

Patrimonio Inmobiliario



ISTOCK

EL CAPITAL LOCAL SUPERA AL FORÁNEO EN LOS HOTELES

Por primera vez en cinco años, el capital nacional ha logrado adelantar al extranjero en la compra de hoteles con una inversión de 1.446 millones



Patrimonio Inmobiliario

HOTELES

Los grandes inversores hoteleros

Inversores más activos de los últimos 3 años

	NÚMERO HOTELES	NÚMERO HABITACIONES*
Blackstone	194	19.720
Atom Hoteles	28	6.483
Hispania Activos Inm.	34	4.384
Minor Hotel Group	22	1.685
London & Regional	5	2.186
Hotel Investment P. (HIP)	5	1.460
Azora Gestión	9	2.112
RLH Properties	1	150
Riu Hotels & Resorts	2	1.098
Millennium Hotels	5	805

Inversores más activos en 2019

	NÚMERO HOTELES	NÚMERO HABITACIONES*
Azora Gestión	9	2.112
Millennium Hotels	5	805
Atom Hoteles	7	1.331
Barceló Hotels & Resorts	2	1.275
Hotusa	4	595
Ennismore (The Hoxton)	1	240
Henderson Park	1	139
Roc Hoteles	2	474
Partners Group	1	182
Fredensborg	3	478

Inversores más activos en 2018

	NÚMERO HOTELES	NÚMERO HABITACIONES*
Blackstone	177	15.276
Atom Hoteles	21	5.152
Minor Hotel Group	22	1.685
RLH Properties	1	150
Hispania Activos Inm.	7	1.708
CBRE Global Investors	9	1.654
Gaw Capital Partners (GCP)	6	206
Public I. F. Saudi Arabia (PIF)	11	958
Riu Hotels & Resorts	1	509
Ikos Resorts	1	529

Inversores más activos en 2017

	NÚMERO HOTELES	NÚMERO HABITACIONES*
Blackstone	17	4.444
Hispania Activos Inm.	27	2.676
London & Regional	5	2.186
Hotel Inv. Partners (HIP)	5	1.460
Axa REIM	2	433
Riu Hotels & Resorts	1	589
Kohlberg Kravis R. & Co.	5	1.126
Benson Elliot Real Estate	2	576
Portobello Capital	11	1.642
Fondo Pensiones (no revelado)	1	236

Fuente: Colliers. (*) Habitaciones ponderadas por el porcentaje de adquisición.

AZORA, MILLENIUM Y ATOM LIDERAN LA INVERSIÓN HOTELERA

Por primera vez en cinco años, el capital nacional ha logrado adelantar al dinero extranjero en la compra de activos hoteleros. En total, los inversores locales desembolsaron 1.446 millones en 2019

Alba Brualla MADRID

España está en la diana de los grandes inversores internacionales y nacionales que apuestan por el sector hotelero. Tras consolidarse un año más como una de las grandes potencias turísticas, nuestro país sigue captando importantes volúmenes de inversión, al calor de un número creciente de turistas que llegan a España y que además gastan cada vez más dinero en sus viajes.

Estos fundamentales son factores clave para que el capital siga mirando hacia nuestro país con apetito, pero también lo son nuestras infraestructuras, la gastronomía, nuestro sistema sanitario y la variedad cultural que ofrece nuestra geografía. Este entorno ha impulsado la creación y consolidación de nuevos vehículos de inversión y socimis especializados en el sector turístico, que se han posicionado además como los principales inversores del sector en 2019.

Concretamente, se suben al podio Azora, Millennium y Atom, reflejando “el cambio de tendencia que se dio el pasado año, superando por primera vez en cinco años el capital nacional al extranjero”, explica Miguel Vázquez, socio y director del área hotelera de Colliers España, que concreta que en 2019 el 60% de la inversión tuvo sello local, acaparando inversiones por volumen de 1.446 millones de euros, frente a los 1.072 millones de los compradores internacionales.

Junto a Azora, Millennium y Atom destaca el papel de cadenas como Barceló y Hotusa. De hecho, son las que suman un mayor desembolso conjunto en 2019, con inversiones por

Los compañías españolas acaparan el 60% de la inversión total en el sector el pasado año

Las cadenas hoteleras en su conjunto desembolsaron 625 millones de euros en 2019

625 millones de euros. En la rama foránea, las cadenas apenas alcanzan los 120 millones de euros, mientras que los inversores de carácter institucional, como Henderson Park o Partners Group, se posicionan con compras por 945 millones de euros.

“Alrededor del 25% de la inversión registrada durante 2019 procede de capital europeo. Norte América se posiciona como el segundo foco de la inversión hotelera con el 16%, mientras que el peso de los inversores asiáticos se vuelve residual”, explica Vázquez.

A nivel de países, Estados Unidos, con 403 millones, dominó la inversión internacional en 2019, seguida de Reino Unido con 225 millones y Francia con 163 millones.

‘Ranking’ de inversores

Azora ha escalado hasta el primer puesto, siendo la más activa en la compra de activos el pasado año con la adquisición de nueve hoteles que suman 2.112 habitaciones, según los datos que maneja Colliers. La gestora fundada por Concha Osácar y Fernando Gumuzio se queda con la medalla de oro, que en los dos años anteriores ha estado en manos de Blackstone (ver gráfico).

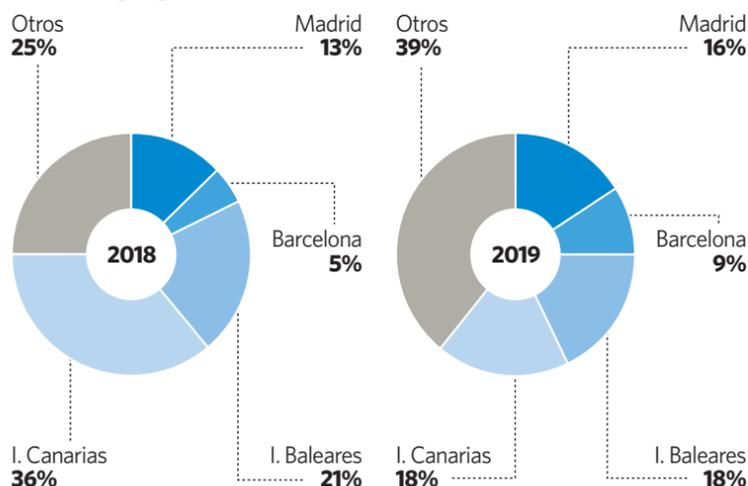
A pesar de que el fondo desaparece en 2019 de la lista de los principales inversores, se mantiene como el mayor en el acumulado de los últimos tres años, ya que su actividad en 2017 y 2018 fue muy elevada, con la compra de 194 hoteles que suman 19.720 habitaciones. Con estas adquisiciones, Blackstone protagonizó dos de las grandes operaciones corporativas del sector tras la crisis. Así, en octubre de 2017



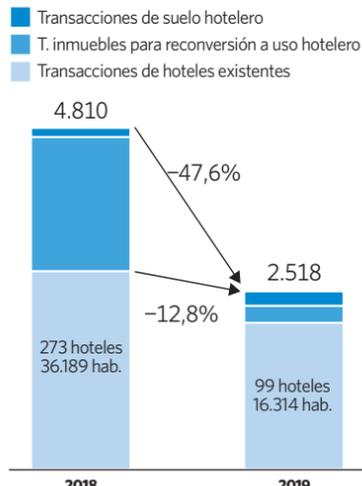
Patrimonio Inmobiliario

HOTELES

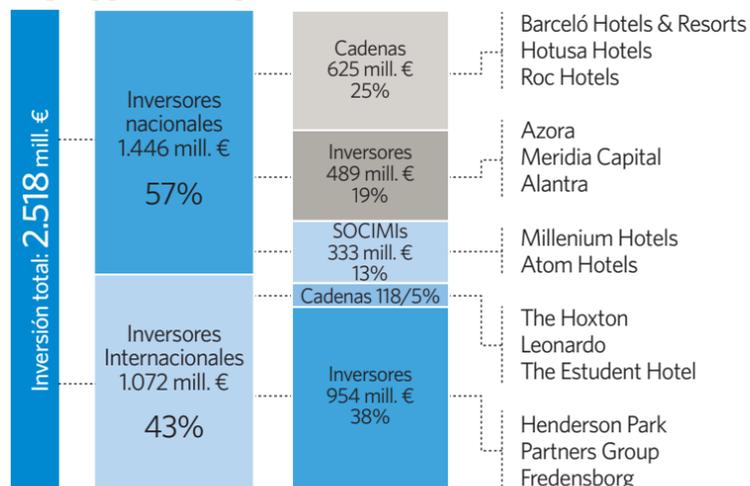
Inversión por provincia



Volumen de inversión (mill. €)



Origen y perfil del capital



elEconomista



Blackstone adquirió la plataforma de Sabadell, HIP (Hotel Investment Partners), por 630 millones, y en menos de un año se hizo con Hispania, tras un opa que valoró la socimi fundada por Azora en 2.000 millones de euros. Estos dos movimientos convirtieron a HIP en la mayor propietaria hotelera de España, que el pasado año anunció un plan de inversiones de 500 millones para reposicionar sus activos.

Tras la venta de Hispania, Azora desapareció por un tiempo del mapa hotelero, pero regresó con fuerza para levantar un fondo de 600 millones, con capacidad para invertir unos 1.300 millones de euros en la compra de hoteles en España y en el Mediterráneo y también de *hostels* en las principales capitales europeas. Meses más tarde, la gestora anunció, además, la creación de una *joint venture* junto a Palladium, para invertir unos 500 millones en el sector hotelero vacacional de Europa. El nuevo vehículo, en el que Azora controla el 75% del capital, inició su actividad con la adquisición de dos complejos propiedad de la compañía hotelera, por un total de 115 millones de euros.

“Azora fue en su momento el primer jugador en ver con claridad la gran oportunidad del sector y lanzó Hispania”, destaca Vázquez, que apunta que la “gestora será probablemente uno de los actores más activos este año”. Asimismo, el directivo cree que “Atom y Millenium también darán que hablar en 2020”.

Atom saltó al MAB (Mercado Alternativo Bursátil) en noviembre de 2018 con una potente cartera valorada en 500 millones de euros. Ese mismo año, la socimi se posicionó segunda, por detrás de Blackstone, con la compra de 21 hoteles. La sociedad, impulsada por Bankinter, fue concebida como un vehículo de inversión dirigido mayoritariamente a un segmento de clientes de Banca Privada de la entidad que demandan una rentabilidad anual estable y con poca volatilidad. Además del banco y un amplio colectivo de inversores, GMA participa en la socimi con una posición del 3,7%.

En 2019 se lleva el bronce tras prisar el acelerador el último mes del año y cerrar la compra de cinco hoteles, que suman 1.331 habitaciones, por algo más de 116 millones de euros. En el computo de los últimos tres años, queda segunda en el *ranking* con la adquisición de 28 establecimientos y 6.483 camas.

Por su parte, Millenium, que debutó en

el MAB en julio del pasado año, concentró su actividad en el tercer trimestre del año con tres operaciones por volumen de 192 millones. Su compra estrella en la capital fue la del antiguo Hotel Asturias, que está siendo rehabilitado para reabrirlo convertido en el primer W de Madrid. Con esta operación, así como con la compra del Meliá Bilbao y el nuevo *resort* de lujo que va a levantar en San Roque (Cádiz), la socimi que dirige Javier Illán avanza firme en su objetivo de formar una cartera de hoteles valorada en unos 1.000 millones de euros para dar el salto al Mercado Continuo.

