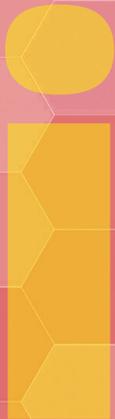


Insights de comunicación publicidad digital para el sector de **BIENES RAÍCES,** ante el covid-19



Índice



Agradecimientos	4
Presentación	8
1. Demanda de la vivienda durante la crisis	12
Apoyo de instituciones a causa de la crisis	13
Apoyo de la banca en créditos hipotecarios	14
¿Cuál podría ser el futuro del mercado inmobiliario?	14
¿Qué está sucediendo con las rentas en México?	15
Impacto en las oficinas	15
Primeras consideraciones de la industria	17
2. Hábitos, audiencias y consumo de la industria en un entorno digital en México	18
Inversión publicitaria durante la pandemia	19
Búsquedas digitales de vivienda durante la crisis	21
Previo a la pandemia	22
<i>Digital Journey</i> Compra/Renta de propiedades	23
Los grandes retos de la industria inmobiliaria	24
3. Perspectivas y tendencias post covid-19 del sector	26
Nuevas tendencias para compradores de inmuebles	28
Retos para la industria: Capacitación Digital	29
¿Cómo serán los espacios?	29
Nuevas tecnologías en el sector	30
4. Ejemplos internacionales de comunicación del sector ante el covid-19	33
Loads	33
Dwellito	33
Realidad virtual	33
Cushman & Wakefield	33
5. Reflexiones del panel	34
Referencias	38



Agradecimientos

A

Este trabajo es un gran esfuerzo que logró reunir a expertos en las áreas de Marketing y Publicidad Digital que están enfocados en la industria de **Bienes Raíces**. Su conocimiento y experiencia fueron de utilidad y eficacia ante los tiempos de incertidumbre y sobreinformación que ha provocado el covid-19; logramos investigar y contribuir con propuestas innovadoras, dando como resultado este documento que puede ayudar a la reactivación de la industria. Además busca incentivar la continuidad en la investigación referente al sector, fomentando así buenas prácticas en comunicación y marketing interactivo.

Colaboradores

ADRIÁN OLAYA

Senior Sales Manager
Comscore
aolaya@comscore.com

ALFREDO GONZÁLEZ

Business Development
Nielsen
alfredo.x.gonzalez@nielsen.com

IZABEL ROMÁN

Performance Manager
HSBC
izebel.roman@hsbc.com.mx

KARIME SÁNCHEZ

Investigación de Mercados
Scotiabank
ksanchezs@scotiabank.com.mx

KARLA RAMÍREZ

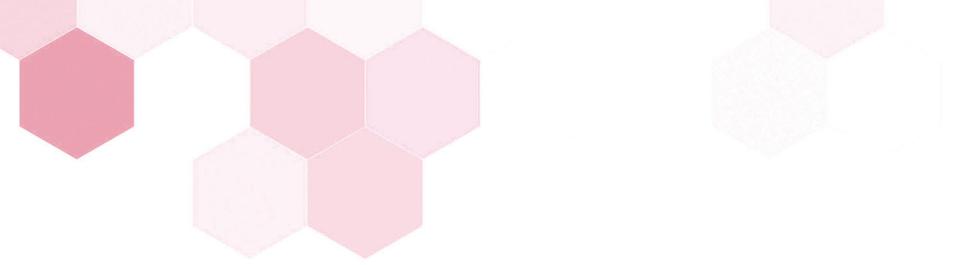
Coordinadora de Comunicación y
MKT Digital
Vinte
karla.ramirez@vinte.com

MARÍA GUADALUPE FLORES

Training and assets analyst
Nielsen
mariaguadalupe.flores@nielsen.com

YEI CI RODRÍGUEZ

Director Creativo
Plus Media
yeici@masfusion.com



Revisión y validación

PABLO CASTELLANOS

Presidente Comité de Business Intelligence IAB Mx- Market Insights Mexico
Google
pabloc@google.com

PAMELA GONZÁLEZ

Vicepresidente Comité de Business Intelligence IAB Mx Marketing Science Solution & Partner Development
Facebook
pamelagc@fb.com

LUIS BADILLO

Presidente Comité de Lineamientos y Mejores Prácticas IAB Mx Founder & Partner
MasclicksPresidente
luis.badillo@masclicks.com.mx

CLAUDIO FLORES

Vicepresidente Comité de Lineamientos y Mejores Prácticas IAB Mx - Socio VP
Lexia Insights Solutions
claudio@lexia.com.mx

Líder de proyecto IAB México

GABRIEL RICHAUD

Director General - IAB México
gabriel@iabmexico.com

RICARDO BUTRÓN

Coordinador de Contenido - IAB México
ricardo.butron@iabmexico.com

Editora del proyecto

CINTIA MAYOL

Editora independiente
cintiamayol@gmail.com

Diseño editorial

JORGE BALBUENA

Coordinador de Comunicación
IAB México
jorge.balbuena@iabmexico.com

Ediciones Larousse, S.A. de C.V. con la colaboración de Pedro Molinero / Intidrinero



Scotiabank®



HSBC





●

Presentación

P

En 10 años el sector de construcción ha aportado 6% del Producto Interno Bruto (PIB) de México. La industria, además, genera alrededor de 2.2 millones de plazas laborales al año.

Esto significa que esta industria se ha recuperado de todas las crisis que se han presentado en el pasado, como el sismo del 2017 o el brote de influenza H1N1. Actualmente, se enfrenta un riesgo muy similar debido a la crisis ocasionada por el virus covid-19 que se ha extendido por todo el mundo provocando severos riesgos económicos para muchas naciones.

Con el inicio del confinamiento en México, la industria de bienes raíces tuvo distintas afectaciones; se debilitó el crédito a la vivienda y disminuyó la compra de bienes duraderos (**gráfico 1**).



Crédito a la vivienda se debilita

Se desacelera el crédito al consumo mientras que a la vivienda empieza a debilitarse de Marzo a Abril cae **1 punto porcentual**.

Contracción del -38.4% del sector

La actividad de construcción se ve interrumpida por las medidas de sana distancia, el punto más bajo en los últimos dos años había sido en Julio 2019 con -9.1% del sector.

La compra de bienes duraderos disminuye

Con la incertidumbre, las familias mexicanas se vuelven más cautelosas, el indicador de compra de bienes duraderos pasa de **24.6 a 10.1 puntos** para Mayo 2020

|||||

Gráfico 1. Afectaciones al sector de bienes raíces debido al confinamiento por covid-19.

El 1 de abril, debido a la emergencia sanitaria decretada por la Secretaría de Salud Federal, en la Ciudad de México se cancelaron las obras privadas y sólo continuaron las obras públicas. Como consecuencia se reportaron

más de 350 mil empleos perdidos referentes al sector. Además, 80% de las pymes del sector detuvieron sus actividades (**gráfico 2**).



Gráfico 2. Panorama del sector bienes raíces debido al confinamiento.





●

Demanda de la vivienda durante la crisis

1

En abril y mayo la demanda de vivienda nueva media y residencial cayó entre 12% y hasta 50% para las inmobiliarias.

