



EMPRESAS   
SOCOVESA

## Diseño centrado en el habitar

*Mauricio Varela Labbé; Gerente General Empresas Socovesa.*

Expo Real Estate Chile, Junio de 2017



# Índice general de contenidos

1. Observación y conocimiento del consumidor
2. Estrategia competitiva: Empresa de diseño
3. Proceso de diseño de productos inmobiliarios centrado en el habitar
4. Ejemplo concreto de diseño de producto: Caso 18 Santiago Centro
5. Resultados económicos de la estrategia

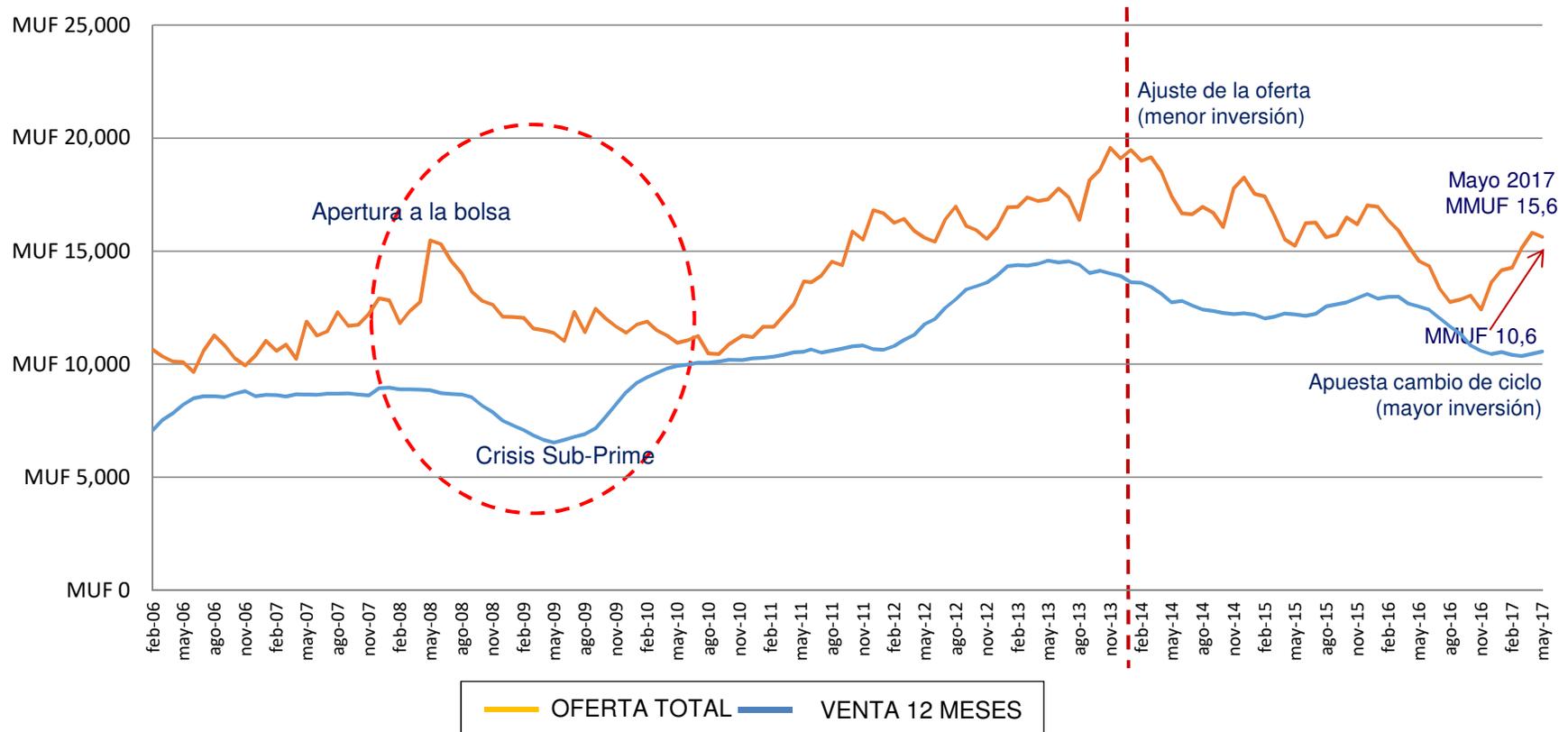
La pregunta de la administración

