

Os lançamentos de imóveis na pandemia

Baixas taxas de juros dos financiamentos imobiliários e a disponibilidade de recursos no mercado estimularam a demanda por imóvel próprio

16 de junho de 2021

A pandemia não está prejudicando os resultados das maiores incorporadoras imobiliárias do País. Mesmo que, por causa do aumento de casos de contaminação pelo novo coronavírus, medidas de restrição à circulação de pessoas tenham sido intensificadas em várias cidades, o que exigiu o fechamento de estandes de vendas de imóveis, os lançamentos somaram 26.384 unidades no primeiro trimestre deste ano. O total é 38,8% maior do que o de igual trimestre de 2020, período praticamente normal para a economia, pois inclui apenas duas semanas da crise que reduziria drasticamente a atividade econômica.

As vendas nos primeiros três meses do ano somaram 34.823 unidades, com aumento de 21,4%. Já o total vendido nos 12 meses terminados em março foi de 144.688 unidades, 27,1% mais do que o dos 12 meses anteriores.

Esses resultados, surpreendentes se comparados com o desempenho de outros segmentos da economia, que se recuperam em ritmo bem mais lento, é uma demonstração da confiança dos empreendedores e da demanda dos consumidores por casa própria, analisa o presidente da Abrainc, Luiz França. “Ninguém esperava que o mercado imobiliário teria o comportamento que teve na pandemia”, diz França. “Foi uma surpresa muito grande para economistas, empresários e investidores.”

“O ambiente de negócios permanece propício, com grande atratividade para o investimento em imóveis em comparação com as aplicações financeiras tradicionais”, completa o presidente da entidade.

As baixas taxas de juros dos financiamentos imobiliários e a disponibilidade de recursos no mercado estimularam a demanda por imóvel próprio. O fato de as pessoas passarem mais tempo em casa por causa da pandemia, por sua vez, fez crescer a procura por imóveis maiores, dando mais dinamismo ao mercado.

Embora ressalve que ainda é difícil fazer projeções para todo o ano, França estima que os lançamentos podem crescer 40% e as vendas, 30% em 2021. Nem o ciclo de alta da Selic deve conter a demanda.

Fonte: Editorial Econômico do Estadão