Jesús Sandoval Armenta, director general de la desarrolladora Ruba, comentó en entrevista para el periódico El Financiero que, uno de los principales cambios por la pandemia será la mezcla de ingresos, ya que el año pasado alrededor del 79% provenían del segmento medio y residencial, con valor de hasta 3.5 millones de pesos, y el resto era vivienda social de hasta medio millón de pesos.

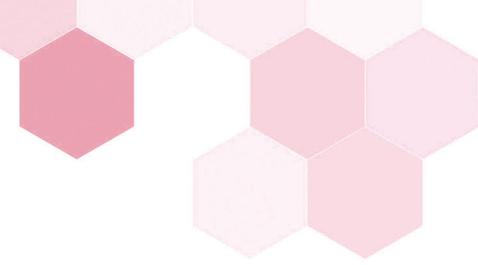
Sin embargo, en el acumulado de enero a abril de 2020, el segmento medio y residencial fue del 75% y el 25% restante fue de interés social.

Los desarrolladores coinciden en que habrá una reconfiguración en el mercado cuando se nivele la oferta y la demanda, después de haber permanecido cerradas por dos meses las obras de vivienda en el país.

Apoyo de instituciones a causa de la crisis

El Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit) y el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (Fovissste) han puesto a disposición programas de diferimiento de pagos para proteger a las personas que perdieron su empleo durante este periodo

En lo que va del 2020 el Infonavit ha otorgado 194 mil créditos al cierre de junio, lo que representa un avance de 38.8% de la meta anual. El Infonavit, además, dispondrá de más de 7 mil millones de pesos para el seguro por desempleo y para cubrir los pagos por hasta tres meses para que, quienes pierdan su trabajo, conserven su patrimonio familiar.



También se otorgarán diferimientos en el pago de la mensualidad hipotecaria, capital e intereses, con congelamiento de saldo, para cualquier acreditado que vea afectada su continuidad laboral.

Apoyo de la banca en créditos hipotecarios

El índice de morosidad en créditos hipotecarios (IMOR) pasó de 2.6%, registrado en abril de 2019, a 3.1% en 2020, lo que refleja la situación económica que estamos viviendo. La Asociación de Bancos de México (ABM) también ha otorgado beneficios a sus clientes, como la ampliación del plazo del crédito hipotecario, lo que permite la reducción de la mensualidad; así como un descuento de 10% si el financiamiento se paga en su totalidad.

Para el 15 de mayo de 2020, un total de 7.9 millones de clientes de la banca habían solicitado diferir entre cuatro y seis meses el pago de sus créditos como medida de apoyo ante los efectos negativos en la economía que ha tenido la pandemia del covid-19.

¿Cuál podría ser el futuro del mercado inmobiliario?

Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el indicador de confianza para compra de bienes duraderos, cayó 10% en marzo del 2020.

De marzo a junio de este año se calcula que se perdieron alrededor de 1.8 millones de empleos formales y, para finales de 2020, cerca de 68.5 millones de mexicanos se encontrarán en pobreza, según estimaciones de La Confederación de Cámaras Industriales (Concamin).

En una encuesta aplicada en mayo por el Infonavit, 74% de los inquilinos no tuvo problema para pagar su renta. Sin embargo, de los que



actualmente buscan cambiar de casa, sólo el 40% lo hace para tener un mayor espacio, mientras que un 30% lo hará porque ya no puede pagar la renta.

Habrà postergación en la decisión de compra de vivienda por el desempleo y la reducción de ingresos, las personas no se animarán a comprar una casa que implique un compromiso entre 15 y 20 años de tener un flujo para pagar.

La caída en la contratación de créditos hipotecarios podría impulsar más al mercado de rentas, incluso animar a nuevos propietarios a rentar sus inmuebles.

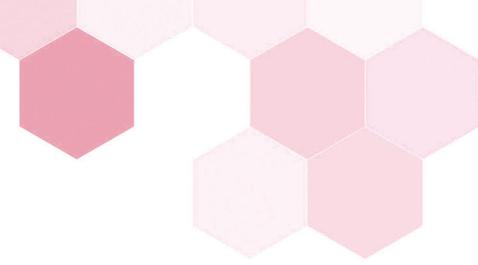
¿Qué está sucediendo con las rentas en México?

Según los reportes de distintas inmobiliarias, 2 de cada 5 renovaciones de contratos de arrendamiento se han cancelado debido a la situación económica de las personas.

Fernando Soto-Hay, fundador de “Tu Hipoteca Fácil”, comentó para el medio Propiedades.com que los vendedores de inmuebles con precio menor a 3 millones de pesos podrán seguir con sus actividades sin mayor problema. Los bancos no van a cerrar la llave del crédito, aunque estimó que se reducirá la aprobación de estos. El panorama no es alentador, pero el sector inmobiliario no se va a caer, aunque su avance se verá ralentizado.

Impacto en las oficinas

De acuerdo con el Reporte Inmobiliario 2020, de la plataforma Lamudi, debido a la pandemia por covid-19, el mercado de la renta de oficinas en



México se ha enfrentado a un panorama poco esperanzador, con una caída en la demanda de 43% a nivel nacional.

Destaca también que el segmento de los *coworks* ha sido uno de los más afectados por la crisis sanitaria; ya que muchas empresas optaron por implementar el home office. Además, prevé una contracción importante en la construcción de edificios corporativos; al menos durante los próximos meses y hasta que se establezca la economía a nivel global.

Lamudi comparte algunas medidas que se pueden considerar para elaborar una estrategia efectiva al regresar a las oficinas:

- Identificar todas las áreas y tareas con posible exposición al covid-19; e incluir medidas de control para eliminar o reducir dichas exposiciones.
- Los empleados con síntomas deben notificar a su supervisor y quedarse en casa.
- Controles de salud al momento de entrar a la oficina.
- Redistribución de espacios.
- Capacitación para seguridad en el ambiente laboral.
- Uso de cubrebocas y mascarillas.
- Escalonar horarios.
- Se sugiere que únicamente regresen quienes tienen actividades esenciales en el centro de trabajo y no puedan trabajar a distancia.

