

Folha De S. Paulo

Domingo – 16/06/2013

Imóveis

### **Casa na rede**

Lojas on-line de decoração proliferam e oferecem de lustres a móveis infantis; ver a imagem da peça ambientada e checar as características do produto podem evitar surpresas

#### CAROLINE APPLE COLABORAÇÃO PARA A **FOLHA**

De comida a vestuário e pacote de viagens, "é possível comprar e vender de tudo pela internet". Você já deve ter ouvido isso. Decorar e mobiliar a casa pela tela do computador também está entre as possibilidades-de lustre a tapete e mobiliário infantil, tudo ao alcance do clique.

Segundo a consultoria e-bit, que faz pesquisas sobre internet, o segmento "casa e decoração" apareceu pela primeira vez entre as cinco categorias mais vendidas pela web (7,9% do total) no país em 2012. Sete anos atrás, o segmento não aparecia nem entre os 20 mais.

"O brasileiro tem experiência em compras on-line e, hoje, já consome produtos que jamais imaginou adquirir pelo computador", diz o diretor-geral da e-bit, Pedro Guastí.

Entre os dez sites de venda de produtos de decoração levantados pela **Folha**, oito deles começaram suas atividades nos últimos dois anos.

Mesmo com informações sobre os produtos (como tamanho, material e imagem), decorar ou mobiliar pela internet exige cuidados específicos. As peças precisam, por exemplo, caber e "conversar" com o restante dos objetivos.

Para dimensionar os produtos e sugerir formas de uso, a loja virtual Dalicasa, há um ano em atividade, apresenta as peças em ambientes decorados. "Damos sugestões de como usar cada objeto sem que o comprador tenha que contratar um profissional para isso", conta a designer de interior Liana Martineli, responsável pelo site da Dalicasa, que tem um showroom para "experimentação".

## **IMAGEM DISTORCIDA**

A maioria das lojas virtuais, no entanto, exhibe as fotos dos produtos isoladamente.

"Nossa dica é ficar esperto sobre as características do produto, pois a imagem às vezes pode distorcer o tamanho real", diz Max Reichel, criador da loja virtual Oppa.

"Procure imagens ambientadas, pois elas dão uma boa noção de tamanho da peça."

Mas a internet não é só uma fonte de novas marcas, mas um meio de expansão para já consolidadas.

É o caso da loja de tapetes By Kamy, que depois de 15 anos no mercado abriu uma "unidade virtual" neste ano.

"Os pedidos dos clientes foram decisivos", diz Francesca Alzati, sócia da loja.

E para pagar menos, vale comparar, sempre que possível, os preços da loja física e da virtual da mesma marca. Por razões administrativas e logísticas, é possível que os mesmos produtos tenham valores diferentes.

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/imoveis/114235-casa-na-rede.shtml>