

2024-01-03

Las tendencias que rigen 5 ramas inmobiliarias

Autor: Diana Zavala

Género: Nota Informativa

<https://obras.expansion.mx/inmobiliario/2024/01/03/tendencias-principales-ramas-inmobiliarias-mexico>

*Este texto se publicó originalmente en la edición de mayo 2023 de Expansión Inmobiliario.

En el momento más álgido de la pandemia, se pensó que muchos de los cambios que se realizaron en ese momento serían permanentes. Se creyó, por ejemplo, que desaparecerían las tiendas físicas por el impulso al e-commerce, o que el uso del cubrebocas se adoptaría de forma fija.

A tras tres años del primer contagio de covid-19 en México, algunas tendencias no fueron más allá del momento, pero en el sector inmobiliario hubo cambios que seguirán a largo plazo. Aunque hay variaciones en cada rama, los especialistas afirman que existen tres claves para las que no hay vuelta atrás: la sustentabilidad, la tecnología y la flexibilidad.

En el primer caso, grandes empresas que participan en la cadena de valor inmobiliaria han creado productos menos contaminantes. La Cámara Nacional del Cemento (Canacem) lanzó su hoja de ruta hacia 2030 en la que la industria se compromete a reducir 17% sus emisiones de CO2.

Negocios de iluminación, ventilación y maquinaria también han hecho propuestas más "verdes", lo que facilita a los desarrolladores la labor de contaminar menos. De acuerdo con la empresa de servicios inmobiliarios JLL (Jones Lang Lasalle), construir de forma sustentable aumenta los costos solo 5%.

En el caso de la tecnología, su uso en la vida cotidiana ya era una realidad, pero en la pandemia se incrementó. La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares indica que 75.6% de la población mexicana era usuaria de internet en 2022, tres años antes, la cifra era de 69.6%.

El covid-19 también obligó a flexibilizar los espacios, desde hospitales que tuvieron que ampliar sus módulos de enfermedades respiratorias para atender los contagios, hasta viviendas que fueron oficinas para el teletrabajo y salones para clases a distancia.

Naves industriales

La creación de naves industriales se ha vuelto una constante en los últimos años. Durante el confinamiento, el e-commerce se convirtió en una de las alternativas de consumo más fuertes y las empresas decidieron invertir en centros de distribución para reducir tiempos y costos de traslado a las zonas metropolitanas. Amazon fue una de las compañías que hizo esta apuesta y abrió cuatro nuevas locaciones.

"Las ventas en línea son algo que debemos seguir monitoreando de cerca hacia el futuro porque solamente seguirán creciendo, eso es definitivo. La digitalización del comercio se continuará ampliando", dice Sergio Mireles, director general de la consultora Datoz.

Por su parte, el nearshoring llegó a aumentar la demanda de estos espacios, pero a mayor escala, primero en el norte del país y luego en el centro y bajío. Para satisfacer al mercado, las desarrolladoras han optado por la construcción de más espacios especulativos que dan pie a que cualquier empresa pueda ocuparlos. Cifras de Datoz indican que durante el último trimestre de 2022 se comenzó la construcción de 1.83 millones de metros cuadrados en el noreste del país, de los cuales, 67% eran edificios especulativos y 33% built-to-suit (BTS).

Las empresas que se instalaron, en su mayoría extranjeras y con una especial participación de las de origen asiático, cambiaron la manera en la que se construyen estos espacios, ya que las compañías requieren cumplir con normativas en materia de sustentabilidad.

René Morlet, project manager de JLL, explica que esto ha causado mayor interés en cumplir con certificaciones en estos inmuebles, intentando alcanzar cada vez niveles más altos. Es el caso de Johnson Electric y Autoliv, que se instalaron en distintos estados del país, pero ambas con requerimientos medioambientales muy altos, por lo que usaron materiales especiales y sistemas de instalación.

Para intentar obtener una rebanada más grande de pastel, la nueva tendencia es que Fibras (Fideicomisos de Bienes Raíces), desarrolladoras y fondos de inversión adquieran terrenos para construir, principalmente en mercados como Tijuana, Monterrey, Mexicali, Reynosa y Saltillo, abunda Mireles.

Oficinas

Uno de los sectores más afectados por la pandemia y que aún no se recupera es el corporativo, principalmente en la capital del país.

