



Cómo cambió Santiago y nuestra forma de habitar

Observación, estrategia y diseño en la industria inmobiliaria

*Preparado por Juan Pablo Martínez Gertner.
Gerente de Asuntos Corporativos y Marketing Empresas Socovesa
Mesa Redonda de Marketing, Septiembre de 2013.*

EMPRESAS 
SOCOVESA

AGENDA

1. Observación fotográfica: ¿Cómo cambió Santiago y nuestra forma de habitar?
2. Implicancias para la estrategia de negocio y diseño de productos inmobiliarios

Observación

¿Por qué es importante que una compañía inmobiliaria desarrolle su capacidad de observación?

Prácticamente no existe la innovación disruptiva en la industria inmobiliaria
La agregación de valor ocurre en el margen y requiere de un profundo entendimiento de la ciudad y de los cambios en la forma de habitar las viviendas.

Una máxima del negocio inmobiliario

No hay un secreto que valga 1 millón de USD,
hay 1 millón de secretos de 1USD cada uno.

¿Cómo fortalecemos nuestro músculo observador?



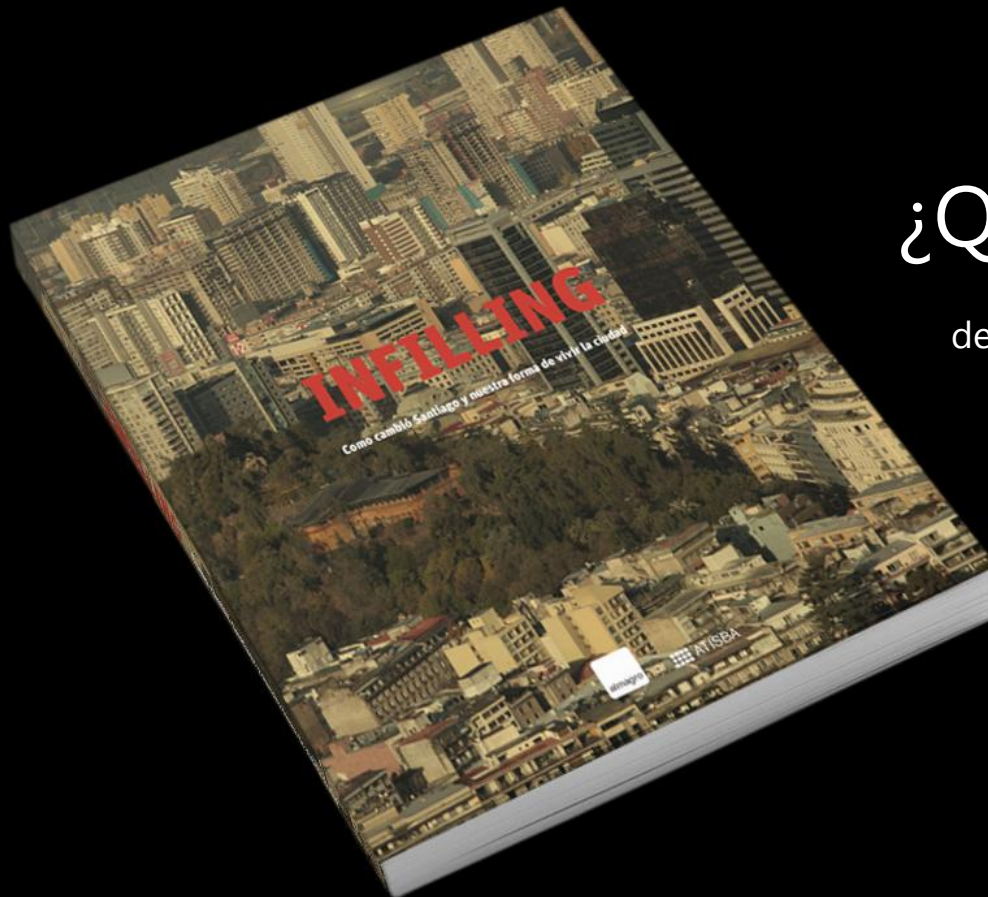
A nivel micro: Programa InSitu

Todos los altos ejecutivos de la compañía deben hacer, al menos, 2 visitas al año a nuestros proyectos y realizar observación con orientación etnográfica.



