

CURSO EMPRENDIMIENTOS INMOBILIARIOS

2da edición Mayo 2021

MATERIAL DE LECTURA COMPLEMENTARIA

(Datos recabados de información de páginas de internet y diarios del medio)

Diseño y negocios inmobiliarios

El diseño lejos de conspirar contra el negocio inmobiliario, lo maximiza. La buena arquitectura no suma costos sino que es un valor adicional que agrega no sólo sensaciones y emoción al proyecto sino también rentabilidad al desarrollo.

Las obras del *Estudio Canda Gazaneo Ungar* son un claro exponente de cómo un estudio de arquitectura puede desarrollar emprendimientos sin abandonar la vocación por su profesión.

El estudio Canda Gazaneo Ungar conformado en el año 1997 se ha especializado en el desarrollo de proyectos de viviendas multifamiliares dentro del ámbito de la Ciudad de Buenos Aires. Los trabajos del estudio han participado en numerosas muestras y congresos de Arquitectura y sus obras han sido ampliamente publicadas en revistas especializadas nacionales e internacionales, destacándose el Edificio Cuba, merecedor del Premio Alucobond de Arquitectura Joven 2005. En forma paralela todos sus titulares desarrollan tareas de docencia e investigación en el ámbito universitario, generando un espacio de reflexión que vuelcan constantemente de las aulas a las obras y viceversa.

El mundo material es el límite – y también el escenario - que el buen arquitecto se distingue por atravesar y modificar. El terreno, los materiales, la tecnología constructiva y los recursos económicos entre otros factores operan como restricción pero también como una oportunidad para aquellos que ven más allá de las limitaciones y son capaces de crear y arriesgar incorporando nuevas ideas a los desarrollos edilicios. Sobre arquitectura

pero también sobre como hacer negocios inmobiliarios se trata la entrevista mantenida con el Arq. Daniel Canda, titular del Estudio Canda Gazaneo Ungar, un grupo de arquitectos que es un fiel exponente de que la buena arquitectura y el negocio inmobiliario pueden –y deberían siempre– ir de la mano.

Daniel, en su último proyecto de la calle Moldes, han optado por un edificio en altura de unidades compactas. ¿En qué se diferencia con respecto a otros edificios del estudio, en términos arquitectónicos y fundamentalmente, en términos económicos?.

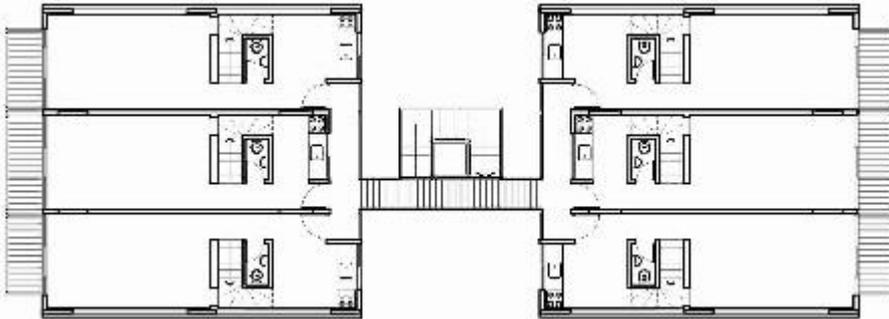
- En edificios con mayor número de plantas, la repetición prevalece sobre la excepción y lo hace parecer menos personalizado. En realidad, seguimos poniendo el mismo énfasis en diferenciar los espacios incorporando el diseño como agregación de valor, sobre todo en el tratamiento de las fachadas. Tipológicamente hablando, entendimos que la cocina integrada pasó a formar parte de la demanda de los departamentos de tres ambientes, siempre que estas unidades fueran compactas. Algo así como para captar a aquel usuario que hace menos de diez años compró un dos ambientes con esas características y ahora agrega un dormitorio más por pocos metros (y poco dinero).

En términos económicos esta innovación, nos permitió prescindir del patio y poder consolidar en los 16 mts de tronera, semipisos de tres ambientes, algo infrecuente en el mercado. Esto redujo notablemente los costos y aumento el rendimiento de la planta. La optimización del recurso inevitablemente va de la mano con las decisiones de diseño. A modo de ejemplo, el uso del frente totalmente vidriado nos permitió reducir en 20 cms el espesor de los muros y ganarlos para la superficie de planta, cumpliendo con la normativa. Sin ese detalle la totalidad del proyecto hubiera sido inviable.

