

QUE FACTORES INFLUYEN EN LA DEMANDA Y OFERTA EN EL  
MERCADO DE SEGUNDA VIVIENDA

-09452-  
CAMARA CHILENA DE  
CONSTRUCCION  
Centro Documentación

**Gustavo Montero Saavedra**  
Presidente Ejecutivo - Socio  
GERMONTT S.A.  
PALMAS DEL MAR S.A.

# **EL MERCADO DE LA SEGUNDA VIVIENDA**

**GUSTAVO C. MONTERO SAAVEDRA  
PRESIDENTE EJECUTIVO  
GERMONT S.A.**

# **SUMARIO**

- 1 .- Introducción.**
  - 1.1 Características de la Segunda Vivienda.**
  - 1.2 Reseña Histórica.**
- 2 .- Condiciones Económicas y de Mercado.**
- 3 .- Preferencias de Compradores.**
- 4 .- Proyectos en Estudio.**
- 5 .- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso.**

# 1.1 Características de la 2da Vivienda

- **Es un bien prescindible**
- **Es un bien familiar**
  - Seguridad
  - Esparcimiento
  - Entretención
- **Es considerada también una Inversión**
  - Solidez de Inversión y Plusvalía actúan como elementos de apoyo a la decisión.
- **Sustitutos**
  - Arriendos
  - Hoteles
  - Tiempo Compartido
  - El Mundo

## 1.2 Reseña Histórica

- Períodos de Bonanza Económica
- Evolución y Transformación de los Balnearios

# **SUMARIO**

- 1 .- Introducción.**
  - 1.1 Características de la Segunda Vivienda.**
  - 1.2 Reseña Histórica.**
- 2 .- Condiciones Económicas y de Mercado.**
- 3 .- Preferencias de Compradores.**
- 4 .- Proyectos en Estudio.**
- 5 .- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso.**

## 2.- Condiciones Económicas y de Mercado

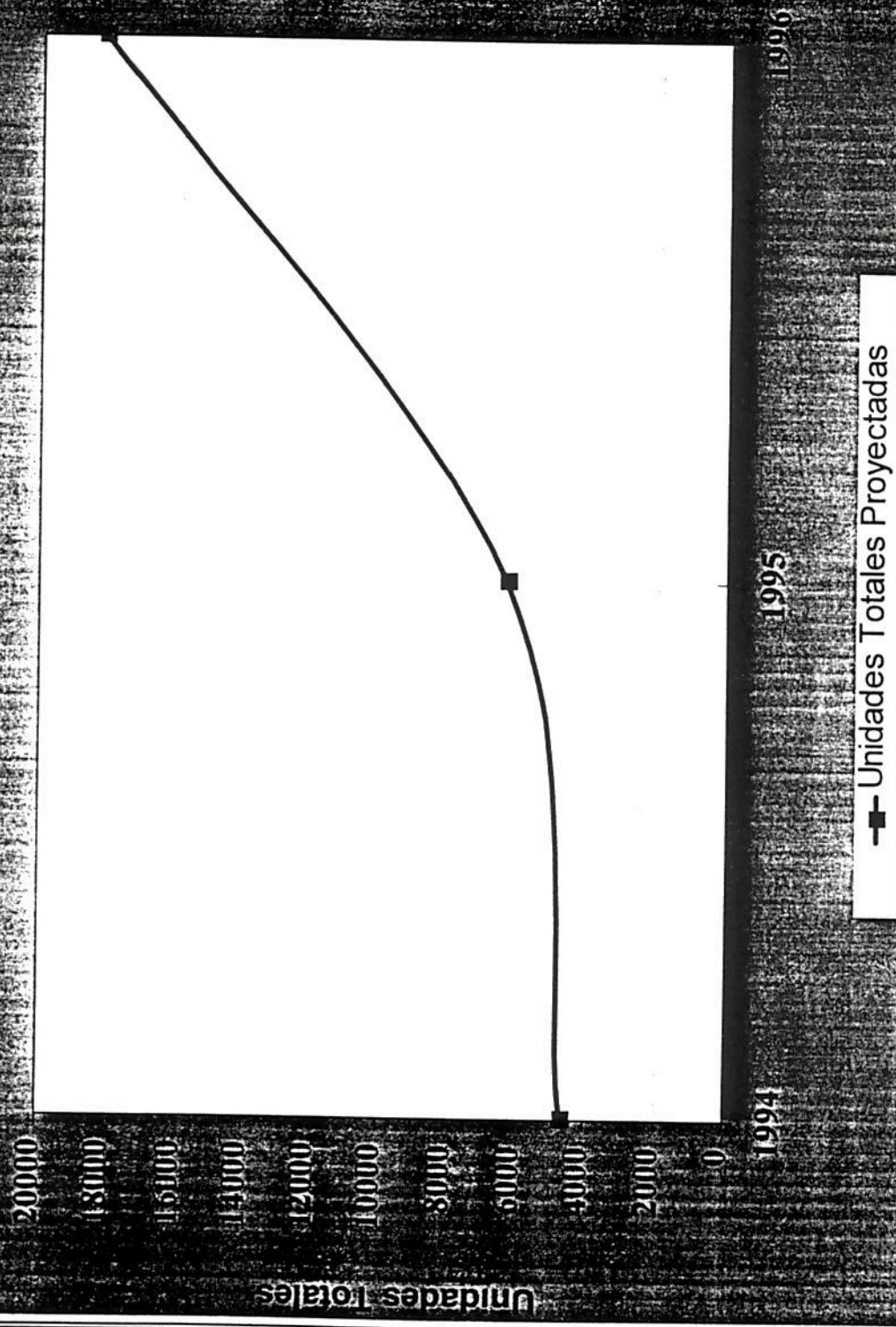
- **Escenario Macroeconómico y su Influencia**
  - Crecimiento
  - Tasa de Interés
  - La Bolsa
  - Espectativas
- **El Mercado**
  - Evolución de la Oferta y la Demanda *como venta*
  - Gráficos *Polvo de Stokkura*
- **El Escenario Actual**