Caída de la inversión

En 2019, la inversión hotelera se situó en 2.518 millones de euros, lo que supone una caída del 47,4% respecto a 2018, cuando se transaccionaron 4.810 millones. Esta caída está justificada en la falta de grandes operaciones corporativas, como la antes citada venta de Hispania en 2018. Así, sin esta transacción, el descenso en la inversión sería del 12,8%.

Vázquez destaca que actualmente se están negociando operaciones por volumen de 1.700 millones de euros. “Este es el mejor arranque de año de los últimos cinco y según nuestras estimaciones, esta cifra anticipa que en el total de 2020 se podrían alcanzar entre 2.000 millones y 3.000 millones de euros de inversión”, explica el directivo de Colliers.

“Este sería un escenario de inversión que veríamos totalmente razonable”, apunta Vázquez, que destaca que “el apetito por el sector hotelero en España sigue. Hay muchísima liquidez en el mercado y los tipos de interés ayudan bastante”.

“Los volúmenes de inversión registrados en 2019 han llevado al sector hotelero a representar el 20% del total de la inversión terciaria, cuando en 2014 era el 10%. El hotel ya no es un activo alternativo”, destaca Vázquez, que apunta que el pasado año se transaccionaron 99 hoteles, que suman 16.314 habitaciones.

Por otro lado, las compras de suelo se han multiplicado por dos, alcanzando los 164 millones, mientras que las operaciones de compra de inmuebles para su reconversión a hotel se han situado en 242 millones, con 18 operaciones, lo que supone un incremento del 59,4%.

En cuanto a mercados dentro de España, Madrid sigue superando a Barcelona como destino de inversión hotelera, con 454 millones de euros, frente a los 242 millones que registró la Ciudad Condal.



LAS CASAS PREFABRICADAS, UNA ALTERNATIVA CON FUTURO

La producción industrial de vivienda lleva aparejada una reducción en los plazos de entrega de en torno al 50%. La construcción por impresión 3D, por su parte, también destaca entre las técnicas con más recorrido.

F. Leal MADRID

La innovación se ha abierto paso con más fuerza aún en la construcción de viviendas y, de la mano del desarrollo tecnológico, está provocando una profunda revolución en el sector. Así, todos los actores que forman parte de este escenario, al igual que ocurre en otros ámbitos, se ven obligados a dar un paso al frente y adaptarse a los continuos cambios para no quedar descolgados.

Una de las novedades más destacadas está siendo la evolución que está mostrando la industrialización en un sector que, sin lugar a dudas, es uno de los de mayor peso en la economía española. Con este avance, el sector diversifica y encuentra alternativas a los tradicionales métodos de edificación, más vulnerables ante los cambios de ciclo. Además, la fabricación de viviendas

Aedas Homes entregó a finales de 2019 'Merian', su primera promoción de viviendas 'offsite'

por módulos (o prefabricadas) tiene asociadas una serie de ventajas respecto al método tradicional, en relación no solo ya con los tiempos, sino también con la seguridad laboral o la sostenibilidad.

Construir en una fábrica

Una de las promotoras de viviendas que más están apostando hoy día en nuestro país por lo que se conoce como la *revolución industrial inmobiliaria* es Aedas Homes, con el objetivo, según cuentan desde la compañía, de "aumentar la productividad y convertir el sector en resiliente y, en cierta manera, anticíclico". Y lo están haciendo a través de una nueva línea de negocio, basada en la tecnología, que recibe el nombre de *offsite* -fuera del sitio-, que lanzaron en julio de 2018 y les ha permitido reducir los plazos de entrega,

desde los 18-24 meses hasta los 9-12 meses de media. Todo ello gracias a la llamada construcción simultánea, que comprende que los trabajos de fabricación y montaje se realizan a la vez que el movimiento de tierras y la cimentación, de forma que cuando estos se han completado se puede iniciar inmediatamente el ensamblado final de las viviendas.

En la actualidad, la promotora tiene en gestión siete proyectos *offsite*, con 183 viviendas unifamiliares en Torrejón de Ardoz, Madrid, Boadilla del Monte y Estepona, que "se construyen en módulos en una fábrica similar a la industria del automóvil", afirman desde la compañía. Y es solo el principio, pues, aunque por el momento se limitan a viviendas unifamiliares, ya están estudiando dar el paso a los proyectos en altura.

Patrimonio Inmobiliario

INNOVACIÓN



La promoción *Merian*, en Torrejón de Ardoz (Madrid), ya ha sido entregada y “ha supuesto toda una revolución en el mercado residencial”, comentan desde Aedas Homes, dado que estas 10 viviendas comenzaron a comercializarse en diciembre de 2018, se habían vendido en marzo de 2019 y se entregaron a finales de año. En otras palabras, suponen “lo nunca visto en el sector de la vivienda de obra nueva: que quien compró una vivienda entre diciembre y marzo pudo acceder a ella en menos de un año”.

El crecimiento paulatino de esta producción industrial de vivienda es prácticamente indudable, sobre todo debido a que la población va demostrando una mayor aceptación que la de los primeros momentos. No obstante, desde Aedas Homes descartan que este método “vaya a sustituir a la construcción tradicional”; ahora bien, “sí irá ganando terreno poco a poco e implantándose como una alternativa real”.

La impresión 3D

Llegados a este punto, un paso más allá en el empleo de la tecnología en el sector, nos encontramos con la impresión 3D que, si bien tampoco es una técnica completamente novedosa, sí que va tomando posiciones de cara al futuro más inmediato como una alternativa a tener muy en cuenta. A nivel internacional, ya existen múltiples proyectos llevados a cabo con esta técnica (por ejemplo, los liderados por Icon o Apis Cor) y en nuestro país también se ha con-

vertido en una realidad. Así, la primera vivienda construida por técnica de impresión 3D *in situ* tuvo lugar en Valencia en 2018, de la mano de Be More 3D, que llevó a cabo la impresión, en hormigón, en tan solo 12 horas.

Esta empresa, formada por un grupo de jóvenes emprendedores titulados en ingeniería de construcción, electrónica y automatismo manual, se ha posicionado en el mercado español “como referente en la fabricación de dispositivos de impresión 3D para su utilización en la construcción de viviendas unifamiliares”, afirma Vicente Ramírez, CEO de la compañía. De ahí que hayan firmado un acuerdo de distribución a nivel internacional, y en exclusiva, con ITE 3D, “que gestionarán todos nuestros clientes en cuanto a venta de dispositivos”, en lo que están centrados a nivel internacional. De hecho, por el momento, ya han vendido una máquina de impresión 3D en Marruecos y otra en México, y están trabajando para hacer lo propio “en Paraguay y Argentina”, confiesa Ramírez. Además, a la venta de dispositivos van a añadir el propio material que consumen las máquinas, en formato saco de 25 kilos y que ha sido bautizado como *Fórmula 3D*; “un material desarrollado por nosotros conjuntamente con la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) y con el patrocinio de Cemex España”, que será comercializado junto al dispositivo.

A nivel nacional, en cambio, sí que se van a centrar en la propia construcción, “con dos o tres proyectos anuales”, y comenzarán por uno en el municipio de Manacor (Mallorca), que les servirá para “enseñar al mundo que esta tecnología viene con fuerza y se presenta como el futuro del sector”, asevera el CEO de Be More 3D, que cifra en unos 60.000 euros el precio final de venta –precios españoles– de una vivienda que tenga 70 metros cuadrados, con todo listo para entrar a vivir.

Toda una batería de ventajas

Entre las bondades que presenta este tipo de construcción, destacan la rapidez con la que pueden ejecutarse los proyectos, la reducción de los costes, así como un menor impacto en el medio ambiente. Según relata más concretamente Ramírez, entre ocho y diez horas son suficientes para imprimir toda la estructura de una vivienda, “con una reducción de costes en torno al 25%-30% en el precio final”, menores riesgos laborales “al eliminar los trabajos en altura” y evitar el “uso excesivo” de la fuerza física, así como una total libertad a la hora de elegir la forma de la construcción, que responde “al gusto del cliente o del arquitecto”.

En cuanto a la sostenibilidad, la compañía destaca una importante reducción en la generación de residuos, así como en la emisión de CO₂, polvo y ruidos. Además, “nuestro dispositivo funciona con energía eléctrica, por lo que no necesitamos material de combustión”, subraya Ramírez, antes de exponer que lo que les diferencia de la competencia en este aspecto es que, en lugar de imprimir compartimentos de la casa en la fábrica y enviar posteriormente las piezas para montarlas en la ubicación concreta, “lo que hacemos es enviar directamente la máquina e imprimir *in situ* toda la casa”, con el ahorro consiguiente en materia de transporte, ya no solo a nivel económico, sino también en lo relativo a las emisiones contaminantes.

1. Primera casa por impresión 3D en España, de Be More 3D. 2. Proceso de impresión de la vivienda en Valencia. 3, 4 y 5. Respectivamente, el módulo de un baño industrializado, diferentes módulos acabados y colocación de uno de ellos en una vivienda industrializada, de Aedas Homes. EE

ESPAÑA, EN LA DIANA DEL CAPITAL SURCOREANO

Nuestro país acaparó un 5% de la inversión total que desembolsaron los fondos surcoreanos en Europa el pasado año. Concretamente, estos inversores destinaron al 'ladrillo' español 600 millones de euros

eE MADRID.

La inversión de Corea del Sur en Europa ha crecido un 122% en 2019 hasta alcanzar los 12.500 millones de euros (desde los 5.600 millones de euros de 2018), según la consultora inmobiliaria Savills.

Los datos analizados indican que Francia ha sido el país con mayor inversión surcoreana el año pasado al acaparar el 36% del total, con un volumen récord de 4.500 millones de euros, frente a 355 millones registrados en 2018. Por su parte, Alemania se sitúa en segundo lugar, con un 16% del total, lo que supone 1.900 millones de euros, frente a los 1.300 millones de euros de 2018. Le sigue Reino Unido con una cuota del 13% y 1.600 millones de inversión. Entre los inversores surcoreanos más activos se encuentran Samsung Life Insurance, Hanwha Investment & Securities, Mirae Asset y Samsung Securities. Este último compró el edificio Lumière en París, como parte de una *joint venture* con Primonial, por el importe récord de 1.200 millones de euros. Por su parte, un consorcio

entre Hana Financial Investment y NH Securities también financió por adelantado la remodelación de la oficina de Edge en Ámsterdam, cuya finalización está prevista para 2021. Por último, Vestas Investment Management adquirió un activo logístico de Amazon cerca del aeropuerto de Barcelona, mientras M&G adquirió el futuro centro logístico de Amazon en Dos Hermanas (Sevilla).

“Este tipo de inversores busca estabilidad y seguridad, con contratos de alquiler de larga duración, siempre superiores a los 10 años, con buenos inquilinos y en ubicaciones *prime*. Gracias a la mezcla de factores, como el tipo de cambio favorable entre el euro y el won, una deuda europea relativamente barata, y la necesidad de diversificar para reducir exposición a su mercado inmobiliario local, el capital surcoreano ha centrado su interés hacia el mercado inmobiliario europeo, también a España, que ha representado un 5% del total de la inversión surcoreana, con un volumen en torno a los 600 millones de euros”, explica Carlos Ruiz-Garma, director de inversión *cross-border* para el Sur de Europa en



FERNANDO RUSO

Francia, Alemania y Reino Unido, captan la mayor parte de inversión de estos fondos

Savills. El directivo apunta que “actualmente siguen analizando inversiones en España, fundamentalmente oficinas en Madrid y Barcelona, y activos logísticos en los principales mercados logísticos”.