# ¿Cómo generar mayor rentabilidad y utilidades en el negocio inmobiliario?

Aumentar la rotación de los activos

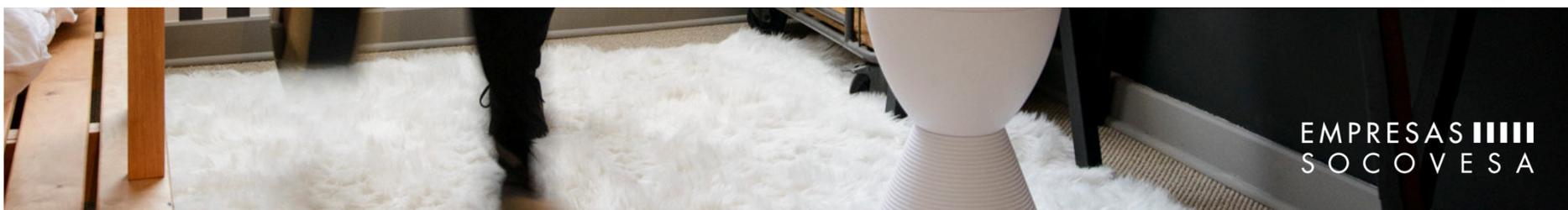
# Mantener ajustados los equilibrios inmobiliarios, es decir, una adecuada relación entre oferta y demanda

Serie Histórica Empresas Socovesa  
Oferta vs Venta ultimos 12 meses





Nuestra “ley de la gravedad”  
**Interpretando al consumidor de la forma más finamente posible**

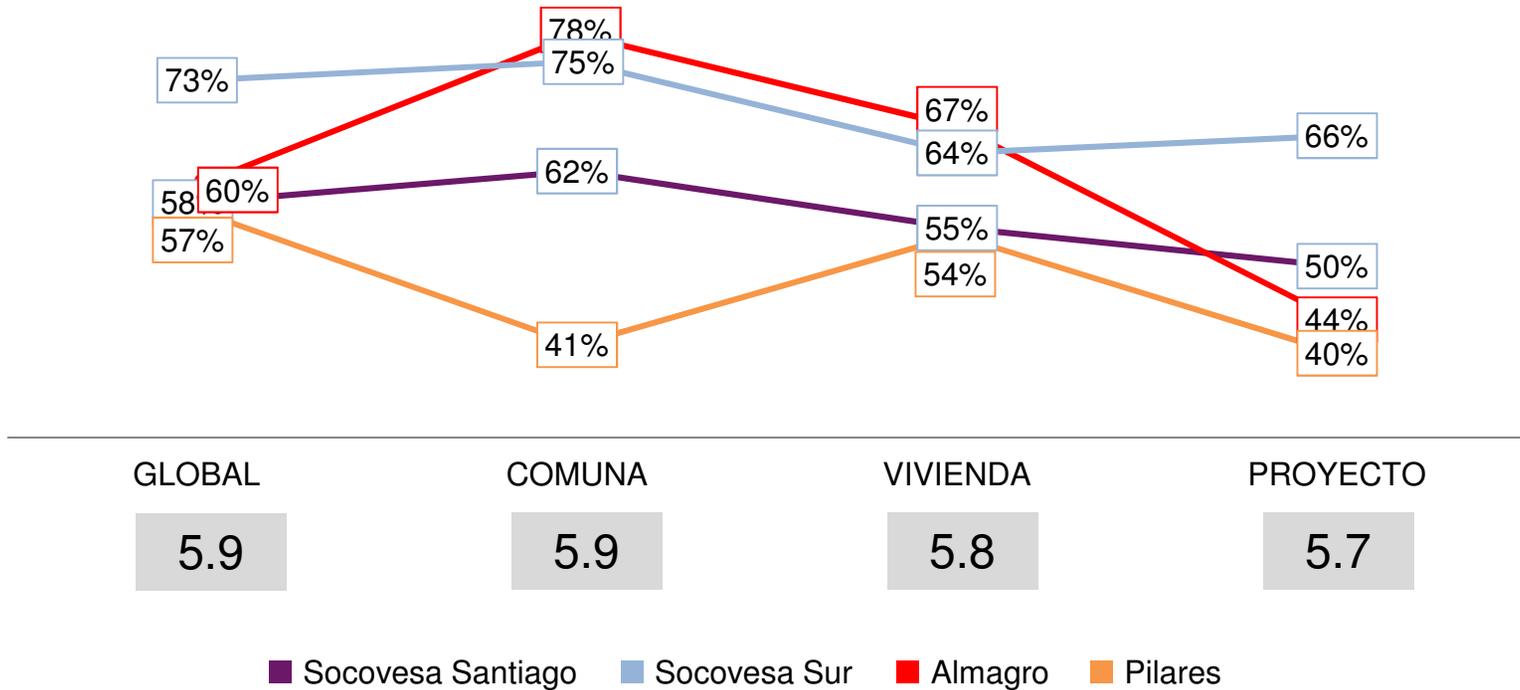


EMPRESAS   
SOCOVESA

La herramienta “cuanti” básica: Estudios de residentes (evaluación “post mortem”).

