

# Inmobiliarias impulsan estrategias para captar la nueva demanda "millennial"

Las empresas han tenido que adecuar sus ofertas ante las nuevas exigencias, intentando contrarrestar la preferencia por arrendar.

Por **Tomás Vergara P.**

Los millennials ya tomaron posición en el negocio inmobiliario. Las constructoras han comenzado a adaptar su oferta para intentar captar estos compradores, que tienen entre 18 y 35 años, y ya representan parte importante del interés por nuevas unidades.



Un estudio de Colliers International detectó algunas de las características que tienen estos "nuevos" compradores, los que en promedio pasan dos años en un inmueble antes de emigrar hacia otro, cambiando diametralmente el paradigma visto años atrás, en el que los chilenos buscaban una casa para toda la vida.

El estudio explica que los diseños y la arquitectura de los proyectos han ido adaptándose a estas necesidades, en las que, más que el espacio, se privilegia la conectividad y el equipamiento interior, en desmedro del exterior, prescindiendo en ocasiones de piscinas o salas de cine, que en algún momento causaron furor.

Unidades con más metros de superficie tampoco son las más demandadas, por lo que la oferta es en promedio, cercana a los 40 m<sup>2</sup>.

Ante este cambio, en las inmobiliarias han generado nuevas estrategias. Para eso, primero dividieron a los millennials en dos grupos, uno es el que va de los 18 a los 25 años, que por un tema de recursos opta por el arriendo; mientras que los restantes, comienzan a pensar en la compra. En la industria apuntan a que 30% del interés por nuevas viviendas viene desde estas personas.

Por ejemplo, una de las estrategias que se ha creado es la impulsada por Inmobiliaria Siena, que ofrece en algunos de sus proyectos el arriendo de viviendas, con una opción de compra a los 24 meses, período en que alcanzan a pagar el pie de la transacción.

"En el actual escenario con mayores restricciones en los créditos hipotecarios por parte de la banca, las personas pueden elegir esta opción con el objetivo de no postergar el sueño de la casa propia", sostiene Ana María del Río, gerente comercial de la empresa.

Así también han surgido con fuerza departamentos que son construidos para dos personas, conocidos como "estilo mariposa", que cuentan con dos dormitorios y baños de semejantes dimensiones, pero con living y cocina compartida. "La idea es que cada habitante tenga las mismas condiciones de calidad de vida y compartan los gastos", dice Emmanuel Román, gerente de proyecto de Inmobiliaria Brottec-Icafal.

Cómo profundizar estas estrategias ocupa parte del tiempo de las inmobiliarias. Socovesa, por ejemplo, incluso está estudiando profundizar el modelo y ha visto experiencias en Europa, donde se construyen edificios de departamentos en los que sólo los dormitorios son privados, y el resto de los espacios sociales son compartidos con los vecinos.

Francisca León, gerente de Research de esa firma, dice que "en Chile no hay cultura de vida flexible, y las inmobiliarias estamos impulsando que la gente viva de esta forma, con espacios multifuncionales, que se convertirá en una tendencia más fuerte en la forma de habitar".

En Paz Corp explican que ellos han tenido que innovar para satisfacer esta demanda, dando mayor importancia a espacios comunes, equipamiento y comodidades, comenta la gerente comercial, Claudia Zapata.