Ruiz-Garma añade que “los inversores coreanos buscan operaciones a partir de los 100 millones de euros. Europa les ofrece un mercado de inversión enorme para poder realizar operaciones de gran tamaño que no tienen en su mercado local”.

LAS OFICINAS DE BARCELONA, EN RÉCORD

La contratación alcanza los 400.169 metros cuadrados y supera los datos de 2015, año de mayor actividad en este ciclo. Esta cifra supone un incremento del 6% respecto a 2018 y del 3% respecto al año 2015

eE MADRID.

El año 2019 establece un nuevo récord y cierra la mayor marca de contratación de oficinas en Barcelona desde 2005, con 400.169 metros cuadrados de espacio de oficinas contratados. De esta manera, supera las cifras alcanzadas en 2015, momento de máxima actividad en el mercado de oficinas hasta la fecha. Concretamente, la contratación a cierre de año supone un incremento del 6% respecto a 2018 y un 3% respecto a 2015. La barrera de los 400.000 metros cuadrados de superficie contratada en Barcelona se supera, mostrando el gran dinamismo de un mercado boyante, según el último informe de BNP Paribas Real Estate.

“Además, si se tiene en cuenta la tendencia a la eficiencia de espacios de las empresas actualmente, con unos ajustes en los ratios de ocupación por empleados y a la elevada actividad que se está derivando a través de los *coworkings*, nos encontramos en el momento de mayor dinamismo empresarial”, apunta la consultora. La actividad registrada en el cuarto trimestre del año asciende a 69.180 metros cuadrados contratados, un 5,7% por debajo que en el 2018. La cifra de contratación anual se debe al buen comportamiento de los primeros seis meses



EE

El 22@ acapara la mayor actividad con 155.012 metros cuadrados contratados el pasado año

del año, periodo en el que se contrataron 249.824 metros cuadrados. El 40% de la contratación de oficinas se realiza en el Distrito 22@, posicionándose como la zona más demandada por los usuarios, con un total de 155.012 metros cuadrados contratados.

La zona centro se sitúa en segundo lugar, con un 21% del total de contratación anual. Ambas zonas presentan el mayor número de operaciones por encima de los 1.000

metros cuadrados, concentrando el 29% y el 35%, respectivamente. Las operaciones de mayor envergadura se han realizado entre las zonas del 22@ y Plaza Europa - Zona Franca. En esta última zona BNP Paribas RE destaca la firma Wallbox de 1.000 m² en Calle del Foc como operación con más metraje del cuarto trimestre. A esto le sigue, el edificio Sucre con 4.329 metros cuadrados destinados a *coworking* y los 4.257 metros cuadrados de la compañía de videojuegos Ubisoft, ambas en el 22@.

Nuevos desarrollos

En 2019 se entregaron cerca de 170.000 metros cuadrados. En 2020 se espera que se entreguen alrededor de 130.000 metros cuadrados y en 2021 unos 164.000 metros cuadrados. La tasa de disponibilidad se sitúa en 6,7%, habiéndose reducido más de 200 pb en los últimos doce meses. El 80% de los proyectos que se inaugurarán en 2020 se ubica en la zona del 22@, favoreciendo que la demanda se pueda atender, ya que la tasa de disponibilidad actual de la zona es residual. El continuo ajuste en la disponibilidad de oficinas sigue presionando al alza las rentas en toda Barcelona. La renta media del último trimestre de 2019 se sitúa en 17,7 euros por metros cuadrado al mes, un 8,1% más frente al mismo periodo de 2018.

metrovacesa ahora sí



Málaga
Picasso Towers
1 a 4 dormitorios desde 750.000 €



Málaga
Halia
1 a 4 dormitorios desde 417.000 €



Málaga
Citrea
2 a 5 dormitorios desde 466.000 €



Málaga. Torremolinos
Nereidas
1 a 4 dormitorios desde 289.000 €



Córdoba
Villas de Alhaken
5 dormitorios desde 691.000 €



Madrid
Nieremberg 14
1 a 4 dormitorios desde 360.000 €



Madrid. Villaviciosa de Odón
Villas de la Vega
4 dormitorios desde 525.000 €



Valencia. Bétera
Birdie
4 dormitorios desde 425.000 €

900 55 25 25

metrovacesa.com

metrovacesa

La información gráfica de este documento puede ser modificada durante el transcurso de la ejecución de la obra por exigencias técnicas, jurídicas o comerciales. Las imágenes utilizadas en esta publicidad tienen carácter provisional, a expensas de la configuración final de cada proyecto. Información, venta y entrega de documentación (D.L.A) Decreto 218/05. Las cantidades anticipadas se garantizarán conforme a la ley. Existirá una cuenta bancaria especial y exclusiva para los ingresos. El dinero entregado en concepto de señal y como parte del precio. Impuestos no incluidos. Promueve Metrovacesa, S.A. 900 55 25 25 inforpromociones@metrovacesa.com

Patrimonio Inmobiliario

A FONDO CON...

“Vamos a entrar en el alquiler como patrimonialistas y analizamos el build to rent”

DANIEL
MAZIN

CONSEJERO
DELEGADO
DE DAZIA CAPITAL

Alba Brualla MADRID.

Tras más de 15 años trabajando en el mercado del petróleo y después de probar con las energías renovables, Daniel Mazin decidió seguir los pasos de su familia y embarcarse en el negocio del ladrillo. El actual consejero delegado de Dazia Capital lanzó junto a otros socios la promotora Dayra Homes, que cuenta con 21 proyectos residenciales, repartidos entre Madrid y la Costa del Sol. Ahora, la compañía da un paso más y se embarca en el negocio del alquiler, poniéndose el traje de patrimonialista, al mismo tiempo que estudia dar el salto a los proyectos *build to rent*.

Del petróleo al inmobiliario... ¿Cómo decidió dar ese giro a su carrera profesional?

Mi carrera arrancó en una multinacional que se dedicaba al comercio de la materias primas y yo trabajaba en el sector del petróleo. Estuve unos 15 años en ese negocio, viviendo en distintos países del mundo y finalmente decidí dejarlo para volver a España e invertí en energías renovables, pero con la llegada de la crisis paré mi actividad en ese ámbito. Mi familia siempre ha estado ligada al sector inmobiliario y es lo que yo había vivido en casa desde pequeño, así que me fui a intentarlo en Estados Unidos, pero llegué un poco tarde para el ciclo de ese mercado. En 2013, decidimos que era el momento de invertir en España en el sector inmobiliario y lo hicimos basándonos en lo que habíamos aprendido en Miami y Nueva York. En estas ciudades vimos el fenómeno de la vuelta al centro de las ciudades y nosotros pensamos que todo lo que pasa en EEUU al final termina pasando en Europa, así que esa fue nuestra apuesta. Los grandes fondos todavía no habían llegado al residencial en España y sabíamos que tarde o temprano terminarían entrando para hacer grandes promotoras industriales. Nosotros no teníamos el capital para crear una empresa de este tamaño, ni nos interesaba particularmente. Nuestra apuesta era el centro de Madrid, donde los promotores prácticamente habían desaparecido con la crisis, y diferenciarnos con producto que no sea el que hace todo el mundo en ubicaciones muy bien pensadas y cuidando mucho el detalle y a los clientes. Queríamos crear una marca con valor añadido y eso es Dayra Homes.

¿Qué volumen de actividad tiene actualmente la promotora Dayra Homes?

Ahora mismo tenemos en Madrid siete proyectos en construcción. Este año arrancaremos las obras de otros cinco proyectos y alcanzaremos las 325 viviendas. Además, estamos negociando otras dos operaciones más en Madrid, tanto para la compra de suelos como de activos. En la Costa del Sol tenemos en marcha 50 viviendas que lanzamos en 2019 y este ejercicio empezaremos dos proyectos nuevos que nos llevarán hasta unas 120 unidades. Además, queremos dar nuestro primer paso en Barcelona, donde ya estamos negociando una operación, pero todavía no está cerrada.

¿Les resulta fácil dar el salto a Barcelona,

estando vigente la normativa que les obliga a destinar el 30% del proyecto a vivienda de protección pública?

Precisamente, entramos con este proyecto por que se encuentra exento de esta normativa. Se trata de una zona en la que ya se destinó parte del proyecto total a vivienda social y por ello ahora no tenemos esa obligación. De no ser así, el proyecto no hubiera sido rentable para nosotros, no saldrían los números. Barcelona nos interesa mucho como plaza, ya que es junto a Madrid el mercado residencial más importante. Tenemos claro que queremos tener un pie en esa ciudad, pero la verdad es que es muy difícil hacer cosas allí. No sé en qué momento puede cambiar esta situación, pero la verdad es que no puedo imaginar

que en Barcelona esté todo parado de forma indefinida.

¿Qué volumen de inversión manejan para los proyectos que tienen en marcha y para seguir creciendo en los próximos años?

Nuestro programa de inversión actual es de unos 120 millones de euros. Con este capital, cubrimos los proyectos que están en marcha y además podemos seguir buscando nuevas oportunidades. Nuestra estrategia pasa por la inversión de capital propio y también del fondo francés con el que sellamos una alianza. Se trata de Eurazeo. Con ellos diseñamos un programa de inversión inicial de 80 millones de euros para desembolsarlos en unos tres años y lo hemos hecho en un año y medio. Ahora va-



“Entre Madrid y la Costa del Sol alcanzaremos las 445 viviendas en desarrollo este año”

“Estamos negociando el que será nuestro primer proyecto residencial en la ciudad de Barcelona”

Patrimonio Inmobiliario

A FONDO CON...

der a una demanda que sigue creciendo. ¿Se han planteado entrar en este mercado?

De los proyectos que tenemos en construcción hemos decidido quedarnos uno en propiedad para alquilarlo. Se trata de la promoción que tenemos en la calle Calatrava, en la zona de La Latina. Además, de los cinco proyectos que vamos a lanzar este año en la capital, también hemos seleccionado el de la calle San Bernardo para que pase a formar parte del patrimonio de Dazía Capital. Es algo que hacemos solos, en este caso no vamos con el fondo. Entre los dos proyectos suman unas 40 viviendas.

¿Qué les ha llevado a dar este paso?

En ambos casos, los proyectos están situados en zonas donde el alquiler funciona muy bien. En La Latina, esta promoción nos ofrece más rentabilidad que si la destináramos a la venta. Al margen de esto, dentro del que es nuestro portfolio de viviendas y del negocio de nuestra empresa, tiene sentido dedicar una parte al alquiler como un ingreso recurrente. Es verdad que el ciclo inmobiliario en Madrid ha subido mucho. Antes tenía mucho sentido comprar, promover, vender y reinvertir por que el mercado seguía subiendo y había oportunidades muy rentables. Ahora en Madrid ya se están estabilizando los precios y no anticipo que haya subidas como las de los últimos años y por tanto obtener las mismas rentabilidad de antes será difícil en la venta unitaria.

