EL MERCADO DE OFICINAS EN USA: SALUD, BIENESTAR Y SOSTENIBILIDAD COMO PALANCAS DE VALOR

Salud, bienestar y sostenibilidad *se han convertido en poco tiempo en importantes áreas de valor para la industria inmobiliaria en España. Estas prácticas tuvieron su origen en Estados Unidos, y de ahí se han ido extendiendo al resto del mundo. Por eso creemos interesante revisar cómo los principales* ***REITs norteamericanos*** *de oficinas ponen en valor estas iniciativas.*

Hemos analizado las acciones que están llevando a cabo varias compañías líderes ↓

ALEXANDRIA. KILROY bxp Boston Properties Hines SL GREEN REALTY CORP.

Los líderes en oficinas Premium

Se han escogido estas empresas por su liderazgo, tamaño, foco en oficinas y por ser Estados Unidos su principal mercado. El común denominador es que son **grandes patrimonialistas de oficinas premium**, con mucho énfasis tanto en la calidad de sus activos como en la de sus clientes. Su particularidad es elegir ciudades concretas, grandes foros de negocio, **tanto en la costa este como en la oeste**. En este sentido se podría establecer una similitud con la Península Ibérica en la que las ciudades son Madrid, Barcelona y Lisboa.

PARA ESTAS EMPRESAS ES CLAVE QUE SUS ACTIVOS PROYECTEN ATRACTIVO Y DESEABILIDAD

Para estas empresas, con una clientela con necesidades de espacio cada día más sofisticada, es clave el que sus activos proyecten atractivo y deseabilidad, así como interpretar y anticipar correctamente las necesidades y motivaciones del inquilino corporativo.

Podemos constatar los siguientes puntos:

Valores integrados en la marca

Sostenibilidad y salud están totalmente integradas en las estrategias de estas compañías. No son sostenibles en unos activos sí y en otros no. Son valores de marca que se aplican a cada actuación de la empresa.

Edificios certificados

Todos los activos están certificados o se encuentran en proceso de certificación. La más utilizada es LEED®, siendo LEED Gold® el umbral mínimo habitual. Todos están involucrados en Salud y Bienestar, con certificado o pre-certificación WELL® o FitWELL®.

Calidad de Aire Interior

Esta palanca es muy utilizada para proyectar deseabilidad. Se suele destacar ex profeso, y de manera especial en edificios emblemáticos, independientemente que se recoja implícitamente en las certificaciones como LEED® o WELL®.

Se comunican los hitos

Los hitos de ahorros en consumo y premios de sostenibilidad se comunican al detalle: Premios sectoriales, magnitudes de ahorro y principales iniciativas, distinciones de GRESB, etc.

Una web para cada activo

Casi todos los activos tienen su web individualizada, en la que se expone entre otras cosas sus características sostenibles.

Casos de éxito

Se publican los casos de éxito, poniendo de relieve los logros en materia de salud y sostenibilidad de los edificios más emblemáticos, o iniciativas concretas.

Mensajes clave para un marketing diferente

Bajo el punto de vista de marketing, la adopción de estas prácticas les permite lanzar una serie de mensajes que los REITs interpretan, correctamente, que son “top of mind” para sus clientes y prospectos:

- Proponer un **relato de salud**, productividad, **fomento de la creatividad e innovación** en línea con lo que piden los ocupantes, lo que permite establecer un mayor nivel de “engagement” con ellos.

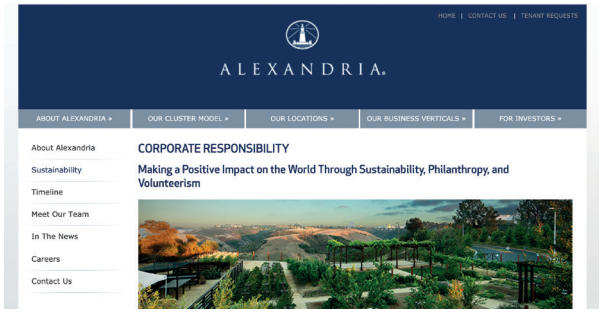
- Proyectar claramente sus activos saludables como **oasis de bienestar** en el duro **entorno urbano**. Fuera el aire está contaminado, hay ruidos e incomodidades; dentro el aire está limpio, hay más confort, zonas ajardinadas, tranquilidad, etc.

Son mensajes claramente destinados a que sus activos sean percibidos como **edificios para las personas** y por tanto, inmuebles en los que gusta estar y trabajar. Este discurso conecta directamente con valores en alza en la sociedad actual, y además satisface una necesidad del ocupante, que puede unir sus valores de marca con los del edificio en cuestión.

El objetivo es que el inmueble sea lo más insustituible posible para el ocupante y por tanto la relación propietario / cliente se estreche y sea más prolongada en el tiempo.