Libro INFILLING: Desarrollado por Empresas Socovesa & Atisba

A nivel macro: Un trabajo de observación y constatación de los cambios económicos, urbanos y sociológicos que ha sufrido Santiago, a través de la fotografía.



¿Qué es el Infilling?

La principal tendencia que afecta el desarrollo de Santiago y nuestro negocio

El modelo alternativo de los 90's

Crecimiento de Santiago como **mancha de aceite o expansión**

¿CÓMO ES EL MODELO DE CRECIMIENTO POR EXPANSIÓN?

- (1) Santiago crece hacia afuera llegando a Til Til, Buin, Melipilla y Casablanca
- (2) El 90% de las familias prefiere las casas
- (3) El auto y las autopistas urbanas consolidan la expansión



EL SUEÑO CHILENO DE **"LA CASA PROPIA"** QUE SE CUMPLIÓ A MEDIAS

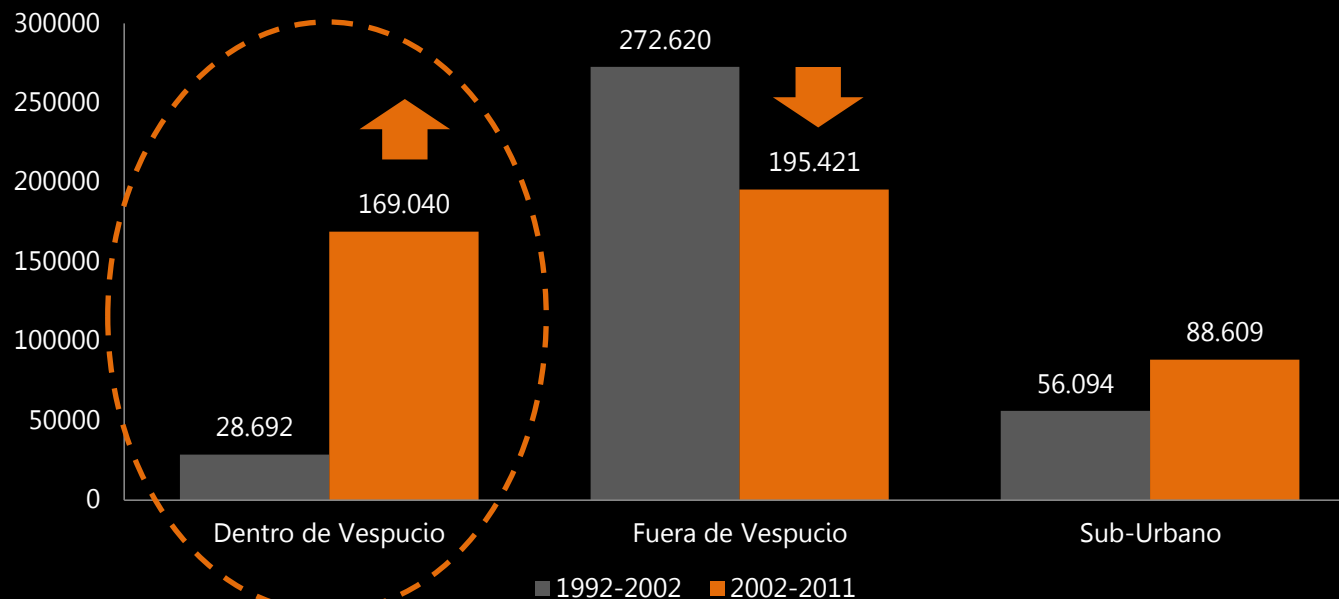
Casas sub-urbanas, en grandes terrenos ("mi patio propio") y con gran emoción de tranquilidad

Cambio de tendencia

De la expansión a la densificación: Infilling

En 10 años, se multiplica casi 6X la cantidad de gente que busca el centro de la ciudad