Una vez que dan ese paso y teniendo en cuenta el elevado apetito que hay por parte de los fondos de entrar en el mercado del alquiler en España, ¿han estudiado también lanzarse al mercado de 'build to rent' (construir para alquilar)?

Llevamos un tiempo analizando muy a fondo ese negocio, para ver cómo lo haríamos nosotros, por que si lo hacemos queremos que lleve nuestro sello. Estamos estudiando en qué ubicaciones lo haríamos y si resultarían rentables. Antes de hablar con los fondos interesados, nos encontramos en un paso previo para ver si dentro de nuestro modelo de negocio este tipo de producto es rentable. Estamos muy avanzados en nuestro estudio. De momento, estamos más en la parte del sí que del no. Pero todavía no está la decisión definitiva tomada.

¿Cómo está afectando a su análisis de este negocio las medidas que plantea el Gobierno para el mercado del alquiler, como una posible limitación de los precios?

Lo cierto es que con este tema está todo el mundo a la expectativa. En nuestro caso, si pensamos que no va a haber seguridad jurídica o que puede haber cambios y bandazos no entraremos en este negocio. Estamos a la expectativa y esperamos que se legisle correctamente. Hay que hacer las cosas entendiendo los efectos a largo plazo de estas medidas y hay que fijarse en lo que ha pasado en Europa, donde algunas de estas iniciativas han sido un fracaso. Espero que aquí se legisle pensando y tomando los ejemplos que hay. No digo que no haya que legislar, pero hay que ver bien cómo hacerlo. Nosotros pensamos que tiene que haber



NACHO MARTÍN

mucho más alquiler, por que los jóvenes quieren vivir de esta manera. Pero la forma no es prohibiendo subidas, si no dando un marco estable para que los promotores construyan mucho y que haya más oferta, que a la larga eso es lo que va a hacer bajar los precios. La base de nuestro sistema económico es la oferta y la demanda. Cualquier otra cosa es engañarnos. Por eso, si se legisla de una manera intervencionista nosotros no vamos a arriesgar. La seguridad jurídica es muy importante en este negocio.

Se empieza a hablar de una normalización en el mercado de la vivienda. ¿Cómo ve la evolución del mercado residencial para este año?

Nosotros pensamos que los precios no van a subir mucho más. Al menos en el caso de Madrid. Van a estabilizarse, sobre todo dentro de la M-30. Si bien hay zonas alrededor de las áreas que han registrado las mayores subidas hasta ahora, que tienen todavía posibilidad de recorrido al alza, pero la mayoría de la subida en el centro de Madrid ya se ha dado. Por otro lado, es cierto que el volumen de ventas comparado con hace dos años es más lento. Pero es que hace dos años no era normal. Lo que vemos ahora es lo que debe ser. No se puede vender a ese ritmo siempre. A pesar de esto, en Madrid estamos vendiendo bien. Tenemos un ritmo correcto y pensamos que se va a mantener por que además Madrid tiene un límite de viviendas que puede ofrecer en el centro y está muy fuerte como plaza, tanto a nivel nacional como internacional. Viene mucho extranjero que antes no venía. En el caso de la Costa del Sol, en las zonas donde estamos nosotros, al ser sitios con poca competencia, las ventas se comportan bien. Sí que es cierto que hay otras zonas en las que hay demasiadas

promociones y ahí puede haber problemas por la sobreoferta que se ha generado.

¿Qué diferencia su estrategia de la del resto de promotoras?

Uno de los factores que nos distingue es la ubicación, la elegimos muy bien y además apostamos por la calidad y el diseño, hacemos cosas diferentes. En Estepona vimos la oportunidad de comprar un concesionario de coches que quebró con la crisis para reconvertirlo en viviendas. Algunos agentes inmobiliarios nos decían que estábamos locos y ahora estamos vendiendo a un precio por metro cuadrado que no se había visto nunca en la ciudad. Lo estamos comercializando entre 5.000 euros y 4.000 euros y mientras que el entorno es de 2.000 euros. Otro ejemplo es el proyecto de Tetuán, donde hemos comprado una antigua fábrica que estamos reconvirtiendo al residencial a través de un plan especial. Entendemos muy bien la ciudad y hacemos proyectos de perfil *value added*. Tenemos un departamento técnico muy potente y eso nos permite acometer proyectos complejos donde a los *family office* ya les cuesta entrar y donde los grandes fondos y grandes promotoras. Nosotros queremos ocupar ese espacio entre medias. Pero, para resumir lo que hacemos, diría que intentamos siempre dar un poco más de lo que el entorno ofrece. Por ejemplo en Santa Engracia 3, en Madrid, en la zona de Cuatro Caminos, que es una parte menos *prime* de Madrid, estamos cambiando la zona. Hacemos promociones que no son de lujo, pero que mejoran su entorno. Además, cuidamos mucho la calidad, lo que ofrecemos. Queremos crear una marca. Pretendemos que se nos conozca como una promotora que cuida mucho el detalle y cuida al cliente. Esto es lo que te permite al final subsistir a través de los ciclos.

mos a empezar un segundo ciclo con ellos. Todavía estamos negociando el volumen de este acuerdo, pero seguramente será parecido o mayor. Cuando sellamos nuestra alianza con Eurazeo, hablamos con varios fondos que tenían interés en trabajar con nosotros, pero finalmente elegimos a Eurazeo por que nos gustó mucho su perfil. Es un fondo de capital permanente cotizado en bolsa, con lo cual pensamos que para el negocio residencial nos da mucha tranquilidad y son conocedores del mercado. Son muy inmobiliarios, nos añaden valor, tienen experiencia y entienden el negocio.

El mercado del alquiler se encuentra en pleno auge, con una oferta que no es capaz de aten-

“Para potenciar el alquiler hay que dar un marco estable para que los promotores construyan mucho”

“Es cierto que el volumen de ventas es más lento que hace dos años, pero ese ritmo tampoco era sostenible”

SOCIMIS DE SOCIMIS, LA DOVELA CENTRAL DEL MERCADO INMOBILIARIO



Alberto Segurado

Director del área de asesoramiento y financiación de JLL

El mercado inmobiliario patrimonialista cotizado ha experimentado un crecimiento y un desarrollo rápido a partir de la constitución de vehículos especializados, nuestras llamadas Sociedades Cotizadas Anónimas de Inversión en el Mercado Inmobiliario (socimis), que han permitido configurar un mercado realmente amplio, no solo en términos de número de vehículos, sino en tamaño y volumen de capitalización. Actualmente, el mercado –tanto en el Continuo como en el Mercado Alternativo– agrupa a más 80 vehículos con un valor bursátil superior a los 25.000 millones e inversiones inmobiliarias generadoras de rentas anuales que superan los 50.000 millones con una posición de apalancamiento relativamente prudente, en torno a un 40% del valor bruto de los activos. Pero además de las cifras, llama la atención el continuo grado de especialización de estos vehículos en aras de alcanzar una eficiencia en gestión en línea con las economías de escala propias del sector inmobiliario. Si bien al inicio, estos nuevos vehículos eran de carácter mixto, con inversiones inmobiliarias en diferentes segmentos a medida que estos iban recuperándose tras años de crisis, en la actualidad son cada vez más especializados centrándose en muy pocos segmentos y tratando de alcanzar un mayor volumen en esa clase de activos.

Aunque todavía nuestro mercado de socimis se enfrenta a grandes *peros* –atomización del número de vehículos, tamaño medio individual reducido frente a homólogos europeos, falta de producto, falta de consistencia en su negociación diaria y liquidez, reducida difusión de sus acciones o potenciales efectos adversos de posibles cambios legislativos sobre su fiscalidad– que dará lugar a un proceso de transformación y seguramente de consolidación en los próximos

tiempos, la Ley inicial de socimis –sencilla, corta y sin reglamentación posterior– ya contemplaba la existencia de las llamadas socimis de socimis, vehículos inmobiliarios cuyo activo y política inversora no era la inversión directa en activos inmobiliarios para su arrendamiento sino la inversión indirecta en acciones de otras socimis, semejante a los fondos de fondos, cuya ganancia viene determinada por la obtención de dividendos de sus inversiones así como la evolución del valor de sus acciones.

Hasta hace relativamente poco, estas socimis de socimis se habían utilizado para agrupar fundamentalmente posiciones accionarias individuales en un determinado vehículo –caso de Eurocervantes con GMP o de Mansfield Investment con La Finca Asset Management– pero no para una inversión abierta en múltiples socimis. Con la salida al mercado de Mistral Iberian Real Estate, también conocida como la socimi de los futbolistas, a finales del año pasado, se abría un nuevo capítulo en el mercado permitiendo a la comunidad inversora acceder a inversiones con mayor grado de diversificación, acceder a un mayor número de segmentos inmobiliarios con posiciones en varias REITs y recibir y abonar posteriormente a sus accionistas el cien por cien de los dividendos recibidos de sus inversiones.

Si bien nuestras socimis son vehículos relativamente jóvenes, el inversor particular empieza a considerar estas compañías dentro de su *asset allocation* como una fórmula alternativa a la inversión directa en el sector inmobiliario. Dentro de este marco, la diversificación siempre será un atractivo para ellos y, desde ese prisma, las socimis de socimis aportan un grado de atractivo importante, en la medida en que además no existe limitaciones geográficas en sus inversiones por lo que dichos vehículos podrán invertir sus recursos no solo en socimis españolas si-

Estos vehículos permiten a la comunidad inversora un mayor grado de diversificación

no de aquellos mercados internacionales donde exista esta tipología de vehículos. De esta manera el inversor podría cubrir una exposición a un segmento específico invirtiendo en socimis o vehículos REITs tanto nacionales como extranjeros, en un determinado segmento o configurando una cartera específica y rotando la misma según la política de inversión, aprovechando, además, las bonificaciones fiscales que este tipo de vehículos lleva asociada.

Por el lado negativo para estas socimis de socimis hay que señalar, por un lado, la falta de negociación diaria –incluso con la existencia de la figura de proveedor de liquidez– principalmente de las socimis correspondientes al Mercado Alternativo del mercado español, no siendo aplicable este efecto en aquellas que cotizan en el mercado continuo. Por otro, la obligación que las socimis de socimis tendrían de repartir a sus accionistas el 100% de los dividendos recibidos por sus inversiones y por lo tanto, la escasa capacidad de autofinanciación y de crecimiento sobre la base de la generación de rentabilidad.

El desarrollo futuro de las socimis de socimis, previsible no solo a nivel nacional sino también internacional, puede convertirse en la dovela central que consolide el arco de nuestro mercado inmobiliario cotizado, esa piedra centrada que por su consistencia, presión a las contiguas y situación aportar solidez a la curvatura, atrayendo inversores de diferente tipología a la actual, ofreciendo no solo un grado de diversificación mucho mayor y mejoras en la eficiencia de sus inversiones, sino además permitiendo a inversores menos expertos y del ámbito de la inversión colectiva aprovecharse de las ventajas que ofrecen los vehículos REITs especializados en inmobiliario. Y será también sin duda impulsoras de su desarrollo, un nuevo revulsivo para lograr que nuestro mercado de socimis consiga una mayor profundidad en términos de negociación, liquidez y difusión accionarial pudiendo convertirse en la argamasa necesaria que favorezca procesos de concentración en aras de conseguir un mayor tamaño individual y acceder a economías de escala necesarias en la gestión inmobiliaria.