# El Mercado de la Segunda Vivienda

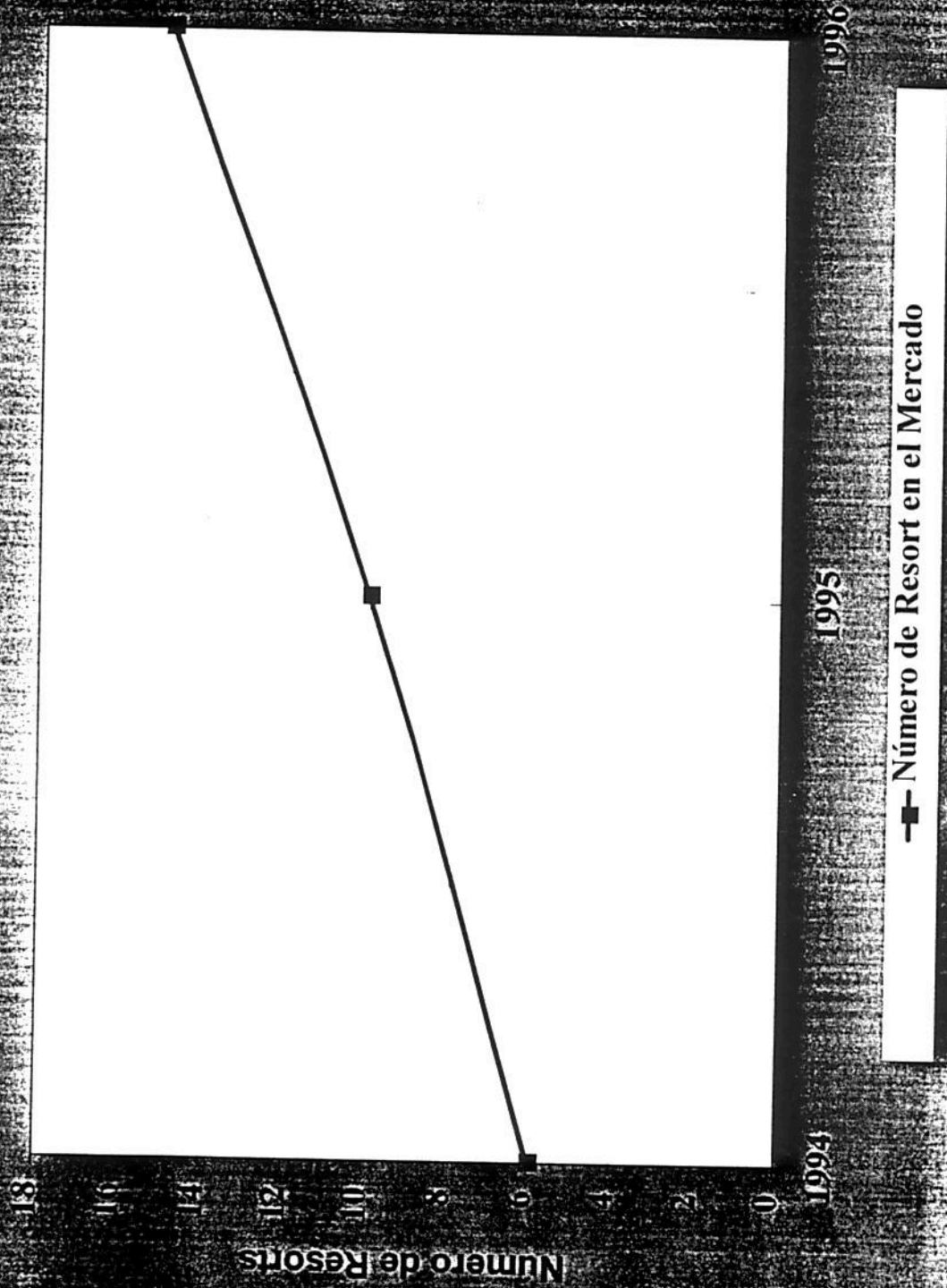
- Evolución de la Oferta y la Demanda.
- Unidades Totales Proyectadas (Oferta Potencial).
- Número de Resorts en el Mercado.
- Ventas Totales Anuales.
- Ofertas y Ventas por Rangos de Precios.
- Total Oferta IV y V Regiones.
- Total Ventas IV y V Regiones.



