

Vender a casa como os profissionais

Muitos se queixam da demora em vender uma casa, mas será que as fotos toscas que ainda inundam os sites das imobiliárias ajudam? Ferramentas como o “home staging”, o vídeo e a fotografia profissionais, ou feitas por drones, podem ser decisivas na venda.

TERESA GENS

O drone do primo há-de chegar antes do Natal, vem por encomenda, e em 2016 Francisco Bacelar conta pôr em prática a ideia que há muito lhe ocupa o pensamento.

Tem uma imobiliária no Peso da Régua, com quintas para vender, na zona do Douro, e “que melhor solução que um drone, que faz um vídeo e tira fotos, de uma ponta a outra, dando logo uma visão geral e o enquadramento da propriedade?”, questiona o, também, vice-presidente da associação que reúne mediadores imobiliários - a ASMIP. Os socalcos cobertos de vinhedo e aquele estar bucólico à beira rio vão, assim, ser captados do ar, num vídeo “aí de uns minutos” que, está convencido, valerá mais do que numa catrefada de fotos.

O que para Francisco Bacelar é um teste para Silvestre Tomaz é já uma certeza. Dono da imobiliária Al-

garve Property, em Vilamoura, há uma década que, nos anúncios no site, não entra nada abaixo de fotos e vídeos profissionais das casas: “os vídeos em particular são uma ferramenta muito agressiva e poderosa porque nos coloca dentro da propriedade”.

Ora, sendo a captação de clientes hoje centrada na internet, nem outra coisa faria sentido, sublinha. Ciente disto aderiu também, há um par de anos, também ao vídeo e fotos aéreas, feitas por drones, - que só usa em casas acima dos 400 mil euros. “Antes era só um inglês a fazê-los e levava aí uns 600 euros por vídeo”, hoje - com drones mais acessíveis (há-os a 700 euros) - o preço varia entre os 200 e os 400 euros, encomendando a tarefa à Vista Aérea de Pedro Queiroga. Clientes imobiliários que “não têm vindo a aumentar” conta o informático de formação que cobra por vídeo 100 euros (mais deslocações).

Ainda é dinheiro, vale o preço? “Claro que sim, um bom vídeo (aé-

reo ou não) é um turbo que se põe numa propriedade que está à venda”, jura o dono da Algarve Property e fundamenta com cifras da sua lavra: “A facilidade com que se vende aumenta uns 50%, Três minutos de vídeo valem bem mais do que 30 minutos de conversa com um comercial”. Não está sozinho na convicção, o administrador da Century21 Portugal, Ricardo Sousa, alinha: “Sabemos que na internet 60% do tempo na pesquisa de imóveis é concentrado nas imagens e vídeos. E se as fotos dominaram no passado hoje, com as novas tecnologias disponíveis, são cada vez mais os vídeos que os compradores valorizam”.

Então, mas se assim é; e se vender uma casa não são favas contadas; porque está o grosso dos sites das imobiliárias (regionais ou multinacionais) desertos deles? Pois, “são os custos”, diz Francisco Bacelar. Razão para os “anúncios serem, ainda, o trivial, muitas vezes fotografias tiradas com telemóveis pelos próprios comerciais que angariaram o imó-

vel”. A “falta de sensibilidade para a inovação” das PME deste sector é outra explicação, segundo Silvestre Tomaz, para quem resulta clarinho que: “quando os clientes nos dão o exclusivo, temos a obrigação de usar todas as ferramentas para fazer a venda o mais depressa e o melhor possível.” Já o franqueado de uma cadeia multinacional fala, com base empírica, do espartilho nos sites das grandes cadeias: “são pouco ágeis e é difícil personalizar ou introduzir novas ferramentas”.

“Home staging” já se faz, mas pouco

Preparar a casa antes de uma sessão fotográfica ou da gravação de um vídeo e, claro, de uma visita, também é essencial para agilizar a venda. “Home staging” significa pôr a casa no palco, destacá-la, puxar pelos seus trunfos em detrimento dos pontos fracos. “A compra de uma casa é muito mais emocional do que se julga, na maioria dos casos vende-se quando há paixão ao primeiro olhar”, diz Ca-



tarina Diniz, da empresa Home Staging Factory, (HSF). Onde, preparar a casa “é essencial para que o comprador consiga perceber as dimensões, identificar os detalhes, visualizar-se no imóvel”, explica o administrador da Century 21. “Não ter muitos objectos à vista, reorganizar o espaço através da distribuição correcta dos móveis (para criar a ilusão de mais espaço)”, são as dicas de Nuno Rabaça da ERA Chiado/Lapa. Mas nem sempre o cliente é sensível à necessidade de pôr a casa em ordem: “não percebe que às vezes, gastar numa pintura dois ou três mil euros pode trazer-lhe mais uns 20 mil na venda”, diz o dono da Algarve Property.

