

# APOSTAR POR SOSTENIBILIDAD Y SALUD COMO ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN



**SURGIRAN DIFERENCIAS COMPETITIVAS MÁS ALLÁ DEL PRECIO POR M<sup>2</sup>, DE LA UBICACIÓN, DE LA ORIENTACIÓN Y DE LOS ACABADOS DE BAÑO Y COCINA.**

■ Por Ricard Santamaria.

Apostar por un modelo de edificación sostenible y que garantice como resultado la obtención de un espacio saludable ya fuera con el propósito de convertirse en un hogar, en un lugar de trabajo o en un centro de docencia debería ser, bajo mi punto de vista, la consecuencia de un ejercicio de coherencia y de responsabilidad en la medida en la que en los últimos años venimos conociendo las repercusiones de hacer lo contrario de lo que ello significa.

# LIDAD

# GIA DE

El interés por todo lo ecológico, desde la alimentación, hasta el consumo energético, desde la movilidad hasta la práctica deportiva, es una tendencia, creciente e imparable.

.....

.....

Dicho esto, y sin entrar en contradicción con la anterior afirmación, tal apuesta puede convertirse, y de hecho se está convirtiendo para aquellos que lo vienen llevando a cabo en modo "avanzadilla", en un factor diferencial prácticamente imbatible, y lo afirmo apoyándome en datos y en tendencias objetivas, observables y en algunos casos contrastables como son el creciente aumento del interés por la cultura de lo saludable reflejada en el aumento del consumo de productos de carácter ecológico, de procedencia conocida o trazable, en el creciente conocimiento e inquietud por parte del consumidor sobre materia de nutrición, de sus procesos, de sus ingredientes, etc., así como por el decremento del consumo de familias de productos señalados como poco saludables. Lo mismo ocurre con el aumento de la práctica deportiva consecuencia en parte del deseo de alcanzar estados de bienestar y confort; y lo es también la todavía tímida pero ya sin retorno irrupción del mercado de la movilidad eléctrica o híbrida, también como consecuencia de la toma de conciencia por parte de un sector de la población sobre la cuestión climática y el efecto de los G.E.I.<sup>1</sup>; y también en esa línea y como continuación de este creciente interés la incesante y creciente presencia en los medios tanto generalistas como especialistas de la cuestión de la contaminación y en particular de la calidad del aire de nuestras ciudades<sup>2</sup>.

Por otra parte, como señalaba en el escrito del número anterior el nuevo marco regulatorio impulsado por las directivas europeas ha puesto rumbo al mismo destino, la contención en la demanda energética de los edificios<sup>3</sup>, lo que se conoce como E.C.C.N.<sup>4</sup> o (N.Z.E.B en inglés), la apertura a métodos de autoabastecimiento energético, facilitar

e impulsar nuevos modelos de negocio en el campo del suministro energético<sup>5</sup>, tanto para facilitar la generación de energía como su almacenamiento y transporte.

En materia de salud y espacios, salud y arquitectura, la regulación es aún tímida a nuestro entender, pero hay ejemplos de cambio de tendencia como el nuevo código técnico y el tratamiento que se hace sobre la ventilación del aire interior y del gas radón.

Perfilado a grandes trazos el cuadro y entrando en un proceso de reflexión y de definición sobre qué segmento de mercado vamos a abordar, ¿qué tipología de producto vamos a querer comercializar o cual no?, ¿qué le vamos a ofrecer al propietario que nos pide que gestionemos su cartera inmobiliaria?, ¿cómo podemos añadir valor a nuestra experiencia adquirida?, ¿dónde va a residir nuestro valor diferencial respecto a nuestra competencia?, ¿qué argumentos o conocimientos nos van a permitir defender nuestra comisión en un mercado supercompetitivo como el nuestro?, *¿qué factores diferenciales nos pueden permitir escapar de la comparación directa respecto a mis competidores? ¿qué hay más allá del precio por m<sup>2</sup>, de la ubicación, de la orientación y de los acabados de baño y cocina?*

Bajo mi punto de vista la apuesta por estos dos atributos, sostenibilidad y salud nos sitúa en una posición de vanguardia. El conocimiento por ambos temas nos puede otorgar, yo creo que nos otorga, una posición de visibilidad, de prestigio, credibilidad y de gestión del conocimiento que da respuesta a muchas sino todas las preguntas anteriormente planteadas.

