

Quer comprar casa nos EUA?

Perfil de brasileiros que compram casas no país norte-americano mudou

POR REDAÇÃO - 30 DE NOVEMBRO DE 2015



A ideia de sair do Brasil não é nova. Não necessariamente tem a ver com tempos de crise, mas o período difícil certamente contribuiu para esta decisão. Assim, depois do boom de compras de imóveis nos Estados Unidos para investimento, o perfil do brasileiro que compra casas por lá mudou: agora a ideia é mudar de vez para lá. E Orlando é o destino preferido dos brasileiros. As informações são da Authentic Real Estate, que foi criada há pouco mais de um ano para atender a esse público.

Orlando, conhecida por suas mansões de luxo e um dos destinos mais procurados por brasileiros em férias, tem no preço dos empreendimentos um grande atrativo. Hoje, mesmo com o dólar girando ao redor de R\$ 4, o m² em Orlando custa, em média, R\$ 4,7 mil. Enquanto isso, bairros do mesmo padrão em São Paulo ou no Rio de Janeiro superam fácil os R\$ 8 mil. Outra vantagem são os juros do financiamento: 3,5% ao ano nos Estados Unidos, contra quase 10% no Brasil.

“Com isso, muitos brasileiros das classes A e B têm decidido vir de vez para cá, onde a infraestrutura de segurança é melhor e a perspectiva para os negócios é animadora”, afirma Tiago Ferreira, fundador da Authentic Real Estate.

Em relação à vizinha (e rival na disputa pelos brasileiros) Miami, Orlando ganha na geografia. Enquanto a primeira não tem mais para onde crescer e concentra sua oferta imobiliária em apartamentos, a segunda está em plena expansão e tem casas luxuosas e mansões em condomínios por valores entre US\$ 200 mil e US\$ 500 mil. “Com isso, vemos um fluxo muito grande de brasileiros com um dinheiro extra buscando uma vida mais confortável aqui”, diz Ferreira.

Para quem ainda não pensa em trocar de país, Ferreira explica que é possível obter o retorno do investimento no imóvel alugando-o para estadias curtas. “Orlando é a cidade mais visitada dos Estados Unidos, com mais de 60 milhões de turistas por ano, então há uma demanda muito grande por casas de temporada”, explica o fundador.

Tags: [CONSUMO](#) [DICAS](#) [VIAGENS](#)



Acesse a edição:

MAIS LIDAS

- 1 Do e-commerce ao marketplace, é preciso ser omnichannel
- 2 Jornada phygital: os desafios e as mudanças no pós-pandemia
- 3 A experiência do cliente como principal influência do Banco Original
- 4 O que podemos aprender com a Netflix sobre produção de conteúdo?
- 5 Como o brasileiro se comporta quando o tema é a educação financeira dos filhos?

ÚLTIMAS

Experiência: diferenciação da Accenture para um mundo pós-digital



Por que a autoridade britânica de dados está preocupada com o telemarketing ativo?



Na Vivo, o digital aproxima o cliente dos valores da marca