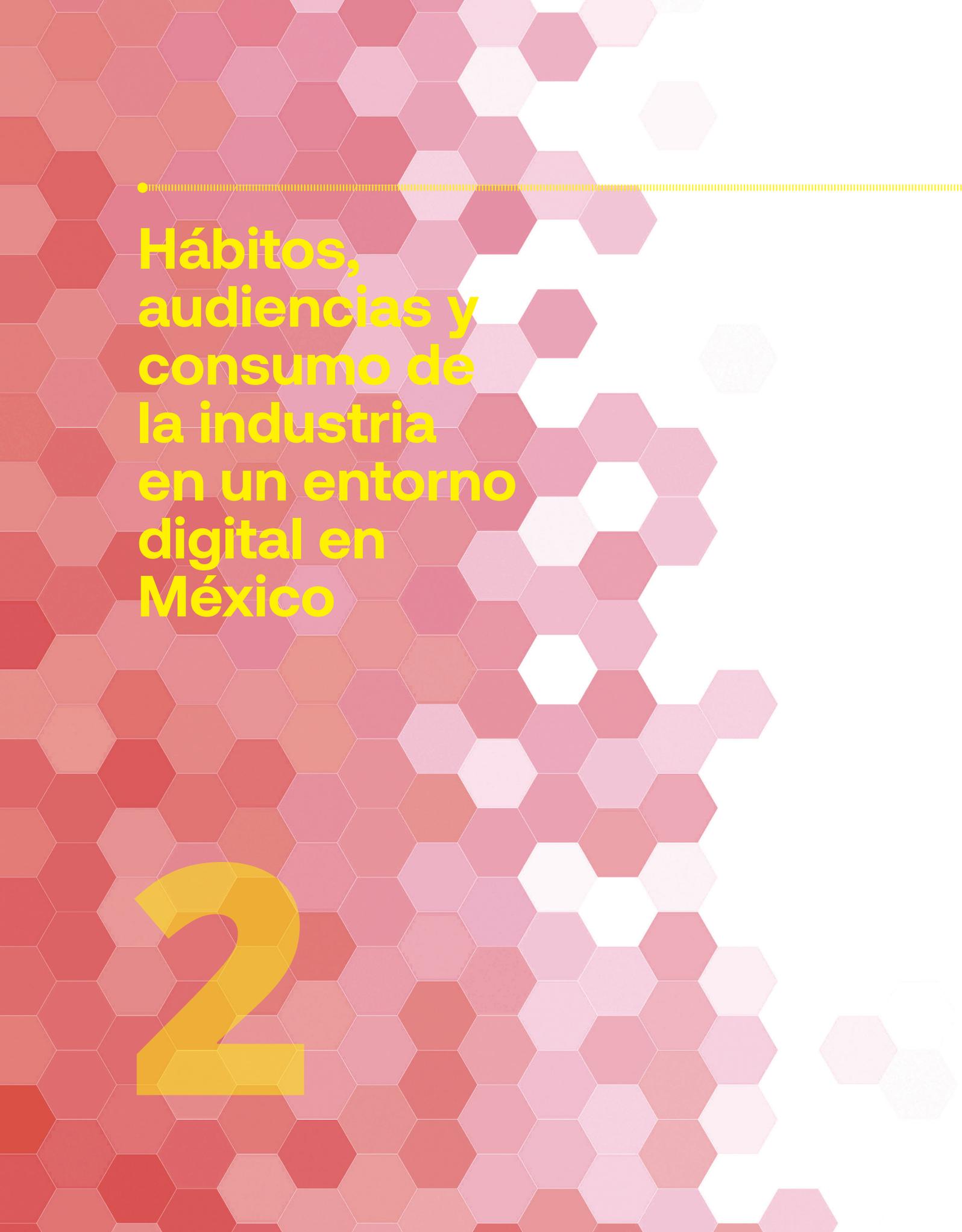
Datos del sitio web Forbes México corroboran la crisis de renta de oficinas, ya que 64% de los CFO en el país consideran que el trabajo remoto llegó para quedarse y apostarán por esta medida cuando se decreta la vuelta a los centros de trabajo, pero solo para aquellos que así lo permitan, según la nueva edición del “COVID-19 CFO Pulse Survey México” de PwC.

Primeras consideraciones de la industria

La industria de bienes raíces tendrá que adaptarse a las necesidades de los nuevos paradigmas. Por ejemplo, se tendrán que acondicionar nuevos espacios para las medidas de la sana distancia y considerar el *home office* como una herramienta que mantiene la productividad y reduce tiempos de traslado de los trabajadores (**gráfico 3**).



Gráfico 3. Nuevas consideraciones de la industria de Bienes Raíces.



●

Hábitos, audiencias y consumo de la industria en un entorno digital en México

2

El consumo de televisión y digital en México ha incrementado. Debido a la iniciativa “Quédate en casa”, las personas han buscado mantenerse informadas a través de estos medios, pero también quieren estar en contacto con sus seres queridos por lo que las herramientas digitales juegan un papel importante (gráfico 4).

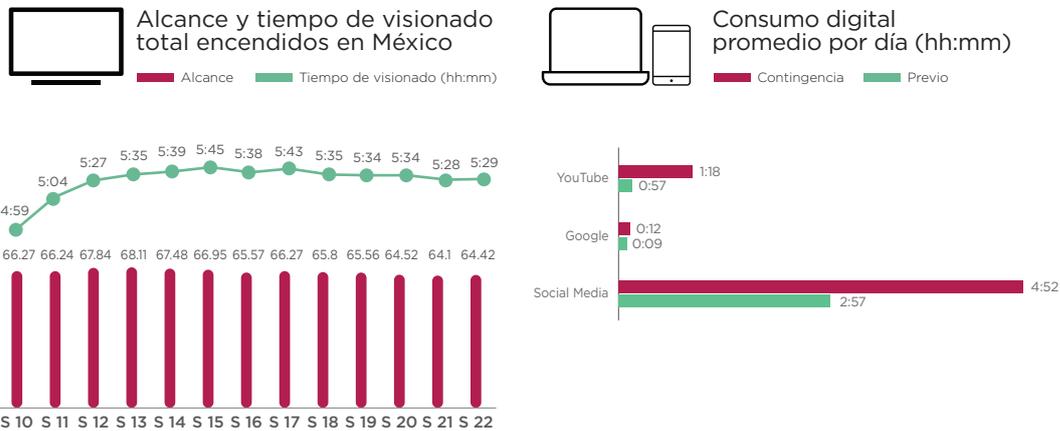


Gráfico 4. Alcance de televisión y digital.

Las plataformas más utilizadas siguen siendo las redes sociales como Facebook, Youtube y Whatsapp. Estas permiten a los usuarios seguir en contacto con sus conocidos de manera virtual, pero también pueden pasar tiempo de ocio o aprender nuevas habilidades, como clases de cocina o algún idioma (gráfico 5).

Inversión publicitaria durante la pandemia

A partir de la semana 12 la actividad publicitaria en medios tuvo una desaceleración importante debido al covid-19 (gráfico 6).