En el proyecto anterior de la calle Cuba, incorporaron el acceso a las unidades a través de un núcleo en un patio central abierto, recreando una nueva sensación de llegar a la a través de un puente hacia la puerta de cada unidad. Más allá de lo inusual de esta resolución, ¿de que manera contribuyó ella al negocio inmobiliario?.

-La clave de ese proyecto está en el patio. Un proyecto compacto hubiera sido mucho más económico, pero la aparición de ese vacío permitió duplicar la superficie de iluminación y por lo tanto organizar cuatro líneas de ambientes, dos hacia el frente y contrafrente y dos hacia el interior. A partir de ahí todos nuestros esfuerzos, apuntaron a hacer el núcleo lo más transparente posible para no perder el efecto de un único espacio. Sostuvimos la escalera con tensores para hacerla más liviana aún y resolvimos el tema de la privacidad colocando las ventanas a 1.60 m. de altura sin perder condiciones de luminosidad. La otra operación que disparó la rentabilidad, fue disponer los departamentos en dúplex. De esta

manera el núcleo –m2 que se construye pero que no se vende- se redujo un 65% en las plantas que no tienen accesos, pasando la circulación necesaria al interior de los departamentos –m2 que se construye y se vende- y generando además, la sensación de unidades a manera de “pequeñas casitas”.



Plantas super racionales para sus proyectos

Anteriormente al edificio de Cuba en Nuñez, desarrollaron otro en la calle Pumacahua en Flores, donde se esbozaba esta separación de bloques, pero más allá de esta evolución tipológica, también se nota que la ubicación geográfica no es una limitante a priori de donde desarrollar para Uds. es así? Que aparece primero el proyecto y la escala del desarrollo y en función de ello buscan la tierra o es la oportunidad de tierra disponible la que determina llevar adelante el desarrollo y como hacerlo?

-Partimos de la idea que la tierra es un bien escaso y finito, más aun dentro del ámbito de la Ciudad de Buenos Aires. Podemos tener inversores, podemos tener proyecto, pero si no tenemos terreno, no tenemos nada. Incluso en la psicología del inversor, la visualización de un espacio físico es determinante. Obviamente, no estamos hablando de quienes nos acompañan desde hace años. Esos te dicen “Dejá, no hace falta ni que vaya a ver el terreno. Si para Uds. está bien, para mí también”. En el caso de la obra en la calle Pumacahua, el disparador fue un premio de un 20% en el FOT y una exención de impuestos y derechos de construcción a las obras nuevas al Sur de la Av. Directorio. Hay que estar muy atento a la normativa, que desgraciadamente es siempre cambiante. A veces te puede beneficiar -como en este caso- pero si no estás atento se puede convertir en tu bancarrota.

¿Cuáles son los precios de venta por m2 de su último desarrollo en la calle Moldes? ¿A qué precio se comercializan las unidades?