## Se evaluaron TODOS los proyectos de la compañía y obtuvieron una nota bastante buena: 5,9

INDICE DE SATISFACCIÓN NETA  
5894 RESIDENTES GRUPO ESS





Una cosa es levantar información pero otra muy distinta es usarla  
**¿Qué hacer para que la información del consumidor  
entre en la organización  
(al diseño de productos)?**



EMPRESAS **|||||**  
SOCOVESA

**Diseño centrado en el consumidor**  
Desarrollo de productos basado en atributos relevantes para el consumidor



Rompiendo la convención de la categoría

**La ubicación es un must competitivo, sobre todo, en el negocio de la densificación.**



Estrategia competitiva

**Si la ubicación no diferencia,  
¿dónde debemos poner el foco?**

El producto inmobiliario: Agregar valor a la tierra

# Las principales razones para tomar una decisión de consumo habitacional tienen que ver con un producto inmobiliario bien diseñado (de adentro hacia afuera).

**Drivers de Compra**  
(distribución 100 puntos)

ESTUDIO DE RESIDENTES  
Año 2016.  
**GOYCOLEA 420, LA CISTERNA**



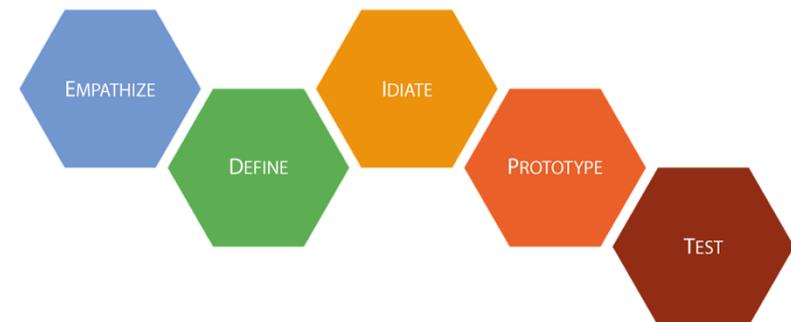
Pilares: 120 | Almagro: 252

 Pilares  Almagro

Almagro Proyecto Blanco Encalada I y II – 2012

Nuestro desafío de mediano plazo: Diferenciación de producto

**“Convertirnos en una empresa de diseño de productos desde el habitar de las personas. Desde como se valoran y usan las viviendas”**

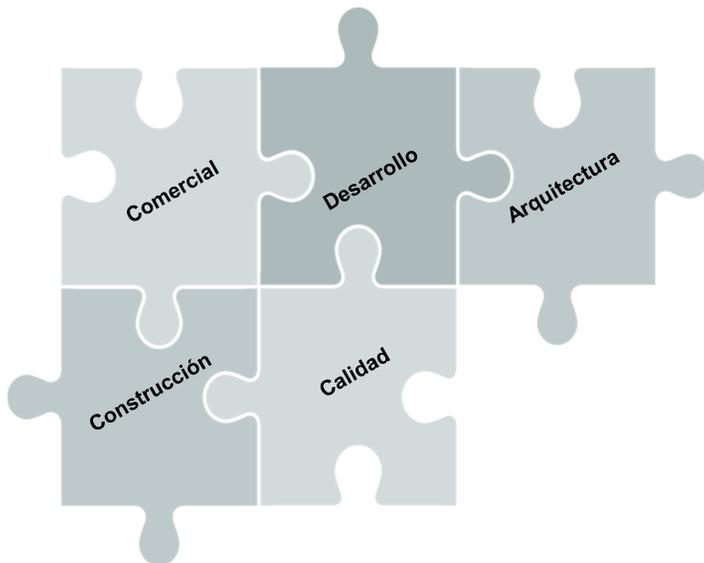


Fuente: Design Thinking Process, Stanford University.