EL ALQUILER DE HABITACIONES EN ESPAÑA ES MÁS ACCESIBLE

La diferencia entre lo que está dispuesta a pagar la demanda y el precio de oferta es de un 7%, frente al 52,2% del alquiler tradicional

elEconomista MADRID.

En los últimos años la oferta de vivienda en alquiler tradicional se ha incrementado cuatro puntos porcentuales y representa en la actualidad un 24% del total de la oferta de vivienda disponible. Sin embargo, en Europa el porcentaje es aún mayor y copa el 30% de la oferta total. Los países nórdicos lideran la lista con Suiza, Dinamarca y Austria, que alcanzaron la cifra del 58%, 40% y 45%, respectivamente. “Estos datos confirman el gran potencial de crecimiento para la vivienda de alquiler en España, donde la gran mayoría de la demanda (36,72%) se concentra en las ciudades de Madrid y Barcelona”, según Badi, que ha elaborado la Primera Radiografía del alquiler de habitaciones en España.

El estudio identifica también un incremento en los últimos cinco años en el precio del alquiler tradicional tanto en la ciudad de Barcelona (37,5%) como en la de Madrid



ISTOCK

El precio medio de alquiler de una habitación en España en 2019 fue de 396 euros

(38,8%). “La tendencia al alza del precio del alquiler responde al desequilibrio que existe hoy en día entre la oferta de vivienda, que es escasa, y la alta demanda. Como consecuencia a esta descompensación del mercado de alquiler tradicional nace el auge del alquiler de las habitaciones, como una solución para desbloquear la oferta actual de vivienda en las grandes ciudades”, apunta el informe.

De hecho, el alquiler de habitaciones ha aumentado desde 2015 en el mercado de Barcelona un 46% y se estima que en los próximos tres años crezca un 32%.

Según el informe, el *gap* entre oferta y demanda en alquiler de habitaciones es mucho menor al que se da en el alquiler tradicional. Así, Badi apunta que “la diferencia media del precio de la oferta y lo que está dispuesta a pagar la demanda en España es de un 7% en el alquiler de habitaciones, frente a un 52,5% en el alquiler tradicional”. En Madrid y Barcelona la diferencia es algo superior en el alquiler por habitaciones y se sitúa en el 12%.

El precio medio de alquiler de una habitación en España en 2019 fue de 396 euros. Esto es un 28% inferior a la media europea, que alcanzó los 550 euros. A nivel nacional, ciudades como Madrid o Palma se encuentran en la media, mientras que Barcelona se sitúa un 12% por encima de la media como resultado de la alta demanda existente.

Espacio ICON, en Valdebebas, permite vivir Madrid de cara a la naturaleza



Situado junto al mayor pulmón verde de Madrid, este complejo de viviendas se ha convertido ya en un icono del noreste de la capital, gracias a su apuesta por el diseño, la calidad y la sostenibilidad

V. B. MADRID

Vivir en Madrid sin renunciar a la naturaleza es posible. El Parque de Valdebebas se ha convertido en el pulmón verde más destacado de la capital. Nada más y nada menos que 470 hectáreas (cinco veces el Parque de El Retiro) reproducen bosques representativos de la zona centro peninsular, donde se incluye además un entorno fluvial, zonas de cultivo en terrazas, un carril bici para bicicletas de montaña y un recorrido de unos 35 kilómetros que convierte el parque en un espacio ideal para la práctica del senderismo y la observación de aves.

Desde luego, es difícil resistirse a la idea de vivir a tan solo unos pasos de este entorno natural. Y no solo eso, sino que pensar en salir a la terraza de nuestro hogar y contemplar cada mañana este singular paraje es una fantasía de lo más tentadora. Sabiendo, además, que en tan solo 10 minutos nos podemos plantar con nuestro coche en el núcleo financiero de Madrid.

Dentro de poco, esto será posible gracias a Espacio ICON, conjunto residencial en construcción desarrollado por Promociones y Propiedades Inmobiliarias Espacio (Priesa). Un total de 76 viviendas de dos, tres y cuatro dormitorios y con amplias terrazas componen este edificio, que se caracteriza por su rompedora y moderna fachada y que ya se ha convertido en todo un icono de Valdebebas.

Así, Espacio ICON se erigirá imponente en esta zona del noreste de Madrid que viene experimentando uno de los desarrollos urbanos más relevantes de Europa y que se ha convertido en una de las zonas de la capital de mayor calidad de vida. La finalización de esta obra ya en proceso se estima para el año 2022 y no es de extrañar que –como informan fuentes de la propia inmobiliaria– se hayan vendido ya

el 83% de las viviendas que el complejo alberga.

El diseño, la calidad y la sostenibilidad se dan la mano en esta promoción que pone en el centro el bienestar. Así, por ejemplo, las viviendas que integran Espacio ICON se están construyendo

con orientación sur/sureste, con el objetivo de aumentar el grado de sostenibilidad, aprovechar al máximo las horas de luz y proporcionar el máximo confort a las personas que lo habitan. Además, ajustándose a la normativa actual en materia de disminución de emisiones de CO2 y reducción de la demanda energética de los edificios, Espacio ICON cuenta, entre otras prestaciones, con agua caliente sanitaria centralizada con apoyo de energía solar, aislamiento térmico de fachadas, cubiertas, vidrios, griferías y sanitarios ecológicos para el ahorro de agua.

En cuanto al diseño, su arquitectura vanguardista y su original estructura de terrazas, pensadas para disfrutar del Parque de Valdebebas, dotan a la promoción de especial singularidad. Está claro, a simple vista, que Espacio ICON no es un edificio más de Valdebebas, lo que se confirmará al adentrarse en sus diferentes espacios interiores: amplios y luminosos con acabados de las mejores calidades: piedra, madera, porcelánico... Un servicio de personalización ayuda a los futuros inquilinos a diseñar la vivienda que más se adapte a sus gustos y necesidades.



La orientación sur/sureste permite aprovechar al máximo las horas de luz

Además, Espacio ICON es un oasis del lujo, pues cuenta con un sinfín de comodidades: piscinas para adultos e infantil –con equipo automático de cloración salina e iluminación subacuática– césped natural, amplio gimnasio totalmente equipado, sauna, *yoga station*, zona *gourmet* exterior y zonas de juegos para niños.

Desde luego, esta nueva promoción se revela como una auténtica fantasía para vivir en el mejor de los entornos acompañado de la familia.

Espíritu de superación

Promociones y Propiedades Inmobiliarias Espacio, conocida comercialmente como Inmobiliaria Espacio, es una filial del Grupo Villar Mir creada en junio del año 2000 mediante la aportación de la actividad inmobiliaria que venía desarrollando Inmobiliaria Espacio S.A., desde su creación el 30 de junio de 1972.

Por tanto, casi 50 años de experiencia avalan a esta empresa dedicada a la actividad inmobiliaria de promoción, arrendamiento y servicio y a la construcción de infraestructuras y edificaciones de todo tipo. Espacio ICON, una de sus últimas promociones, ejemplifica la constante apuesta de la compañía por ofrecer un servicio de alta calidad a sus muy diversos clientes. De ahí que la empresa ponga el foco en productos de primer nivel y en las mejores zonas de cada población.

Además, la innovación en pos del respeto por el medio ambiente también se sitúa como una de las estrategias primordiales de Inmobiliaria Espacio. Sus realizaciones, tal y como explican desde la propia compañía, “son muestra del constante espíritu de superación que mueve a un equipo profesional y humano de alta cualificación personal y profesional”.





LOS CENTROS COMERCIALES, ALIADOS DEL 'E-COMMERCE'

El crecimiento imparable que está registrando el comercio electrónico en España ha motivado una renovación en el concepto de centro comercial, más orientado de cara al futuro a las experiencias

Fran Leal MADRID.

El dominio que ostenta la tecnología en cada rincón de nuestras vidas ha provocado una profunda transformación en nuestro comportamiento. Y también lo ha hecho en la forma en que consumimos, pues los gustos y preferencias como consumidores van evolucionando, a la vez que lo hacen las demandas y los espacios en los que realizamos nuestras compras. Así lo pone en valor el informe *How We Shop: The Next Decade*, publicado recientemente por Unibail-Rodamco-Westfield (primera vez que lo hace en España), que desvela precisamente cuáles son las grandes tendencias del sector *retail* para esta próxima década. A la cada vez mayor personalización que demanda el consumidor, se une una sólida concienciación en cuanto a la necesaria protección del medio ambiente. Además, según el estudio, más de la mitad de los europeos muestra una importante frustración ante las recomendaciones *online* erróneas –algo que en España alcanza el 62%–, lo que motiva que se continúe valorando muy positivamente la experiencia en tiendas y se demande incluso la existencia de comercios físicos de aquellas marcas y servicios que, hasta ahora, se limitaban al canal *online*.

Y es que el giro del sector *retail* se concreta en una demanda mayoritaria de experiencias en las tiendas y espacios

Compañías que nacieron y han triunfado en el medio 'online' están abriendo tiendas físicas

comerciales, en lugar de productos. De hecho, un 68% de los consumidores españoles espera que así sea para 2025.

El estudio, además, resalta la transformación que experimentarán los espacios comerciales de cara a adaptarse al entorno local, donde la idea de comunidad estará muy presente (*ver gráfico*).

Éxito del modelo

A los cambios en los hábitos de consumo habría que añadir un crecimiento del comercio electrónico que, para muchos, representaba el principio del fin de los centros comerciales. En cambio, las previsiones de nuevas aperturas para los próximos años, junto a las novedades que ofrece el sector para adaptarse precisamente a esas nuevas demandas por parte de los visitantes y consumidores, hacen que esas previsiones rebajen el pesimismo. “Hubo una época en que determinados sociólogos y economistas entendían que las tiendas *online* o las plataformas de comida a domicilio iban a ser antagonistas al formato presencial más clásico de los centros comerciales y, aunque todavía hay inversores y analistas que piensan así, en realidad, se está demostrando día a día que el uso del comercio *online* y los centros comerciales son sumamente complementarios, incluso inseparables”, defiende José Manuel Llovet, director general de Retail, Logística

y Oficinas de Grupo Lar, gestora de la soci-mi Lar España Real Estate, con un papel destacado en el panorama de los centros comerciales en nuestro país.

Y no solo nos referimos a las tiendas físicas, que junto al canal *online* constituye “una de las más potentes herramientas de venta, fidelización y atracción”, sino también a otros elementos como la restauración, que contribuye también al éxito del modelo: “La tienda física y el restaurante son parte indispensable del ciclo de la distribución *online*, ya que de ellas sale gran parte del producto que se compra *online*”, asegura Llovet.

Por otra parte, el portavoz de Grupo Lar apunta hacia una de las tendencias que destaca el informe de Unibail, y es que, incluso “aunque solo sea para recoger un encargo realizado previamente con el móvil” por lo que se sigue considerando tiempo de compras, el hecho de visitar una tienda física cada día se afronta más “como un entretenimiento”.