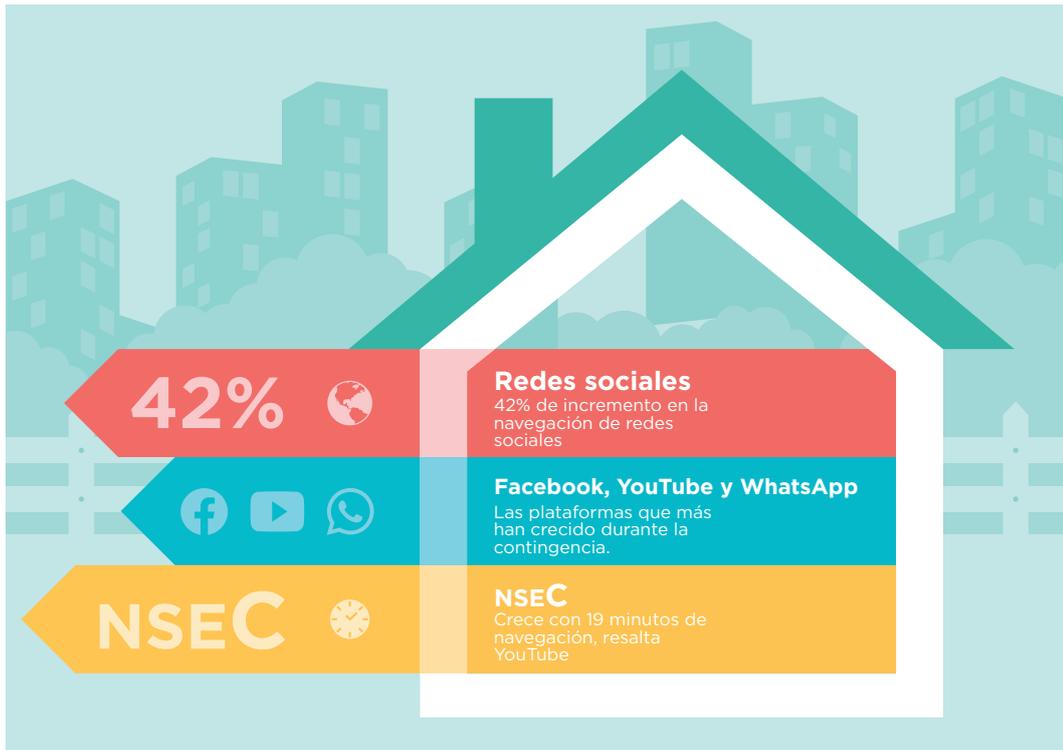


Gráfico 5. Redes sociales que se han usado más en la pandemia.

Miles de impresiones Televisión, Radio, Prensa, Revistas y Digital



Gráfico 6. Impresiones en televisión, radio, prensa, revistas y digital.

Mientras que en medios tradicionales la actividad publicitaria incrementó considerablemente en la categoría de bienes raíces al inicio de la pandemia, la inversión en digital disminuyó (**gráfico 7**).

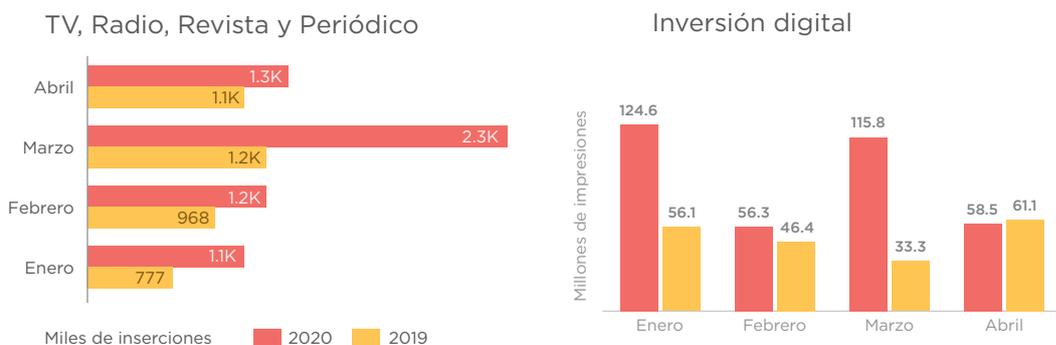
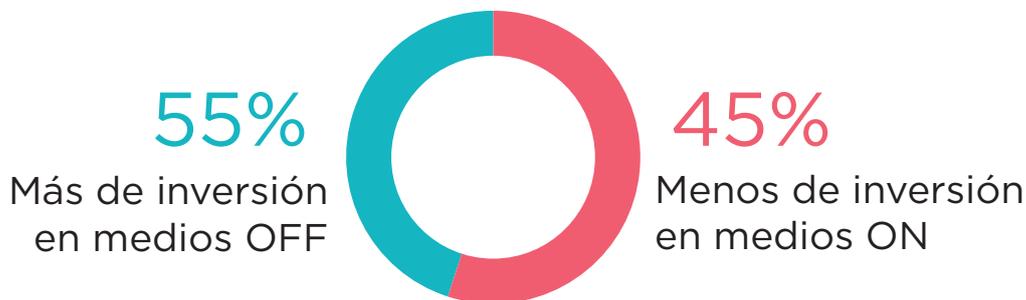


Gráfico 7. Inversión publicitaria en medios.

La incertidumbre y el confinamiento han orillado a las empresas a mantener a salvo su plantilla, por lo que el sector de bienes raíces ha decidido tener una redefinición en la inversión publicitaria, por ejemplo 33% de los anuncios en marzo se enfocaron en locales para rentar.

Búsquedas digitales de vivienda durante la crisis

Lamudi destacó que, de enero a abril en promedio anual, aumentó hasta 93% la búsqueda de vivienda en venta y 75% en renta.

Tanto en búsquedas de ventas como de rentas de inmuebles, los sitios que mantienen la mayor parte de las visitas son: Inmuebles 24, Propiedades.com y Vivanuncios (gráfico 8).

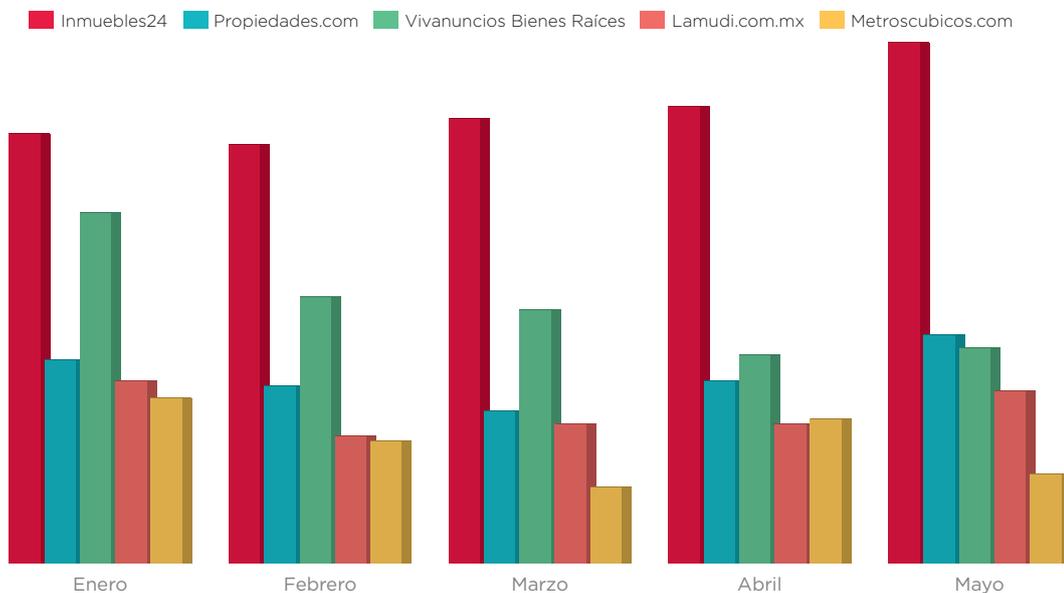


Gráfico 8. Sitios con mayores búsquedas de rentas de inmuebles.

En redes sociales el total de acciones en la categoría de bienes raíces en las principales redes sociales, Facebook, Instagram, Twitter y Youtube, se han multiplicado de enero a mayo (tabla 1).