CRECIMIENTO DE VIVIENDAS POR ANILLOS

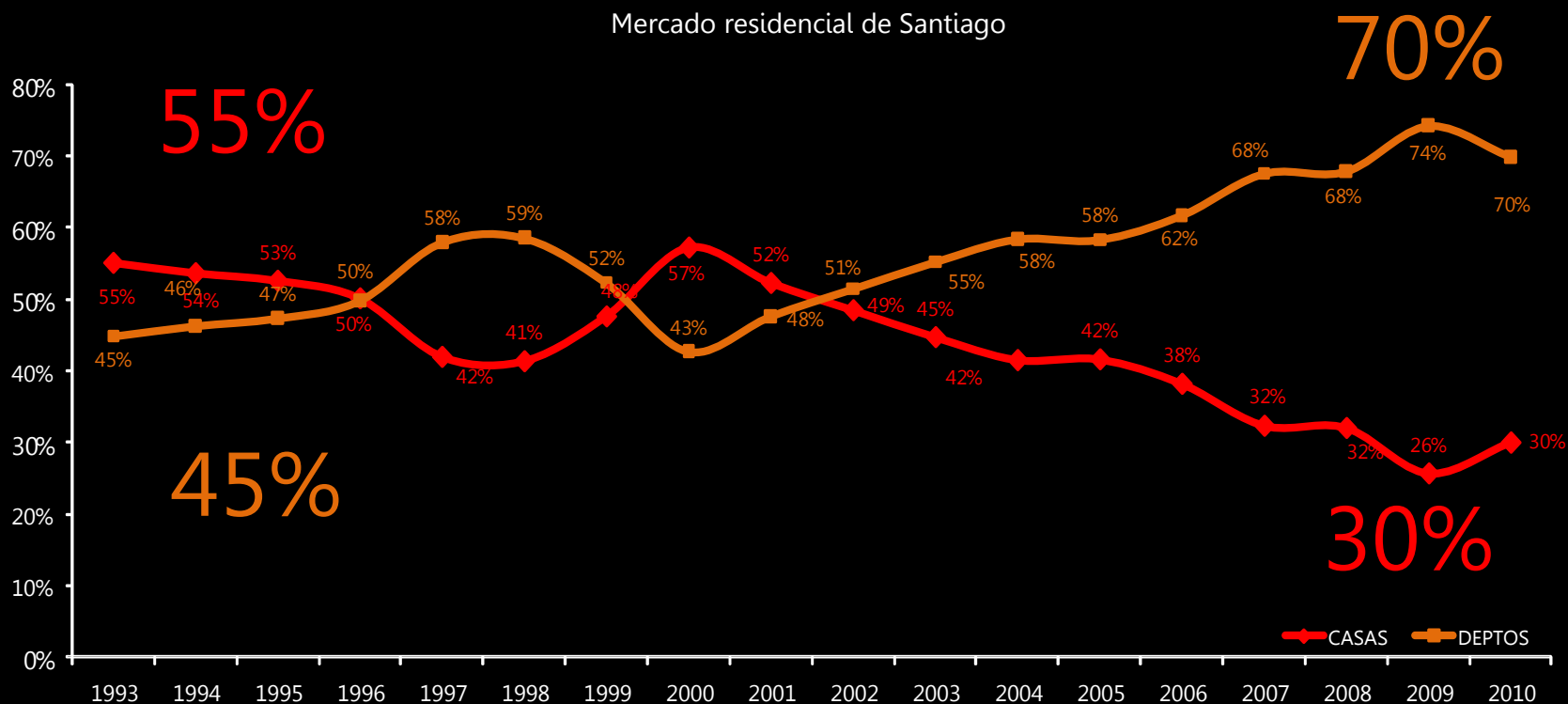


Fuente: Atisba, a partir de datos del INE.

