

Se trata de viviendas en la RM que se comercializan en proyectos cuyas obras aún no parten, según la CChC:

Tres de cada 10 departamentos vendidos es en "blanco", la mayor cifra de la última década

MARCO GUTIÉRREZ V.

La venta de departamentos en "blanco" o en proyectos cuyas obras no han iniciado ejecución registra su mayor participación en la última década en el Gran Santiago, alcanzando el 32% de la demanda. Es decir, tres de cada 10 viviendas en altura que se comercializan en la capital corresponden a unidades que aún no existen físicamente.

Así lo revela el último informe de viviendas nuevas en la Región Metropolitana elaborado por la Cámara Chilena de la Construcción (CChC), el que también aborda el desempeño de las ventas del tercer trimestre. Estas totalizaron 6.493 unidades en ese periodo, bajando 22,6% anual, pero duplicándose (111%) respecto del segundo trimestre, cuando se registró el peor desempeño de 2020 por efecto de la pandemia.

El aumento de las ventas en "blanco" (ver infografía) responde a varios factores. Por una parte, debido a las cuarentenas, varias inmobiliarias no partieron faenas de proyectos, los que de todos modos, ofrecen por internet. Esta situación ha sido correspondida por demanda telemática. Asimismo, los desarrolladores hoy buscan acumular cierto avance en promesas de compraventa antes de comenzar la construcción, pues así se lo exigen algunos bancos para dar financiamiento.

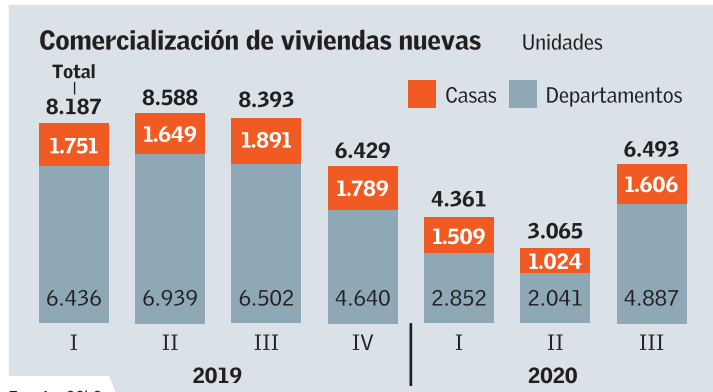
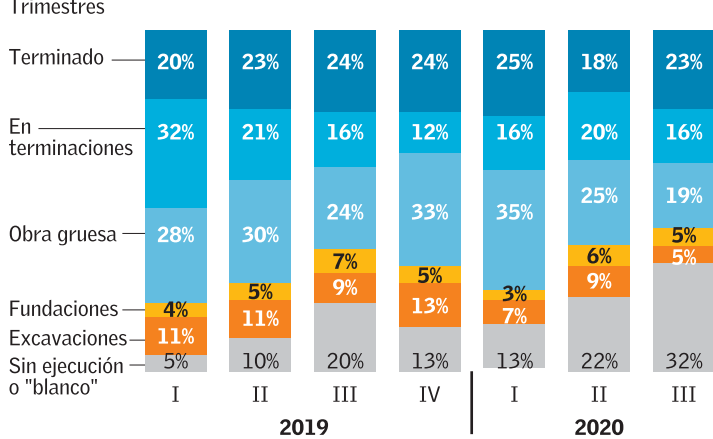
Otro factor es el regreso —en el tercer trimestre— de los inversionistas "hormigas", quienes compran para negocio de renta. Se añade el impacto del retiro del 10% de los fondos de pensiones, situación que a algunas familias de clase media, donde ambos jefes de hogar trabajan, les ha permitido lograr un ahorro que de otra manera tardarían cuatro años en lograr, comenta el gerente de Estudios de la CChC, Javier Hurtado.

Juan Armando Vicuña, vicepresidente del área Vivienda de la CChC, afirma que en medio de la pandemia las inmobiliarias "mejoraron de forma sustancial sus páginas web, la exhibición de los pilotos y la atención a distancia. Hay casos de personas que han reservado por internet, cuestión que nunca antes se había visto", destaca.

Una las recomendaciones para comprar en "blanco", señala Vicuña, es adquirir en proyectos

La creciente oferta por internet de iniciativas que no han iniciado sus faenas, por la pandemia u otros motivos, ha sido correspondida por consumidores que se atreven a comprar de forma telemática.