EL OBJETIVO ES CREAR UNA RELACIÓN MÁS PROLONGADA ENTRE PROPIETARIO Y CLIENTE

Veamos a continuación distintos soportes de cómo están comunicando sus hitos en salud y sostenibilidad. Subrayamos aquellos ejemplos que creemos merece más la pena destacar.

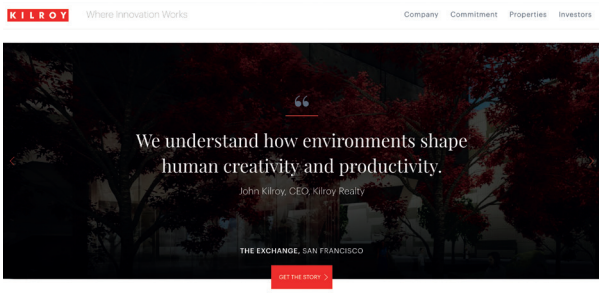


Alexandria

Entre sus objetivos de sostenibilidad para nuevos edificios están:

- Conseguir como mínimo la certificación LEED Gold®.
- Calidad de aire: superar los códigos de ventilación.
- Reducir un 25% el consumo global de energía del edificio.
- Promover la actividad física y el bienestar de sus ocupantes.

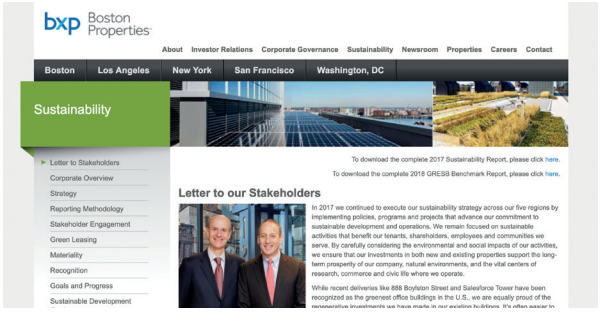
Fuente: http://www.are.com/cr/NewBuildingGoals.pdf



Kilroy

- La visión de la compañía incluye como objetivo aumentar el bienestar, confort y la salud de sus ocupantes.
- Comunican que han obtenido el primer puesto en un ranking de sostenibilidad entre 49 participantes de Norteamérica.
- Han incrementado la superficie de su portfolio con certificación LEED, que supone ahora un 60% del total.

Fuente: https://www.kilroyrealty.com/commitment-sustainability

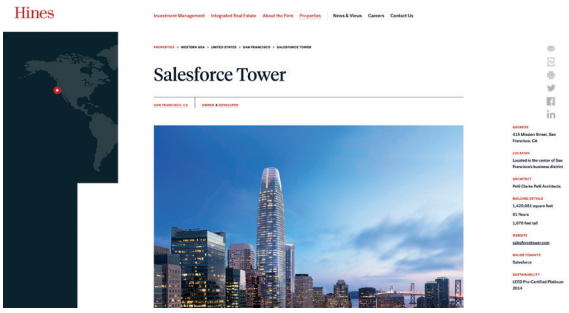


Boston Properties

En la carta a sus "stakeholders" destacan que:

- Han certificado LEED® dos millones de m^2.
- Están en los primeros puestos del GRESB Sustainability Index.
- Aseguran que sus inmuebles ofrecen una excepcional calidad de aire y confort térmico.

Fuente: http://www.bostonproperties.com/pages/sustainability



Hines

Aunque esta compañía no es un REIT, es muy interesante.

- Salesforce Tower (S. Francisco), su proyecto más emblemático tiene un sistema patentado de toma de aire en cada planta que ofrece una ventilación natural, un sistema de distribución de aire que mejora la calidad del mismo, así como un sistema de confort para los ocupantes que reduce el gasto de energía en calefacción y ventilación.
- Hines tiene presente la salud y sostenibilidad desde hace años.

https://www.hines.com/case-studies/salesforce-tower

SL Green

- 63% de sus propiedades en Manhattan son LEED®.
- 1,5 millones de m^2 con certificación WELL®.
- One Vanderbilt, el proyecto más sostenible y saludable de NYC ofrece:
  - Certificación LEED® y WELL®.
  - Calidad de aire superior en un 30% a ASHRAE 62.1.
  - Máximo nivel de confort asegurado por el diseño de HVAC y parámetros acústicos.

https://slgreen.com/about/sustainability

Conclusión

Más allá de la ubicación de los activos, la inversión en estas prácticas es una parte fundamental en la comunicación corporativa dirigida a sus grupos de interés: clientes, propietarios, AAPP y opinión pública.

Es evidente que estas empresas identifican estas palancas para diferenciar sus productos y tener unas mejores relaciones con sus clientes.

Al mismo tiempo, es de suma importancia el "upside reputacional" que genera la adopción de estas iniciativas en la opinión públicay las AAPP.

Para más información contactar con Aire Limpio >>

airelimpio@airelimpio.com 91 417 04 28