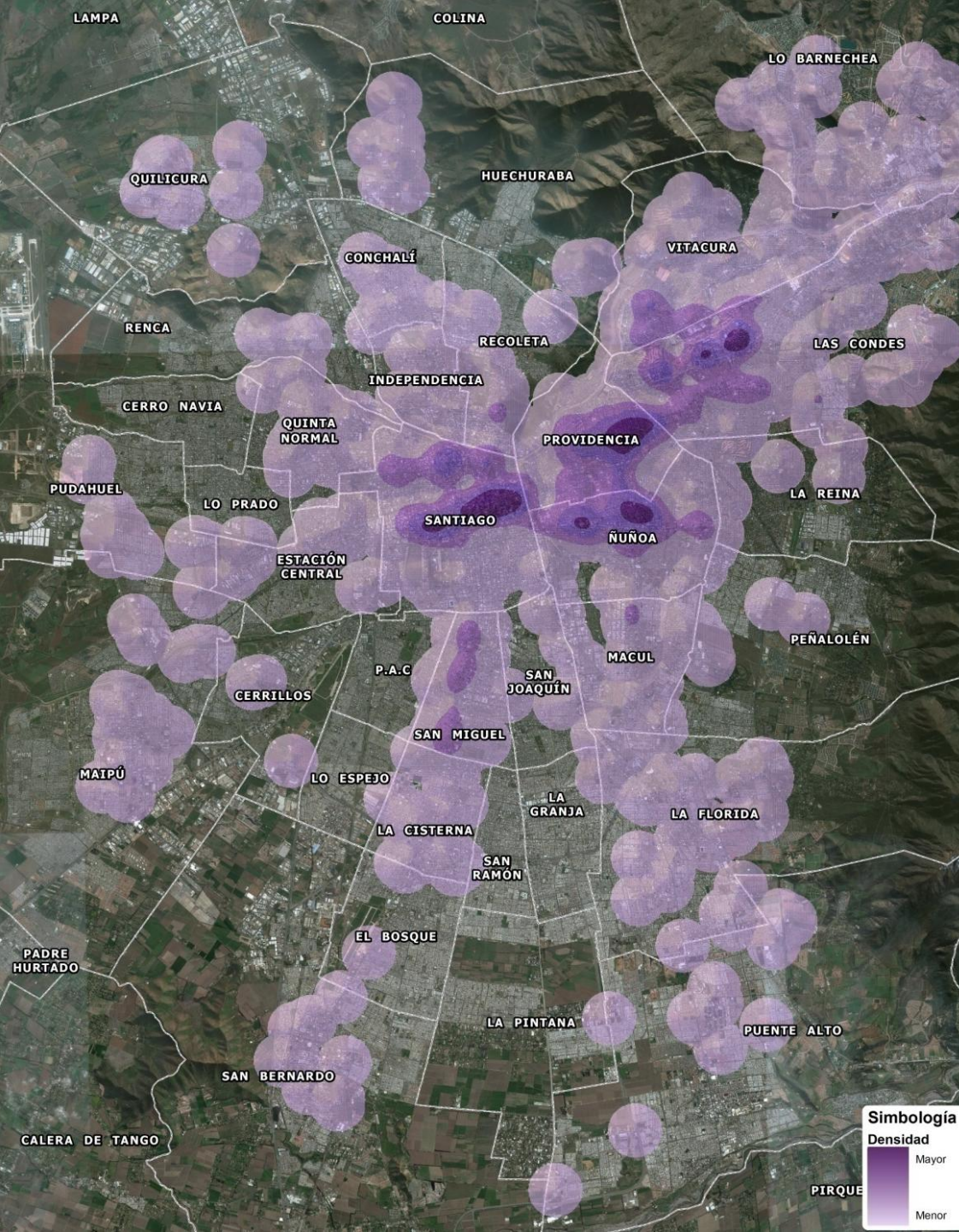
Cambio de tendencia

Hoy la gente prefiere vivir en un departamento

EVOLUCIÓN DE VENTA DE CASAS vs DEPARTAMENTOS
Mercado residencial de Santiago



Fuente: Atisba, a partir de datos CCHC y Real Data.