¿Cómo entendemos el proceso de diseño de productos?

## Proceso multidisciplinario con acento en mejorar la integración de información desde diferentes fuentes

### EQUIPO MULTIDISCIPLINARIO

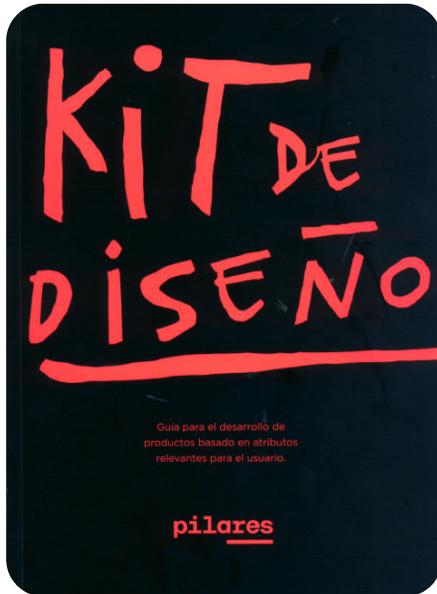


### INTEGRACIÓN DE INFORMACIÓN



Ya estamos trabajando

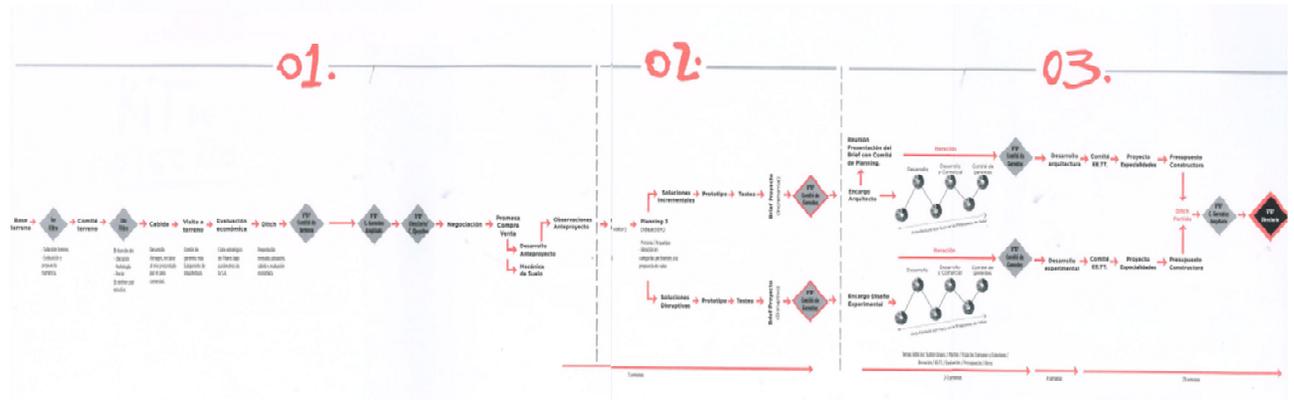
# Institucionalizar un proceso de diseño de productos centrado en el usuario en todas las filiales