De esta manera, no es de extrañar que, con vistas a un futuro cercano, los consumidores demanden experiencias enriquecedoras e innovadoras que supongan para el visitante “un valor añadido”. Y esto lo están aplicando incluso las compañías que nacieron y se han desarrollado en el entorno *online*, “abriendo tiendas físicas emblemáticas como herramienta para consolidar

Patrimonio Inmobiliario

RETAIL



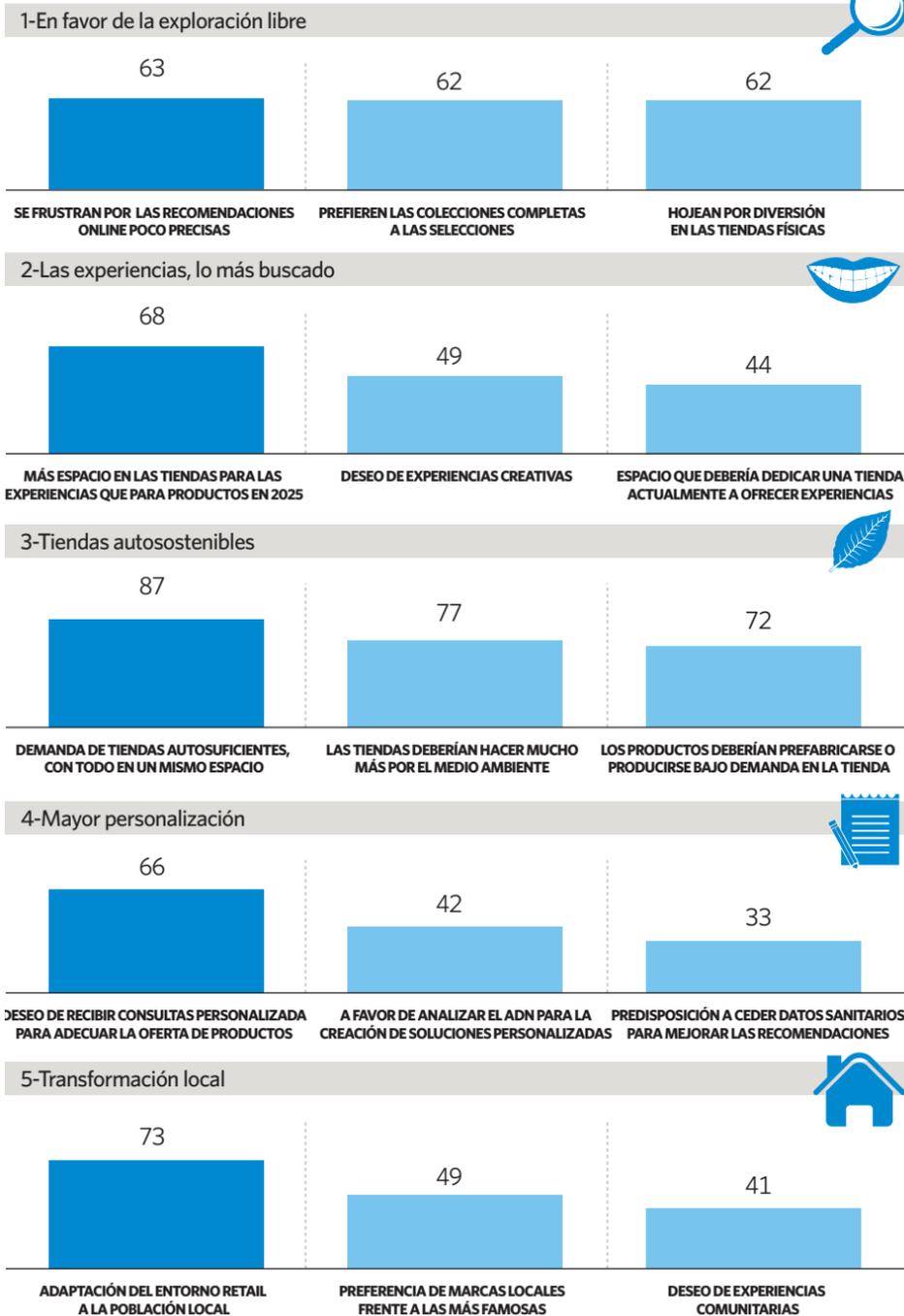
Centro Lagoh (Sevilla)
de Grupo Lar. EE



Caleido estará junto a las cuatro torres, en pleno pulmón financiero de la capital. EE

5 tendencias del retail en España

¿Qué opinan los consumidores españoles?, [%]



Fuente: Informe 'How We Shop: The Next Decade' (Unibail).

elEconomista

su marca”, explica el directivo. Más allá de las tiendas, y en línea también con las tendencias detectadas para esta década, es innegable que el centro comercial supone para los visitantes mucho más que ir de compras. De hecho, se podría decir que constituye “un importante elemento de socialización; muchos de ellos se han consolidado como el principal polo de atracción para toda una comunidad”, asevera Llovet. Por tanto, es más que lógico que la búsqueda de experiencias y de diferenciación reflejada por los consumidores respecto a la tienda física sea una máxima aún mayor en relación con los centros comerciales, donde valores muy presentes en la sociedad actual se convierten en indispensables para lograr acaparar el interés de la población.

Entre estos elementos, destacan algunos como la sostenibilidad, la eficiencia energética o el respeto medioambiental, aspectos todos ellos “fundamentales en cualquier centro comercial”, como Lagoh, el centro de ocio y entretenimiento familiar de Grupo Lar que abrió sus puertas en Sevilla el pasado mes de septiembre. Un proyecto que, “de entrada, se corresponde con la tendencia de ir hacia formatos de actividad en familia, con un mayor protagonismo de las actividades al aire libre, la moda y los espacios de reunión”, expone Llovet. Además, la sostenibilidad y el compromiso con la ciudad y el medio ambiente están más que

presentes, con el protagonismo del lago central –en torno al cual se desarrollan multitud de eventos–, o el propio proceso de construcción que, a través de la incorporación de instalaciones geotérmicas, logra un ahorro del 35% de la energía.

Una experiencia completa

En Madrid, encontramos otra buena muestra de cómo los centros comerciales buscan dar respuesta a esas nuevas demandas del público, con un concepto renovado que evoluciona de forma paralela a ellas. Se trata de Caleido, el proyecto inmobiliario liderado por Promociones y Propiedades Inmobiliarias Espacio y la compañía Megaworld Corporation, que verá la luz este mismo año en Madrid y “dará vida no solo al Distrito Financiero Cuatro Torres, sino que será un espacio de referencia entre los barrios colindantes”, afirma Rocío Zunzunegui, directora comercial del proyecto. La propuesta, como venimos reseñando, estará centrada en ofrecer una experiencia completa y exclusiva en un espacio que “se presenta como un museo al aire libre en pleno Paseo de la Castellana, que acercará al gran público la obra de artistas que actualmente están revolucionando el nuevo arte contemporáneo y sus diferentes expresiones”. Con ello, Caleido pretende convertirse en “un referente comercial único y de tendencia que unificará una importante oferta comercial junto con la gastronomía, la moda, el deporte, el ocio y la cultura”, asegura Zunzunegui. Todo ello, además, rodeado de amplias zonas verdes, “en un entorno 100% sostenible”.

En definitiva, de lo que se trata es de un nuevo ejercicio de adaptación a los tiempos que corren, donde la velocidad de los cambios es endiablada, producto de un desarrollo tecnológico sin cuartel. Pero, en este contexto, el centro comercial parece estar en forma, con una oferta variada y centrada en la experiencia de los visitantes, que así lo reclaman. Por lo tanto, todo parece indicar que quienes que vislumbraban un hundimiento de los centros comerciales debido al crecimiento del comercio electrónico, no verán cumplidas sus predicciones, al menos por el momento.

LA CIUDAD DEL FUTURO, EL PRESENTE DEL SECTOR INMOBILIARIO



Carlos Valdés

Responsable de RSC de Vía Célere

Actualmente, 3.500 millones de personas, la mitad de la población mundial, residen en ciudades y se prevé un aumento de hasta 5.000 millones para 2030. Las ciudades son cada vez más grandes y el concepto de “ciudad del futuro” es una realidad presente que ya está en proceso de cambio. Se impone la necesidad de proteger el entorno y de generar escenarios donde la sociedad se sienta segura y cómoda, y a su vez consiga ser inclusiva con todo y todos. En definitiva, ciudades más afines a las nuevas necesidades de la creciente población urbana y que integren el respeto y cuidado del medio ambiente.

Conceptos como *smart city*, que promueven un desarrollo urbano que tenga en cuenta la sostenibilidad y, a su vez, sea capaz de satisfacer las necesidades de todos sus habitantes, implican cambios en los procesos urbanísticos y de construcción de todo tipo de infraestructuras, donde los edificios (mayoritariamente de viviendas) son los principales activos y a los que hay que prestar especial atención para garantizar la mejor adaptación.

El sector inmobiliario es clave en el desarrollo de las ciudades. Miles de personas elegimos las grandes urbes para vivir y crear nuestro hogar. Pero el progreso conlleva problemas que amenazan la sostenibilidad de nuestros entornos urbanos. Los datos nos indican que solo en la Unión Europea, el sector de la Edificación consume el 40% de la energía primaria y el 50% de las materias primas, genera un 30% de los residuos y gasta más de un 20% del agua potable.

Así, dentro de un sector como el inmobiliario, que cuenta con múltiples protagonistas, es importante analizar cómo deberían ser las ciudades en un futuro no demasiado lejano y, sobre todo, cómo queremos que sean sus edificios y su relación con el



ISTOCK

resto del entorno en línea con los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente el ODS 11 “Ciudades y Comunidades Sostenibles” y la Nueva Agenda Urbana.

En esta reflexión, sería interesante incluir las siguientes líneas de actuación: La primera supondría revisar un modelo urbanístico dimensionado principalmente en base a los coches para que, progresivamente, el peatón sea el eje central. Entre las medidas que ya se están empleando podemos encontrar nuevos modelos de diseño y señalización de espacios para adaptarlos a las necesidades de accesibilidad de toda la población, o normativa en algunas ciudades, como Londres, que limita o directamente prohíbe crear plazas de garaje en edificios residenciales nuevos, contribuyendo a que estos núcleos urbanos tengan menos tráfico y menos contaminación.

La segunda línea es la innovación de procesos en la construcción convencional, como por ejemplo la industrialización en la edificación. Es necesario que el sector abogue por nuevos procesos que permitan edificar de una manera más eficiente, reduciendo la generación de residuos, de contaminación acústica y aportando mayor seguridad en la ejecución. Las viviendas son productos que tienen un ciclo de vida largo y mejorar su rendimiento desde el

El progreso conlleva problemas que amenazan la sostenibilidad de nuestros entornos

punto de vista de la sostenibilidad puede marcar una gran diferencia en un horizonte temporal a largo plazo, tanto para el impacto ambiental de nuestros entornos urbanos como en la salud y confort de las personas que residen en ellos.

En tercer lugar, como industria que hace un uso intensivo de materias primas extractivas, nuestro sector debería prestar especial atención a la optimización en el consumo de materias primas (como por ejemplo el agua), tanto en los procesos constructivos como en la posterior gestión de los edificios. Así, la incorporación de criterios y parámetros de economía circular en la edificación y de sistemas que ofrezcan un mejor control del gasto de consumos en el propio hogar ayudará a avanzar en aspectos de sostenibilidad implicando a toda la cadena de valor.

Para terminar, fomentar el crecimiento de las ciudades en altura y no en extensión es una de las prácticas más reconocidas (aunque poco entendidas) para ser más eficiente desde el punto de vista energético y de movilidad. Esta medida, a su vez, puede ayudar en la creación de espacios verdes. Estas áreas garantizan la protección de la biodiversidad desde los propios núcleos urbanos y reducen la contaminación, garantizando una mejor calidad del aire.

