

POWER ON
POWER OFF
EMAIL
INTERNET
WORLD
NO
SEARCH



Inmobiliarias Presentación resultados

Septiembre de 2020

Analytics



Statistics



Índice de Contenidos

01

**Caracterización
de la muestra**

02

**Resultados de
la encuesta**

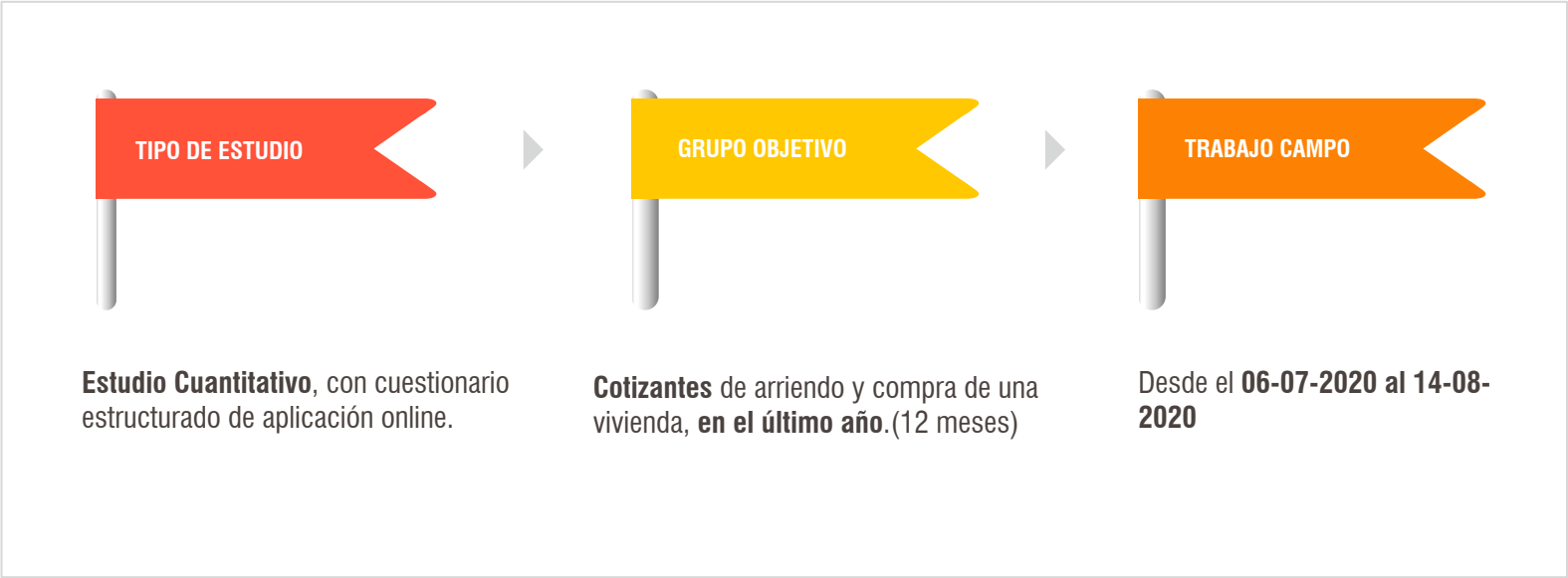
03

**Generalidades
mercado