01. PROCESO ADQUISICIÓN DEL TERRENO

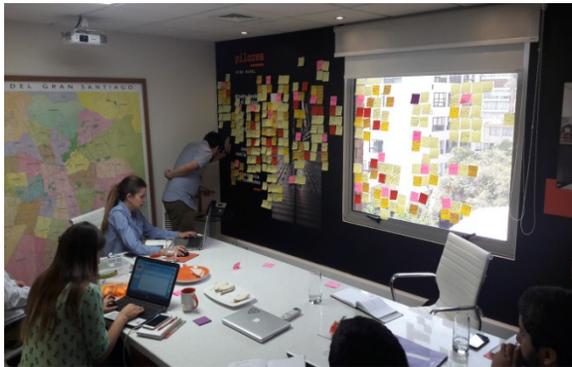
02. PROCESO PROPUESTA DE VALOR

03. PROCESO ITERACIÓN Y RESULTADO

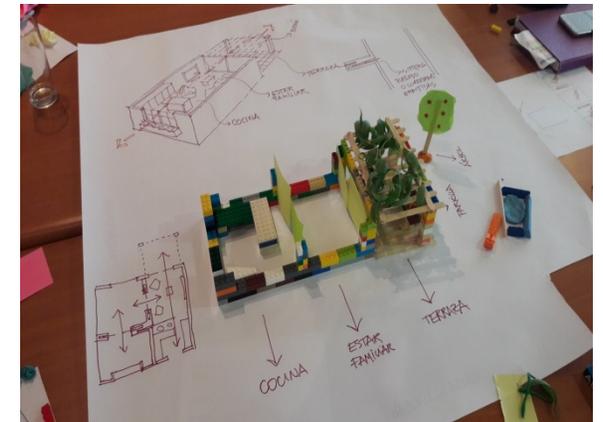
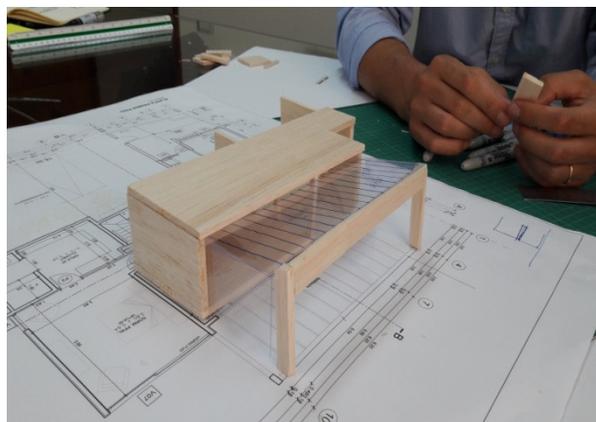


# Proceso de diseño colaborativo, brainstorming y visualización de proyectos

## TRABAJO COLABORATIVO & BRAINSTORMING



## VISUALIZACION DE PROYECTOS



Un ejemplo: Proyecto 18, Santiago Centro, Inmobiliaria Pílares.

