

Mapa de oportunidades

Mais específicas e fáceis de visualizar, as análises de geoprocessamento têm servido cada vez mais como apoio aos incorporadores na tomada de decisões

Por Juliana Nakamura

Seja no momento de escolher terrenos para novos empreendimentos, durante a análise de viabilidade financeira do investimento, na formatação do produto imobiliário ou mesmo na estruturação de ações de marketing, as informações geradas por geoprocessamento têm sido um instrumento valioso de apoio às empresas na tomada de decisões.

Nos últimos quatro ou cinco anos, segundo os principais fornecedores de sistemas de geoprocessamento e geomarketing, houve uma intensificação do uso desse tipo de ferramenta, sobretudo para suporte a ações de venda de imóveis. Isso se explica pelo aperfeiçoamento das aplicações para a internet que utilizam ferramentas Google e são mais amigáveis, ágeis e acessíveis aos usuários. Além disso, a abrangência mais ampla e o desenvolvimento de novas aplicações passaram a ser exploradas tornando o investimento nesse tipo de ferramenta mais justificável.

O custo, por sua vez, também se tornou mais competitivo e, principalmente, flexível, ajustável à necessidade de cada empresa. A análise custo-benefício do geoprocessamento deve levar em conta a redução do grau de incerteza e riscos decorrente do maior número e qualidade das informações disponíveis.

Uma das aplicações dos mapas de geoprocessamento que vem se consolidando é na área de pesquisa de mercado, por exemplo, na identificação dos extratos sociais que são potenciais clientes e na caracterização de suas preferências e expectativas, comenta Lisana Katia Schmitz, professora do Departamento de Arquitetura e Urbanismo e coordenadora do Centro Integrado de Estudos em Geoprocessamento, ambos da Universidade Federal do Paraná.

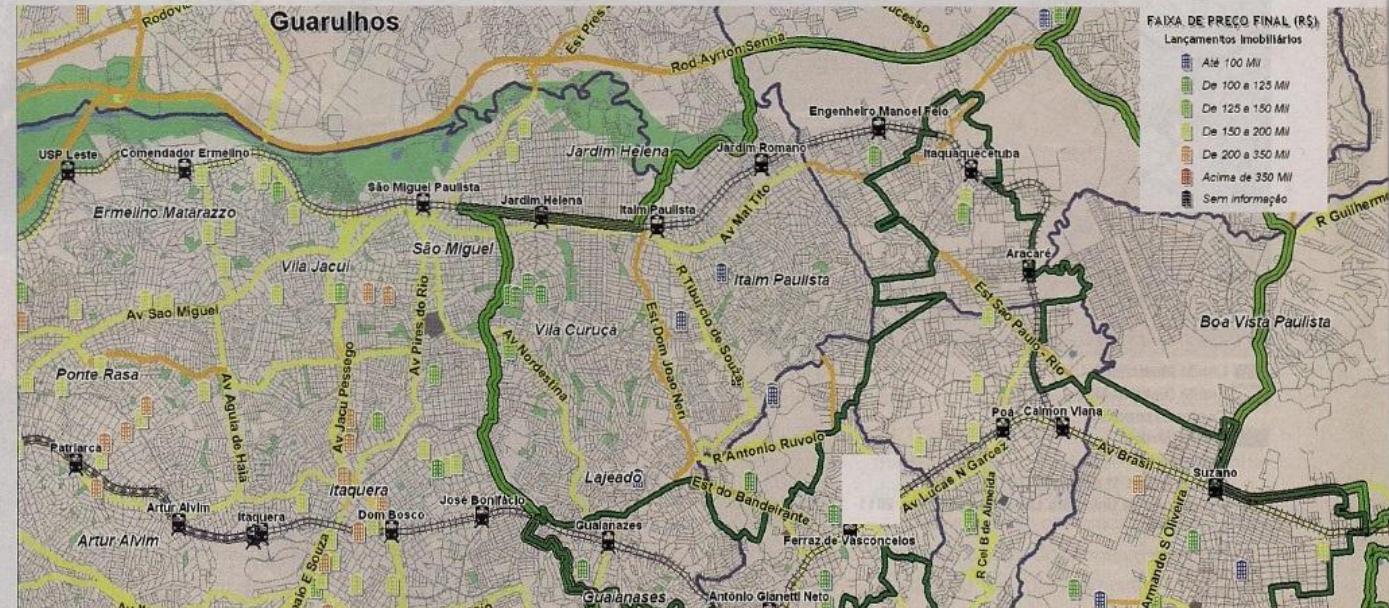
Segundo a professora, as ferramentas de geoprocessamento também têm permitido realizar análises de mercados potenciais numa ótica das incorporadoras correntes e de seus diversos empreendimentos, em diferentes fases de implantação, por exemplo, avaliando o estoque disponível no momento e num futuro próximo, segundo seus diferentes portes, densidades, tipologias, áreas sociais e recreativas ofertadas etc.

