

Patrimonio Inmobiliario



EE

LA OBRA NUEVA EN LA COSTA APUNTA A SUBIDA DE PRECIOS

La demanda nacional ha logrado mantener estable durante la crisis este mercado, que ahora podría calentarse por el 'boom' del cliente internacional

metrovacesa

MERLIN
PROPERTIES

ESPACIO

ASG Homes

Patrimonio Inmobiliario

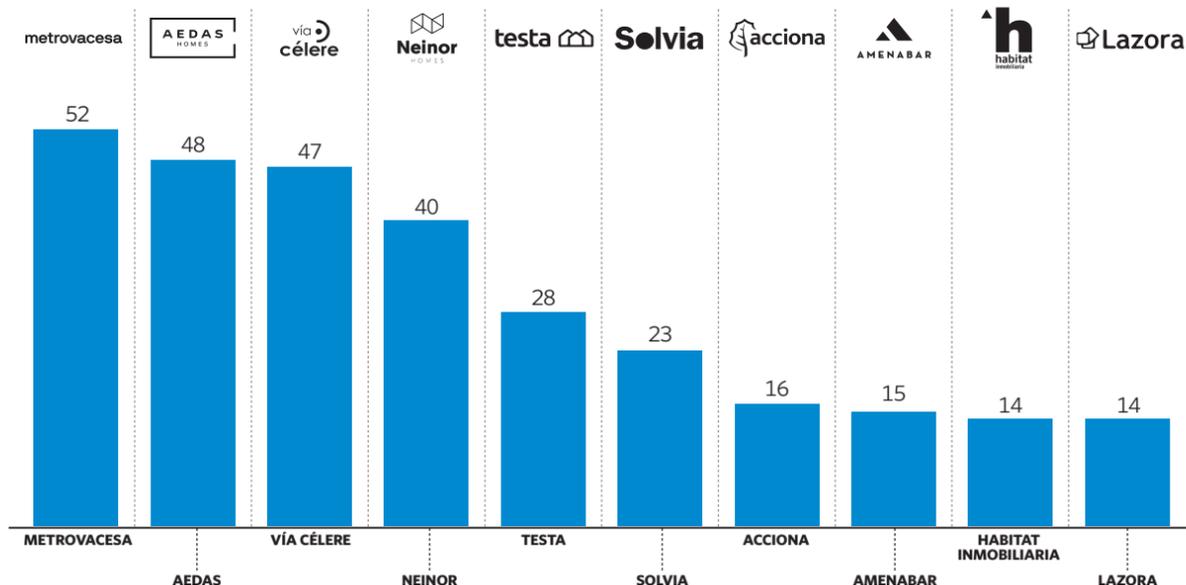
ACTUALIDAD

Barcelona y Valencia lideran la oferta de obra nueva en la costa

Ubicación de los proyectos de vivienda de obra nueva



Número de proyectos de obra nueva en la costa de cada promotora



Fuente: Atlas Real Estate Analytics.

elEconomista

LA COSTA 'SURFEA' EL COVID: LA VIVIENDA SUBIRÁ UN 2%

La buena reacción del comprador nacional, el auge del teletrabajo y la demanda embalsada del inversor extranjero auguran cifras positivas para la obra nueva en costa, que está logrando ya cifras récord

Alba Brualla MADRID

El mercado de la vivienda en la costa, en el que el comprador internacional ha tenido históricamente un gran protagonismo, se vio resentido durante los meses de pandemia por las limitaciones de movilidad. Sin embargo, los expertos aseguran que la recuperación está siendo rápida, especialmente en el segmento de obra nueva, donde las grandes promotoras que cuentan con proyectos en el litoral español están registrando una acelerada recuperación de las ventas y apuntan a subidas de precios este mismo año.

Según los datos que maneja Tinsa en su último informe sobre vivienda vacacional en España, la diferencia entre la obra nueva y la vivienda usada ha sido notable, ya que mientras la primera tan solo ha registrado descensos en precios en un 2,4% de las zonas estudiadas, la vivienda usada lo ha hecho en un 37,3%. Además de haberse producido caídas de precios aisladas, la tasadora asegura que en un 76,1% de los destinos costeros el precio se ha mantenido estable y en el 19% de las zonas estudiadas la obra nueva incluso se ha encarecido pese a la pandemia.

Esta tendencia es la que han experimentado también las principales promotoras de la costa española (ver gráfico), que aseguran a *elEconomista* que esperan cerrar el año incluso con una subida media en los precios de la obra nueva de sol y playa. Concretamente y "teniendo en cuenta que las compraventas solo irán en aumento durante los próximos meses, estimamos un

La obra nueva en costa ha resistido la crisis mucho mejor que la usada con precios estables

El auge del teletrabajo reactiva la demanda de primera residencia junto al mar

incremento de precios de, aproximadamente, el 2%", destaca José Luis Bellosta, presidente de Solvia, que apunta que "hasta ahora, los precios se han mantenido constantes, sin haber sufrido grandes descensos gracias a la demanda nacional".