Estas práticas de valorização do imóvel são passadas por algumas imobiliárias aos seus clientes mas, a maioria, não recorre ainda a empresas especializadas. Catarina Diniz diz que só agora começam a querer conhecer o conceito, saber dos resultados obtidos e dos projectos já realizados para perceberem a

abordagem que deverão ter junto dos proprietários. “Para as imobiliárias é uma questão sensível porque nem sempre têm contratos de exclusividade e a confiança para fazer um investimento num bem sobre o qual não têm total controlo”. O princípio base do conceito (ver caixa) é “maximizar o potencial do espaço com o mínimo investimento”. Mil euros podem bastar. Um T2, à venda por 120 mil euros, que durante dois anos teve apenas uma oferta de compra (abaixo desse valor), vendeu-se em duas semanas por 115 mil euros depois do trato da HSF.

Catarina puxa pelas experiências nos EUA e em França (já que cá ainda não há massa crítica): “Uma casa ‘home staging’ vende-se 6 a 8 vezes mais rapidamente que uma casa normal, e um investimento de 1% a 3% do valor do imóvel pode gerar uma valorização média do activo entre os 7% e os 15%”. ■

O “home staging” valoriza e apressa o negócio.

Posso pôr um vídeo no meu anúncio?

O vídeo domina a internet mas não é um “habitué” nos anúncios para venda de casas. O Negócios perguntou a mediadoras e portais qual seria a resposta se um cliente quisesse fazer um vídeo da sua casa e colocá-lo online. Da Remax não obtivemos resposta. No Imovirtual existe a possibilidade de partilhar um vídeo via Youtube, mas no OLX esta funcionalidade é inexistente. Tal necessidade ainda não se colocou na ERA porque, “na prática, não houve esse pedido dos clientes”. O que a ERA propõe são fotos profissionais mas apenas quando “as casas o justifiquem, quando são diferenciadas, decoradas por decoradores”, explica Ana Lopes da ERA Expo em Lisboa. A Sotheby’s garante disponibilizar “a todos os clientes uma sessão fotográfica e de vídeo profissional das suas propriedades”, já a Century21 não negaria um pedido desta natureza embora a prática seja o registo fotográfico profissional, condição “fundamental” para que os clientes tenham “acesso no seu smartphone ou tablet, ao máximo de detalhes do interior, exterior e zona envolvente”, explica Ricardo Sousa.

As limitações dos sites das grandes cadeias têm sido, diz um franqueado, um óbice à introdução de novas ferramentas, um espartilho que as redes sociais poderão ajudar a contornar. A Century21, por exemplo, está a estimular os franqueados a ter o seu micro site ou página de facebook onde podem colocar fotos e vídeos “para valorizar as propriedades que têm em carteira e chegar mais perto dos potenciais compradores.” ■

4

PASSOS “HOME STAGING”

Decoração e “home staging” são conceitos opostos. Enquanto num se personaliza a casa, no outro despersonaliza-se. A dona da Home Staging Factory, Catarina Diniz, explica os princípios básicos do conceito.

“DESTRALHAR”

Minimizar, organizar, criar espaço, aumentar a circulação e melhorar a visualização do espaço, partindo da premissa de que o caos gera repulsa e a ordem atrai. A organização do mobiliário é o ponto mais importante na valorização do espaço. Colocar o mobiliário no sítio certo e com as medidas correctas é fundamental.

LIMPAR E REPARAR

A casa deve estar imaculadamente limpa e tudo deve estar em perfeitas condições de funcionamento. Deve-se evitar que o cliente se foque nos aspectos negativos da casa: janelas que não abrem, torneiras que pingam. Devem-se eliminar todos os argumentos de rejeição ou negociação do potencial cliente.

NEUTRALIZAR

Despersonalizar o espaço e neutralizar o ambiente dando-lhe um ar actualizado e leve. Usar cores e decoração neutra ajuda qualquer cliente a identificar-se com o espaço.

VALORIZAR E FOTOGRAFAR

É o ponto onde o “home staging” se encontra com a decoração. Valorizar o espaço, torná-lo acolhedor. A iluminação faz milagres, valoriza recantos e o ambiente em geral. Os espelhos têm a capacidade de aumentar a casa e a luz natural. Depois do espaço valorizado é fundamental uma boa sessão fotográfica já que este é o mais forte instrumento de venda. Uma boa luz e bons ângulos levam o cliente a olhar para a casa de outra maneira e a marcar uma visita.

Vendeu a casa? Saiba como declarar

TERESA GENS

Quem este ano vendeu uma casa tem, em qualquer caso, de espelhar essa operação na próxima declaração de IRS. E digo em qualquer caso porque é mesmo assim: independentemente de a venda ter corrido bem ou não. Leia-se, ter permitido uma mais-valia ou perdendo dinheiro, ou mesmo quando sabe, “à priori”, que está isento de qualquer tributação.

Com mais-valia ou não, a venda tem de ser declarada.

