

CINCO TENDENCIAS 2020 EN LA COMPRA DE VIVIENDA

Se estima que los *millennials* serán los principales compradores de vivienda en la CDMX; buscarán en su *smartphone* desde el inmueble hasta el crédito

Redacción, con información de Hausy
cortesía de Hausy

Con el incremento de la generación *millennial* como público comprador de vivienda, la tecnología tomará un lugar totalmente relevante en el proceso de adquisición de propiedades.

Se visualiza una nueva etapa de gentrificación en diferentes colonias de la Ciudad de México, como Doctores, Tacuba y Guerrero, por citar algunas.

Pese a que 2019 fue uno de los años más complicados para la industria de la construcción en México, el 2020 inicia con una perspectiva prometedora en cuestión de compraventa de vivienda.

La disminución en las tasas de interés anticipa una buena oportunidad para la compra a través de créditos hipotecarios de tasa fija, por lo que no se espera un año de estancamiento en el sector.

Junto al panorama positivo de créditos, el comprador inmobiliario también modificará algunos comportamientos en su proceso de adquisición, el cual se ha transformado en años recientes y se acentuará rumbo al inicio de la nueva década.

“La inercia que mantuvo el proceso de compra durante muchos años –con pocas opciones distintas para el comprador– vive una de sus mayores transformaciones desde que llegaron los portales inmobiliarios. Debemos tener claro que llega un público que piensa distinto y que habita de muchas formas que las generaciones pasadas ni siquiera teníamos en mente”, explica Javier Romero, CEO de Hausy, *startup* inmobiliaria.

En este contexto, es posible anticipar las siguientes tendencias en la forma de comprar vivienda:

1 Más *millennials*

Los nacidos entre 1982 y 1994 podrían superar por primera vez el 50 por ciento de las compras de vivienda en el país –el año pasado se quedaron ligeramente por debajo de la mitad de los compradores–, por lo que sería justo decir que dominarán la adquisición de casas en México.

Esta es la señal más clara de que aquellos que se dedican a la venta inmobiliaria deben estudiar los comportamientos de compra de esta generación.

“Los *millennials* tratan de usar el teléfono para realizar la mayor parte del proceso de compra, desde la búsqueda de casa hasta la solicitud para un crédito inmobiliario; se interesan por viviendas más pequeñas, pero con mejor ubicación; viven en familias, con *roomies* o con mascotas, y no tienen inconveniente en ocupar casas o departamentos por temporadas sumamente cortas en comparación con otros grupos generacionales”, advierte Romero.

2 La tecnología orientará la compra

Los *millennials* cambiaron la industria turística cuando lo necesitaron mediante aplicaciones como Airbnb y servicios como Despegar.com, así como el transporte y la logística con Uber y DiDi.

Ahora es el turno de la industria inmobiliaria, y para ello ya están más que preparadas las *proptech* (empresas emergentes dentro del ramo inmobiliario), las cuales verán un rápido crecimiento de acuerdo con las necesidades de esta generación.



EFINNO, SAPI de CV (EFINNO), se encuentra actuando bajo el concepto del derecho de autor de "Libre Utilización de Obras", con fundamento en el artículo 148 de la Ley Federal del Derecho de Autor, y los artículos 10 y 10 bis del Convenio de Berna para la Protección de la obras Literarias y Artísticas. EFINNO sólo realiza la presente publicación por así haberlo solicitado el cliente de monitoreo de EFINNO, únicamente con el propósito de revisar la fuente de la nota y verificar los derechos de autor correspondientes a la misma; por lo que el uso de la nota es exclusivamente personal y privado para el cliente, sin perseguir ningún fin de lucro. Cualquier otro uso como la publicación, comunicación pública, reproducción y transmisión pública que EL CLIENTE realice no es responsabilidad de EFINNO.



“Los millennials se interesan por viviendas más pequeñas, pero con mejor ubicación; viven en familias, con roomies o mascotas, y no tienen inconveniente en ocupar casas o departamentos por temporadas sumamente cortas en comparación con otros grupos generacionales”:

Javier Romero,
CEO de Hausy

“En 2020 empezaremos a ver que los compradores no sólo usan portales inmobiliarios, sino plataformas de asesoría integral, apps para solicitar créditos hipotecarios, sitios web que les puedan mostrar una vivienda a través de realidad aumentada y servicios de renta de inmuebles que les faciliten encontrar un lugar dónde habitar en la ubicación que quieren y durante el tiempo que lo necesitan”, destaca el especialista de Hausy.

3 Nuevos barrios en expansión

Si bien Roma, Condesa, Juárez y algunas más son colonias de alta demanda para el público joven que busca vivienda, todo parece indicar que la oferta será insuficiente y veremos nuevos barrios buscando atraer la atención de este perfil de compradores.

Al menos en la Ciudad de México veremos una transformación interesante de algunas colonias, la gentrificación de barrios que antes eran mucho más tradicionales o populares, como Guerrero, Doctores y Tacuba, con su consecuente incremento en la plusvalía.

4 De los departamentos a las amenidades

Todo parece indicar que el ritmo de vida y los intereses de esta nueva generación dejan de lado prioridades como la amplitud que puede tener una casa o departamento.

La amplitud será sustituida por la posibilidad de hacer más cosas dentro del desarrollo en el que viven, y habrá más búsquedas de personas interesadas en adquirir vivienda en espacios que puedan ofrecer gimnasios, áreas sociales, centros de trabajo y más comodidades. El sacrificio podrían ser los metros cuadrados del departamento, lo cual no parece importar mucho a clientes que se mudan solos o que tienen pensado compartir con una pareja.

5 Menos familias tradicionales en las casas

¿Cómo va a cambiar el paradigma de familia la venta de casas? Esta pregunta se empezará a contestar a lo largo de los primeros años de la década, y se podrá ver hacia dónde apuntan los intereses más comunes.

Por lo pronto, es posible que los desarrolladores inmobiliarios ya estén pensando en incluir espacios como un spa u hotel para mascotas (para cuando sus dueños salgan de viaje), por ejemplo. La tecnología también podría ayudar mucho a satisfacer la necesidad de estos servicios, por lo que se ve posible la creación de startups para una nueva industria. **SB**