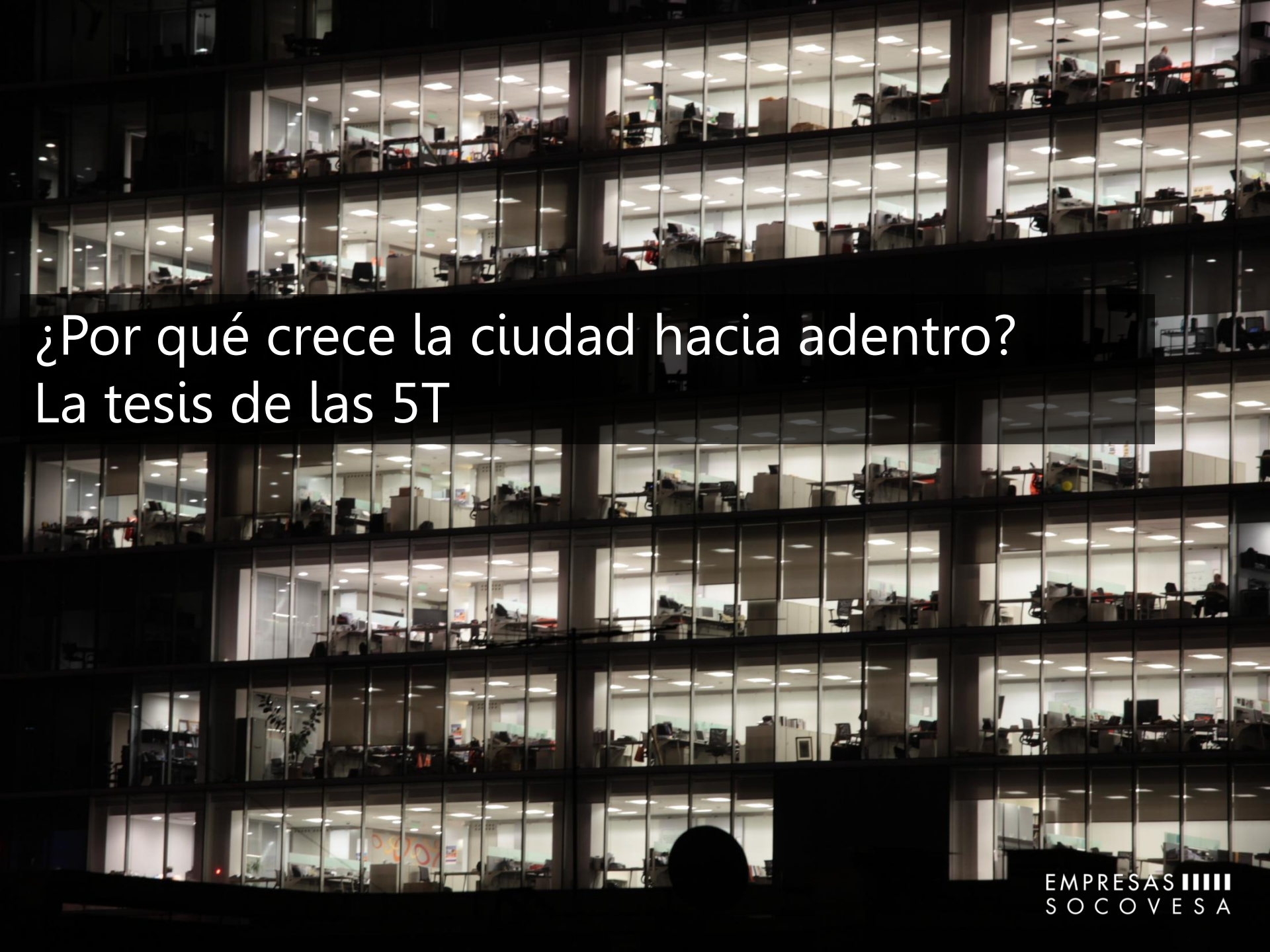


La densificación de nuevos departamentos se concentra en 4 comunas

Santiago
Providencia
Ñuñoa
Las Condes

Fuente: Adimark GfK.

EMPRESAS SOCOVESA



¿Por qué crece la ciudad hacia adentro?
La tesis de las 5T

(T1) Transición Demográfica

Hoy los hogares son más pequeños (menor tasa de natalidad), además de aparecer los segmentos: jóvenes universitarios, separados y las parejas nido vacío.



(T2) Tiempos de viaje: Alta congestión y compactación temporal de la ciudad

Tenemos solo 1/3 del problema que se vive en DF o Sao Paulo, pero cada vez nos demoramos más en llegar a destino.



Foto: Costanera Norte en horario punta

EMPRESAS 
SOCOVESA

(T3) Transacción

Experimentamos un cambio en los precios relativos, en función de la ubicación.
Antes, por UF1.000 no se podía vivir en el centro de la ciudad.

SUBSIDIO
DS 01

DPTOS
desde
UF650

A pasos de
futura estación
Metro
Hospitales

Tel: 59
su.independencia



EMPRESAS
SOCOVESA

(T4) Terrenos

Hay escasez de suelo urbanizable, especialmente en barrio alto, lo que obviamente favorece el desarrollo en altura (departamentos).



Foto: Vitacura entre Monseñor Escriba de Balaguer y Kennedy, altura 8000.