*¿Qué hacer nos preguntaremos?, ¿por dónde empezar?*

1. Gases de efecto invernadero.
2. De todo ello, el lector puede ahondar y profundizar en la literatura y las infografías de la biblioteca digital de [www.haushealthy-buildings.com](http://www.haushealthy-buildings.com).
3. El sector de la construcción y la edificación en fase de uso suponen el 25% de las emisiones generadas. <https://growin-gbuildings.com/construccion-y-emisiones-co2-a-la-atmosfera/> y [www.miteco.es](http://www.miteco.es)
4. Edificio Consumo Casi Nulo o Near Zero Energy Building.
5. Muy pronto iremos viendo la irrupción de nuevos modelos, soluciones y planteamientos sobre los mecanismos y sistemas de generación de energía, así como de los modos de almacenarla, transportarla y compartirla que serán consecuencia de esa necesidad de disminuir emisiones y del nuevo marco regulatoria que lo permitirá. La red Sonnen: <https://sonnen.de/sonnen-community/> es un ejemplo de ello.

Tratar de confeccionar o seleccionar parte de nuestra cartera, aquella donde podamos señalar aspectos relacionados con salud<sup>6</sup> y sostenibilidad, y no solo eficiencia energética, puede ser un inicio de una estrategia bien trazada. Iniciar un proceso de formación en dos direcciones: uno interno en primer lugar, para con nuestro equipo, y otro externo una vez tengamos segmentados o identificados a aquellos clientes que puedan mostrar un interés o sensibilidad mayor por ambas materias iniciándoles en el conocimiento y la comprensión del cambio de paradigma y sus bondades.

En paralelo ir tejiendo y consolidando una relación de contactos industriales/construtores capaces y con el conocimiento suficiente para acondicionar o rehabilitar viejos activos a la nueva demanda en ciernes.

Ello nos convertirá con total certeza en consultores inmobiliarios de horizonte 2030, para mí, podemos apostar por ello o no hacer nada y esperar a que la demanda crezca de repente y nos pida por esa tipología de viviendas u oficinas y observar con pesar que no estamos preparados para ello, que disponer de metros cuadrados, precio y solución energética no es suficiente ni para el cliente propietario ni para el cliente demandante de soluciones y respuestas que no sabremos responder.

Estamos en una situación de cierta similitud a la que tuvieron que enfrentarse siglos o decenios atrás nuestros viejos colegas, tanto promotores como agentes ante la aparición de disyuntivas estratégicas que ahora nos parecen muy obvias y que en aquellos años generaron debates parecidos. La incorporación de la red eléctrica versus el suministro existente de gas para iluminar las casas, la incorporación del ascensor con enormes costes de inicio y problemas de seguridad que tardaron en resolverse, así como el consecuente desplazamiento de las plantas nobles del "principal" al ático, o el soterramiento de las zonas de parking, o la asunción de costes para hacer llegar el teléfono a todas las plantas del edificio. Soy consciente que cada uno de esos casos tiene matices y diferencias respecto lo expuesto anteriormente, pero en resumen estamos ante un cambio de prioridades, tanto por parte del usuario como individuo, como a nivel colectivo o de sociedad. Los esfuerzos, los recursos, los intereses

.....  
 Nuestros equipos, nosotros y nuestros clientes necesitamos formación para entender y asumir las bondades del nuevo paradigma.  
 .....



están cambiando, algunos por la imperiosa necesidad de cambiar, cuestión climática, y en otros casos porque el conocimiento adquirido nos está indicando que determinadas prácticas, materiales y sistemas no son buenas para con nuestro organismo y debemos cambiarlas. Podemos elegir ir en la vanguardia y liderar el cambio siendo gestores del mismo, integrándolo en nuestra misión y consecuente estrategia o esperar.

—

**Diseñamos y construimos poniendo la salud en el centro de todo, en compromiso inalienable con la sostenibilidad.**

**Nota.** En el próximo número de esta publicación os hablaré de casos concretos de revalorización de activos gracias a los elementos y atributos diferenciales incorporados en materia de salud y sostenibilidad.

6. Aspectos como el confort acústico, la calidad de la luz interior o luminosidad, el confort térmico por la ausencia de fugas de temperatura, la ausencia de humedades y/o hongos, son pequeños detalles por los que empezar a familiarizarse con los conceptos de salud aplicada al espacio.



**Ricard Santamaria**  
 Director de  
 H.A.U.S Healthy  
 Buildings, S.L.



1ª RED INMOBILIARIA

#EncuentraLoQueBuscas

GESTIONAR  
TU TIEMPO

INCREMENTAR  
TUS INGRESOS

CRECER COMO  
PROFESIONAL

TENER TODO EL  
SOPORTE NECESARIO

ASÍ ES FÁCIL,  
**SENTIR PASIÓN**  
por tu negocio



Sistema de  
Gestión  
ISO 9001:2015

www.tuv.com  
ID: 910025918

INMOBILIARIAS  
CON COMPROMISO  
DE SERVICIO

901 30 30 31

expansion@lookandfind.es www.lookandfind.es