Previo a la pandemia

Antes de la crisis ocasionada por el virus covid-19, los usuarios afines a invertir en bienes inmobiliarios, mencionaron buscar información principalmente en sitios de internet, pero un porcentaje importante de personas también comentó hacerlo en la calle. Con esto queda demostrado que aún el mercado no ha migrado completamente a lo digital, el 34% continúa buscando de manera física (gráfico 9).



Tabla 1. Métricas de redes sociales de Enero a Mayo.

Enero

Rank	Propiedad	Actions (CP)	Actions (CP) Percent Share	Audiencia (CP)	Video Views (YouTube)	Videos (CP)
	Business Services - Real Estate	26M	50	754K	231K	40
1	Vidusa Casas (MX)	19K	36.7	69K	0	2
2	Be Grand (MX)	4K	7.68	19K	0	5
3	Neuchatel (MX)	925	1.76	7K	0	2
4	Cushman & Wakefield (MX)	691	1.32	4K	0	3
5	Colliers International	340	0.648	79K	795	2
6	Ruba-Llegaste a casa (MX)	230	0.438	39K	754	3
7	JLL (MX)	225	0.429	142K	0	14
8	Buscando Casa (MX)	152	0.290	210K	0	5
9	CBRE (MX)	105	0.200	3K	0	0
10	Condocasa (MX)	94	0.179	12K	0	2

Mayo

Rank	Propiedad	Actions (CP)	Actions (CP) Percent Share	Audiencia (CP)	Video Views (YouTube)	Videos (CP)
	Business Services - Real Estate	18K	50	776K	2K	67
1	Buscando Casa (MX)	6K	75.6	213K	0	14
2	Vidusa Casas (MX)	4K	83	72K	19	10
3	Ruba-Llegaste a casa (MX)	3K	27.3	40K	678	7
4	U-Calli (MX)	2K	34	42K	0	14
5	Colliers International	768	8.83	82K	996	3
6	Be Grand (MX)	735	32	21K	0	10
7	Bosque Real (MX)	484	30.3	26K	95	2
8	Cushman & Wakefield (MX)	448	9.14	4K	0	2
9	JLL (MX)	244	12.2	150K	148	2
10	Newmark Grub Knight Frank	170	8.95	25K	0	2

Digital Journey Compra/Renta de propiedades

La decisión de compra o renta de un inmueble implica un proceso complejo y largo para el usuario. La parte digital juega un papel fundamental al profundizar en el conocimiento de su producto, hacer comparaciones y compartir sus sentimientos al tomar una decisión final.

Mencionan en promedio
1.93
lugares de búsqueda

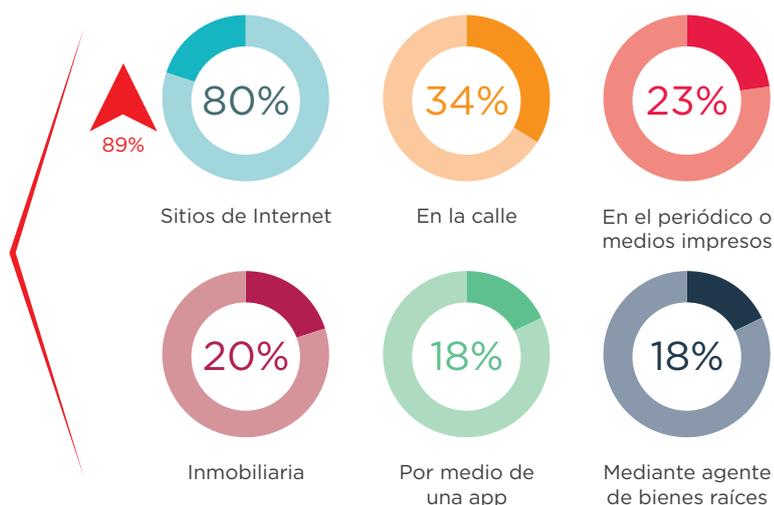


Gráfico 9. Lugares de búsqueda para personas que invierten en inmuebles.

Las personas que adquieren un inmueble buscan información en Google, blogs o sitios especializados de bienes raíces, así que la publicidad digital aquí tiene un papel fundamental para orientar al comprador sobre lo que quiere y lo que necesita (**gráfico 10**).

Los grandes retos de la industria inmobiliaria

Es un hecho que el confinamiento ha creado nuevos hábitos de consumo en el usuario. Por ejemplo, hacer las compras desde casa (*delivery*) o definir puntos sólo para ir a recoger sus productos (*buy and pick*), implica un gran reto para el sector inmobiliario.

La firma inmobiliaria CBRE reconoce la factibilidad de acelerar la reactivación del subsector comercial: el inmobiliario corporativo. En su informe de abril 2020 comenta que los corredores corporativos de oficinas y centros de negocio jugarán un papel fundamental para la reapertura, ya que el flujo de personas es el principal motor de la demanda comercial.



||||||| Gráfico 10. Proceso digital para adquirir un inmueble.



**Perspectivas
y tendencias
post covid-19
del sector**

3

Como resultado de la crisis económica por la pandemia los consumidores se han vuelto más cautelosos sobre los tipos de bienes y servicios que planean comprar. Usuarios de internet evaluaron la importancia y 39% declaró que está en sus prioridades ser dueño de una casa (gráfico 11).

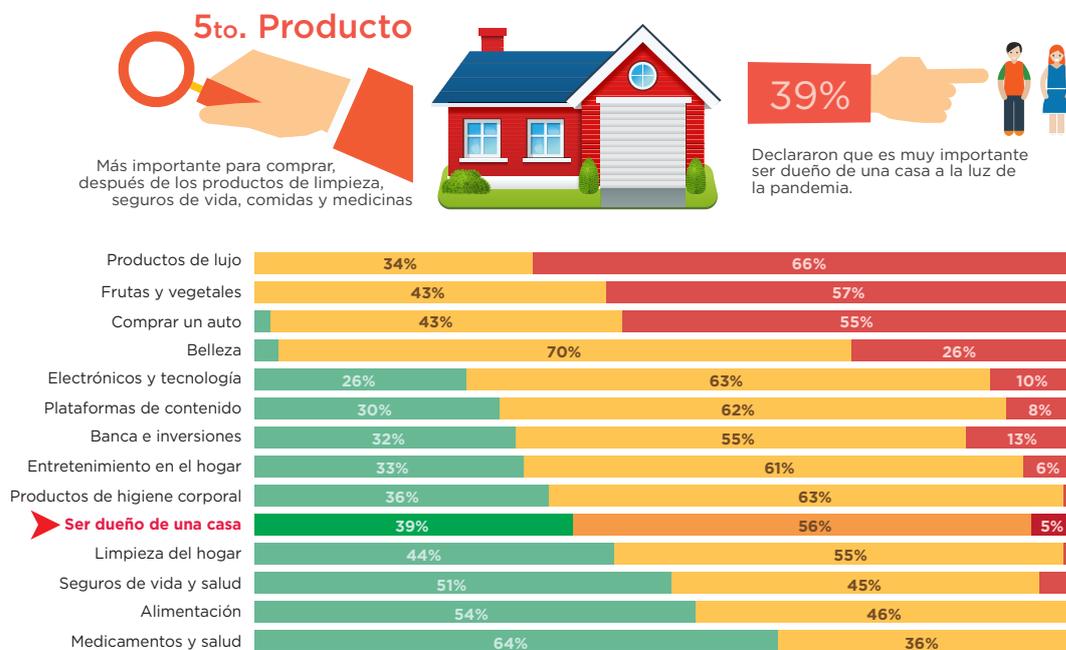


Gráfico 11. Lo que es importante para los consumidores en plena pandemia.