Falando em papelada a preencher, para prestar contas ao Fisco, tome nota do anexo G do modelo 3 de IRS ou, então, do anexo G1 (um pouco mais à frente falamos deste). Há campos específicos para tudo e instruções de preenchimento que podem ajudar a perceber qual a informação a ser dada. Contudo, nota Joana Maldo-

A venda de um apartamento, terreno ou casa obriga ao pagamento de imposto quando há mais-valias. Metade deste ganho é sujeito a tributação, mas há algumas isenções. Conheça as regras.



nado Reis, associada sénior da área de direito fiscal da sociedade de advogados PLMJ, “as informações nem sempre são detalhadas o suficiente para perceber o tipo de informação que deve ou não ser reportada”. Donde, se há dúvidas, é melhor perguntar.

Mas, se ninguém que vendeu um imóvel está livre de preencher os impressos, é claro que só em caso de ter obtido mais-valias (a diferença positiva entre o que se pagou no acto da compra e o que realizou na venda) haverá tributação. Apurado este ganho “50% do mesmo é sujeito a tributação e o valor assim obtido é englobado para efeitos do cálculo do IRS e aplicadas as taxas progressivas de acordo com o escalão em que o titular do rendimento se enquadra, acrescida da sobretaxa extraordinária de 3,5%”, esclarece a advogada. Simplificando: metade do valor das

mais-valias será somado aos demais rendimentos e tributado.

As isenções possíveis

Mesmo nos casos em que se obtiveram ganhos face ao valor de compra do imóvel existe a possibilidade de isenção no pagamento de imposto. Se os reinvestir num outro imóvel paga zero, ou seja, se utilizar a totalidade do valor obtido na venda na compra de outra casa (destinada a habitação própria e permanente do sujeito passivo ou do seu agregado familiar, diz a lei). Também fica isento se reinvestir o montante total na compra de um terreno para construção de imóvel ou na ampliação ou melhoramento de outro imóvel (exclusivamente com o mesmo destino), situado em Portugal o outro Estado membro da União Europeia ou Espaço Económico Europeu, desde que, neste último, exista intercâmbio de

informações em matéria fiscal. Mas atenção: a partir do momento da venda começa a contagem decrescente: a isenção só é válida se o reinvestimento dos ganhos acontecer no prazo de 36 meses.

Já se o investidor usar apenas parte do dinheiro que obteve com a venda de uma casa na compra de outro imóvel as mais-valias serão tribuadas de forma proporcional ao valor reinvestido. Nesse caso é necessário, na declaração de IRS, preencher um campo específico para indicar o valor que se pretende reinvestir e será esse valor que será desconsiderado para efeitos do apuramento da mais-valia fiscal tributável”. Os ganhos obtidos com a venda de bens imóveis adquiridos antes de 1989 não estão sujeitos a tributação em sede de IRS, ainda assim é obrigatório proceder à declaração da transacção, embora num anexo diferente – o tal Anexo G1. ■

O difícil cálculo da mais-valia

A mais-valia é igual ao que se arrecada além do que se pagou por um bem. Não é assim tão linear na prática. No cálculo da mais-valia o valor de aquisição não corresponde exactamente à quantia que pagou pelo apartamento, casa ou terreno, porque esse valor é objecto de algumas correcções. Uma delas resulta da aplicação de coeficientes - que têm por base a inflação e são fixados pelo ministro das Finanças - aprovados por uma portaria (281/2014, de 30 de Dezembro) actualizada e publicada anualmente (este ano ainda não o foi). Isto apli-

ca-se apenas quando tenham decorrido mais de dois anos entre a data da compra e a data da venda do imóvel.

Por exemplo, se o imóvel que vender no ano de 2015 tiver sido adquirido no ano de 1999, o valor deve ser corrigido pelo coeficiente 1,41. Ou, trocado por números, num imóvel adquirido por 50 mil euros, temos um valor de aquisição corrigido de 70.500 euros, e é este o valor base que deve ser considerado para efeitos do cálculo da mais-valia fiscal.

Pedimos a Joana Maldonado Reis que nos desse a fórmula de cál-

culo, mas a advogada desaconselha (a Deco também pela complexidade): “não deve ser o sujeito passivo a proceder à actualização, mas o próprio sistema de validação central da autoridade tributária.”

A outra correcção pressupõe que ao valor de aquisição, devem acrescer os encargos (a existirem) com a valorização dos bens, comprovadamente realizados nos últimos 12 anos. Ou, dito de outra maneira, existem vários gastos (como obras, instalação de aquecimento central, etc) que podem ser considerados para efeitos da defi-

nição do valor de aquisição. E podem até ser deduzidos os encargos suportados com a operação de compra e venda do imóvel (o IMT, os registos, a escritura da compra da casa vendida, por exemplo). Independentemente da possibilidade de aplicação de algum benefício de isenção ou exclusão de tributação das mais-valias fiscais, “as transacções devem ser sempre declaradas pelos sujeitos passivos”, lembra a advogada, sublinhando a necessidade de rigor: “a declaração deve ser preenchida com os valores efectivos de aquisição e de alienação”. ■