Estados de las obras en ventas de departamentos



Fuente CChC

GfK Adimark: Unidades nuevas en oferta en Gran Santiago llegan a récord, pero solo el 5% se encuentra para entrega inmediata

Un informe del sector inmobiliario divulgado ayer por GfK Adimark señaló que al 30 de septiembre la oferta disponible de viviendas nuevas en el Gran Santiago —considerando entrega inmediata, en verde y blanco— totaliza 51.187 unidades, cifra récord que supera, incluso, el volumen anterior más cercano registrado en la crisis financiera de 2008.

Pero Javier Varleta, gerente de Estudios

Territoriales de GfK Adimark, precisó que del total en oferta actualmente, solo el 5% se encuentra para entrega inmediata, mientras que en 2008 esa cifra llegaba al 50%. "Esto sin duda es una buena noticia para las inmobiliarias y es lo que explica por qué no deberíamos esperar grandes promociones o descuentos en este momento, ya que aún no hay presión para ir bajando el stock disponible", comentó.

Este informe indicó que en el tercer trimestre de 2020 se añadieron 65 proyectos nuevos a la oferta en la capital, 61 de ellos relacionados a departamentos y otros cuatro a casas. Esa incorporación de iniciativas es idéntica a la de julio-septiembre de 2019, según GfK.

Las comunas de Santiago y Ñuñoa encabezaron la entrada de nuevos proyectos, con 13 y 12 casos, respectivamente.

de empresas que den confianza y que tengan un calendario de entrega claro. Asimismo, destaca que la CChC desarrolló una iniciativa en internet, denomi-

nada "Juntos por tu hogar", con consejos para las personas que buscan adquirir una vivienda. Esto, añade, lo elaboraron con la Asociación de Bancos y el Minis-

terio de Vivienda y Urbanismo. Javier Hurtado indica que "comprar en blanco brinda un tiempo interesante para juntar el 20% del pie que se exige hoy, que

es alto y es el gran problema que tiene la venta de viviendas en Chile". Explica que el tiempo de entrega en los casos de adquisiciones sin inicio de obras puede

ser de un año y medio a dos años. El gerente de Estudios del gremio sostiene que hoy existen instrumentos jurídicos que protegen la promesa de compraventa, en casos como la no construcción de la vivienda. Asegura que el comprador "no pierde la plata". Tampoco la inmobiliaria si el cliente desiste de la adquisición, debido a que el proyecto gana plusvalía con el paso del tiempo y puede ser comercializado a otra persona. En el tercer trimestre, la tasa de desistimientos rondó el 20%.

Ahora si el comprador pierde el empleo o se enferma antes de la entrega de la vivienda, Vicuña afirma que las inmobiliarias no les cobran a esas personas y se resuelve de forma amistosa. "Para la empresa no es negocio estar cobrando esas cosas", agrega.

En materia de ventas, el informe de la CChC señala que en el tercer trimestre el tramo de precio de departamentos de entre 1.500 y 2.000 UF es el que ganó más participación respecto de 2019, con un avance de 13 puntos porcentuales, alcanzando el 22%. En esa evolución, destacan el retorno de los inversionistas y proyectos con subsidio D501.

Las unidades de menor tamaño —hasta 50 m²— incrementan su participación relativa hasta 58% en la demanda, en detrimento de los de 50 a 120 m².

Proyecciones y lenta reactivación de obras

Al tercer trimestre de 2020, la comercialización de viviendas acumula una merma de 45% anual. Javier Hurtado comenta que la recuperación del empleo es clave para que mejoren las ventas. Añade que también sería importante impulsar una garantía estatal al pie.

Vicuña destaca iniciativas como el "hipotecazo" de BancoEstado como ejemplo de incentivos para este mercado.

Sobre la reactivación de las obras que han estado paralizadas por las cuarentenas, Juan Armando Vicuña admite que "están partiendo a un ritmo y productividad menor". Hurtado coincide en señalar que la reanudación es lenta, pero porque algunas empresas han optado por esperar que pasen eventos como el aniversario del estallido social el pasado 18 de octubre.