También es importante tomar en cuenta que las personas han mencionado que tendrán ciertas actitudes con las marcas, respecto a cómo éstas han enfrentado la crisis por covid-19 (gráfico 12).

De los usuarios, 60% ha declarado que la probabilidad de comprar una marca en el futuro dependerá del comportamiento de la misma en esta crisis. Además, 4 de cada 10 personas comentaron que han iniciado a usar una nueva marca debido a la forma innovadora o compasiva en que han respondido al brote del virus.

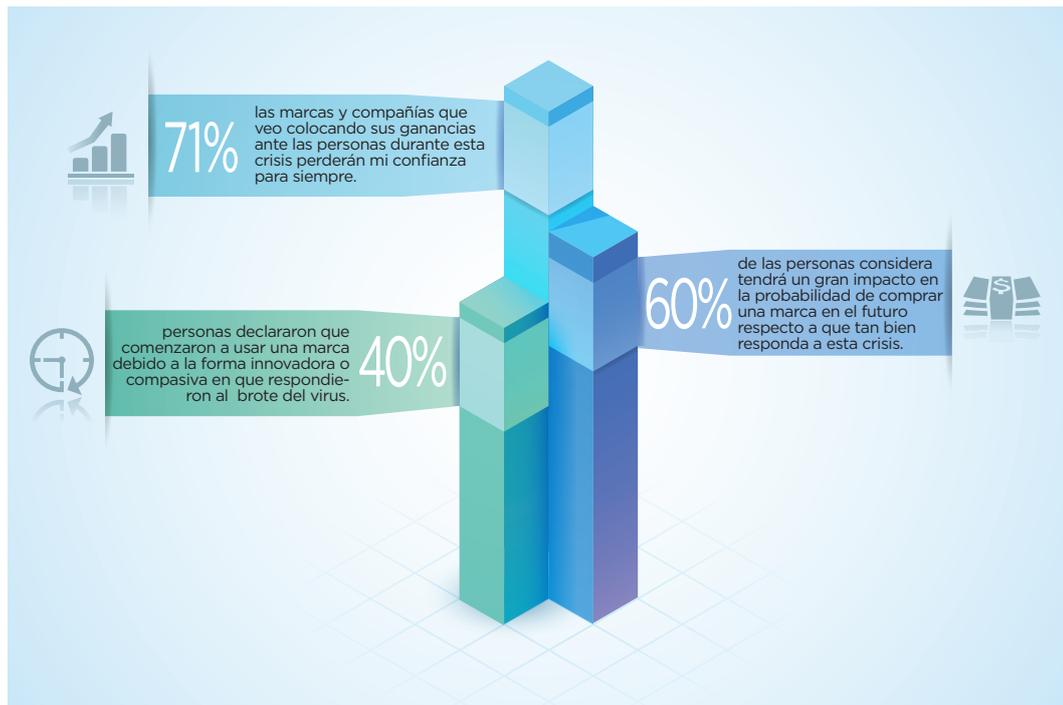
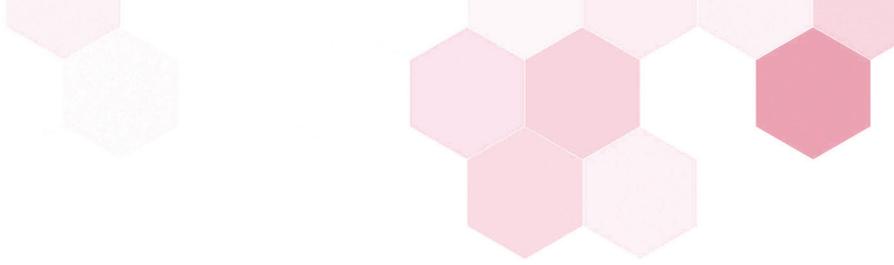


Gráfico 12. Decisiones que toman las personas respecto al comportamiento de las marcas

Nuevas tendencias para compradores de inmuebles

Algunos expertos inmobiliarios señalaron que la compra de inmuebles después o durante la pandemia puede tener algunas ventajas y desventajas:

- La Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios (AMPI) estima que el crecimiento esperado del sector se postergue hasta 2021 derivado de un “efecto rebote” en la compra o renta de vivienda.
- Se podrían registrar ofertas en preventas y enganches, por lo que es importante buscar las ofertas de departamentos.
- Las propiedades adquiridas durante la emergencia mantendrán una plusvalía de 17%, que sería del 3% si no hubiera esta crisis en México, según información de Internacional de Inversiones (IDEI).

- 
- El inventario de vivienda hoy es menor, ante la contracción en la construcción de proyectos, por lo que se podría encarecer en metro cuadrado una vez superada la contingencia.

Retos para la industria: Capacitación Digital

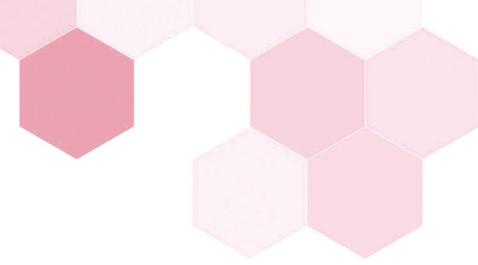
La organización de bienes raíces REMAX ha lanzado la iniciativa denominada 'Solidaridad Digital', en el que se abrieron cursos a agentes inmobiliarios independientes para capacitarse de manera gratuita.

El objetivo es abrir este espacio de conocimiento para que todos los agentes puedan acceder a diferentes webinars con el fin de ofrecer más herramientas tecnológicas y digitales para el desarrollo del sector inmobiliario en nuestro país y así acercarse a los nuevos clientes.

¿Cómo serán los espacios?

Debido al confinamiento, aspectos como los espacios exteriores o los metros cuadrados serán mucho más valorados y la utilización de nuevas áreas marcarán tendencias en cuanto a adquisición de viviendas.

- 1.** Espacios al aire libre: La comunicación con el exterior a través de espacios como jardines o terrazas es ahora más atractiva que nunca.
- 2.** Viviendas adaptables: Se espera que la tendencia del mercado favorezca a viviendas con habitaciones capaces de adaptarse para convertirse en oficinas o centros de estudio.
- 3.** Habitaciones más grandes: Seguramente, el comprador trate de buscar estancias más generosas en metros cuadrados para realizar rutinas sin obstáculos.

- 
4. Comunidades planeadas: Conjuntos habitacionales donde los sitios para satisfacer necesidades básicas, como supermercados, centros de salud, escuelas, etc, se encuentran dentro del mismo complejo.

Nuevas tecnologías en el sector

Tours Virtuales

Esta es otra tendencia del mercado inmobiliario que ha adquirido mucha relevancia, pero en México se encuentra en las primeras fases de adopción.

Las medidas de distancia social han ocasionado que las operaciones de compra-venta en línea sean más relevantes, y el sector inmobiliario puede aprovechar las nuevas formas de mostrar propiedades mediante la tecnología.