# UNIDADES TOTALES PROYECTADAS



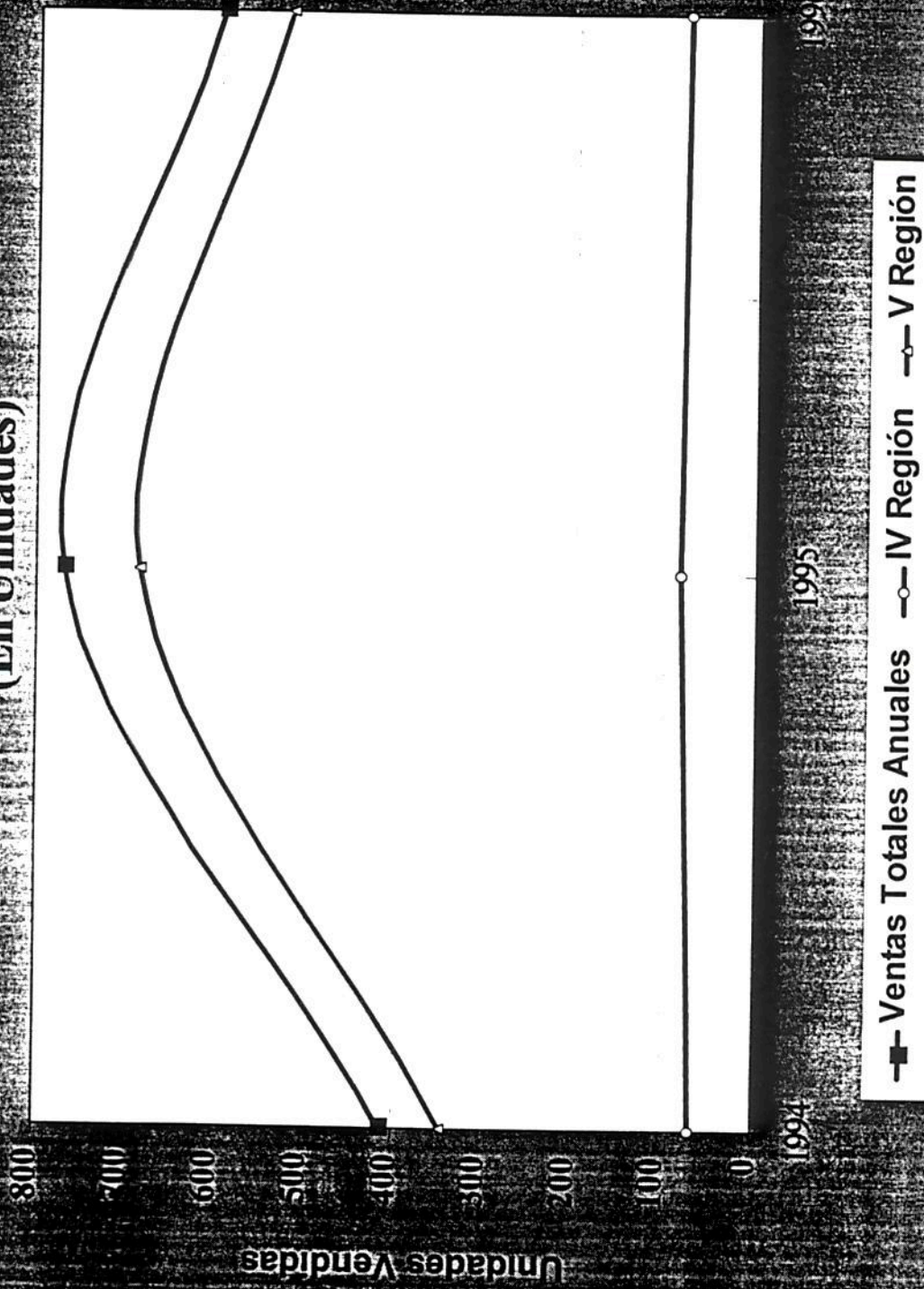
# NÚMERO DE RESORTS EN EL MERCADO



—■— Número de Resort en el Mercado

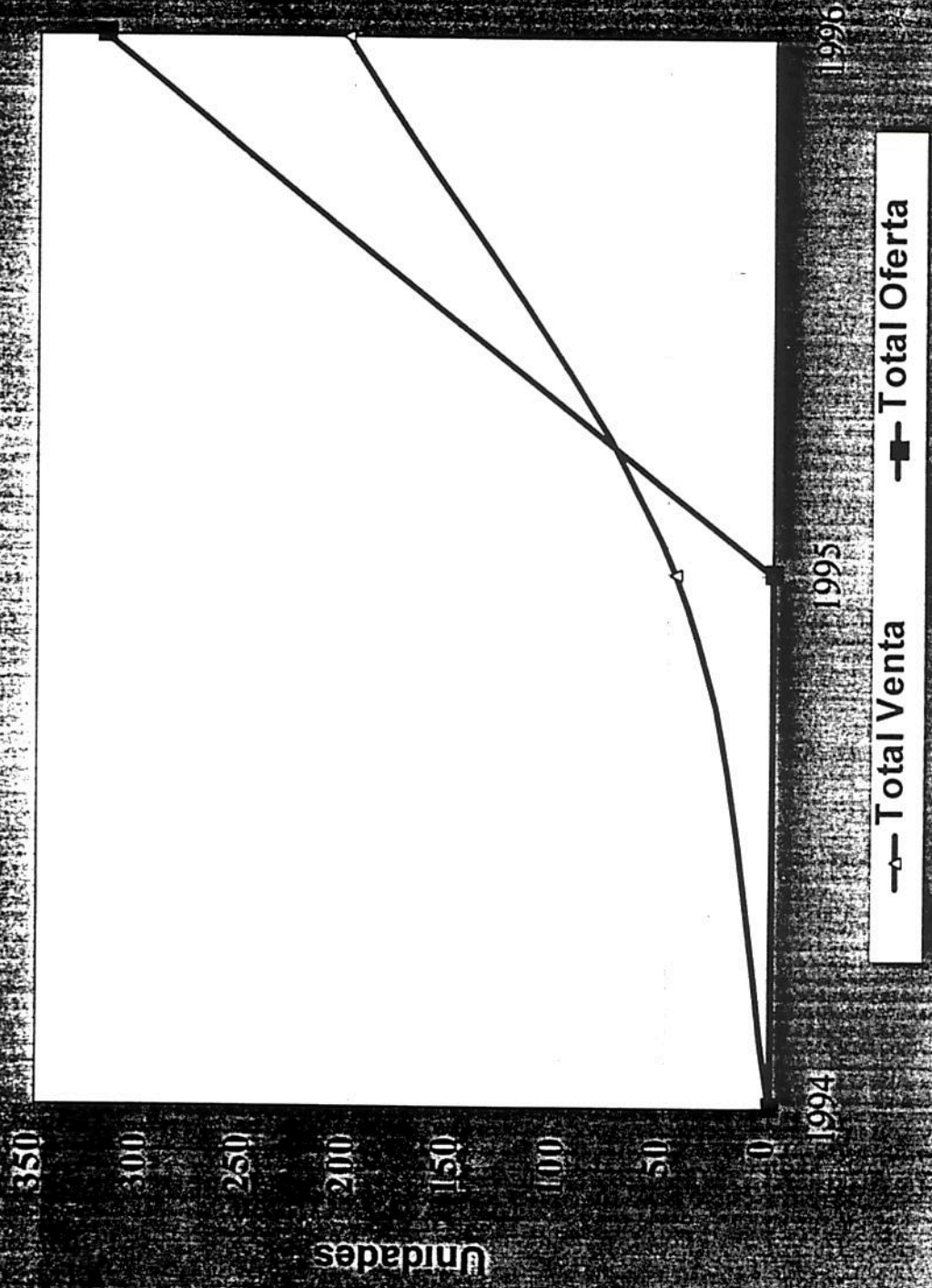