Apoio à produção

Atualmente, as ferramentas de geoprocessamento disponíveis no mercado possuem grande poder de especialização da análise, avalia Schmitz. Por isso, eventuais limitações dos sistemas estão mais relacionadas aos dados que são coletados e inseridos do que propriamente ao sistema.

“O poder das análises especiais viabilizadas pelo geoprocessamento é muito grande e está diretamente relacionado com a quantidade e variedade de informações que são carregadas no banco de dados. Quanto mais objetivas forem as pesquisas de mercado e os dados inseridos numa ferramenta de análise de mercado, mais especializadas serão as análises e mais acertados e efetivos seus resultados”, explica a professora.

Uma aplicação que ainda tem sido pouco explorada é o uso do geoprocessamento para otimização do planejamento e da obra, embora haja diversos aspectos de um empreendimento relacionados à logística e cuja análise de proximidade contribuiria para otimização de custos e para reduzir impactos ambientais. “Em um cenário de médio prazo é possível que o geoprocessamento se difunda mais como ferramenta de apoio à decisão relacionando-se às etapas de produção, assim como já acontece em outros segmentos do mercado como no setor madeireiro”, acredita a professora, lembrando que o geoprocessamento já tem sido utilizado como ferramenta de análise e apoio ao projeto de grandes obras de engenharia tais como estradas ou ferrovias, e também já se popularizou como ferramenta de planejamento logístico em outros mercados.



A análise da infraestrutura local, com dados sobre a localização de bancos, escolas e outros pontos de interesse, é um dos recursos oferecidos pelo sistema Cognatis

NETtool Cognatis

Criada em 2003, a NETtool é uma solução de geomarketing flexível que vem sendo utilizada para prospecção de terrenos e como suporte para ações de marketing e planejamento. O sistema também pode ser utilizado para incluir informações coletadas em campo (como por exemplo, disponibilidade de um terreno ou status de uma negociação) diretamente no mapa. Funciona na internet e de intranet e integra mapas, informações e mapeamento de pontos.

Informações disponíveis – Informações demográficas e sócioeconômicas de população, informação para caracterização da região, indicadores de tendência, lançamentos imobiliários (para as maiores cidades).

Abrangência geográfica – Oferece cobertura com mapas de logradouros para mais de 2.600 cidades brasileiras, além de informação demográfica e socioeconômica de cidades menores. A ferramenta pode incluir, ainda, mapas e informações de

cidades da Argentina, México, Colômbia, Peru, Chile, Paraguai, Venezuela e Uruguai.

Custo aproximado – Varia de acordo com a cobertura, número de usuários, necessidades de customização ou informações especiais. “A maioria dos projetos para o setor imobiliário fica entre R\$ 3 mil e R\$ 15 mil/mês, além de uma taxa única, paga no mês de contratação, para implementação da solução, que pode ir de zero a R\$ 50 mil”, informa Reinaldo Gregori, diretor-geral da Cognatis.

Quem fornece – Cognatis.