



Meetings digitais abrem temporada de pré-lançamentos da incorporadora RNI

Mesmo diante das restrições da quarentena, a incorporadora RNI mantém ativo seu planejamento comercial em 2020, focada na proximidade cultural. A empresa, que é o braço imobiliário do grupo Rodobens, realizou dois meetings digitais de pré-lançamento nesta semana, promovendo shows e bate-papos com empresários e líderes locais. Um dos eventos ocorreu na cidade de São Paulo com cerca de 200 participantes e outro foi realizado em Goiânia nesta quinta-feira – ambos envolvendo residenciais enquadrados no programa Minha Casa Minha Vida. De acordo com a companhia, a ideia das lives é permitir que os corretores, hoje atuando em home office, se mantenham conectados às rotinas das regiões onde serão lançados os empreendimentos. As datas de lançamento serão definidas nos próximos 30 dias.

Mais segurança

O movimento comercial da RNI, segundo o presidente da empresa, Carlos Bianconi, reflete um cenário de maior segurança no setor após o anúncio de medidas de apoio da Caixa Econômica Federal: “Nesse momento de desafios, destaco especialmente a carência de 180 dias para os mutuários e a antecipação de recursos para as construtoras. Temos de ter cautela, mas seguimos confiantes na demanda por imóveis”. A RNI atua em 12 estados brasileiros e, hoje, mantém suas atividades voltadas ao e-commerce, com a adoção de tours virtuais e contratos digitais. Além disso, a incorporadora flexibilizou fluxos de pagamento, isentou os compradores do Imposto de Transmissão de Bens Imóveis (ITBI) e vem oferecendo descontos para incentivar as vendas.