inmobiliario**

04

01

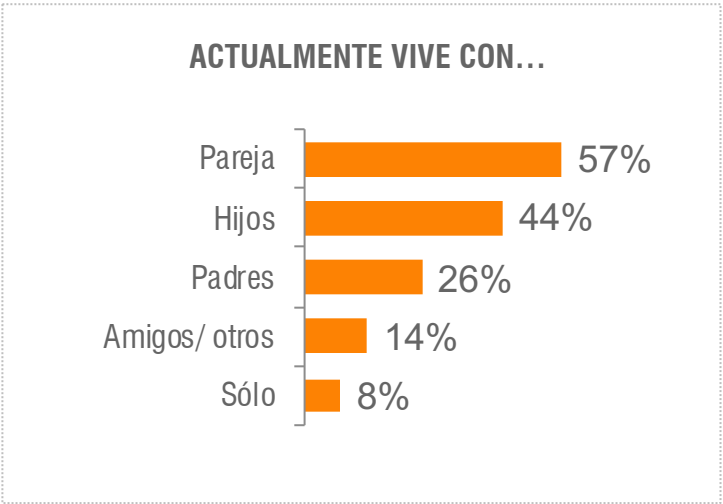
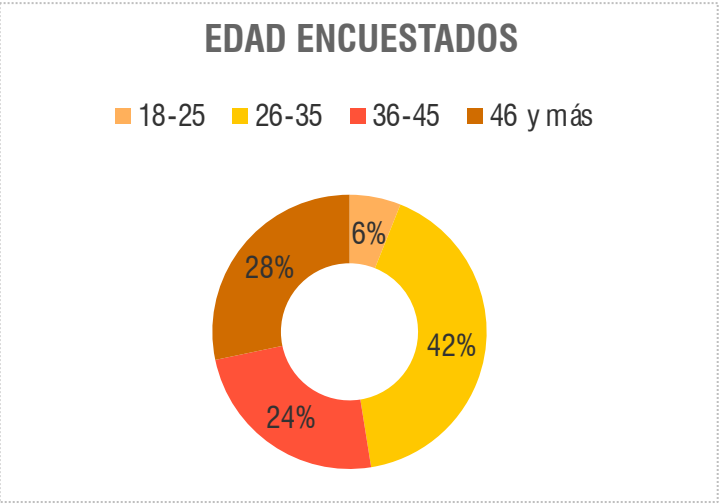
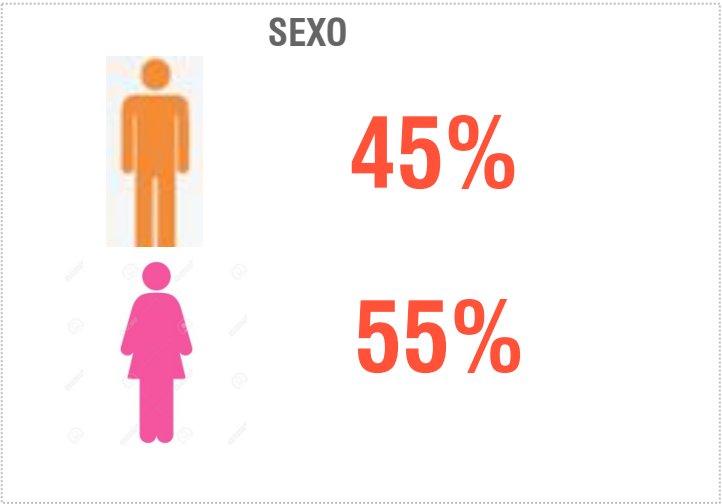
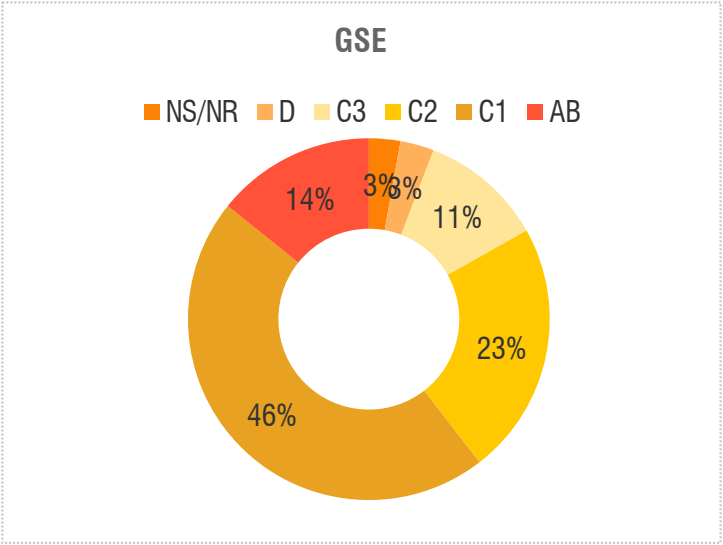
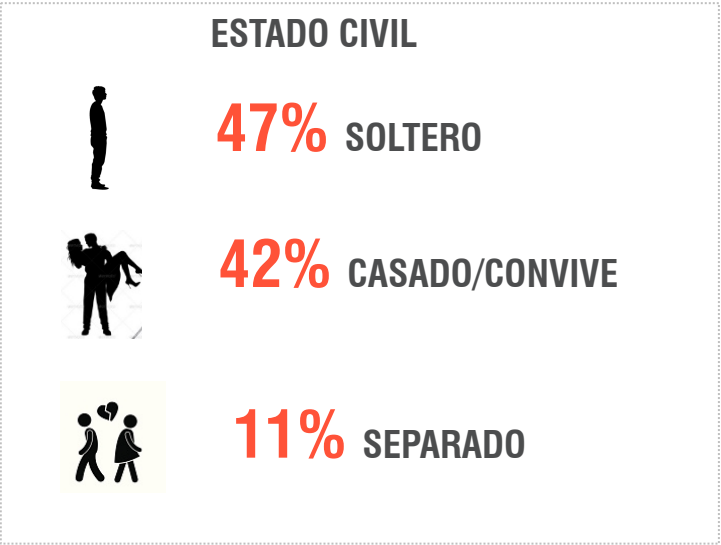
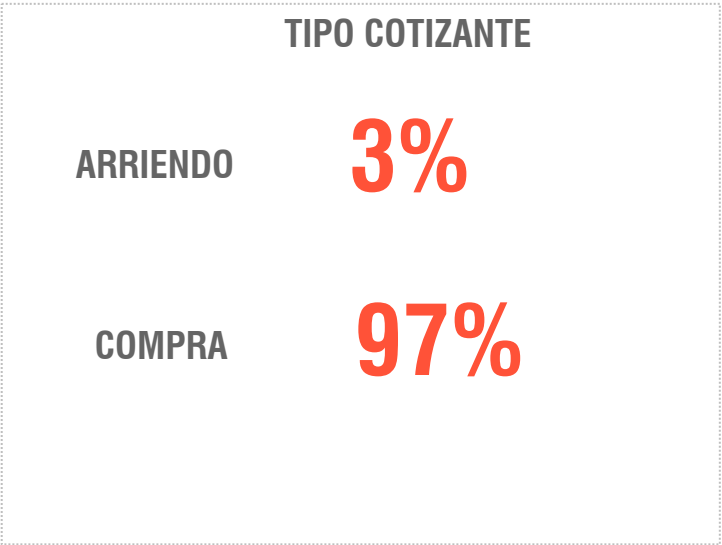
Caracterización de la muestra