18876

# VENTAS TOTALES ANUALES (En Unidades)



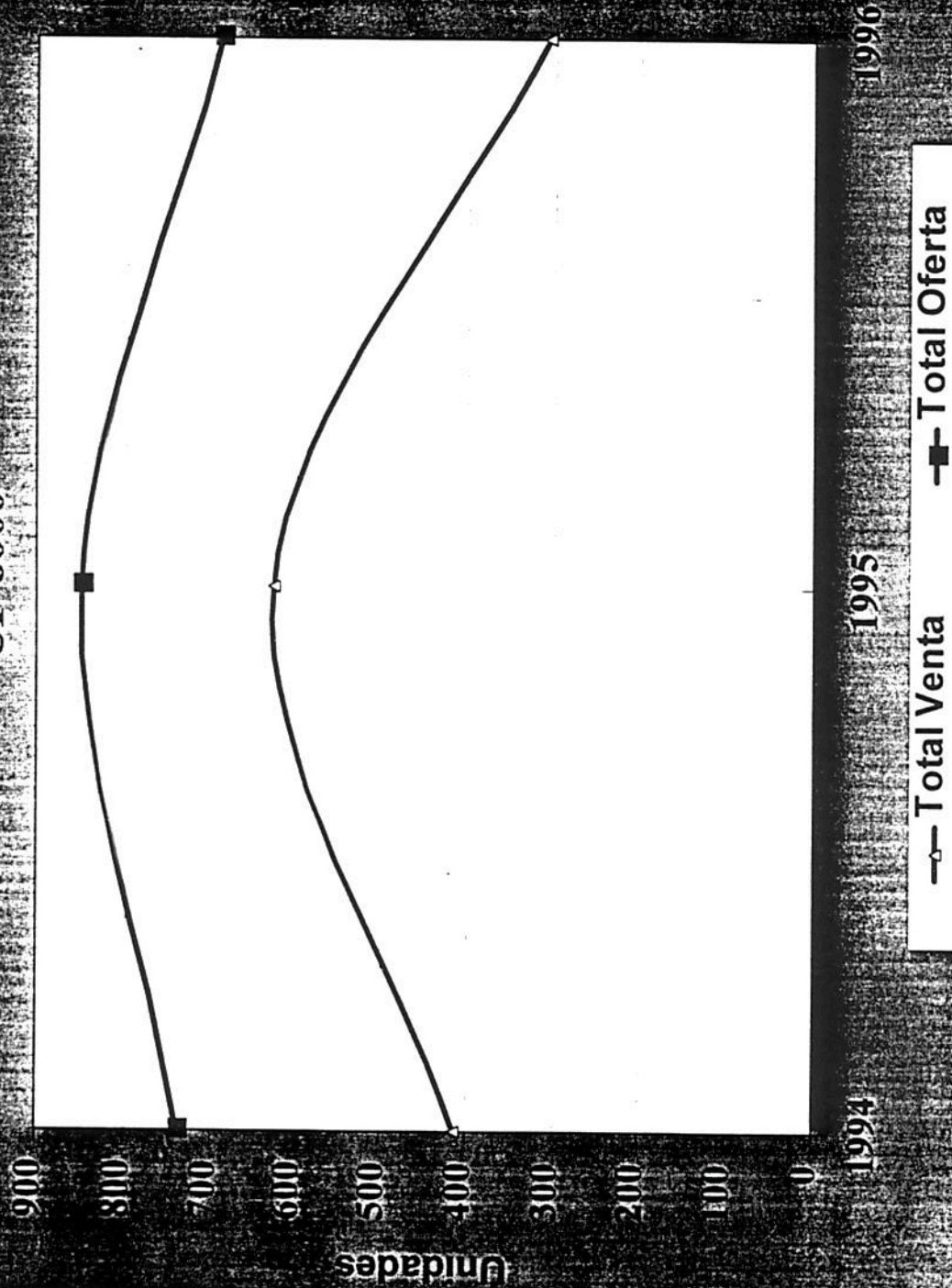
■ Ventas Totales Anuales IV Región    ● Ventas Totales Anuales V Región