En 2021, las oficinas vacías en Ciudad de México y Monterrey eran tantas que alcanzaban para atender la demanda de alquiler de las empresas por los siguientes siete años, de acuerdo con Datoz.

En CDMX, 24.5% del inventario total estaba disponible. En 2023, la cifra bajó a 22.37%, sin embargo, el mercado no se ha mantenido estático. Ha habido un juego de ocupación y desocupación de espacios, ya que mientras algunos lugares son alquilados, otros se inauguran, lo que además ha traído una reconfiguración del sector.

Los proyectos que durante la pandemia estuvieron detenidos eran, en su mayoría, clase A, la más moderna, sustentable y dotada de tecnología, y fueron terminados de construir entre 2022 y 2023. Para acelerar la ocupación los precios bajaron, "para aprovechar la coyuntura hubo movimiento y se aprovechó la calidad disponible, por lo que saltó de la clase B a la clase A y espacios clase plus que tienen mejores amenidades y ubicaciones", enfatiza Mireles.

No obstante, que sean edificios más novedosos no ha sido suficiente, "deben hacer a las oficinas lo más atractivas posible para que las personas vuelvan a su espacio de trabajo. Tienen que ofrecer cosas que el usuario no puede encontrar mientras hace home office", dice Mauricio Rubio, project manager associate director de JLL.

Estaciones de trabajo fijas pasaron a no estar asignadas para quitar esa rigidez y monotonía en la distribución de las personas, así como para las empresas que usan formato híbrido como modo de trabajo, ya que las personas que trabajan desde casa no dejan sitios vacíos. En consecuencia, se reducen este tipo de espacios, pero se amplían los de convivencia, "fomentar la socialización y colaboración de las personas es fundamental para generar las ganas de regresar", agrega el experto.

En el mismo sentido se encuentra el uso de la tecnología. Ahora, es fundamental que los edificios cuenten, mínimo, con una conexión de internet de alta velocidad y sin interrupciones para facilitar la conectividad con personas que no colaboren en el mismo espacio y utilizar nuevas herramientas de gestión introducidas durante el confinamiento.

Para las empresas se ha vuelto tan fundamental que están haciendo los cambios con las operaciones activas. HSBC, en Reforma, quiso remodelar varios pisos de su inmueble para mejorar la tecnología utilizada y apostar por la creación de experiencias, cuenta JLL.

Sin embargo, las estrategias no han sido suficientes para subsanar la desocupación del mercado de Ciudad de

México, por lo que empresas dueñas de edificios han optado por alternativas como la reconversión a departamentos y hospitales, además de detener los proyectos hasta ver mayor estabilización, añade Sergio Mireles.

Centro comercial

El e-commerce creció de forma exponencial en la pandemia. En México alcanzó 316,000 millones de pesos en 2020, un 81% más que al año anterior, según la Asociación Mexicana de Ventas Online (AMVO). Se pronosticaba entonces que los centros comerciales cambiarían de formato y se convertirían solo en pequeños locales y showrooms, pero los puntos de venta físicos siguen vigentes y las plazas han mejorado su ocupación.

"La venta presencial da al consumidor la posibilidad de tocar y examinar en persona los productos, algo que todavía no es posible con la tecnología, por lo que le queda bastante tiempo a este tipo de comercio", dice Mireles.

Esto no quiere decir que no hubo cambios en los espacios comerciales, ya que el especialista detalla que la gran apuesta por la pandemia es integrarlos a desarrollos de usos mixtos en donde se ofrezca más que locales comerciales, o utilizar como ancla lugares de entretenimiento, esto para que se conviertan en sitios que se puedan visitar con una intención más allá de la compra.

"Las plazas donde una tienda era el ancla no prosperaron como las que contaban con áreas de entretenimiento, si bien fueron las últimas zonas en abrir, en cuanto estuvieron disponibles, las estadías se prolongaron", indica Jorge Gamboa, director de Desarrollo de Negocios de Fibra Danhos. Implementar este tipo de lugares hizo que la estadía de los autos en el estacionamiento fuera de una hora a dos y media, en promedio.

Para crear este tipo de centros comerciales se requiere más espacio, por lo que las compañías van a hacer proyectos más grandes. En el caso de Fibra Danhos, Parque Tepeyac se convirtió en su gran jugada. Con 44,000 metros cuadrados (sin contar el área de entretenimiento), se inauguró en noviembre de 2022. Se encuentra en la alcaldía Gustavo A. Madero y una de sus principales anclas ha sido el anuncio de que contará con uno de los acuarios más grandes de Latinoamérica.