Además de conseguir que los procesos y sistemas de producción y gestión cambien de manera paralela (como ya se está haciendo) al desarrollo responsable, siguiendo la estela de las reivindicaciones sociales y de una política más verde, es necesario que exista cohesión en las propuestas y ámbitos de acción tanto de administraciones como del resto de agentes del sector. Solo así se conseguirá potenciar una concentración urbana más armónica y sostenible. Si queremos avanzar en la resolución de los desafíos globales que nos plantean los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), con especial incidencia en el caso del sector de la edificación en aquellos más conectados con su actividad, es necesario que las empresas del sector inmobiliario y de la construcción sean capaces de afrontar estos retos a través de su propia actividad económica, unificando su visión social y su visión empresarial en una misma estrategia.

REAL DE LA QUINTANA, PRIMER CERTIFICADO ‘BREEAM’ URBANISMO EN ESPAÑA

Arup ha sido la encargada de coordinar el proceso de certificación de este proyecto situado en Benahavis-Marbella

eE MADRID.

El proyecto Real de la Quinta, resort en desarrollo por Grupo Inmobiliario La Quinta situado en Benahavis-Marbella (Málaga), ha logrado el primer certificado *Breeam* Urbanismo en España.

Arup, firma global de diseño y consultoría del entorno construido, ha colaborado en el proyecto, coordinando el proceso de certificación, proporcionando asesoría técnica en la fase de construcción de todas las infraestructuras del proyecto de urbanización y acompañando al Real de la Quinta en el proceso de diseño, implementación y evaluación de las estrategias propuestas de sostenibilidad.

Entre otras medidas, dentro de la urbanización se han construido superficies para la recolección y almacenamiento de aguas



Proyecto Real de la Quinta, resort en desarrollo por Grupo Inmobiliario La Quinta, en Málaga. eE

pluviales para su posterior reutilización, pudiendo utilizarse como riego en la propia urbanización. Adaptándose a las condiciones climáticas del lugar, se ha llevado a cabo una selección de especies vegetales para paisajismo que respetan el paisaje local. A través de la provisión de sombra en los

espacios públicos y caminos peatonales se han aplicado medidas de mitigación del efecto isla de calor. Asimismo, se han seguido las ordenanzas correspondientes para facilitar la producción de energía renovable y la reducción del consumo de agua en las edificaciones del emplazamiento.

Gracias a estas estrategias la Urbanización Real de la Quinta ha obtenido esta distinción, que acredita su excelencia en los campos de sostenibilidad medioambiental y social. La certificación verifica que este diseño urbano contribuye positivamente al desarrollo urbanístico y promueve la creación de hogares en un entorno más sostenible, con los beneficios económicos, sociales y medioambientales que ello implica.

“El valor diferencial de esta certificación es su carácter innovador en el mundo inmobiliario ya que, más allá de los propios bienes inmuebles, engloba también el entorno en el que se ubica. Los criterios de diseño sostenible aplicados representan el compromiso con la comunidad y con el planeta, en un esfuerzo por generar un impacto positivo”, señala Susana Saiz, directora asociada en Arup España y Asesora *Breeam* Urbanismo del proyecto.

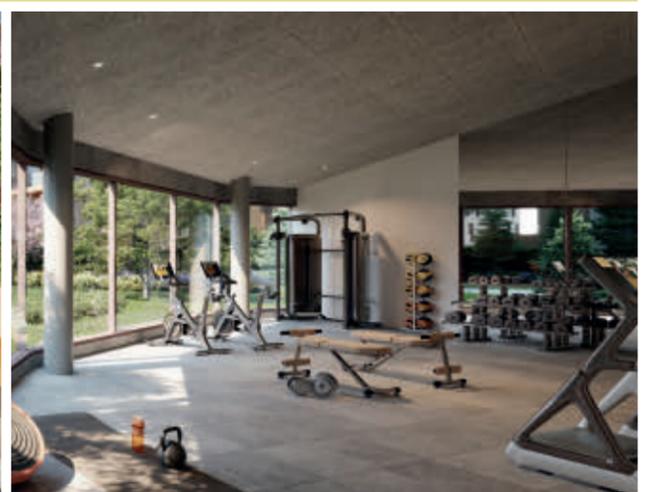
Invierte en *estilo* y *calidad de vida*



THE WHITE ANGEL
ANDORRA



THE WHITE ANGEL ANDORRA ES UNA PROMOCIÓN DE 160 VIVIENDAS EXCLUSIVAS, SITUADAS EN EL CORAZÓN DE ANDORRA LA VELLA, QUE DESTACAN POR SU CUIDADO DISEÑO Y SU ALTO NIVEL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.



(**Contáctanos y visita el Showroom**)

twaandorra.com | info@thewhiteangel.com | +376 755 755 | [f](#) [i](#) [v](#) [@thewhiteangelofficial](#)

Patrimonio Inmobiliario

OFICINAS



1. JULIÁN CAMARILLO, 31
ED. OM 36.400 m2 PROMOTOR: Torre Rioja



2. VÍA DE LOS POBLADOS, 1
PE HELIOS 35.000 m2 PROMOTOR: Hispania



3. PLZ. CARLOS TRÍAS BERTRÁN, 7
ED. SOLLUBE 32.310 m2 PROMOTOR: Merlin Properties



20. AVENIDA DE EUROPA, 17 (ALCOBENDAS)
8.300 m2 2019



19. JL LUCA DE TENA, 17
9.064 m2



18. PASEO DE LA CASTELLANA, 44
9.117 m2



17. JOSEFA VALCARCEL, 42
9.272 m2



16. VELÁZQUEZ, 34
8.138 m2



15. VÍA DE LOS POBLADOS, 7
13.791 m2

MADRID ESTRENA 20 MEGA EDIFICIOS DE OFICINAS

Los grandes patrimonialistas y fondos levantan 290.000 metros cuadrados de nuevas oficinas en Madrid que se entregarán en los próximos 24 meses, según los datos de Cushman & Wakefield

Alba Brualla MADRID

Madrid dará la bienvenida en los próximos 24 meses a 20 proyectos de oficinas que sumarán en la capital unos 290.000 metros cuadrados de nueva oferta, según los datos que maneja la consultora inmobiliaria Cushman & Wakefield.

La transformación de la sociedad y de sus necesidades ha llegado también al mercado de oficinas, que en los últimos tiempos ha tenido que adaptarse a nuevas demandas por parte de las grandes corporaciones. “Cada vez más nuestros grandes inquilinos exigen edificios que cuenten con una certificación de eficiencia. Los que no la tienen se quedan fuera de su radar, ya que este mandato en las multinacionales se da a nivel global”, explicó Ismael Clemente, CEO de Merlin

Properties durante su intervención en la jornada Real Estate organizada por IESE, Tinsa y Savills Aguirre Newman.

El directivo asegura que “las oficinas son y serán la niña bonita del sector inmobiliario” y apunta que “a día de hoy existe una gran demanda que no se está viendo acompañada por la oferta”. Por eso, las grandes firmas patrimonialistas como Merlin, Colonial, GPM o Torre Rioja, entre otras, han sacado las grúas a las calles de Madrid para construir edificios que estén a la altura.

“Las empresas buscan dar respuesta a las nuevas necesidades del mercado laboral, que prefiere las ubicaciones en el centro de las ciudades frente a la periferia. Este movimiento forma parte de la estrategia para facilitar la atracción y retención del talento y orientarlo hacia lo que de-

mandan los trabajadores”, explica Javier Bernades, socio Internacional y director de Business Space de Cushman & Wakefield.

“Las nuevas generaciones de empleados son muy sensibles a las amenities, o sea, a la oferta de restauración, shopping, valores añadidos y transporte público eficiente, lo cual se encuentra más disponible en los centros de las ciudades. La lucha de las empresas por captar y retener el mejor capital humano les lleva así a buscar espacios centrales”, apunta Ramiro Rodríguez, director de Research & Insights de Cushman & Wakefield España.

“Hemos visto una oferta de obra nueva en el mercado muy en sintonía con la demanda y asegurando, en la medida de lo posible, niveles de absorción que permitan llenar los edificios nuevos y recién reformados en el corto

Patrimonio Inmobiliario

OFICINAS



4. VIRGEN DEL PUERTO, 55
PE. RÍO-55 27.400 m² PROMOTOR: Insur



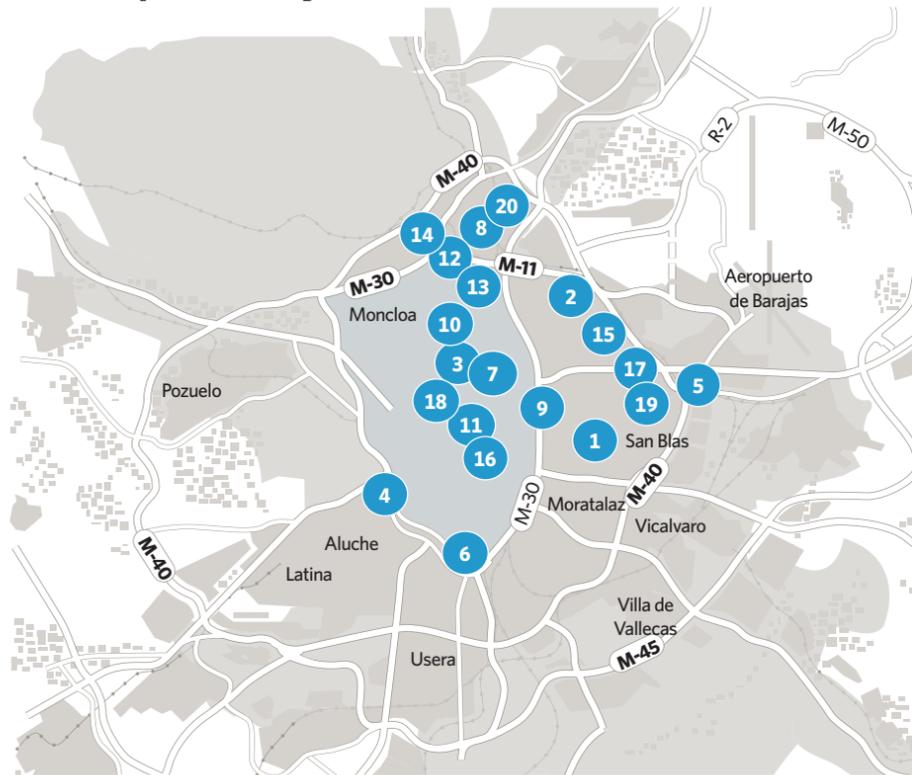
5. NANCLARES DE OCA, 5
A-2 PLAZA 25.000 m² PROMOTOR: Iberdrola



8. PUERTO SOMPORT; MONTEBURGOS 19.780 m²
PROMOTOR: Metrovacesa y Tishman

Nuevos desarrollos de oficinas en Madrid

Obra nueva y reformas integrales



Fuente: Cushman & Wakefield.

elEconomista

dos. Este edificio se encuentra ubicado en la zona de Madbit, donde la compañía que dirige Ángel Soria cuenta con una cartera de suelo de 175.000 metros cuadrados. Torre Rioja tiene previsto destinar en total unos 300 millones de euros para someter este barrio a una profunda regeneración, con el objetivo de convertirlo en una zona refugio muy atractiva frente a la subida de precios que se está produciendo en el área central de Madrid. Asimismo, otros promotores como Bouygues y Therus están diseñando proyectos para este barrio.