La pandemia ha traído también cosas positivas para este segmento residencial ya que según explica Pablo Rodríguez-Losada, director Comercial y de Marketing de Aedas Homes, "existe un interés brutal por la compra de una segunda residencial en la playa, pero también hemos detectado una fuerte demanda por la primera residencia junto al mar de clientes que tienen la opción de teletrabajar. En este caso, se trata de un nuevo comprador que busca una vivienda, sobre todo, junto a la playa, para establecerse de manera definitiva".

Otra de las claves de esta resistencia en los precios de la obra nueva se basa en el hecho de que "el mercado está bastante equilibrado, porque hay bastantes proyectos que han retrasado sus lanzamientos. Y con el entorno actual de bajos tipos de interés, es muy favorable para el valor de los inmuebles", explica Juan Carlos Calvo, director de Estrategia y Relación con Inversores de Metrovacesa.

Al boom de la demanda local se suma ahora la llegada del comprador internacional, lo que hace augurar un panorama halagüeño para los proyectos de obra nueva en la costa. Así lo ve Mario Lapiedra, director general Inmobiliario de Neinor Homes, que asegura que ya "hay una incipiente recuperación del comprador extranjero, que,

aunque es pronto por que el tráfico aéreo y las restricciones entre países todavía son importantes, ya se está notando de forma relevante. Esto nos hace pensar que cuando las restricciones se hayan eliminado definitivamente la recuperación puede ser realmente fuerte". "Hay que tener en cuenta que, si en la primera residencia en España hemos visto un rebote de demanda post Covid, imaginemos el rebote que viene desde los países del norte de Europa que llevan un año y medio deseando ver el sol y pisar nuestras costas", destaca el directivo.

En este sentido, Carmen Román, directora comercial de Habitat Inmobiliaria, recuerda que "España sigue siendo uno de los países más atractivos de Europa para invertir en inmobiliario y sigue siendo un sector con rentabilidades superiores a otros productos de inversión, por lo que el cliente internacional nunca se ha ido de verdad".

Cifras récord con extranjeros

Rodríguez-Losada asegura que "en el caso de los clientes extranjeros, el mercado debe dar respuesta a una fuerte demanda embalsada generada durante el tiempo en el que no se ha podido viajar". Esta demanda es tal, que apenas han empezado a abrirse las fronteras el cierre de operaciones por parte de extranjeros ha crecido notablemente hasta el punto de que algunas promotoras como Aedas han logrado incluso cifras récord. "Un dato que corrobora esta percepción es que en Aedas Homes batimos récord de ventas a clientes extranjeros

Patrimonio Inmobiliario

ACTUALIDAD

en junio, con operaciones por importe de más de 11 millones de euros. Nunca habíamos vendido tantas casas en un mes a demandantes internacionales. Entre estos compradores, destacan los clientes los suecos en Costa del Sol y los alemanes en Baleares”, explica Rodríguez-Losada.

Metrovacesa es otra de las compañías que ha registrado un importante incremento en este mercado, tal y como los explica Calvo, que en el segundo trimestre han notado “un crecimiento del 50% en las ventas en costa con respecto al primer trimestre”. “Se trata de un dato muy esperanzador, si bien es menos fuerte que en la vivienda de primera residencia, donde la demanda es más sólida que antes de la pandemia”, apunta Calvo.

Habitat también ha detectado que en “el último trimestre se ha producido un incremento en ventas de estas promociones tanto como inversión, como segunda residencia y confiamos que el verano y lo que queda de año sea positivo”, asegura Román, que destaca que los precios “se mantienen

La demanda del comprador internacional se ha reactivado en el segundo trimestre

estables e incluso con una ligera subida”.

En el caso de Vía Célere, su director General de Negocio, Miguel Ángel González, explica que “tras el final del estado de alarma, se ha producido un aumento de las visitas a los puntos de venta, que ya está transformando en incremento de ventas. El excelente clima, las playas, la seguridad en las calles y el buen funcionamiento del sistema sanitario convierten a España en uno de los mejores países europeos para invertir en segundas residencias. Por ello, la evolución está siendo muy positiva, y se espera lo sea aún más en los próximos meses, tanto para el comprador español como para el internacional”.