Espacio Condesa de Fibra Plus también ha llamado la atención por sus dimensiones, así como por su arquitectura. Tendrá 25,000 metros cuadrados y estará inmerso en un proyecto de oficinas y vivienda diseñado por SOM, despacho que creó el Burj Khalifa en Dubai.

A la lista se suma Mítikah, con 90,000 metros cuadrados de área bruta rentable. Fue inaugurado en 2022 y, a pesar de las polémicas respecto a su impacto en el medioambiente, al cierre del año pasado reportó una ocupación de 95%.

Hospitales

Clínicas y grandes hospitales demostraron su eficiencia y áreas de oportunidad durante la pandemia, y la mayoría tuvo que transformarse para atender a las personas contagiadas. De este periodo quedó la lección de tener infraestructura lista para los cambios sin previo aviso, la cual intentan implementar los desarrolladores.

"Lo que se busca ahora es que los hospitales puedan tener esa flexibilidad de atender no solo a las áreas para las que fueron diseñados, sino que en caso de una crisis, puedan tener atención de otro tipo de padecimientos. En ese espacio se debe recibir a población flotante, además de personal de salud", dice Javier Gutiérrez, director de Proyectos de Desarrollo de JLL. La manera de lograrlo es a través del diseño, con el uso de materiales ligeros, en las áreas que se permita, y más equipamiento tecnológico, así como energético.

También se ha apostado más por los espacios abiertos en los hospitales, así como priorizar la ventilación natural para aminorar contagios en enfermedades respiratorias.

Otra tendencia que continúa y que surgió antes de la pandemia es dotar a los hospitales de experiencias que vayan más allá de la salud y brinden también bienestar y comodidad.

"Se le quiere evitar al paciente una carga extra de estrés. Tener un problema de salud ya es de por sí complicado, por lo que ya se construye tratando de crear atmósferas un poco más cálidas, cercanas a sentirse en casa", dice el experto.

En los destinos de turismo médico del país, esta idea se va a un nivel mayor y se busca que los aeropuertos sean cercanos a una experiencia de hotel. Esto comienza por la implementación de materiales como la madera y piedra, el aumento de habitaciones privadas y salas de espera más amplias.

Los cambios en el sector médico que llegaron para permanecer van más allá de la estructura de los hospitales, el mercado también cambia en el tipo de proyectos que se realizan. "La falta de cobertura de medicina pública ha llevado a las inversiones a la construcción de clínicas o pequeños hospitales de atención privada a los que se puede acceder a precios razonables", dice Javier Gutiérrez.

Vivienda

La tecnología ha llegado con la intención de actualizar a uno de los mercados más rezagados en este aspecto, y lo ha hecho con éxito. Las llamadas proptechs, start-ups enfocadas en las bienes raíces crecieron 63% a partir del inicio de la pandemia en Latinoamérica hasta mediados de 2022, con base en datos de la consultora Latitud.

La clave de su éxito es que apuntan a un mercado joven que ya cuenta con experiencia en el uso de plataformas digitales, y facilitando procesos complejos como la renta y compra de vivienda. Pero las herramientas digitales no operarán solas, ya que el talento humano seguirá siendo indispensable, resalta Sergio Felgueres, director general de RE/MAX y socio de CITI (Clúster de Innovación y Transformación Inmobiliaria).

"Las plataformas ayudan a hacer el trabajo más eficiente y de mejor calidad, pero para tomar una decisión tan importante como comprar una casa se necesita la parte humana, y contiene un factor emocional muy fuerte", indica.

Una de las herramientas más usadas es la CRM para dar seguimiento a los clientes, así como Inteligencia Artificial que une a los prospectos de comprador de vivienda con los agentes inmobiliarios.

La pandemia también potenció la compra y venta de inmuebles como inversión. Aunque es uno de los instrumentos más sólidos, se convirtió en uno de los vehículos preferidos ante mercados volátiles e incertidumbre económica.

En una encuesta realizada por La Haus, empresa de venta de vivienda, de las personas que buscaban adquirir una vivienda en 2022, 54.55% lo hacían por inversión.