Muestra real

50
Casos efectivos:
1

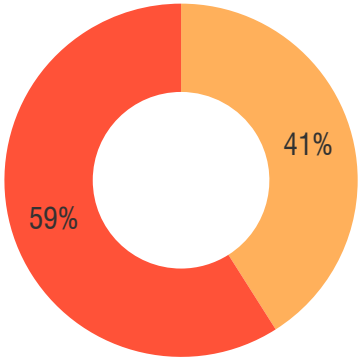
Caracterización de la muestra



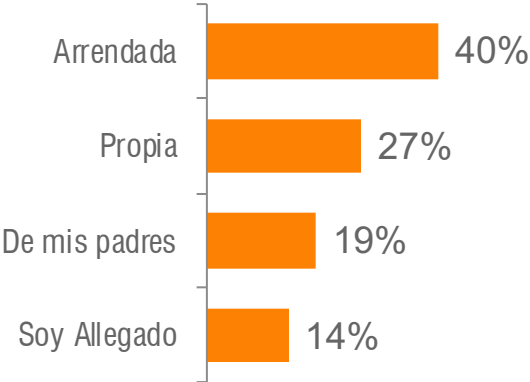
Caracterización de la muestra

TIPO VIVIENDA COTIZADA

CASA DEPARATMENTO

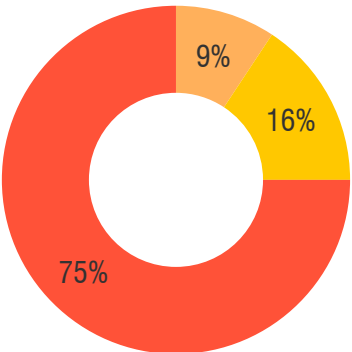


LA VIVIENDA QUE HABITA ES...

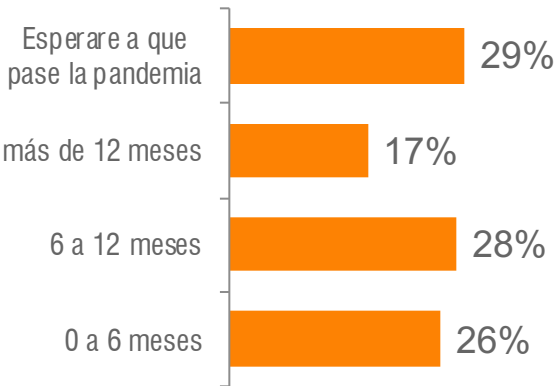


LA COMPRA ES PARA...