Therus es el promoto, junto a Henderson Park, de otro de los grandes desarrollos de la ciudad, conocido como el Edificio de Los Cubos. Este emblemático inmueble, de 18.325 metros cuadrados y con vistas a la M30, está prácticamente finalizado.

Por su parte, Merlin Properties está protagonizando algunas de las principales reformas integrales de Madrid. Así, se ha puesto manos a la obra con la rehabilitación de Castellana 83-85, que hasta hace unos meses era la sede central de Sacyr. Con este proyecto la sociimi, que se ha posicionado en apenas unos años como una de las grandes propietarias de oficinas de la ciudad, impulsará el lavado de cara que se está realizando en la zona de Azca, donde recientemente GMP también ha rehabilitado el icónico edificio Castellana 81, antigua sede de BBVA, y Castellana 77.

GMP es promotora también del proyecto situado en Quintanadueñas, 6 que cuenta con 14.200 metros cuadrados.

plazo”, concreta Rodríguez.

El directivo asegura que desde la reactivación de la obra nueva y de las reformas en el mercado de oficinas de Madrid, que arrancó en los años 2014 y 2015, “se inician obras de forma especulativa (esto es sin previo compromiso de inquilinos) y a medida que se aproxima la entrega, entre 14 y 10 antes de la finalización, se alquilan los espacios”, explica Rodríguez. En este sentido, entre 2017 y 2019 “buena parte de las entregas han entrado a mercado con entre el 70% y 80% del espa-

cio alquilado”, explica el directivo. Según los datos de Cushman & Wakefield, los nuevos proyectos aumentarán levemente la disponibilidad de espacios en Madrid, que al cierre de 2019 se situaba en el 8,6%. Para 2020, la consultora espera que se sitúe en el 9%.

Nuevos proyectos

Entre los nuevos desarrollos de oficinas destaca el complejo de oficinas que está levantando Torre Rioja en Julián Camarillo 31. Este es el proyecto de mayor dimensión con una superficie de 36.400 metros cuadra-



9. ALBACETE, 5; ED. LOS CUBOS 18.325 m²
PROMOTOR: Henderson Park y Therus



10. PADILLA 17
16.816 m² PROMOTOR: Colonial



11. PASEO DE LA CASTELLANA, 83
18.000 m² PROMOTOR: Merlin Properties



14. TR. COSTA BRAVA, 4
16.000 m² PROMOTOR: Cain



13. MANOTERAS, 12
13.000 m² PROMOTOR: Onix



12. QUINTANADUEÑAS, 6
ARQBOREA 14.200 m² PROMOTOR: GMP

LA CLAVE PARA TENER EN MADRID ALQUILERES POR MENOS DE 500 EUROS

Los promotores aseguran que si la Administración les cede suelo público para levantar pisos en alquiler, las rentas en Madrid podrían situarse por debajo de los 500 euros al mes en casas de dos habitaciones

Alba Brualla MADRID.

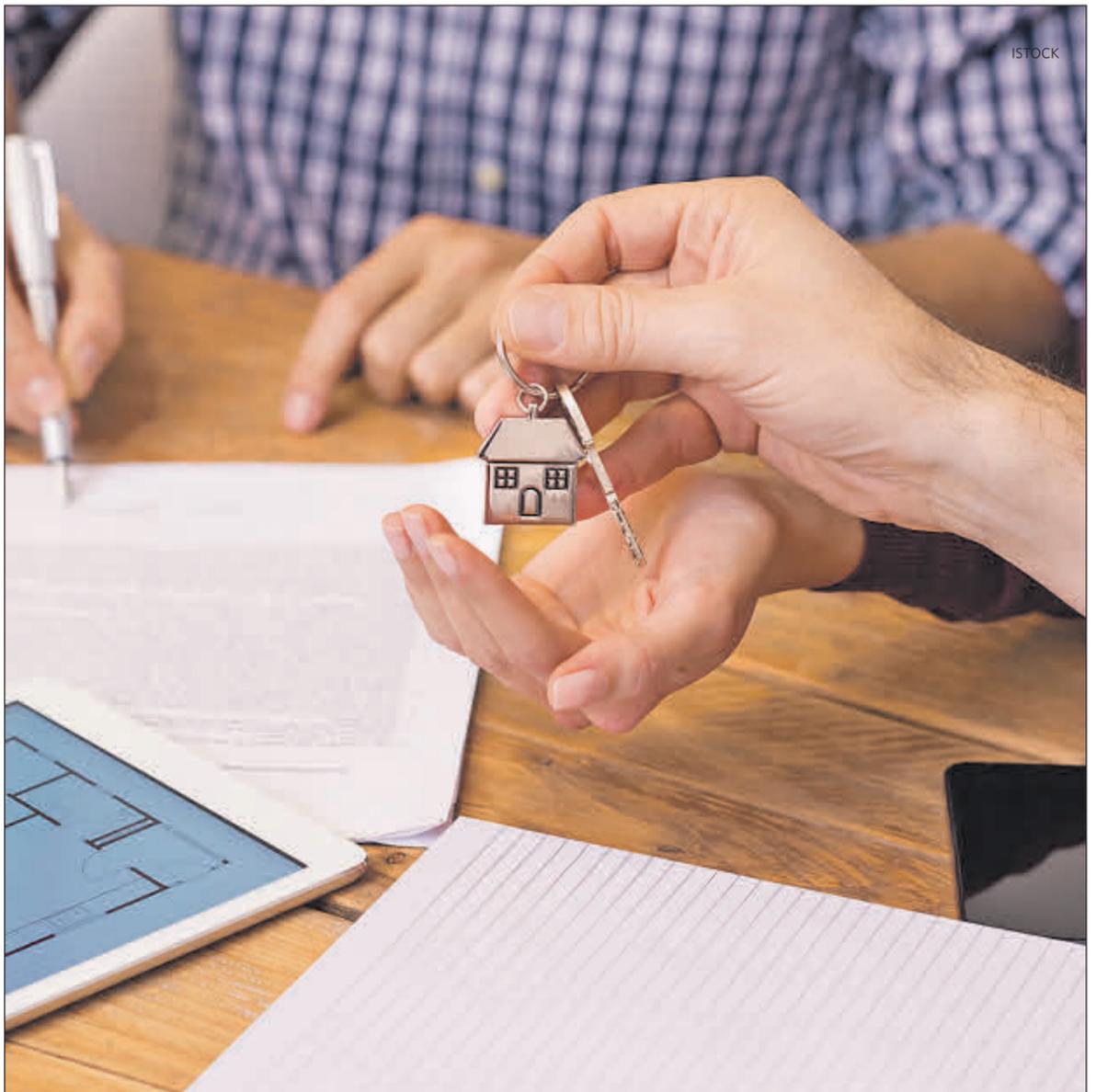
El sector promotor no ve efectiva la medida de limitar los precios del alquiler y apuesta por la colaboración público privada para frenar el encarecimiento de los pisos en Madrid y dar solución al que consideran uno de los principales problemas de la sociedad actual, la imposibilidad de los jóvenes de acceder a una primera vivienda.

“Algunas comunidades autónomas están empezando a explorar opciones de colaboración público privada. Todas las administraciones tienen muchísimo suelo ocioso en el que se podría levantar vivienda a precios razonables”, explica David Martínez, CEO de Aedas Homes, que apunta que “el suelo supone de media el 40% del coste total de la vivienda. Si se elimina esa carga levantando vivienda sobre suelos de la Administración ese ahorro se puede transmitir al inquilino de la vivienda”. Así, el directivo cree que bajo la fórmula de cesión de suelos públicos para que los promotores levanten pisos para alquiler “la industria puede hacer pisos de dos habitaciones en Madrid que se alquilen por debajo de 500 euros”.

Durante su intervención en la jornada *Real Estate* organizada por IESE, Tinsa y Savills Aguirre Newman, Juan Antonio Gómez-Pintado, presidente de Asprima, destacó que para que funcione la colaboración público privada la Administración debe tener claro tres aspectos fundamentales. “Por un lado, deben ceder el suelo sin injerencia por parte de la Administración en la gestión de los activos. La base de datos de los clientes las tienen que hacer las empresas que gestionen las viviendas”, detalla Gómez-Pintado. Asimismo, cree que es totalmente imprescindible que “las empresas que entren en este negocio tengan un margen razonable, ya que van a arriesgar mucho dinero”. Asimismo, pide “seguridad jurídica. No pueden cambiar las reglas del juego a mitad del partido una vez se hayan desembolsado importantes inversiones”.

“Si se hace esto funcionará”, asevera el presidente de la patronal de las promotoras, que apunta que, durante la campaña electoral, “todos los partidos han hablado de planes para levantar miles de viviendas, sin embargo, cuando ha llegado el momento, se ve que no cuentan todavía con las herramientas necesarias para lanzar esos proyectos. Espero que en esta legislatura se pongan en marcha este tipo de alianzas, pero de momento no veo ni el ánimo ni la velocidad que deben tener para desarrollar las herramientas necesarias”.

Por otro lado, Gómez-Pintado aprovechó el encuentro para animar a la Administración a que “lleve a cabo soluciones más imaginativas” a la hora de intentar frenar las subidas de precios. “Están intentando dar soluciones a corto plazo con metodología antigua que ya sabemos que no funcio-



na y eso nos lleva a otra ralentización del mercado. Hay que buscar soluciones más imaginativas y buscar dentro de la propia Administración. La derogación de todos los avances que nos han traído hasta aquí, como la reforma laboral, pueden ser contraproducentes”.

Proyectos 'build to rent'

Además de la colaboración público privada, los grandes inversores también están apostando por el mercado del alquiler con la compra de grandes carteras de viviendas mediante proyectos de *build to rent* (BTR). En este sentido, Jorge Pérez de Leza, CEO de Metrovacesa, apunta que este tipo de operaciones pueden beneficiar al mercado español, ya que “el producto de alquiler existente en estos momentos es muy mejorable. Hay que tener en cuenta que el 95% de las viviendas en alquiler está en manos de particulares. Muchas de ellas son casas en las que

Los promotores creen que el alquiler necesita profesionalizarse para ganar en calidad

no te apetece vivir por el estado de la cocina o los baños. En cambio, cuando la gestión está en manos de empresas profesionales, en la rotación de clientes las viviendas se mejoran y se mantienen mejor”.

Jaime Riera, corresponsable de *real estate* en Credit Suisse, ve que la confluencia del interés de fondos y promotores en un mismo mercado supone una gran oportunidad para España que no se debe dejar pasar. En el caso concreto del alquiler, Riera asegura que “sin duda existe un apetito inversor por este tipo de producto en España. A eso se une la falta de producto donde invertir. Para que el residencial en renta tenga sentido y genere beneficios, hay que hacerlo de una forma industrial, en escala. Eso significa que no es rentable para los inversores, en la mayoría de las ocasiones, tener portafolios con activos dispersos. Necesitas edificios completos para una gestión eficiente”.

Descubre como Bertín
la mejor manera de acceder
a grandes oportunidades
inmobiliarias en Florida, EE.UU.

- Proyectos exclusivos • Lotes de terreno limitados
- Terrenos en Florida desde 32.000€



AMERICAN PRIME



americanprime.com
900 818 734

Tu casa,
como si fuera
la nuestra.

AEDAS
HOMES

aedashomes.com