EMPRESAS 
SOCOVESA

(T5) Temor

Emoción de inseguridad ciudadana (problema N°1, sobre educación y salud - CEP 2012) y los departamentos como respuesta a la vulnerabilidad de las casas.



Producto del INFILLING,
¿Cómo cambió nuestra forma de vivir la ciudad y
la forma de habitar las viviendas?



Hoy vivimos en altura

Salimos de la periferia de Santiago

El día empieza más temprano y termina más tarde.
Cada vez es más importante "vivir cerca" (ubicación).
El 45% de la gente sigue movilizándose en transporte público



Nos movemos en el "nuevo" Metro

Apretado, seguro, siempre a tiempo y heterogéneo.

"Ojalá vivir cerca del metro"



EMPRESAS 
SOCOVESA

Altos costos de transporte + Tiempo escaso = Stripcenters

El retail redujo y dispersó sus formatos para que tengamos la mayor oferta posible a un máximo de cuatro o cinco cuadras de distancia



La cocina dejó de ser funcional

No solo se cocina. Es un lugar de encuentro y sociabilidad familiar.



Los espacios se redujeron y se hicieron híbridos
Esto implica grandes desafíos para el diseño: ¿Cómo es el living del futuro?,
¿más parecido a una salita de estar?



Espacios reducidos=problemas para guardar y ordenar
Crece la importancia de closets



A falta de jardín propio, salimos al espacio público
Los parques se convirtieron en "mi patio grande".



Los parques no sólo son verdes



Cambiamos la libertad indoor de las casas
por la libertad outdoor que nos da la ciudad.

Cuando alguien compra un departamento, también está comprando
un pedazo de ciudad.



Síntesis: Principales consecuencias del Infilling

- 1.- La gente prefiere vivir en departamentos cerca del centro
- 2.- Buscamos disminuir los tiempos de traslado: vivir bien conectado
- 3.- En general las viviendas se están achicando
- 4.- Cambios en el habitar: Livings pequeños y cocinas/sociabilidad



The background of the entire image is a photograph of a building at night. Several windows are illuminated from within, showing different interior spaces. The top window shows a living room with a fireplace and framed pictures. The middle row has three windows: the left one shows a small room with a light, the middle one shows a person in a white lab coat, and the right one shows a large empty room. The bottom row also has three windows: the left one shows a living area with a lamp, the middle one shows a room with a patterned curtain, and the right one shows a person in a white lab coat. The text is overlaid on the right side of the image.

Decisiones Estratégicas

a partir del INFILLING

Observación y consecuencias macro



El 2007 Socovesa compra la compañía Almagro

Almagro es el desarrollador de edificios líder en el segmento ABC1





Departamentos de 1 a 3 dormitorios, pensados en personas hiperconectadas, ubicados cerca de todo lo que necesitas. Inmobiliaria Pilares es tu punto de partida.



NUESTROS EDIFICIOS

Creamos una nueva propuesta de valor y marca

Departamentos urbanos, de clase media, más bien pequeños, bien ubicados, seguros, idealmente vecinos al metro. Todavía es un negocio pequeño pero que crece a doble dígito.

PROYECTO DESTACADO

CONDominio OCTAVA
AVENIDA
SAN MIGUEL

DESDE
UF 1549

 2 A 3 DORMITORIOS

 43 a 68 M² totales

OPORTUNIDADES

BLOG

CÓMO COMPRAR

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

Proyecto Chamisero - Klotz: Arquitectura de vanguardia, arquitecto reconocido y revestimientos que rompen con homogeneidad de un condominio (fin al look "Truman Show")



Observación y consecuencias micro



La cocina como espacio de sociabilidad

Cocinas con isla, más cuadradas, con comedor de diario y espacio diseñado para la TV



Closets más grandes

Espacios especialmente diseñados para maximizar: Colgar y guardar



Una reflexión final





Research + Desarrollo

El futuro de la gente de Marketing no está en las comunicaciones, sino en el diseño de productos. Ahí está la real agregación de valor.



Cómo cambió Santiago y nuestra forma de habitar

Observación, estrategia y diseño en la industria inmobiliaria

*Preparado por Juan Pablo Martínez Gertner.
Gerente de Asuntos Corporativos y Marketing Empresas Socovesa
Mesa Redonda de Marketing, Septiembre de 2013.*

EMPRESAS 
SOCOVESA