Inversión Segunda vivienda Primera vivienda

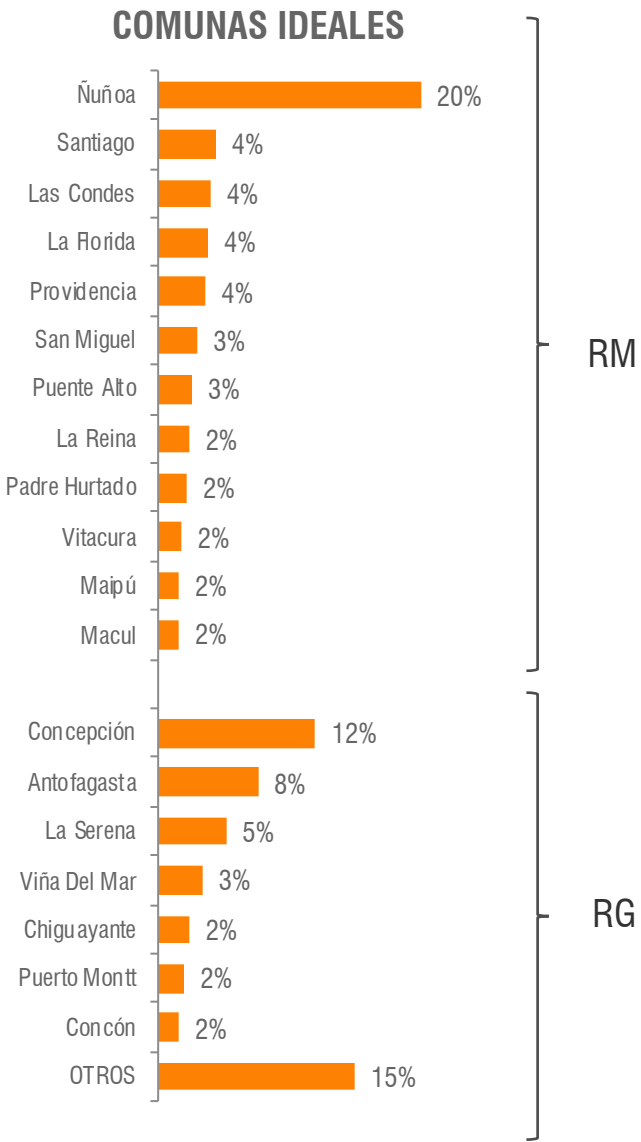
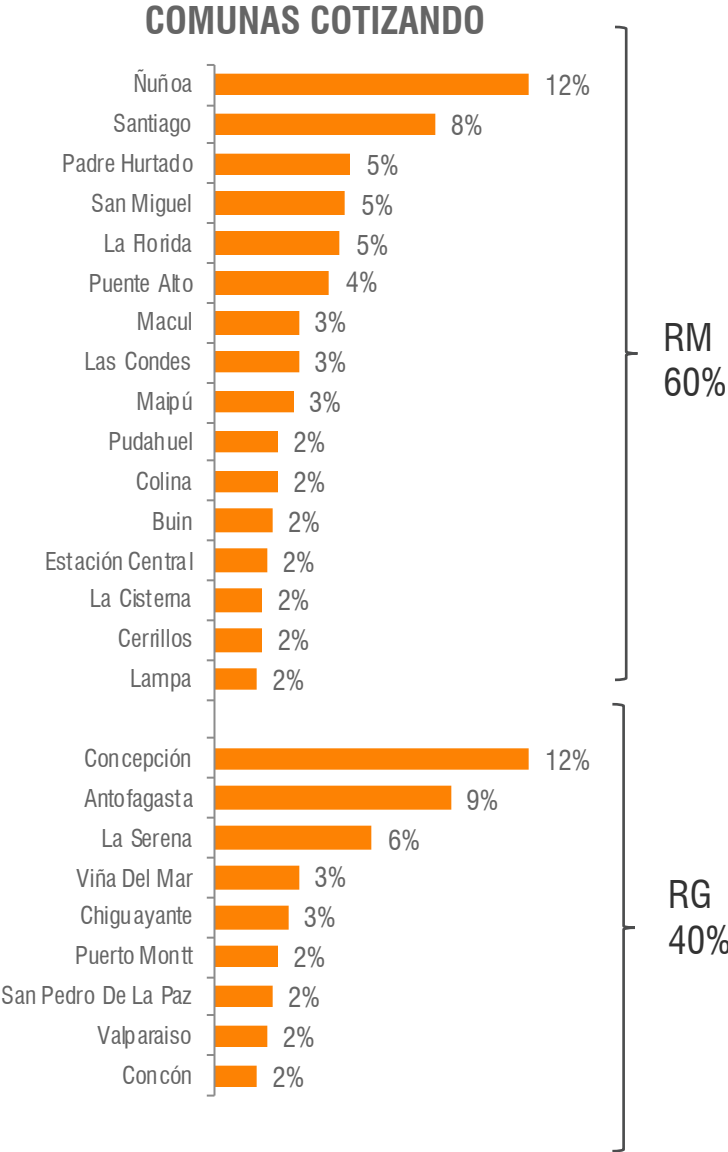
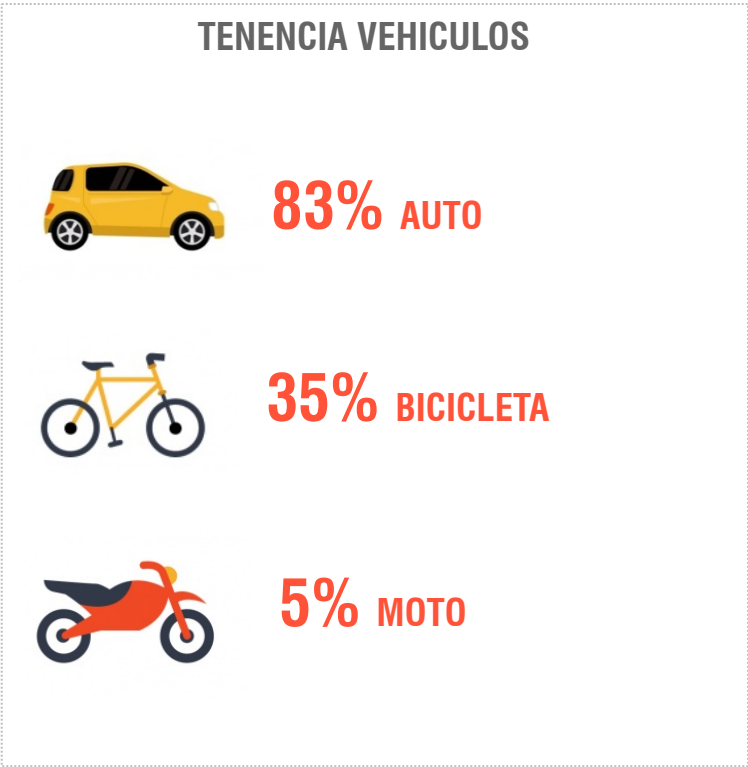


EN CUANTO TIEMPO CREE QUE COMPRARÁ



Base: 501

Caracterización de la muestra



02

Resultados

2.1

Resultados

Cotizantes en contexto actual

Cotizantes en contexto actual

A pesar de la crisis, un 26% de los cotizantes encuestados espera tomar su decisión de compra antes de 6 meses.

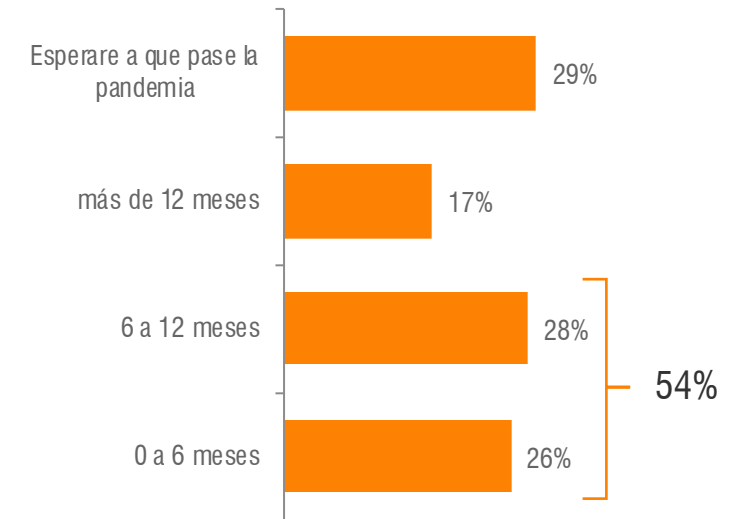


Se mantiene una demanda latente importante.

