

Medio: CEDU – Cámara Empresaria de Desarrolladores Urbanos

Fecha: 23.06.2015

Sección: Actualidad

Cobertura: Participación en nota

Soporte: Digital

Título: “ÚLTIMAS TENDENCIAS EN AMENITIES”



ÚLTIMAS TENDENCIAS EN AMENITIES

En proyectos de alto nivel, los espacios comunes apuntan a transformarse en un diferencial. Cómo se compone la oferta hoy y qué busca la demanda. Las claves.

Contar con los servicios de un hotel apenas se traspasa la puerta del propio departamento se convirtió en un lujo que la mayoría de las edificaciones nuevas no pueden obviar. Los amenities aparecieron tímidamente en los '80, pero fue en el ingreso al nuevo siglo donde los desarrolladores comenzaron a incorporar este tipo de servicios para categorizar sus emprendimientos. La demanda también comenzó a hacerse escuchar, privilegiando complejos con pileta, gimnasio, parrillas o un espacio para reuniones.

La masificación de los amenities se convirtió en realidad y hoy su sofisticación es una carta de diferenciación a la hora de emprender un proyecto y luego concretar una venta. Por eso se puede decir que ya no sólo se comercializan edificios sino, también, calidad de vida.

"La decisión de compra de un producto inmobiliario es compleja. Se sustentan en una sumatoria de factores, y los amenities son uno de ellos", explica Alejandro Belio, director de Operaciones de TGLT.

"Por ello, al momento de encarar un desarrollo, el foco ya no está sólo puesto en la ubicación, las terminaciones, la funcionalidad y las características constructivas del edificio: los servicios, las experiencias y el diseño de los espacios que ofrezcan alternativas a la vida dentro de un departamento son iguales de importantes".

Estas preferencias traen aparejados incrementos de costo que se manifiesta de diferente manera sobre la propiedad. "Depende en la incidencia de la tierra, se puede calcular una diferencia entre un 20% y 30% del valor del inmueble con respecto a uno que carece de este tipo de comodidades", dice Carlos Rodríguez, Director de Maca Construcciones.

Por otro lado, Rodrigo Fernández Prieto, CEO de Fernández Prieto y Asociados, afirma que apostar en propiedades y zonas premium siempre brinda un plus adicional al inversor ya que el valor del m2 se revaloriza en un 20% aproximadamente en el mediano plazo.

Del mismo modo, las expensas se verán incrementadas entre un 7% y un 10%, dependiendo de la influencia que tengan las áreas comunes sobre los m2 de venta, según indican desde la firma inmobiliaria Evoluer.

Actualmente entre los proyectos más valorados se cuentan aquellos que privilegian los entornos sociales, la gestión y automatización de los espacios mixtos y los que ofrecen mayores condiciones de seguridad.

La gestión de los servicios es, hoy, quizás, el más codiciado, ya que también contribuye a crear un entorno más seguro. Los emprendimientos de la desarrolladora TGLT comenzaron a implementarlos y en sus proyectos los servicios son administrados por los propietarios desde una plataforma online llamada House-Board. La herramienta permite autorizar el ingreso de visitas y proveedores, reservar amenities, pagar expensas, relacionarse con los vecinos y manejar dispositivos de domótica (como alarmas, cerraduras, cámaras y luces, entre otros).

Compradores exigentes

Según el arquitecto Marcelo Buyo, gerente General de Grupo Portland, los nuevos compradores son muy exigentes y buscan nuevas tendencias que estén orientadas a hacer más fácil la vida cotidiana. "Los amenities son importantes siempre y cuando estén en línea con el target al que esté dirigido el desarrollo. Los diferenciales de un proyecto van de la mano del segmento al que va a estar dirigido el producto".