El seguimiento del costo de construcción es crucial para no caer en la

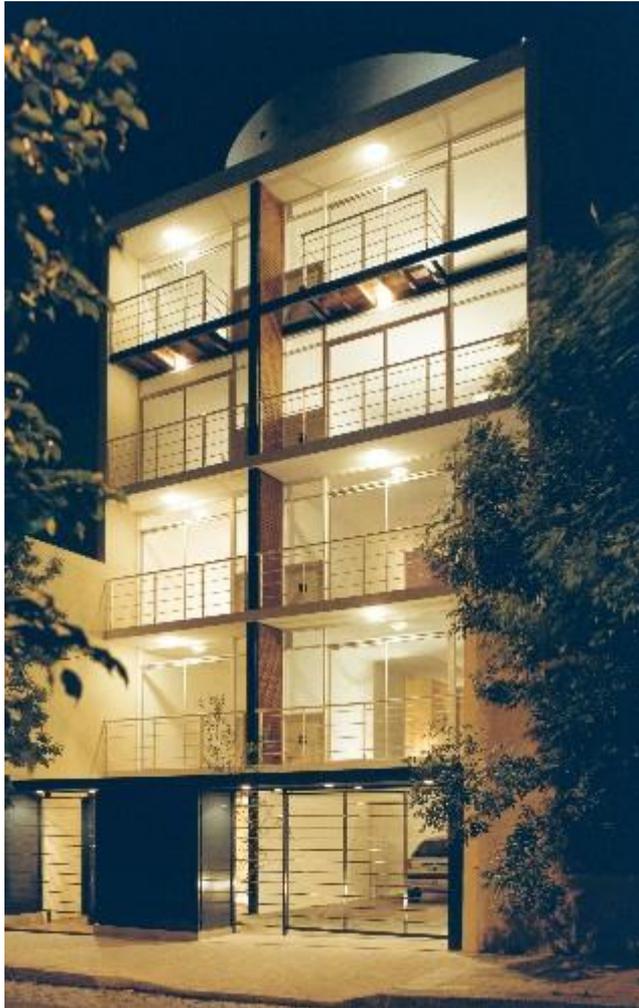
trampa de muchos desarrolladores que, midiendo la rentabilidad absoluta en dólares, vendieron emprendimientos enteros y cuando se encontraron con el costo de reposición se llevaron una sorpresa. De esa forma, aún quienes no pretendían seguir en el negocio y se salieron, vieron pulverizada su ganancia porcentual, al no poder recuperar el poder adquisitivo con el que entraron. Esto le sucedió a quién no comprendió que la coyuntura después de una fuerte devaluación es una situación excepcional.

En nuestro caso, hubo compradores desde el pozo, hubo quienes compraron en obra y otros con el edificio terminado. A esta curva creciente en el precio por avance de obra se le superpuso otra que seguía el incremento de precios relativos (más concretamente relación dólar-insumos).

Actualmente estamos comercializando las pocas unidades que quedan ligeramente por debajo de los u\$s 2000 el m². Pero hay que seguir con cuidado el incremento de costos de los últimos meses, que de a poco se va consumiendo la baja relativa de precios provocada por la apreciación del dólar desde principios de año.

¿Cómo opera la incorporación de estas innovaciones en la organización funcional y el diseño que expresa el Estudio en los potenciales compradores que conocen la obra? A priori parecería que un público joven y sofisticado sería el que más lo valoraría. ¿Es así?

Hay que tener muy en cuenta el fenómeno que se dio en los últimos años. Los gustos fueron cambiando y cierto aire de globalización fue captando el mercado. La aparición de una mayor cantidad de escuelas de diseño (gráfico, visual, textil, etc.) fueron abonando un cambio cultural, del que el fenómeno Palermo (Hollywood, Soho, Green, etc) es solo una muestra. El público joven ES sofisticado, porque esa sofisticación ya constituye un estándar. De aquí a unos años dejarán de ser jóvenes, pero formados en ese gusto, seguirán siendo "sofisticados". Cuando nosotros empezamos había muy poco de todo esto y a manera de anécdota, nos pasó que un comprador que siempre nos decía "esto es demasiado moderno para mí" un par de años más tarde pasó a decirnos "no tienen algo más moderno?".



Diseño para un público joven que valora la austeridad

La propuesta de sus desarrollos parece apuntar más al usuario final que al inversor. ¿Cómo respondió luego la realidad?

Con el tiempo aprendimos que ese límite a veces se desdibuja, que el inversor a veces se transforma en usuario, y que aquél que contaba con un crédito ya no lo tiene más y busca otro tipo de propiedad. Igualmente somos conscientes que apuntamos a un público que valora el diseño y las buenas terminaciones, no para obtener un rinde mayor por metro cuadrado, pero sí para que entre tanta oferta, ese plus determine una decisión. Igual estamos acostumbrados a un mercado donde todos andan con la calculadora en mano sacando la relación precio por metro cuadrado, pero en otros ámbitos hay otros factores que entran en juego en la elección. De hecho, nadie compra un auto pensando a cuanto le salió el caballo de fuerza.

¿Cuál es su modelo de financiación? ¿Grupo de inversores, preventa, otras? ¿Cómo estructuran el negocio? ¿Cómo sociedad? ¿A través de un fideicomiso? ¿A precio fijo? ¿Al costo?