Vídeo Live

Se espera que, en el futuro cercano, las propiedades en los sitios de internet de las inmobiliarias ofrezcan un tour virtual, ya sea en video o en realidad virtual 3D para dar al comprador un primer acercamiento más íntimo y dinámico, y para mantener un sentimiento de cercanía y confianza entre el vendedor y sus prospectos.

Chatbots

Vinte lanzó dos innovaciones relevantes: el primer chatbot con Inteligencia Artificial y un micrositio “Tu Casa Online”, para que las personas realicen un pre apartado de su vivienda en línea.

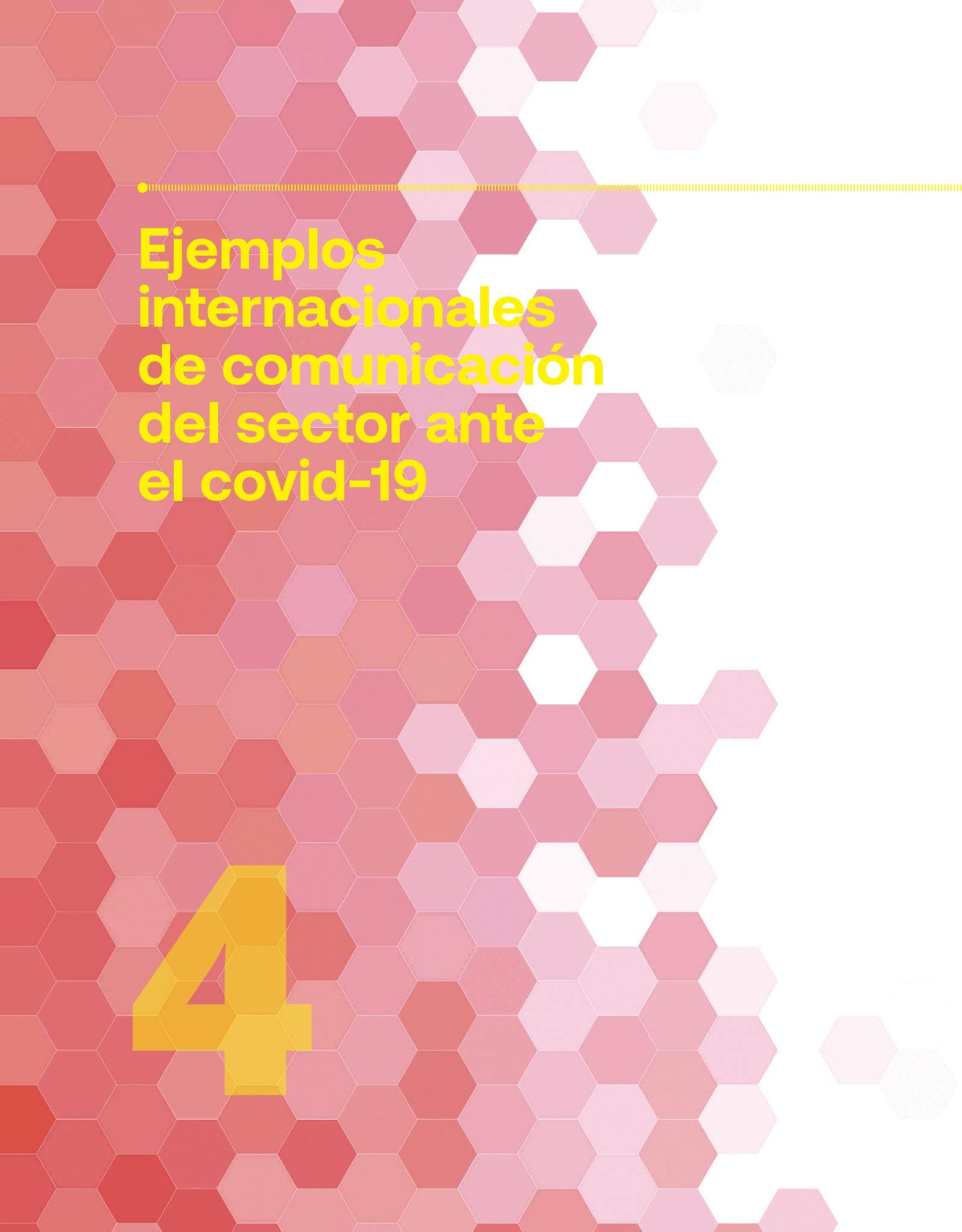


Estos canales incrementaron de forma relevante la participación de los medios digitales en la afluencia y ventas de viviendas. (De un 20% promedio pasaron al 32%).

Proptech

Entre los servicios digitales que ofrecen estas empresas se encuentran principalmente:

- Prospección calificada
- Investigación de inquilinos
- Firma de contratos digital
- Fotografías profesionales
- Tours virtuales
- Chatbots
- Mapas interactivos
- Pauta para generación de conversaciones vía messenger o whatsapp
- Correo electrónico automatizado



●

Ejemplos internacionales de comunicación del sector ante el covid-19

4



Las buenas prácticas de las empresas en situaciones de crisis generan estrategias para saber qué es lo que se debe hacer y cómo llevarlo a cabo. Lo más importante ante un caso como el del covid-19, es mostrar empatía con los consumidores y adaptarse a las nuevas necesidades de las personas.

Loads

Esta empresa de coworking en Ámsterdam renta oficinas que se basan en compartir con gente una gran parte del trabajo, pero ahora debido a la pandemia no es posible. Ellos decidieron innovar y crear espacios confinados completamente, aislados para que la gente pudiera trabajar con todas las medidas de seguridad de distanciamiento social.

Dwellito

La compañía se especializa en casas modulares, entrega las casas hechas de forma modular y ahora innovó en la parte de oficinas. Implementaron su *expertise* y te las entregan hasta la puerta de tu casa para que las uses en tus patios. Oficinas completamente adaptadas con toda la infraestructura que se requiere.

Realidad virtual

Ofrece muchos beneficios en términos de conocer el espacio que las personas están por rentar, los arrendatarios pueden darse una idea de lo que van a adquirir; los asesores inmobiliarios ya no serán tan necesarios en esta nueva realidad.

Cushman & Wakefield

Diseñaron una oficina con el concepto de *"6 feet office"*, mantener 6 pies de sana distancia con tus compañeros de trabajo. Tanto las rutas de evacuación como el acondicionamiento de las instalaciones tienen el concepto de estar separados.



**Reflexiones
del panel**

5



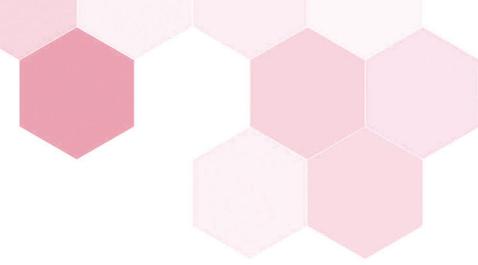
La industria de bienes raíces tiene una gran oportunidad de innovar y recuperarse de esta crisis, los expertos en el tema opinaron.