# ¿Cómo funciona este nuevo proceso?

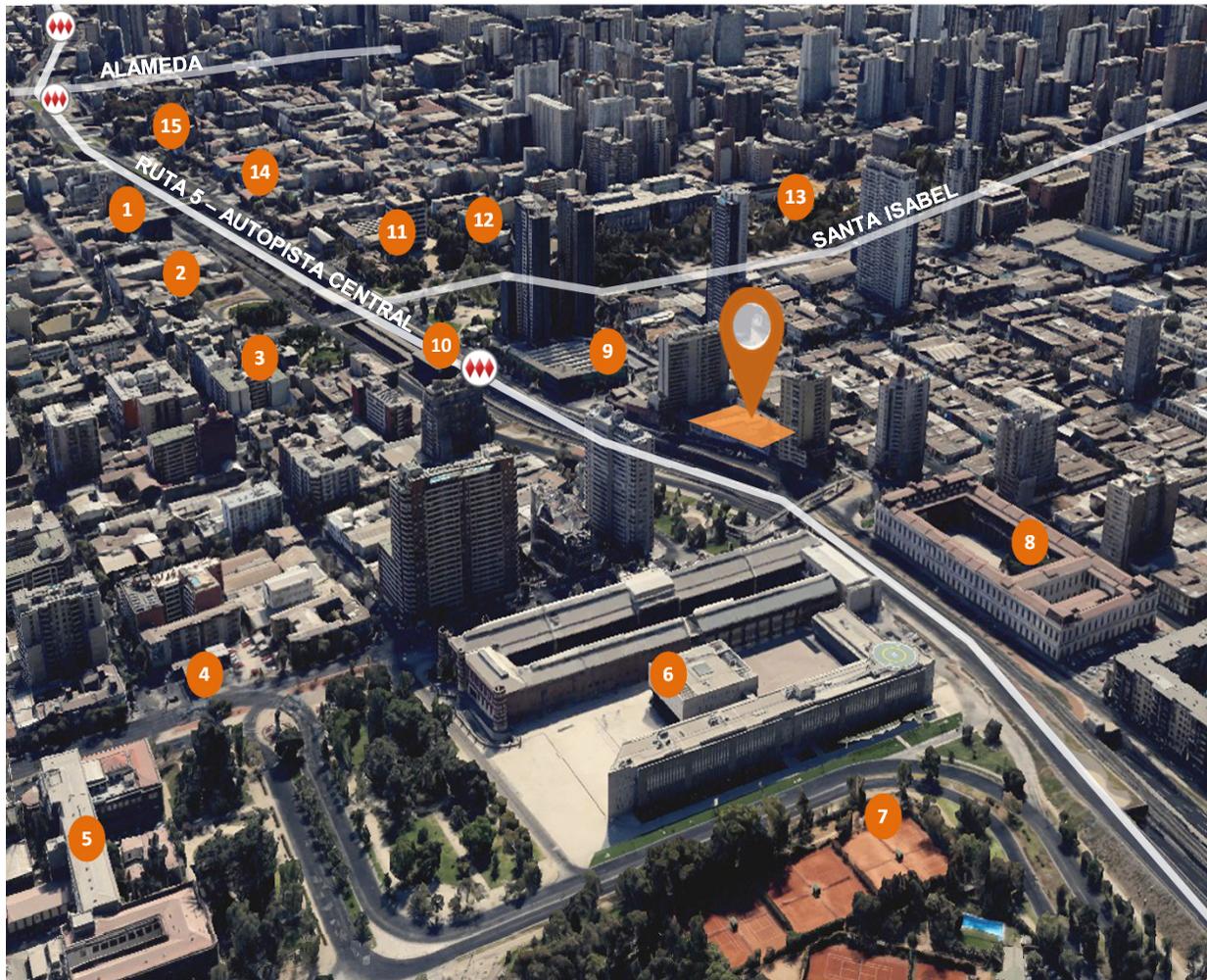


**pílares**

OTRO NIVEL

Ejemplo: Inmobiliaria Pilares, Proyecto 18, Santiago Centro

## Ubicación y análisis territorial básico



- 1 Universidad Santo Tomas
- 2 Universidad Diego Portales
- 3 Universidad Central
- 4 Servicentro
- 5 Universidad de Chile
- 6 Regimiento de Logística del Ejército
- 7 Parque O'Higgins
- 8 Museo Histórico Militar
- 9 Supermercado Líder
- 10 Estación Metro Toesca
- 11 Instituto Geográfico Militar
- 12 Palacio Cousiño
- 13 Parque Toesca
- 14 Universidad Tecnológica Metropolitana
- 15 Embajada de Brasil

Ejemplo: Inmobiliaria Pilares, Proyecto 18, Santiago Centro

## El entorno a 15 minutos caminando



El gran problema por resolver

## Las fricciones del habitar

**“Los departamentos del  
centro de Santiago son  
chicos,  
me siento apretado”**

*Pedro Valdebenito, 27 años (C2+)*

Hace poco que trabaja. Recién terminó de estudiar  
Vive con su pareja y todavía no tiene hijos  
Viene escapando de los tacos y de la periferia (Sur de la ciudad)  
Antes vivía con sus padres en casa

¿Qué vamos a diseñar?

## Una propuesta de diseño para habitar lo mínimo

### Propuesta de valor proyecto 18 de Pilares

#### AMPLITUD

*Diseño enfocado en aportar una mayor sensación de espacialidad de los ambientes.*



“En este departamento nunca me siento encerrado, ni siquiera cuando estoy con visitas”

#### FUNCIONALIDAD

*Espacios diseñados para aprovechar al máximo los espacios reducidos.*



“Alguien lo pensó, está todo bien resuelto, casi no me falta espacio”

#### CONEXIÓN CON BARRIO HISTÓRICO

*Arquitectura moderna que se conecta con el entorno y la historia del barrio.*



“Vivir acá me remonta al pasado, pero a otro nivel”

Buscando generar amplitud

## Gran espacio social: Integración híbrida de living, dormitorio y terraza a través de una puerta corredera



Puerta  
corredera



Buscando generar amplitud: Potencia el atributo más importante de estos departamentos  
**Dormitorio principal con walk in closet, baño en suite,  
lavamanos separado y salida a terraza**



Lavamanos  
separado



Buscando generar funcionalidad

## Refrigerador horizontal incorporado y espacio para lavadora en terraza que privilegia habitabilidad interior

Refrigerador Horizontal



Espacio para lavadora en terraza



Buscando conexión con barrio histórico

## Hall de entrada con amplio corredor tipo galería y transparencias al exterior.

HALL DE ENTRADA CON CORREDOR Y VISTAS EXTERIORES CON ZONAS LECTURA Y DURMIENTE





EMPRESAS   
SOCOVESA

**Algunos ejemplos de innovación de productos**



Fortalecimiento portafolio en el segmento medio alto: Ñuñoa, Santiago y San Miguel

# Edificio General Mackenna (Santiago Centro, Mapocho con Ruta 5), un ejemplo de Densificación Equilibrada



# Nuevos proyectos de altura media en ubicaciones peri centrales

Proyecto Plaza Urbana: Un producto complementario al portafolio del altura que tiene la compañía