OFERTA Y VENTAS UNIDADES EN RANGO  
HASTA UH 3000

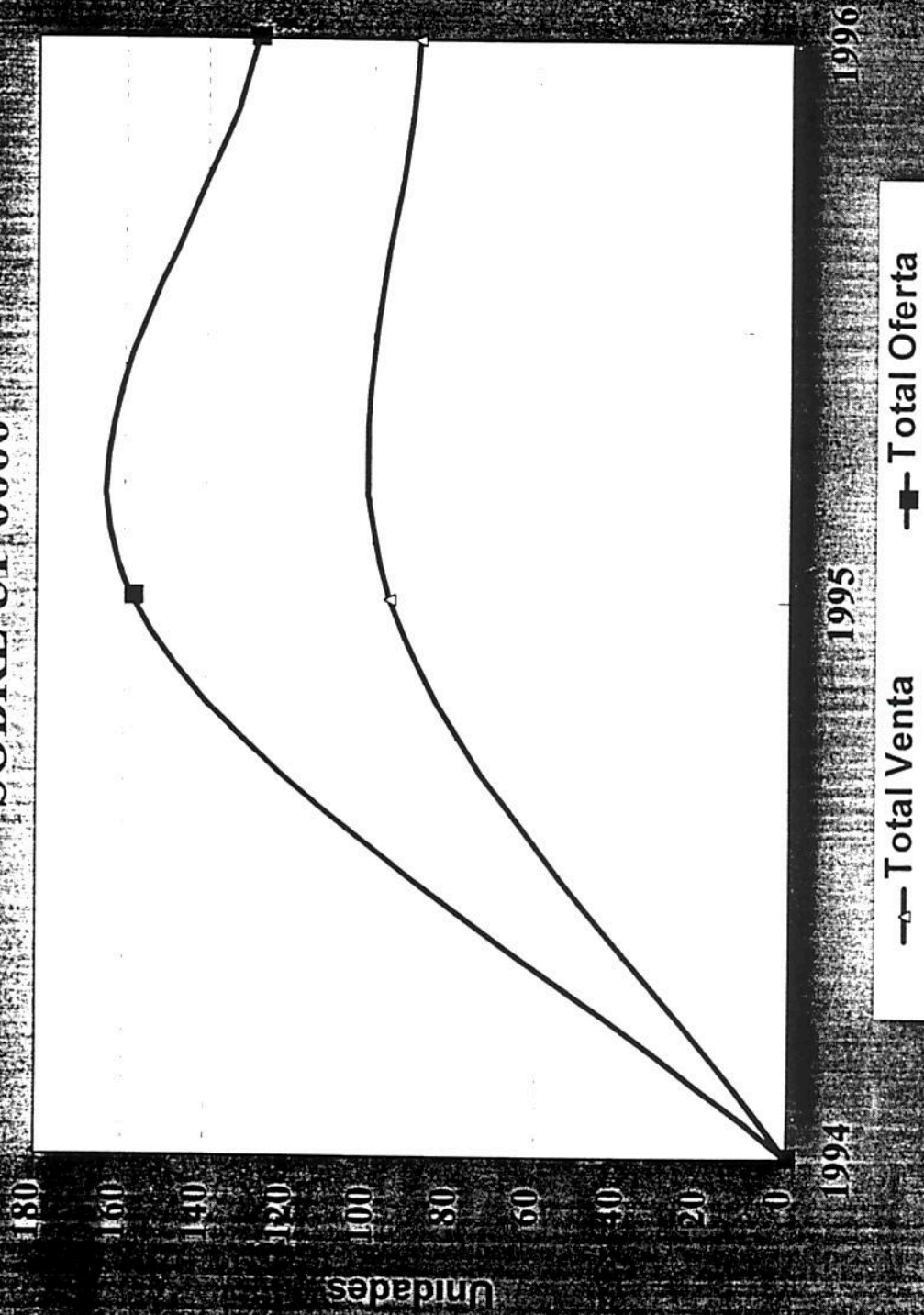


--- Total Venta    -■- Total Oferta

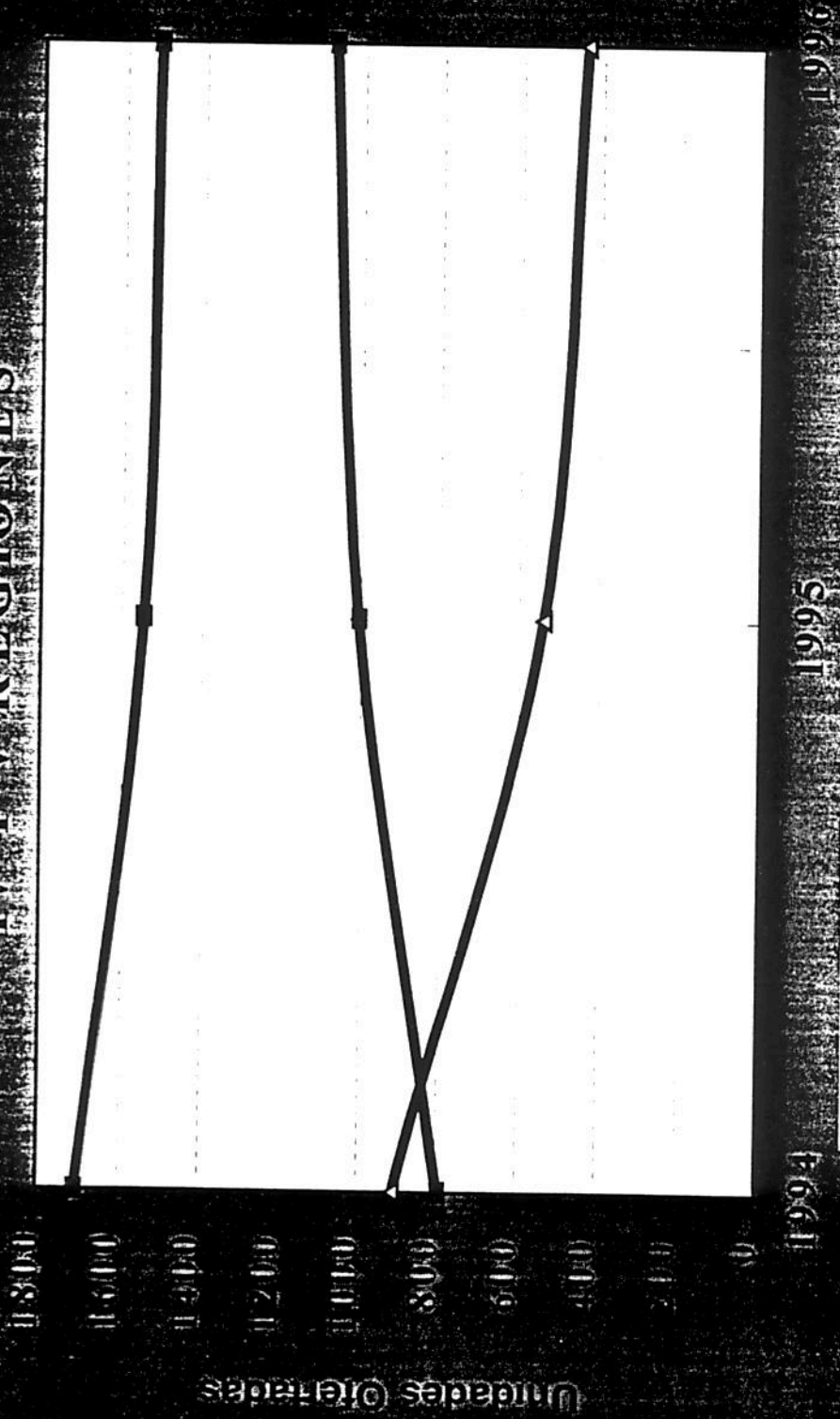
# OFERTA Y VENTA UNIDADES EN RANGO UF 3000 UF 6000



