



Zona de cafetería, espacios gourmet, huerto urbano, pista de running... los espacios comunes al exterior ganan enteros

VIA CÉLERE

Cambio en la demanda El impacto del confinamiento

La nueva normalidad dispara el interés por las viviendas con «todo incluido»

► La irrupción del Covid ha convertido a las zonas comunes, cada vez más completas, en un elemento decisivo de compra

CHARO BARROSO

Si las historias que discurrían entorno a la piscina de una urbanización de lujo dieron argumento para siete temporadas de la serie *Melrose Place*, ni imaginar lo que podría dar de sí en los espacios comunitarios de muchas de las nuevas urbanizaciones que se levantan en España: salón de belleza, sala *gourmet*, bar, gimnasio, sala de fisioterapia, campo de golf, sala de juegos zona de running, huerto urbano y hasta sala de cine.

La demanda de viviendas con estos espacios se ha acentuado tras el confinamiento. «Los usuarios han comenzado a valorar más el tiempo que pasan en casa y reflexionan sobre los elementos de los que quieren disponer, incluyendo las zonas comunes. Y, por otro lado, el auge del teletrabajo, y la consiguiente reducción de los desplazamientos a la oficina ha provocado que gran parte de la demanda se traslade del centro de los núcleos urbanos a la periferia en busca de una casa más amplia, con más zonas verdes y más servicios dentro de la urbanización», señala Cristina Ontoso, directora comercial de Vía Célere.

Una tendencia cada vez más clara, como refrenda Jesús Duque, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria, quien reconoce que tras la Covid «cada día son



AEDAS HOMES

más las peticiones de clientes interesados en encontrar viviendas con servicios comunitarios más sofisticados. Hasta hace unos años, se valoraba tener jardín, piscina o pista de pádel. Hoy se piden viviendas con piscina de invierno, zona de bodega, cafetería, zona social o incluso huerto urbano».

Cristina Ontoso explica que «las zonas comunes son una característica muy valorada. Se trata de un recurso muy útil para compaginar la vida laboral y profesional, especialmente en un día a día que cada vez más está repleto de actividades y estrés. El hecho de contar con un gimnasio en tu urbanización, una sala de estudio o de trabajo, una piscina, una peluquería o una sala de

cine, permite evitar desplazamientos y optimizar el tiempo de ocio». Por ello, desde hace tiempo en muchas de sus promociones han ido incorporando casi de todo: sala social «gourmet», zonas infantiles tematizadas, tirolina... Sus últimas incorporaciones: un espacio de salud equipado con reanimación cardiovascular, toma de tensión o dispositivo para evitar atragantamientos; y una «guest house», un apartamento que los propietarios pueden reservar para recibir a sus invitados.

«El concepto de vivienda ha cambiado. Si bien hace unos años se perdió esa sensación de comunidad que tenían nuestros abuelos, en la actualidad la sociedad tiende a reclamar nuevos espacios y puntos de encuentro con sus vecinos. No se trata solo de mejorar la calidad de vida de los propietarios, sino dotarles de herramientas para facilitar y potenciar también su vida social en un entorno distendido, controlado y cómodo», señala.

Y aunque estos espacios pueden suponer un incremento en el precio de compra de la vivienda, a la larga representan un ahorro. Así lo señala un estudio

realizado por Vía Célere, que concluye que suponen un ahorro económico para los usuarios de entre 580 y 830 euros, es decir de hasta 10.000 euros al año. «Estas cifras se basan en el gasto medio que implica para una familia, entre otras actividades, ir al gimnasio, llevar a los niños a la guardería, salir a comer



IKASA

De cine

Mini campos de golf o salas de proyección de cine son algunos de los novedosos servicios comunes que comienzan a incluir algunas promociones



Espacios únicos y tematizados para los más pequeños

VIA CELERE

o ir al cine en España, cuestiones que podrían realizar de forma gratuita en las zonas comunes», aclara Ontoso.

Desde AEDAS Homes, Pablo Rodríguez-Losada, director comercial y de marketing, explica que «la promoción residencial de obra nueva ha democratizado un tipo de vivienda con equipamientos que hace unos años solo se encontraban en promociones más exclusivas. En los años 70, contar con una piscina en casa era incluso un símbolo de clase social alta. Hoy en día, es un equipamiento básico presente en prácticamente todas las promociones de obra nueva».

Ocio asegurado

Rodríguez-Losada coincide en que «uno de los principales cambios de la sociedad española en los últimos años es el ritmo de vida de las familias, con largas jornadas laborales y viviendas alejadas del lugar de trabajo, por lo que el tiempo de ocio es limitado. Esto hace que sea una de las principales razones por las que valoran tener cerca espacios de ocio que les eviten tener que desplazarse y aprovechar al máximo el tiempo del que disponen sin salir de casa». Y precisa que, aunque estos servicios puedan parecer premium, el precio no tiene por qué serlo: «En una de nuestras promociones en Sevilla, se han vendido viviendas alrededor de 130.000 euros y cuentan con más de 37.000 m² de zonas comunes, con una piscina principal de 1.000 m² de lámina de agua, seis pistas de pádel, circuito de running de más de un kilómetro o un club social».

Respecto al tipo de comprador reconoce que «en los últimos tiempos, el cliente que llega viene con los deberes hechos y tiene muy claro qué es lo que necesita. Junto a la sostenibilidad del edificio, las zonas comunes se han con-

vertido, ya antes de la pandemia, en uno de los elementos diferenciadores a la hora de comprar una vivienda y un factor de peso en la toma de decisión final. Ahora, tras el confinamiento esta tendencia se ha acentuado. El cliente aprecia esas zonas comunes como una parte más de su vivienda, a la que sin duda le otorga un valor mayor», sentencia.

Uno de esos clientes que sabe bien lo que quiere y que, además, sabe bien lo que ha de construirse para cubrir estas nuevas necesidades es Haryán Rodríguez, CEO de iKasa. Él vive desde hace cuatro años en una de sus promociones en Somosaguas. «Cuando añas las bondades de un chalet con las facilidades

de una vivienda en altura, las virtudes son exponenciales», señala. Su urbanización cuenta con 26.000 m², de los que solo 10.000 corresponde a edificación. En ellos hay zona de «pich and putt», piscina semiolímpica, zona comunitaria con cocina industrial o sala polivalente donde organizan desde proyecciones hasta conciertos de piano.

En la zona perimetral hay un circuito de running con estaciones de ejercicio al aire libre, cuentan con una

charca japonesa con peces y ranas y un huerto ecológico. Y de todo ello disfrutan los 75 propietarios.

Rodríguez señala que otro de los aspectos que los compradores tienen en cuenta son los criterios de sostenibilidad: «Las aguas pluviales se recogen y se reutilizan para riego, y biomasa y geotermia, como fuentes de energía limpias», explica. Y también reconoce que tras el confinamiento «ha habido un repunte de solicitudes de chalets o urbanizaciones con estos servicios». Y no es de extrañar porque reconoce que durante esos duros meses «poder disfrutar de espacios al aire libre y de las zonas de la urbanización supuso todo un privilegio».



Un espacio de salud donde recibir al fisioterapeuta