SOCOVESA<sup>■</sup>



# Menos recintos, más espacio

Departamentos de 2 dormitorios en superficies sobre 100 mts<sup>2</sup> (Edificio DU Almagro)  
Además de cocina integrada a living y terrazas grandes



# Integración living – cocina

El atributo más valorado con el recinto menos usado



SOCOVESA<sup>®</sup>  
TODO ES DISEÑO

# Integración closet - baño

La reformulación del segundo recinto más valorado de una vivienda



SOCOVESA<sup>®</sup>  
TODO ES DISEÑO

# En los proyectos sub-urbanos hemos tenido que extremar las propuestas de valor diferenciadas

Proyecto NEO Chilena: Lo mejor de la casa Chilena con lo mejor de la casa Mediterránea.  
Una forma de diferenciar la propuesta de la amplia competencia en el segmento "Chilenas"



SOCOVESA<sup>®</sup>  
TODO ES DISEÑO

A man with a beard and brown hair, wearing a green polo shirt and a grey sweater, is sitting on a yellow sofa. He is smiling and looking at a silver tablet computer. A white USB cable is plugged into the back of the tablet and extends across the sofa to a wall outlet on the right. The wall outlet has a USB port on the left side. In the background, there is a framed abstract painting and a window with light coming through. The overall scene is a modern, comfortable living room.

# Los enchufes ahora tienen entrada USB

Ejemplo proyectos Artigas, Porto Alegre y Suárez Mújica de Almagro

almagro.