# OFERTA Y VENTAS UNIDADES EN RANGO SOBRE UF 6000

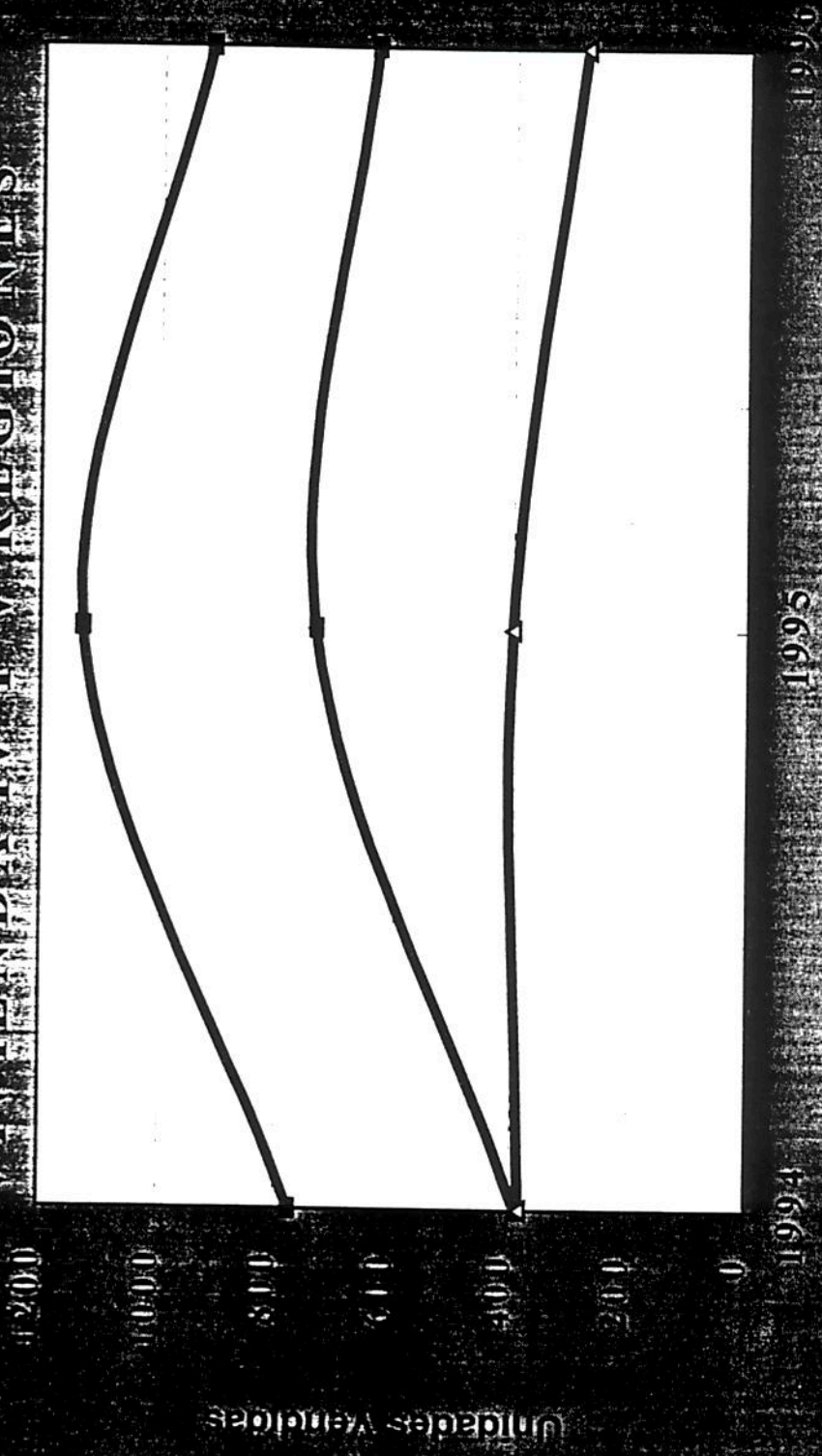


TOTAL UNIDADES OFERTADAS EN  
 MERCADO DE SEGUNDA VIVIENDA  
 IV Y V REGIONES



- TOT. RESORTS
- ▲— OTROS PROYECTOS
- TOTAL DE PROYECTOS

TOTAL UNIDADES VENDIDAS  
 MERCADO DE SEGUNDA  
 MANO Y REGIONES



- TOT. RESORTS
- ▲ OTROS PROYECTOS
- TOTAL DE PROYECTOS



# Escenario Actual

- Oferta Creciente en Cantidad
- Oferta Decreciente en Precio
- Demanda Decreciente en Sectores Altos
- Demanda Creciente en Sectores Medios