El 75% cotizan para compra de primera vivienda y solo un 9% para inversión.

→ **Se refuerza hipótesis de retiro parcial de inversionistas hormiga.** Sólo volverán si aparecen condiciones favorables. En momentos de crisis, el principal driver siempre será precio.

EN CUANTO TIEMPO CREE QUE COMPRARÁ

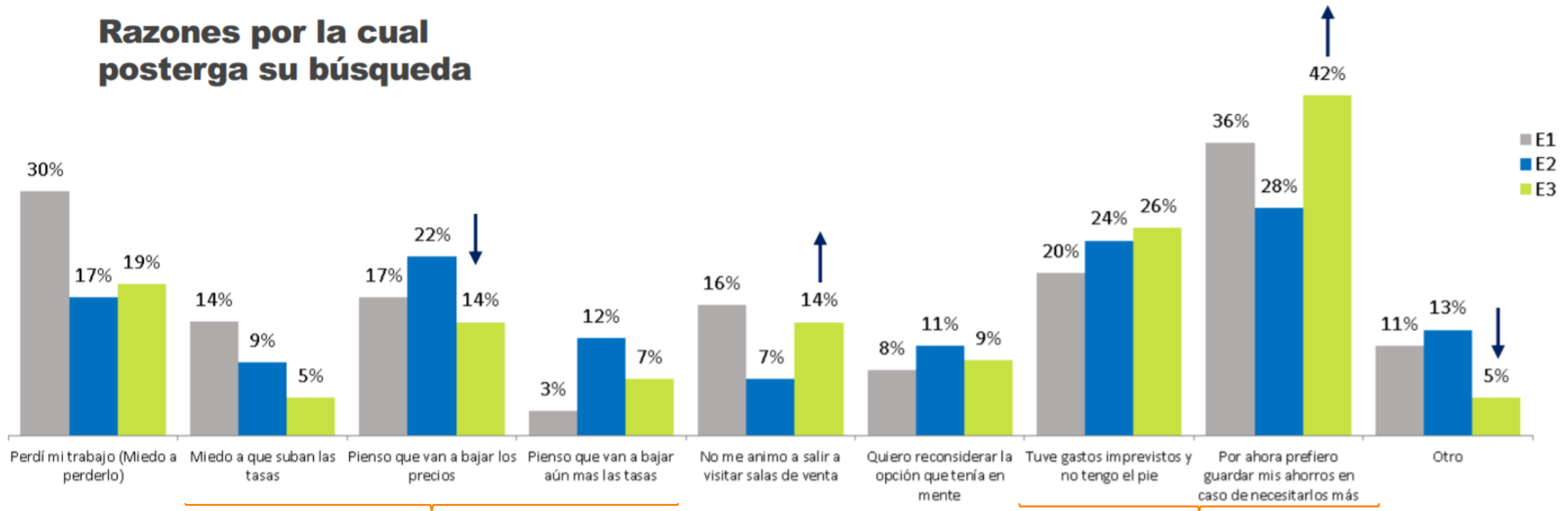


Base: 501

Cotizantes en contexto actual

Quienes han postergado la decisión de compra lo hacen principalmente debido a la incertidumbre generada por la crisis.

Razones por la cual posterga su búsqueda



Menor expectativa de mejora en condiciones de acceso (estabilización de precio y financiamiento)

Incetidumbre aumenta. Todo lo que ayude a bajarla aumentará probabilidad de venta. Drivers principales son precio y financiamiento.

2.2 | Resultados **Drivers de elección en contexto actual**

Drivers de elección en el contexto actual

La mayoría de quienes compran hoy es por necesidad y su principal driver de elección es precio.

90% declara que su principal driver es precio. En crisis las “decisiones inteligentes” son tomadas cuando se ve una oportunidad que de certeza sobre la inversión.

En crisis, las empresas que prevalecen son las que tienen una mejor propuesta - marca. Un 35% considera la marca como un driver relevante. Para el segmento etario de mayores de 50 años es el 5° driver en importancia (43%).

**Nuevo → 26%, espacios que le permitan trabajar en la vivienda. En casas, 33%.
→ 45%, áreas verdes.**

	TOTAL MUESTRA	ABC1	C2	C3D
Precios convenientes	90%	88%	93%	90%
Ubicación/conectividad/transporte público	72%	66%	80%	82%
Seguridad	65%	60%	68%	80%
Áreas verdes y estacionamientos	45%	47%	36%	51%
Diseño y terminaciones de las viviendas	44%	49%	43%	33%
Cercanía a servicios - comercio y entorno	38%	37%	43%	34%
Gastos comunes baratos	36%	36%	40%	29%
Prestigio y respaldo de la empresa inmobiliaria	35%	35%	37%	32%
Lugares y espacios de trabajo dentro de la...	26%	27%	21%	27%
Vivienda con ahorro energético/ecológico	21%	21%	20%	23%
Espacios comunes y servicios	16%	18%	11%	15%
Servicio de post venta	13%	17%	8%	4%

Base: 301 113 73

Drivers de la vivienda

Cotizantes buscan confort, seguridad y espacios adaptables a necesidades cambiantes propias del contexto actual.