Es así que las tendencias en materia de amenities se relacionan directamente con el tipo de emprendimiento que se lleve a cabo por lo que se puede hablar de diferentes variantes. Si se toman las nuevas edificaciones urbanas, se puede observar una integración entre el aspecto laboral y el social, tal cual ocurre en las grandes ciudades del mundo. Un ejemplo de ello es el proyecto The Link Towers de Fernández Prieto y Asociados y Vizora, que ya comienza a construirse en el Dique 1 de Puerto Madero. Allí la torre contará con un hall de ingreso, similar al de los hoteles cinco estrellas con espacios exclusivos para la integración y realización de reuniones de negocios. A su vez tendrá los tradicionales amenities y un sky bar para cenas sociales y de trabajo. "Las nuevas tendencias van hacia un uso más activo de las terrazas y explotar más la generación de espacios verdes. El amenitie tradicional pasó a ser un commodity de cualquier edificio, hoy el desafío pasa por ser creativos e integrar la vida social y laboral con el objetivo de que el hombre de negocios pueda optimizar mejor su tiempo y calidad de vida", dice Fernández Prieto.

Si bien la línea entre amenities y servicios es muy sutil, también son considerados importantes algunos beneficios como lo son un restaurante, confiterías, proveeduría, cava de vinos, salas de masajes, peluquería o la prestación del lavado de coches periódico. "Las nuevas tendencias en amenities están ligadas con servicios que pueden resultar de utilidad a los compradores", afirma Ernesto Broschi, director de la desarrolladora Qualis Development.

Para el broker Ignacio Camps, titular de Evoluer, los amenities son fundamentales en las obras de envergadura ya que generan valor y pueden ser costeados. En cuanto a las obras pequeñas, hay que pensar en servicios de bajo costo de mantenimiento, como puede ser una parrilla compartida.

Distinto es el caso de los barrios privados, donde el prototipo de este tipo de comodidades varía por ser un producto completamente distinto al de las ciudades.

"Con respecto, a los barrios y countries, las necesidades de sus habitantes se plasman en un club house amplio y acogedor, donde se pueda comer o tomar el té, de modo tal que sea un lugar de reunión para encuentros o eventos. Además no pueden faltar piletas, tenis, golf, caballos, y salas de spa con gimnasio y masajes", remarca Juan Carlos Oddino, desarrollador de Haras del Sol. "Hoy las familias tienden a trabajar en sus domicilios y necesitan tener un relax cerca".

Para Mariano Galeazza, director Comercial de Grupo Monarca, el mercado reacciona positivamente cuando se suman factores diferenciales a un proyecto. "Los amenities continúan contribuyendo a la vida diaria del propietario pero exceden los commodities tradicionales. Existe una marcada tendencia

que proponen un servicio diferencial y resuelven necesidades vivenciales. Un ejemplo es la cava de vinos automatizada como la que realizamos en nuestro proyecto Pasionaria San Isidro, donde cada propietario puede adquirir un vino y pagarlo en el momento", destaca el ejecutivo.

Asimismo un proyecto que escapa al tradicionalismo en cuanto espacio es el desarrollo Lagoon Pilar, un barrio que se diferencia a través de su amenitie central, una laguna cristalina de 3,5 hectáreas con tecnología Crystal Lagoons.

En el caso de las edificaciones en lugares vacacionales y que muchas veces funcionan como viviendas temporarias, los compradores analizan la posibilidad de tener un edificio con servicios que permitan tener una estadía que no altere su ritmo normal. Tal es el caso de Btwins Pinamar, donde se incorporaron áreas de relax con sauna, jardín zen, sala de lectura, cocheras para cuatriciclos y tablas de surf.

Marcelo Golberg, director de Mgold y desarrollador de Btwins Pinamar, explica que el concepto pasa por tener todo en un mismo lugar. "El comprador de una vivienda premium quiere tener todo en su edificio sin moverse. Desde servicios de valet parking hasta servicios de masajes, pasando por un lounge club que permita juntarse con amigos".

Pero como en materia de amenities no está todo dicho, poco a poco los compradores comienzan a demandar servicios de conserjería o de mayordomo, así como espacios ligados al arte y la cultura en las residenciales de lujo. Ese horizonte es mirado con expectativa por parte de los desarrolladores.