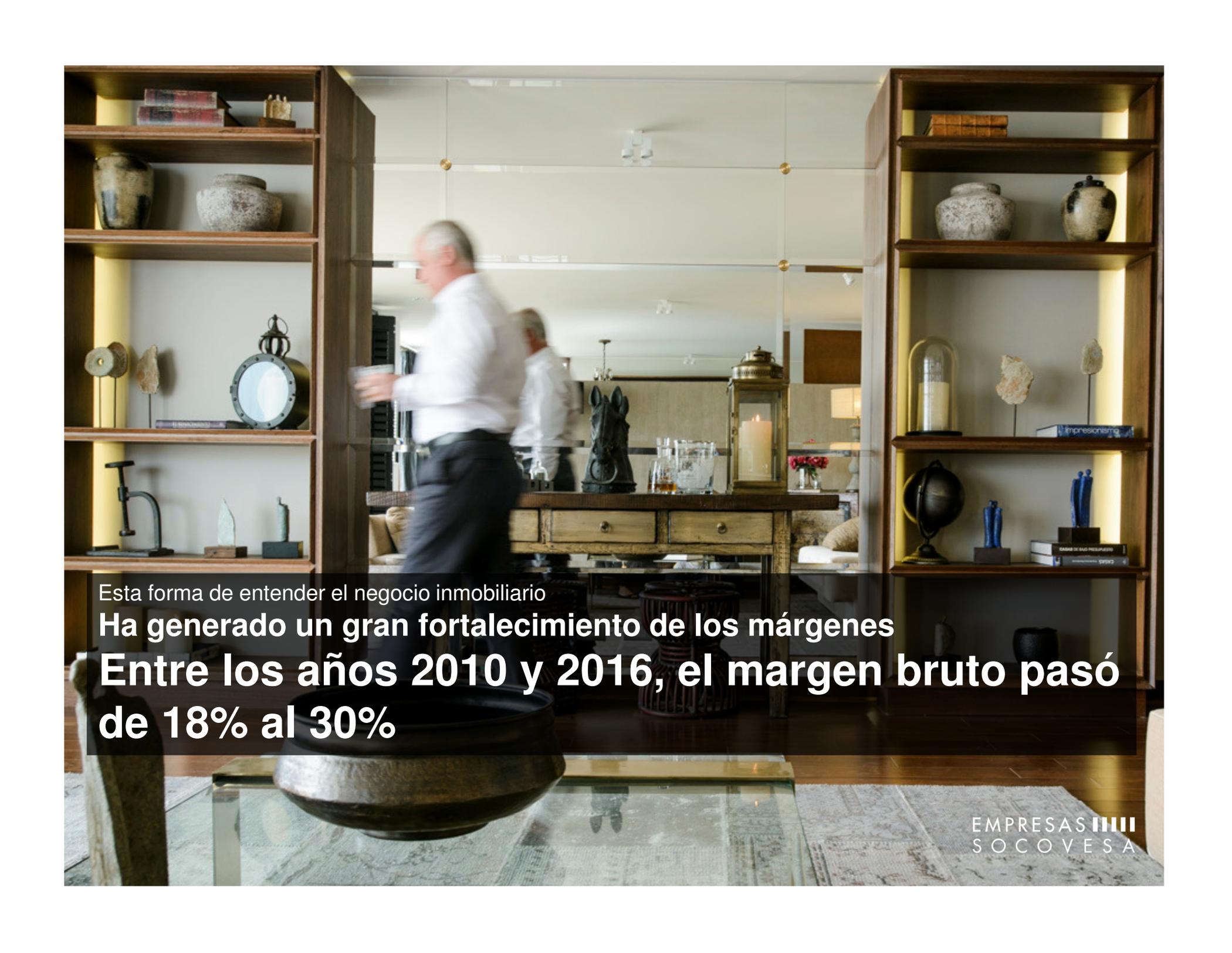
# Tres ideas para cerrar

A photograph of a modern living room. A woman with long hair, wearing a dark sleeveless top and jeans, is walking from left to right in the foreground, slightly out of focus. The room features large windows with dark horizontal blinds. To the left, there is a large potted plant with broad green leaves. In the center, a wooden chair with a black metal frame is positioned on a light-colored rug. A small table with a glass and a candle is next to it. The floor is made of light-colored wood. The overall atmosphere is bright and contemporary.

Esta forma de entender el negocio inmobiliario ha funcionado hasta ahora

**Crecimiento de utilidades de 2,7X entre 2013 y 2016**  
**Desde los 0,5MUF a los 1,34MUF**

EMPRESAS IIIII  
SOCOVESA



Esta forma de entender el negocio inmobiliario  
**Ha generado un gran fortalecimiento de los márgenes**  
**Entre los años 2010 y 2016, el margen bruto pasó**  
**de 18% al 30%**

# Constructora SOCOVESA, primera en Chile en operar con subsidio

★ 22 nuevos propietarios firmaron ayer sus escrituras de compra de viviendas en Villa Los Aromos, aplicando subsidios del año 1979.

★ Se anuncian viviendas disponibles en tercera etapa para entregar en enero próximo, también para quienes no tienen subsidio habitacional

Al igual que el año pasado, SOCOVESA fue la primera en Chile en lograr la venta de viviendas con aplicación de Subsidios Habitacionales. Una vez más, la empresa temuquense ha demostrado su excelente organización, que se tradujo en la firma, ayer, de 22 escrituras de compraventa en una notaría de nuestra ciudad, haciendo propietarios a igual número de familias.

Los compradores adquirieron casas de albañilería reforzada de 74 y 54 metros cuadrados en la Villa Los Aromos, hermoso conjunto habitacional ubicado en el sector de la Universidad de Chile. Las viviendas tienen todas sus instalaciones, incluido gas licuado.

Sus artefactos son de primera calidad, con la

mente 3.500 pesos, suma que incluye seguros tanto de incendio como de desgravamen

## VIENE LA TERCERA ETAPA

SOCOVESA anunció también la ampliación de su tercera etapa de viviendas en Los Aromos.

Recordemos que en mayo pasado se entregaron 18 casas a los subsidiados del primer llamado y ahora ha concretado otras 22 correspondiente al segundo. Es así

numerosos compradores que han adquirido sus casas, sin ser poseedores del subsidio habitacional.

El Banco Sudamericano; la Colocadora Nacional de Valores y el Banco Hipotecario de Fomento (BHIF), cuentan con préstamos a 12 años, con dividendos que fluctúan entre 4.500 y 5.500 pesos mensuales. Los interesados deben tener entre 150 y 200 unidades de Fomento de ahorro personal, lo que representan 120 mil y 160 mil pesos, respectivamente.



1965

Muchas compañías dicen que les importa el consumidor...

**La diferencia está en la capacidad de cambiar, adaptarse y en la gestión transformación cultural de la organización**

TAMBIEN SIN SUBSIDIO

Es preciso hacer notar que

operación.



EMPRESAS   
SOCOVESA

## Diseño centrado en el habitar

*Mauricio Varela Labbé; Gerente General Empresas Socovesa.*

Expo Real Estate Chile, Junio de 2017





Nuestra “ley de la gravedad”  
**Interpretando al consumidor de la forma más finamente posible**



EMPRESAS   
SOCOVESA



Nuestra “ley de la gravedad”  
**Interpretando al consumidor de la forma más finamente posible**



EMPRESAS   
SOCOVESA