baiano Antonio Caramelo fez uma provocação à plateia, com o título de sua palestra: "Vender é mágico! Mas quem vai continuar vendendo? Escolhi este título para impactar mesmo, afinal o momento é bastante favorável e é quando as pessoas tendem a se acomodar", justificou.



O arquiteto Antonio Caramelo

"Você está vendendo no presente, mas estamos trabalhando no futuro. Quando projeto um imóvel, estou projetando para o futuro", disse Caramelo. Para ele, o corretor de imóveis deve driblar a concorrência, cada vez maior, com o conhecimento. "É preciso andar em parceria com o mundo, que hoje pensa tecnologicamente. E o Brasil é a bola da vez", destacou.

Baseado no escritor Paco Underhill, o arquiteto apresentou o que chamou de "decálogo" para o vendedor do futuro. "São dez regras básicas para quem deseja se destacar no mercado", disse. Tudo começa com a atitude e a visão empresarial.

"Os clientes estão desejosos não só de comprar um imóvel, mas saber se estão realizando um bom investimento. O corretor deve estar preparado para oferecer respostas e, neste ponto, pesa a capacidade de argumentação", considerou.

Possuir um discurso atualizado e "especialização em gente" foram outros pontos destacados pelo arquiteto. "É fundamental ter empatia com o cliente", ensinou. Dominar os atributos inerentes à profissão, conhecer a evolução social e

comportamental do ser humano e ser um agente de decisão também foram temas ressaltados por Carmelo, para quem o corretor deve atuar como “apóstolo da modernidade”.

“É usar os conhecimentos para vender o futuro”, definiu. A importância do marketing pessoal (“a primeira coisa é vender a si próprio”), saber “pavimentar” o futuro e estar atualizado com os novos recursos tecnológicos, são outros pontos que completaram a lista do arquiteto para os corretores de imóveis.

Mundo virtual

Cerca de 60% dos compradores de imóveis utilizam a internet para realizar seus negócios. O dado foi apresentado pelo palestrante José Azevedo, sócio-diretor da Ello Imóveis e diretor de Habitação da Ademi-Bahia, para ilustrar a importância das redes sociais para o desenvolvimento do trabalho do corretor de imóveis. “Se a pessoa está fora do mundo virtual, deve desistir de ser corretor de imóveis”, decretou.

Do alto de sua experiência no mercado imobiliário, Azevedo enfatizou a importância da informação para o corretor de imóveis. Para ele, é preciso não só o conhecimento da legislação, mas também dominar uma língua estrangeira, sobretudo o inglês. “Vocês estão preparados para a Copa do Mundo 2014 e para as Olimpíadas 2016? A gente vai receber um número de visitantes imenso,

potenciais compradores de imóveis”, provocou. A exemplo de Antonio Carmelo, José Azevedo também listou fatores críticos de sucesso: capacitação, planejamento, ambição, foco e preocupação com o futuro. “É preciso aplicar a sustentabilidade nas vendas”, orientou.

Último palestrante do painel, o empresário Alberto Lorenzo, sócio e CEO da Syene Empreendimentos, apresentou os empreendimentos Salvador Prime e Syene Corporate como

“Se a pessoa está fora do mundo virtual, deve desistir de ser corretor de imóveis”

José Azevedo, sócio-diretor da Ello Imóveis e diretor de Habitação da Ademi-Bahia

exemplos de sustentabilidade. Os dois vão contar com stands virtuais, possibilitando ao cliente interagir com o empreendimento, antes mesmo de ele estar concluído. “O corretor deve buscar nas redes sociais os caminhos que o mercado precisa seguir”, disse o empresário, para quem o corretor nunca deve deixar de buscar o novo.



José Azevedo, diretor de Habitação da Ademi-BA



Alberto Lorenzo, da Syene Empreendimentos

O valor da sustentabilidade

Marco Gramacho

Mais de 40% do lixo urbano no Brasil é formado por escombros da construção civil. A afirmação é de Alberto Lorenzo, da Syene Empreendimentos. Ele exorta que as empresas sigam iniciativas como a da Syene que já planeja projetos melhores, com recursos como os britadores que reutilizam os escombros. "Nunca é tarde para ser sustentável. Readaptamos projetos da nossa empresa para que se adequassem a princípios sustentáveis", apontou.

O objetivo, segundo Lorenzo, não é apenas reciclar, mas sim não gastar. Ele cita

projetos da Syene em que o sistema dos banheiros é a vácuo, não implicando no uso de água. "Financeiramente é muito bom ser sustentável para quem constrói".

Alberto Lorenzo acredita que o processo de busca pela sustentabilidade ainda não está totalmente amadurecido. "Gastar menos, com técnicas modernas de produção, de uma maneira mais enxuta, é o pilar econômico da sustentabilidade".

Para o arquiteto Antonio Caramelo, está acontecendo com a sustentabilidade o mesmo que ocorreu com a

informatização. "No início, foi utilizada como ferramenta de marketing. Com a ecologia também. Neste momento, saímos da visão simplista de ser politicamente correto, tomando consciência de que urgem ações, não apenas ambientais, mas contrapartidas sociais", analisou.

O arquiteto percebe que é preciso gerar e não apenas consumir. "As atitudes empresariais estão gerando conhecimento, que está sendo transmitido para profissionais, como os corretores de imóveis que, por sua vez, passa para o cliente".

Para Caramelo, essa interrelação está melhorando socialmente e politicamente o planeta, "minimizando a poluição dos resíduos que produzimos e aprendendo como reutilizá-los, gerando energia e reciclando produtos".

José Azevedo, sócio-diretor da Ello Imóveis e franqueado master para a Bahia e Sergipe da Re/Max, apresentou um questionamento sobre porque consumimos produtos ecologicamente corretos. Segundo pesquisa da sua empresa, há uma pressão por parte dos filhos para que os pais o façam. "Meu filhos

me doutrinaram", aponta a pesquisa. Outro ponto forte é a pressão da mídia, "porque todo mundo fala sobre isso".

O estudo aponta ainda que o desejo de ser politicamente correto é tendência mundial. "As marcas estão preocupadas com a sustentabilidade, buscando a chancela de um selo verde", apontou.

O empresário definiu sustentabilidade como "a busca em prover o melhor para as pessoas e o meio ambiente tanto agora quanto no futuro, suprimindo as necessidades da geração presente sem prejudicar as futuras".

 mauricioborges.com.br



**Maurício
Borges**

CRECI: 5473

Agradecimentos Especiais:

NIGRO

AMPLA
ENGENHARIA

**Accioly
Carvalho**
CONSTRUTORA E INCORPORADORA LTDA



midiaabg.blogspot.com

mbltda@gmail.com

Rua Caitité, 295 - Rio Vermelho
Salvador - Bahia
(71) 3497-0001 / 3346-3407



71

8221-4432
8758-9757