Contexto actual modifica drivers de decisión:

- Mayor tiempo en vivienda → confort termoacústico (+80% en climas fríos)
- Incertidumbre → posibilidad de adaptar espacios
- Cuarentena → espacio para trabajo (33% ABC1) e internet
- “Estallido” social → ubicación y seguridad

	TOTAL MUESTRA	ABC1	C2	C3D
Sistemas de aislación (térmica - acústica o de humedad).	77%	79%	73%	75%
Elementos de seguridad (alarmas - ojo puerta - sensor de movimiento)	54%	50%	64%	62%
Espacios interiores adaptables/remodelables en el tiempo	51%	51%	58%	47%
Vivienda sustentable o amigable con el medio ambiente	31%	27%	28%	43%
Espacios de trabajo dentro de la vivienda	27%	30%	19%	26%
Sistema de climatización incorporado	26%	28%	27%	18%
Internet más veloz	25%	24%	27%	23%
Control Smart home (control dispositivos electrónicos hogar)	7%	8%	5%	6%
Punto de conexión eléctrica para autos eléctricos	2%	3%	0%	1%

Base: 301 113 73

Drivers de la vivienda

Los drivers de elección son diferentes para cada segmento. Tener un producto alineado con las necesidades de los clientes es clave.



		EDAD					GSE			REGION		¿Cotiza Casa o Dpto?	
		Total	18-30	31-40	41-50	50 o más	ABC1	C2	C3D	RM	RG	Casa	Dpto.
¿Ahora pensando solo en aspectos relacionados a la vivienda, ¿cuáles son los 3 elementos más relevantes para ud en la situación actual?	Sistemas de aislación (térmica - acústica o de humedad).	77,30%	75,00%	76,20%	77,30%	83,30%	79,20%	72,60%	75,30%	74,20%	81,00%	70,60%	82,00%
	Elementos de seguridad (alarmas - ojo puerta - sensor de movimiento)	54,40%	61,40%	48,20%	50,00%	60,70%	49,70%	63,70%	61,60%	55,40%	53,20%	53,40%	55,10%
	Espacios interiores adaptables/remodelables en el tiempo	51,00%	46,40%	54,90%	60,00%	39,30%	50,70%	57,50%	46,60%	52,80%	48,90%	61,80%	43,50%
	Vivienda sustentable o amigable con el medio ambiente	30,50%	27,10%	30,50%	36,40%	28,60%	27,20%	28,30%	42,50%	28,10%	33,30%	33,30%	28,60%
	Espacios de trabajo dentro de la vivienda	26,70%	25,00%	34,10%	29,10%	11,90%	30,20%	18,60%	26,00%	25,10%	28,60%	28,40%	25,50%
	Sistema de climatización incorporado	25,90%	27,10%	23,20%	20,00%	36,90%	27,50%	27,40%	17,80%	25,10%	26,80%	18,10%	31,30%
	Internet más veloz	24,50%	27,90%	22,60%	21,80%	26,20%	23,80%	26,50%	23,30%	27,70%	20,80%	24,50%	24,50%
	Control Smart home (control de dispositivos electrónicos hogar)	7,40%	8,60%	9,10%	3,60%	7,10%	8,40%	5,30%	5,50%	8,60%	6,10%	8,30%	6,80%
	Punto de conexión eléctrica para autos eléctricos	2,20%	1,40%	1,20%	1,80%	6,00%	3,40%	0,00%	1,40%	3,00%	1,30%	1,50%	2,70%



Drivers de la vivienda

Los drivers de elección son diferentes para cada zona geográfica. Tener un producto alineado con las necesidades de los clientes es clave.

		Total	ANTOFAGASTA-IQUIQUE	LA SERENA-COQUIMBO	TEMUCO-PUERTO MONTT	CONCEPCIÓN	VALPARAISO-VIÑA	RM
¿Ahora pensando solo en aspectos relacionados a la vivienda, ¿cuáles son los 3 elementos más relevantes para ud en la situación actual?	Sistemas de aislación (térmica - acústica o de humedad).	77,30%	67,30%	69,20%	81,00%	88,60%	88,60%	74,60%
	Elementos de seguridad (alarmas - ojo puerta - sensor de movimiento)	54,40%	46,90%	53,80%	61,90%	53,20%	63,60%	54,10%
	Espacios interiores adaptables/remodelables en el tiempo	51,00%	55,10%	42,30%	33,30%	54,40%	36,40%	53,80%
	Vivienda sustentable o amigable con el medio ambiente	30,50%	42,90%	38,50%	19,00%	38,00%	20,50%	28,00%
	Espacios de trabajo dentro de la vivienda	26,70%	38,80%	42,30%	23,80%	17,70%	27,30%	25,80%
	Sistema de climatización incorporado	25,90%	12,20%	26,90%	42,90%	30,40%	29,50%	25,10%
	Internet más veloz	24,50%	22,40%	19,20%	23,80%	13,90%	27,30%	28,00%
	Control Smart home (control de dispositivos electrónicos hogar)	7,40%	14,30%	3,80%	9,50%	3,80%	4,50%	7,90%
	Punto de conexión eléctrica para autos eléctricos	2,20%	0,00%	3,80%	4,80%	0,00%	2,30%	2,90%

Drivers de la vivienda

Propuesta de valor debe ser específica. Las necesidades pueden ser resueltas tanto por la vivienda como por el condominio o su entorno → microbarrios.

Seguridad, áreas verdes y estacionamientos son un driver relevante para 2/3 de los encuestados.