Actualmente nuestro modelo se estructura en base a fideicomisos, por la sencilla razón que ha pasado a formar parte de un imaginario colectivo asociado a la “construcción del pozo” y otorga seguridad a quien se decide a invertir. Sin embargo en los últimos tiempos los fideicomisos han ido perdiendo algunos beneficios impositivos que los colocan en desventaja frente a otro tipo de sociedades, que son más ágiles. Las unidades se comercializan a precio fijo integrándose un monto inicial para acopios y cuotas que se van actualizando según índices fiables. En la última cuota se hace un ajuste si es que hubo algún desfasaje. Para ello hace falta algo imprescindible en cualquier contexto: Confianza. Si esto no está presente no se puede llevar a cabo ningún negocio. Siempre ha sido nuestra filosofía y seguirá siéndolo. Toda la gente que está con nosotros, confía en nosotros. Además, un buen contador.

¿En qué rubros se puede ahorrar en un desarrollo y en cuales no?

Definitivamente no se puede ahorrar en horas de tablero y planificación. Muchas veces el apuro por arrancar un emprendimiento a la larga, genera un retraso en la obra superior al ahorro inicial. Esto no quiere decir que tengamos dibujado hasta el ultimo tornillo antes de empezar ni mucho menos, pero convivimos con los contratistas que agradecen una buena documentación y comentan las veces que han presupuestado con planos municipales. Y estamos hablando de emprendimientos de 4000 o 5000 m2. Eso indefectiblemente termina en problemas.

Por otro lado la experiencia demuestra que fueron muy pocos los períodos donde la coyuntura de una obra al comenzar fue la misma que al terminar, entonces cierto grado de flexibilidad también es necesario. Podemos generar un ahorro cambiando una terminación, pero nunca bajando la calidad. No nos olvidemos que ese cambio de coyuntura puede hacer que alguien que pensaba vender una unidad, decida quedársela para alquilarla. Una propiedad de baja calidad puede entonces disparar los costos de mantenimiento a través de los años, y de esa manera bajar indirectamente la renta del bien.

¿Cómo efectúan la comercialización de los emprendimientos y por qué?

Hemos probado varios sistemas y llegado a la conclusión que hay dos puntos determinantes en esto. Capacidad y Control.

En el mercado hay grandes comercializadoras con larga trayectoria. Para qué intentar transitar un camino donde otros pueden aportar su

experiencia. Mejor abocarnos a nuestro métier que ya de por sí, incluye bastantes variables lo suficientemente complejas. Ahora bien, también es verdad que vemos una falta de profesionalización importante en el rubro del Real Estate. Un proyecto edilicio que involucra más de 300 personas en todas sus etapas, termina en un aviso de tres líneas y la guardista que no quiere subir las escaleras, y le dice al potencial comprador que el 8vo piso está vendido. Entonces ahí aparece el tema del Control. Es determinante contar con registros para que la comercialización devuelva el pulso que va teniendo la demanda, para ir corrigiendo y mejorando en esa etapa todos los aspectos que ayuden al proceso de venta. Exigimos, y a la vez estamos atentos a cada sugerencia.

Por último. ¿Como ves actualmente al mercado? ¿Están pensando en nuevos emprendimientos?

Siempre estamos pensando en nuevos emprendimientos. De hecho tenemos un par de terrenos en desarrollo a la espera de cerrar los grupos. En cuanto al mercado, detectamos un cambio en el perfil de la persona que invierte en este negocio. Ya no se acercan buscando un retorno inmediato medido en términos porcentuales, sino buscando una propiedad al costo, que saben que una vez terminada, va a estar ahí por muchos años, más allá del dólar, el euro o la soja. Y esto no tiene nada que ver con la remanida frase de los ladrillos como refugio, sino de entenderlo como una opción de capitalización, donde sin demasiado riesgo se va generando riqueza. Históricamente siempre fue así, y un par de años de euforia o de desazón no deberían confundir las cosas. Como decimos siempre en el estudio, hemos conocido mucha gente que durante un par de años le ha ido muy bien y a otros que no tanto. Pero no conocemos a nadie que permaneciendo en esto el tiempo suficiente le haya ido mal. Esa es nuestra visión.



Frente del edificio llevado adelante en la calle Cuba