# **SUMARIO**

- 1 .- Introducción.**
  - 1.1 Características de la Segunda Vivienda.**
  - 1.2 Reseña Histórica.**
- 2 .- Condiciones Económicas y de Mercado.**
- 3 .- Preferencias de Compradores.**
- 4 .- Proyectos en Estudio.**
- 5 .- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso.**

### **3.- Preferencia de Compradores**

- **Ubicación en relación al Mercado Objetivo**
  - **El Entorno**
    - Geográfico
    - Infraestructura de Servicios
    - Playa
    - Paisajismo
- **Accesos**
- **Seguridad**
- **Privacidad**
- **Disponibilidad de Agua**
  - **Encuesta de Preferencias**
    - Servicios
    - Entretenciones
- **Precio versus Producto**
- **Nivel de Gasto Común**

# Encuestas de Preferencias

- Servicios Requeridos
- Entretenciones Ideales

# Encuestas de Preferencias

## SERVICIOS REQUERIDOS

<b>VIGILANCIA</b>	<b>75,4 %</b>
<b>TELÉFONO</b>	<b>71,4 %</b>
<b>MINIMARKET</b>	<b>68,2 %</b>
<b>RESTAURANTE</b>	<b>56,7 %</b>
<b>COMIDA PARA LLEVAR</b>	<b>50,2 %</b>
<b>LAVANDERÍA</b>	<b>46,1 %</b>
<b>MUCAMA</b>	<b>45,8 %</b>
<b>BAR</b>	<b>29,8 %</b>
<b>GUARDERÍA INFANTIL</b>	<b>22,7 %</b>
<b>DISCOTECA</b>	<b>22,4 %</b>

# Encuestas de Preferencias

## ENTRETENCIONES IDEALES

LUGARES PARA CAMINATAS

86,9 %

PISCINAS

81,3 %

ENTRETENIMIENTOS INFANTILES

59,4 %

CABALLOS

52,5 %

DEPORTES NÁUTICOS

48,5 %

CANCHAS DE TENIS

48,0 %

LUGARES PARA TROTAR

44,8 %

PESCA DEPORTIVA

34,7 %

CANCHAS DE GOLF

12,8 %

# **SUMARIO**

- 1 .- Introducción.**
- 1.1 Características de la Segunda Vivienda.**
  - 1.2 Reseña Histórica.**
- 2 .- Condiciones Económicas y de Mercado.**
- 3 .- Preferencias de Compradores.**
- 4 .- Proyectos en Estudio.**
- 5 .- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso.**

# 4.- Proyectos en Estudio (1)

## IV REGIÓN

**LA SERENA**

**3200**

**PUERTAS DEL MAR  
OTROS AVENIDA DEL MAR**

**COQUIMBO**

**2640**

**LOS CHANGOS  
CALETA LIMARÍ  
LOS VILOS  
CUENCAS DEL SOL**

**TOTALES IV REGIÓN**

**5840**



## 4.- Proyectos en Estudio (2)

### V REGIÓN

PICHIDANGI

LONGOTOMA

PAPUDO

ZAPALLAR

CACHAGUA

RITOQUE

CON-CON

TOTALES V REGIÓN

2730

## 4.- Proyectos en Estudio (3)

<b>VIII REGIÓN</b>	<b>800</b>
<b>IX REGIÓN</b>	<b>1400</b>
<b>VILLARICA</b>	
<b>PUCÓN</b>	
<b>X REGIÓN</b>	<b>1676</b>
<b>FUTRONO-LAGO RANCO</b>	
<b>LAGO RANCO</b>	
<b>PUERTO VARAS</b>	
<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>14410</b>

# **SUMARIO**

- 1 .- Introducción.**
- 1.1 Características de la Segunda Vivienda.**
- 1.2 Reseña Histórica.**
- 2 .- Condiciones Económicas y de Mercado.**
- 3 .- Preferencias de Compradores.**
- 4 .- Proyectos en Estudio.**
- 5 .- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso.**

## 5.- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso (1)

- Identificar Mercado Objetivo

- Elegir la **Mejor Ubicación**

- Definir Proyecto

  - Concepto Inspirador





  - Base para Marketing y Publicidad

## 5.- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso (2)

- Alcance e Infraestructura
- Análisis Morfológico
- Destino del Suelo y Zonificación
- Definir Alcances de :
  - Servicios
  - Infraestructura
  - Equipamiento

## 5.- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso (3)

- **Otros Aspectos del Proyecto**
  - Innovación y Creatividad
  - El Entorno y el Ecosistema
  - Los Detalles
- **Cumplimiento de lo Ofrecido**
  - Responder a las expectativas
  - No crear falsas expectativas
  - Calidad
  - Plazos

## 5.- Recomendaciones para un Proyecto Exitoso (4)

- Plan Maestro
- Calidad del Servicio
- Financiamiento
  - Del Proyecto
  - De los Compradores

# **EL MERCADO DE LA SEGUNDA VIVIENDA**

**GUSTAVO C. MONTERO SAAVEDRA  
PRESIDENTE EJECUTIVO  
GERMONT S.A.**