Servicios / Amenities demandados por los segmentos:

- GSE medios y altos → **ocio** (piscina, 42%, quincho, 39%).
- GSE bajo → **convivencia y desarrollo personal** (reglamento interno de orden, 45%, gimnasio, 48% y salas para trabajo colaborativo, 33%).
- Familias con hijos → juegos infantiles (40%): 4 veces mas relevantes para cotizantes que tienen familia con hijos versus aquellos que no los tienen.

→ Generar “microbarrios” es una forma viable de responder a grupos de clientes con intereses comunes. Esto es algo que los edificios dedicados para renta o Multifamily conocen bien.

	TOTAL MUESTRA	ABC1	C2	C3D
Controles de seguridad eficientes	68%	68%	66%	71%
Estacionamientos/bicicleta	67%	72%	60%	64%
Áreas verdes	66%	60%	67%	85%
Piscina	38%	42%	42%	18%
Quinchos	34%	38%	39%	15%
Juegos infantiles	34%	34%	38%	29%
Ascensores	32%	36%	29%	22%
Bodegas amplias	32%	32%	34%	25%
Reglamento interno de orden	31%	29%	27%	45%
Gimnasio	30%	27%	31%	48%
Salas Multiuso	29%	28%	33%	26%
Salas y espacios de trabajo colaborativo	19%	16%	18%	33%
Lavandería	12%	13%	11%	14%
Hall de entrada alto nivel	8%	9%	6%	6%

Base: 301 113 73

2.3

Resultados

**Proceso comercial en contexto
actual**

Dolores derivados de la situación actual

La mitad de los cotizantes tiene problemas para acceder a financiamiento y/o pie que le permita comprar.

Los dolores se pueden agrupar en 3 niveles:

- **Problemas para financiar la compra. → Ante la imposibilidad de acceso, renta es una opción.**
- **Problemas de información.**
- **Problemas de acceso a instancias que requieren presencia física.**

Una parte de los dolores puede ser resuelta por medios digitales. Sin embargo, esto no será suficiente si no se revisa y optimiza el proceso comercial completo, asegurándose de poner al cliente en el centro.

	TOTAL MUESTRA	ABC1	C2	C3D
Problemas para conseguir crédito hipotecario	52%	44%	62%	69%
Problemas para reunir dinero necesario para pie	48%	43%	59%	58%
Dificultad para obtener información detallada y precisa del inmueble	36%	36%	40%	33%
Imposibilidad de visitar obra y conocer estado y calidad de la...	33%	37%	27%	32%
Fechas de entrega poco claras	31%	37%	27%	15%
Imposibilidad de agendar visita a piloto	19%	22%	13%	18%
Terminaciones de la vivienda no se pueden elegir	19%	19%	21%	12%
Demoras en responder por parte de los vendedores	18%	19%	16%	14%
Proceso legal y contrato lento y tedioso	12%	13%	11%	8%
Imposibilidad de contactar ejecutivo de venta	5%	5%	8%	1%
Dificultad para contactar a corredor de propiedades	4%	4%	2%	10%
Problemas para reunir dinero necesario para mes de garantía...	2%	3%	0%	4%
Dificultad para cumplir con los requisitos de arriendo (papeleo)	2%	3%	2%	1%

Base: 301 113 73

Dolores derivados de la situación actual

En este contexto, quienes más han sufrido con el contexto actual son las generaciones menos digitales.



		EDAD					GSEREC			REGION		¿Cotiza Casa o Dpto?	
		Total	18-30	31-40	41-50	50 o más	ABC1	C2	C3D	RM	RG	Casa	Dpto.
¿Cuáles son los principales 3 dolores que ha vivido en el proceso de cotización de una vivienda en la situación actual? *	Problemas para conseguir crédito hipotecario	52,20%	58,10%	58,60%	51,90%	29,50%	44,00%	61,60%	68,50%	50,00%	54,60%	65,20%	42,70%
	Problemas para reunir dinero necesario para pie	48,20%	53,70%	57,30%	45,20%	24,40%	42,60%	58,90%	57,50%	51,20%	44,90%	56,20%	42,30%
	Dificultad para obtener información detallada y precisa del inmueble	36,40%	39,00%	28,70%	36,50%	47,40%	35,70%	40,20%	32,90%	36,70%	36,10%	32,80%	39,10%
	Imposibilidad de visitar obra y conocer estado y calidad de la misma	33,30%	27,90%	29,30%	36,50%	46,20%	37,20%	26,80%	31,50%	31,90%	34,80%	27,90%	37,20%
	Fechas de entrega poco claras	31,20%	30,10%	30,60%	27,90%	38,50%	36,80%	26,80%	15,10%	34,70%	27,30%	25,90%	35,00%
	Imposibilidad de agendar visita a piloto	19,40%	15,40%	18,50%	19,20%	28,20%	22,00%	12,50%	17,80%	16,50%	22,50%	19,90%	19,00%
	Terminaciones de la vivienda no se pueden elegir	18,50%	18,40%	15,30%	23,10%	19,20%	19,10%	20,50%	12,30%	16,50%	20,70%	18,90%	18,20%
	Demoras en responder por parte de los vendedores	17,70%	14,70%	17,20%	21,20%	19,20%	18,80%	16,10%	13,70%	18,10%	17,20%	16,40%	18,60%
	Proceso legal y contrato lento y tedioso	12,00%	10,30%	10,20%	12,50%	17,90%	13,40%	10,70%	8,20%	11,30%	12,80%	10,40%	13,10%
	Imposibilidad de contactar ejecutivo de venta	4,80%	2,90%	3,80%	8,70%	5,10%	4,70%	8,00%	1,40%	4,80%	4,80%	2,50%	6,60%
	Dificultad para contactar a corredor de propiedades	4,20%	6,60%	4,50%	1,00%	3,80%	4,00%	1,80%	9,60%	5,20%	3,10%	4,00%	4,40%
	Dificultad para cumplir con los requisitos de arriendo (papeleo)	2,10%	2,90%	2,50%	1,90%	0,00%	2,50%	0,00%	4,10%	2,40%	1,80%	2,00%	2,20%
	Problemas para reunir dinero necesario para mes de garantía y/o comisión de corredor de propiedades	2,10%	2,20%	2,50%	1,90%	1,30%	2,50%	1,80%	1,40%	2,00%	2,20%	2,00%	2,20%
	Dificultad para obtener información detallada y precisa del inmueble (fotos e información web insuficie..	1,90%	2,20%	1,90%	1,90%	1,30%	1,80%	0,90%	4,10%	2,00%	1,80%	2,00%	1,80%

