

## TENDENCIAS

**USOS MIXTOS INMERSIVOS**, LA TENDENCIA QUE BUSCA REVOLUCIONAR LAS CIUDADES.



## ARQUITECTURA

**SIX SENSES** LLEGA AL CORAZÓN CULTURAL DE JAPÓN CON UNA PROPUESTA DE HOSPITALIDAD DE LUJO.



# INMOBILIARIO

I N V E R S I Ó N Y D E S

EDITORIA: CLAUDIA OLGUÍN

**Con nuevas estrategias,** empresas desarrolladoras incorporan tecnología y estándares.

El mercado de vivienda en las principales ciudades del país experimenta ajustes ante el cambio de hábitos de los consumidores, que se suma a un 2024 de recuperación en la industria.

El escenario representa cambios profundos basados en la inclusión de tecnología, sustentabilidad y propuestas alineadas con la demanda de nuevas generaciones.

Son tendencias heredadas o aceleradas por la pandemia.

Mauricio Suárez, presidente de la desarrolladora *Ficade* considera que el conocimiento del cliente y su satisfacción, aunado al uso eficiente de canales digitales y tecnología son fundamentales para favorecer el desplazamiento de los desarrollos. “La pandemia dejó un aprendizaje importante en innovación y en tecnología acelerados. En dos años, con factores como la inflación, avanzamos 10, y observamos a consumidores que privilegian proyectos integrales donde existe un entorno de servicios compartidos en unidades de menor tamaño, pero bien ubicadas”, asegura.

En este sentido, Tomás Cartagena, *Founder* y *CEO* de *Best Place to Live (BPTL)* dice que “conocer más al consumidor de generaciones millennial y centennial a través de un estándar de calidad es clave para los nuevos desarrollos en los próximos años”.

Cartagena que lidera la *proptech* chilena con una certificación basada en la evaluación de distintas etapas de la operación de una desarrolladora por parte del consumidor, considera que la validación del cliente es clave, en especial si se considera que una de cada dos de las personas que compran vivienda en América Latina no se sienten preparada.



ARTHA CAPITAL

## VIVIENDA AJUSTA OFERTA ANTE NUEVOS COMPRADORES

**LA PANDEMIA** aceleró tendencias marcadas por los nuevos consumidores.



**MERCADO, COMPRADORES, HÁBITOS**

En más de 14 años, *BPTL* ha certificado 49 empresas de Chile, Perú, Colombia y México, proceso de valuación que permite a los desarrolladores mejorar el desplazamiento de las unidades y el rendimiento de los proyectos, además de preparar a los compradores y arrendatarios de vivienda.

“La información que se obtiene con este tipo de certificación permite mejorar de manera permanente los procesos, el diseño, el uso de materiales y otros aspectos”, dice Enrique

Sánchez, subdirector comercial de *Grupo SADASI*, la primera empresa certificada con este sello en México.

Sánchez indica que la experiencia de los clientes es importante de principio a fin porque refleja qué tan bien se hizo el proyecto, así como determinar las necesidades específicas de los clientes.

Esta percepción y tendencias se suman al avance que experimenta el negocio de la vivienda en los principales mercados del país.

Jesús Ramón Orozco de la Fuente, director general de *Tinsa* en México prevé que “se espera un año de recuperación en la vivienda nueva, considerando que se moderen las tasas de interés y no haya interrupción en la emisión de licencias de construcción y uso de suelo”.

En la Ciudad de México, las ventas han representado una recuperación positiva y registraron un incremento de mil 690 unidades vendidas en 2023, al cerrar en un total de 13 mil 170 unidades.

Así, estimaciones de la firma indican que este año, excluyendo los distintos productos de instituciones como *Infonavit*, las ventas de los mercados de vivienda de Ciudad de México (CDMX), Guadalajara y Monterrey crecerán 3.7, 4 y 5 por ciento, respectivamente.