Actual gestión de la cadena adquirida se mantendría: Nestlé entra a un negocio que se ha multiplicado por cuatro en los últimos 14 años con compra de La Fête

Expertos ven que acuerdo permitiría a la multinacional llegar a un segmento de altos recursos y tener presencia en principales malls del país. En tanto, La Fête ganaría escala global.

RODRIGO OLIVARES

En plena negociación se encontraría la eventual adquisición de la chocolatería La Fête por parte de la multinacional de alimentos suiza, Nestlé, según adelantó ayer "El Mercurio".

Conocedores de las tratativas, afirman que de cerrarse el acuerdo tal como está planteado, La Fête —controlada por el empresario Jorge McKay Allende— mantendría su actual gestión. Eso sí, las fuentes aseguran que "existen acuerdos de confidencialidad, y nada está cerrado".

Actualmente, el proceso se encontraría en fase de due diligence (o auditorías previas a la firma final del negocio).

Altas fuentes de la industria chocolatera consideran que el apetito de Nestlé por La Fête responde al acelerado crecimiento que evidencia, en Chile y el mundo, la categoría de chocolate fino.

"Tiene un potencial importante de crecimiento, explicado por dos grandes razones: primero, el chocolate bitter (o amargo), es bueno para la salud; segundo,

Le posibilitará a la multinacional conocer mucho más al cliente de un segmento alto, para darle una experiencia más completa y única".

MIGUEL POCHAT
SOCIO LÍDER DE CONSUMER INDUSTRY PARA DELOITTE CHILE

El acuerdo proporcionará a Nestlé tener presencia en los principales centros comerciales".

CHRISTIAN OROS
FUNDADOR Y DIRECTOR DE RESEARCH DE KAWÉSQAR LAB

Representará un escalamiento global de su marca (La Fête), portafolio de productos y modelo de gestión de tiendas".

CLAUDIO PIZARRO
INVESTIGADOR DEL CENTRO DE ESTUDIOS DEL RETAIL, INGENIERÍA INDUSTRIAL, U. DE CHILE

es que debido a sus distintos orígenes, se puede hacer un trabajo más amplio en el desarrollo de las categorías de chocolate fino, lo que no es tan fácil en el segmento masivo en que opera Nestlé", indica un conocedor. De acuerdo con entendidos

de la industria de chocolatería premium, en Chile este mercado se ha multiplicado en cuatro veces en cuanto a volúmenes de ventas en los últimos 14 años. Esto se refleja en la aparición de múltiples competidores y la gran expansión de otros



La chocolatería mantiene 49 tiendas en el país.

como la Varsoviense.

Según estimaciones de Euro-monitor, este año Chile cerrará con un consumo per cápita de chocolate de 2 kilogramos (kg), posicionándose como líder a nivel regional, tal como en 2019. Más atrás en la lista aparece Brasil con 1,3 kg por persona, mientras que el resto de los países en Latinoamérica no superan el kg por persona.

Potencial del negocio

Para expertos de la industria del consumo masivo, la eventual adquisición de La Fête por parte de Nestlé le otorgará a la firma suiza ventajas mucho más profundas que simplemente ampliar su portafolio de productos.

Según Miguel Pochat, socio líder de Consumer Industry para Deloitte Chile, con esta compra Nestlé accedería a un consumidor distinto, que tiene capacidad

financiera e interés por acceder a un producto más premium. Valora, además, que La Fête dispone de un programa de fidelización mediante puntos que "le permitirá a la multinacional conocer mucho más al cliente de un segmento alto, para darle una experiencia más completa y única".

Christian Oros, fundador y director de Research de Kawésqar Lab, estima que "el acuerdo permitirá a Nestlé tener presencia en los principales centros comerciales", pues gran parte de los 49 locales de La Fête se ubican al interior de estos recintos. "De hecho, en Casa Costanera, además de chocolatería fina, ofrece el concepto de café".

Claudio Pizarro, investigador del Centro de Estudios del Retail, indica que la marca La Fête se verá fuertemente potenciada: "Representará un escalamiento global de su marca, portafolio de productos y modelo de gestión de tiendas".

2 kilogramos per cápita es el consumo de chocolate estimado para este año en Chile por Euromonitor.

US\$ 70 millones mueve aproximadamente en ventas el mercado del chocolate premium en el país.

2 tiendas oscuras

desarrolló la firma local de chocolates finos, en La Reina y Santiago Centro, para potenciar el canal online en medio de la pandemia.