Mejoras a la experiencia de compra en contexto actual

El escenario cambió. El proceso comercial se debe rediseñar buscando manejar expectativas y generar una relación emocional con el cliente.

Para mejorar su experiencia de compra, los cotizantes requieren:

- **Ayuda en conseguir financiamiento.**
- **Opciones de personalización.** Para un 55% es relevante customizar configuración y terminaciones durante cotización, siendo particularmente relevante en segmentos altos.
- **Acceso a información completa y guía en forma remota y personalizada.**
- **Para el 47%, realizar el proceso de cotización y compra 100% on-line mejoraría su experiencia de compra.**

El escenario actual ha cambiado no solo los drivers de decisión a nivel de producto, sino también ha redefinido el proceso comercial completo. **No hacerse cargo de esto impactará en el desempeño del negocio.**

	TOTAL MUESTRA	ABC1	C2	C3D
Conseguir créditos hipotecarios flexibles en plazos y cuotas?	74%	77%	77%	58%
Interactuar con un corredor de propiedades, en forma remota, con una atención personalizada?	71%	73%	50%	75%
Interactuar con ejecutivos, en forma remota, con atención personalizada?	59%	63%	54%	51%
Redefinir configuración y nivel de terminación del inmueble que está cotizando?	55%	60%	54%	38%
Desarrollar el proceso de cotización y compra 100% on-line?	47%	49%	50%	38%
Reemplazar instancias de firma presencial por firma digital?	46%	53%	42%	29%
Reemplazar visita a piloto real por visita a piloto virtual?	33%	31%	39%	36%
Base:		301	113	73

En síntesis



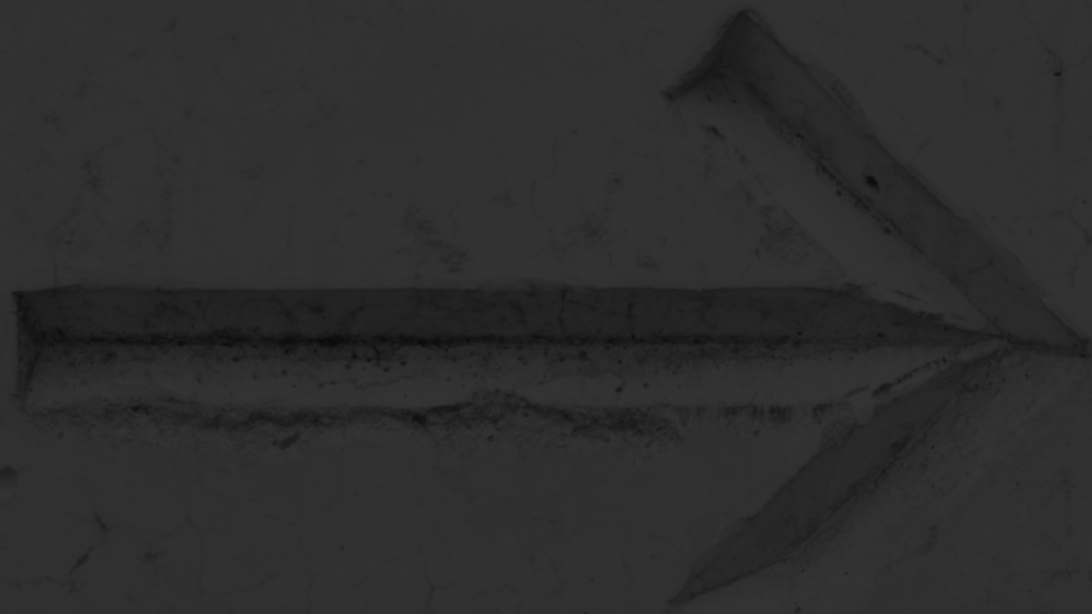
Escenario de alta incertidumbre. **Drivers principales son precio y acceso a financiamiento.**

La crisis modificó los requerimientos de los cotizantes. El escenario actual ha cambiado los drivers de decisión a nivel de producto.

Segmentos clientes tienen diferentes drivers de elección.

Es clave ofrecer soluciones que sintonicen con necesidades de los clientes. Se observa un mejor desempeño en inmobiliarias que tienen foco de negocio en nichos de mercado específicos.

El proceso comercial debe ser rediseñado y adaptado a la nueva realidad. **Cliente debe estar en el centro e incluir componente digital.**



PMG 
Business Improvement