Sergio Leal CEO de Vinte Inmobiliaria comentó: “Nosotros hemos trabajado muy fuerte en la parte de redes sociales, inclusive hoy en día nos subieron las ventas y los apartados 14% y fue por medios digitales. En Vinte tenemos una plataforma perfectamente preparada y supimos aprovechar bastante bien la situación. Creo que es importante darnos cuenta cómo nos aceleraron el mundo en la parte digital, yo he dicho mucho en las conferencias que el día de mañana la ubicación de tu casa no va a importar, lo que importa es que tú tengas un bienestar, un lugar donde tú quieras vivir”.

“En este confinamiento nos hemos dado cuenta que la gente trabaja plenamente desde su casa. Eso llegó para quedarse”, aseguró Sergio Leal.

Paulina Prieto, VP de Crédito Automotriz e Hipotecario de Scotiabank México “Estamos todavía en medio de la pandemia y a las instituciones financieras nos ha obligado a trabajar de forma diferente, hubo una caída en el monto de la banca comercial de 4% respecto a los créditos. En abril la demanda por crédito hipotecario bajó pero hacia mayo, junio y julio vemos un repunte, incluso de solicitudes. El portafolio hipotecario de México ha demostrado resiliencia en las crisis, los retos van ser los planes de ayuda que dimos, nos van a obligar a observar qué pasa con ese cliente que compró su vivienda y no esperaba este entorno de crisis. En el país tenemos elementos muy positivos para esperar que este mercado crezca”.

Paloma González, Chief Data and Business Officer de Segunda Mano: “La última semana de marzo y todo abril tuvimos una caída de 15% en nuestros usuarios contra el año pasado, había mucha incertidumbre. A partir de mayo vimos un repunte generalizado de 20% y la demanda de bienes inmuebles creció hasta casi 40%. De lado de la oferta el crecimiento fue



menor, alrededor de 5%, se detuvo la construcción y el flujo de propiedades también tuvo un impacto”.

Habló de la postergación en la decisión de compra, pero también las personas pasan más tiempo buscando, el número de propiedades que los usuarios están viendo incrementó 24%, los días que pasan para concluir un proceso de bienes raíces se alargaron, en venta se incrementó al doble de tiempo.

“Los medios digitales han sido de gran soporte tanto de lado de la oferta como de la demanda. Esto implicó que muchos agentes inmobiliarios que antes no estaban completamente digitalizados ahora lo están, el soporte ha cambiado pero vemos ya un repunte. La industria de bienes raíces se ha recuperado más rápido que la de vehículos”. Paloma González

Panel: Marketing y Comunicación para la industria de Bienes Raíces ante el covid-19

Panelistas

- Paloma González – Chief Data and Business Officer – Segunda Mano
- Arq. Sergio Leal - CEO – Vinte Inmobiliaria
- Paulina Prieto – VP. Credito Automotriz e Hipotecario – Scotiabank México
- Alberto Bello – Director General Editorial – Grupo Expansión

Moderador

- Luis Badillo - P. Comité Lineamientos y mejores prácticas – Masclicks



Te perdiste los papers pasados, descargarlos y no te pierdas las siguientes industrias.

- RETAIL - <https://bit.ly/paperRetail2020>
- SALUD - <https://bit.ly/papersalud2020>
- ENTRETENIMIENTO - <http://bit.ly/paperEntretenimiento2020>
- EDUCACIÓN - <https://bit.ly/papereducacion2020>
- SERVICIOS FINANCIEROS - <http://bit.ly/paperservfinancieros2020>
- GAMING - <http://bit.ly/papergaming2020>

Referencias



Inmobiliare. 2020. "¿Cómo se ha comportado el mercado inmobiliario frente a otras crisis?". 21 de abril 2020. <https://inmobiliare.com/como-se-ha-comportado-el-mercado-inmobiliario-frente-a-otras-crisis/>

El Financiero. 2020. "Cae hasta 50% demanda de vivienda residencial y media por el COVID-19. 24 de junio 2020. <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/cae-hasta-50-demanda-de-vivienda-residencial-y-media-por-el-covid-19>

El Economista. 2020. "Cancelan obras privadas en la CDMX por el Covid-19". 3 de abril de 2020. <https://www.economista.com.mx/estados/Suspenden-obras-privadas-en-la-CDMX-por-Covid-19-20200403-0010.html>

Alto Nivel. 2020. "El Infonavit echará la mano con 19 mil mdp a afectados por contingencia de COVID-19". 27 de marzo de 2020. <https://www.altonivel.com.mx/finanzas-personales/el-infonavit-echara-la-mano-con-19-mil-mdp-a-afectados-por-contingencia-de-covid-19/>

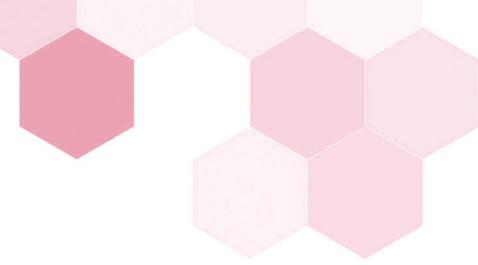
Centro Urbano. 2020. "Morosidad en cartera hipotecaria de la banca creció en abril". 17 de junio de 2020. <https://centrourbano.com/2020/06/17/morosidad-en-cartera-hipotecaria-de-la-banca-crecio-en-abril/>

El Economista. 2020. "Casi 8 millones de clientes de la banca han pedido diferir pagos de créditos ante la pandemia". 20 de mayo de 2020. <https://www.economista.com.mx/sectorfinanciero/Casi-8-millones-de-clientes-de-la-banca-han-pedido-diferir-pagos-de-creditos-ante-la-pandemia--20200520-0049.html>

El Financiero. 2020. "Más rentas, menos compras: el futuro del mercado inmobiliario por la crisis generada por el coronavirus". 7 de julio de 2020 <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/el-arrendamiento-inmobiliario-librara-el-covid-19>

Propiedades. 2020. "El sector inmobiliario después del covid-19 según expertos". 27 de marzo de 2020. <http://propiedades.com/blog/informacion-inmobiliaria/sector-inmobiliario-post-covid-19>

Centro Urbano. 2020. "Por Covid-19, demanda de oficinas en México sufre caída de 43%": 9 de julio de 2020. <https://centrourbano.com/2020/07/09/covid-19-demanda-oficinas-caida/>



Forbes. 2020. "El 64% de los directores de finanzas en México considera mantener home office permanente: PwC". 28 de abril de 2020. <https://www.forbes.com.mx/negocos-64-cfo-mexico-considera-mantener-home-office-permanente-pwc/>

Centro Urbano. 2020. "Cambios en hábitos de consumo, el reto del sector inmobiliario comercial". 15 de junio de 2020 <https://centrourbano.com/2020/06/15/cambios-en-habitos-de-consumo-el-reto-del-sector-inmobiliario-comercial/>

Real Estate Market. 2020. "¿Es recomendable comprar vivienda durante o después de la pandemia?". 18 de mayo de 2020 <https://realestatemarket.com.mx/noticias/mercado-inmobiliario/28472-es-recomendable-comprar-vivienda-durante-o-despues-de-la-pandemia>





iab México **XV**
ANIVERSARIO
2005 - 2020