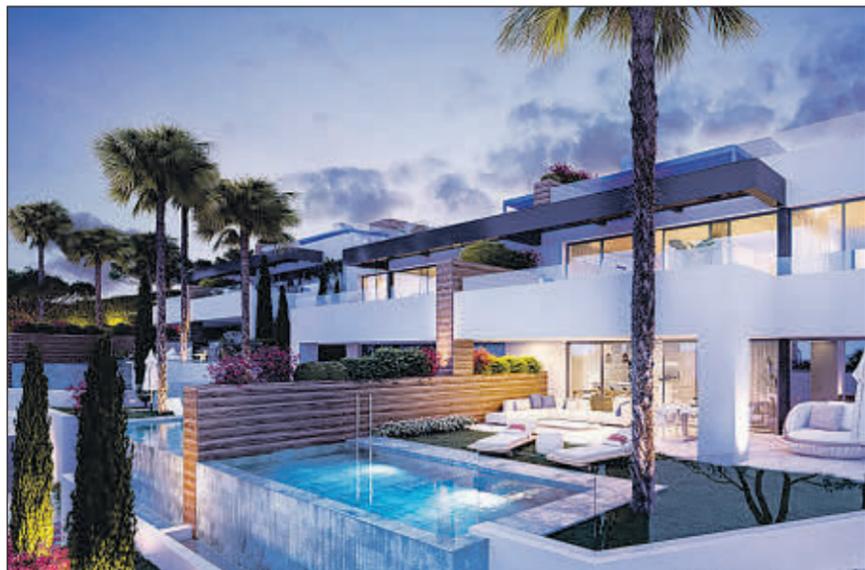
Perfil del comprador foráneo

Respecto al perfil del comprador internacional que ya está volviendo a invertir en España, Carlos Smerdou, CEO de Foro Consultores Inmobiliario explica que “de momento, estamos observando, especialmente en la Costa del Sol, una gran demanda de nórdicos que están comprando, pro-

bablemente por temor a nuevas pandemias. Los británicos siguen comprando y ha aumentado el interés de franceses y belgas. Igualmente, los extranjeros que vivían de alquiler están comprando”.

Pero según el experto hay otro dato importante y es que “los nuevos compradores buscan más calidad en las viviendas”. “Casas amplias, no tanto de muchas habitaciones, si no de espacios grandes (salones, baños...), amplias terrazas. Espacio para salir al exterior y disfrutar porque, además, con el teletrabajo van a residir más tiempo en España”. Además, esta tendencia no solo se detecta frente a la costa, “también en zonas urbanas de ciudades costeras. Un ejemplo es Málaga, donde los extranjeros, especialmente nórdicos, están comprando en zonas que se están regenerando, más alejadas de la playa. Piensan en vivienda, no solo de vacaciones, sino también para pasar largas temporadas o incluso teletrabajar”. “El auge del teletrabajo puede convertirse en una palanca de cambio para la inversión extranjera a nivel usuario”, apunta Smerdou.

Nórdicos, británicos, franceses y belgas se lanzan a comprar en la costa española



ARTOLA II HOMES

Promotor: Neinor Homes Ubicación: Marbella (Málaga)
Nº de viviendas: 56 Precio desde: 480.000€



SOUL MARBELLA SUNSHINE

Promotor: Aedas Homes Ubicación: Marbella (Málaga)
Nº de viviendas: 50 Precio desde: 650.000 €



CALEDONIAN CORTESÍN

Promotor: Caledonian Ubicación: Casares (Málaga)
Nº de viviendas: 6 Precio desde: 3.800.000 €



LA HACIENDA DE LEALA

Promotor: ASG Homes Ubicación: Torremolinos (Málaga)
Nº de viviendas: 43 Precio desde: 220.00€



ESTRELLA DEL MAR

Promotor: Acciona Inmobiliaria **Ubicación:** Elviria, Marbella
Nº de viviendas: 58 Precio desde: 370.000 €



VENERE MARBELLA

Promotor: Metrovacesa **Ubicación:** Marbella (Málaga)
Nº de viviendas: 44 Precio desde: 430.000 €



JARDINES DE ADNANIA

Promotor: Solvia **Ubicación:** Marina del Este, Almuñecar
Nº de viviendas: 72 Precio desde: 115.000€



CÉLERE BAVIERA GOLF

Promotor: Vía Célere **Ubicación:** Vélez-Málaga (Málaga)
Nº de viviendas: 154 Precio desde: 147.700 €



HABITAT ALBORÁN

Promotor: Habitat **Ubicación:** Torremolinos, Málaga
Nº de viviendas: + 230 Precio desde: 271.500 €



ESPACIO L'ALQUERIA

Promotor: Inmobiliaria Espacio **Ubicación:** Denia
Nº de viviendas: 63 Precio desde: 190.000 €



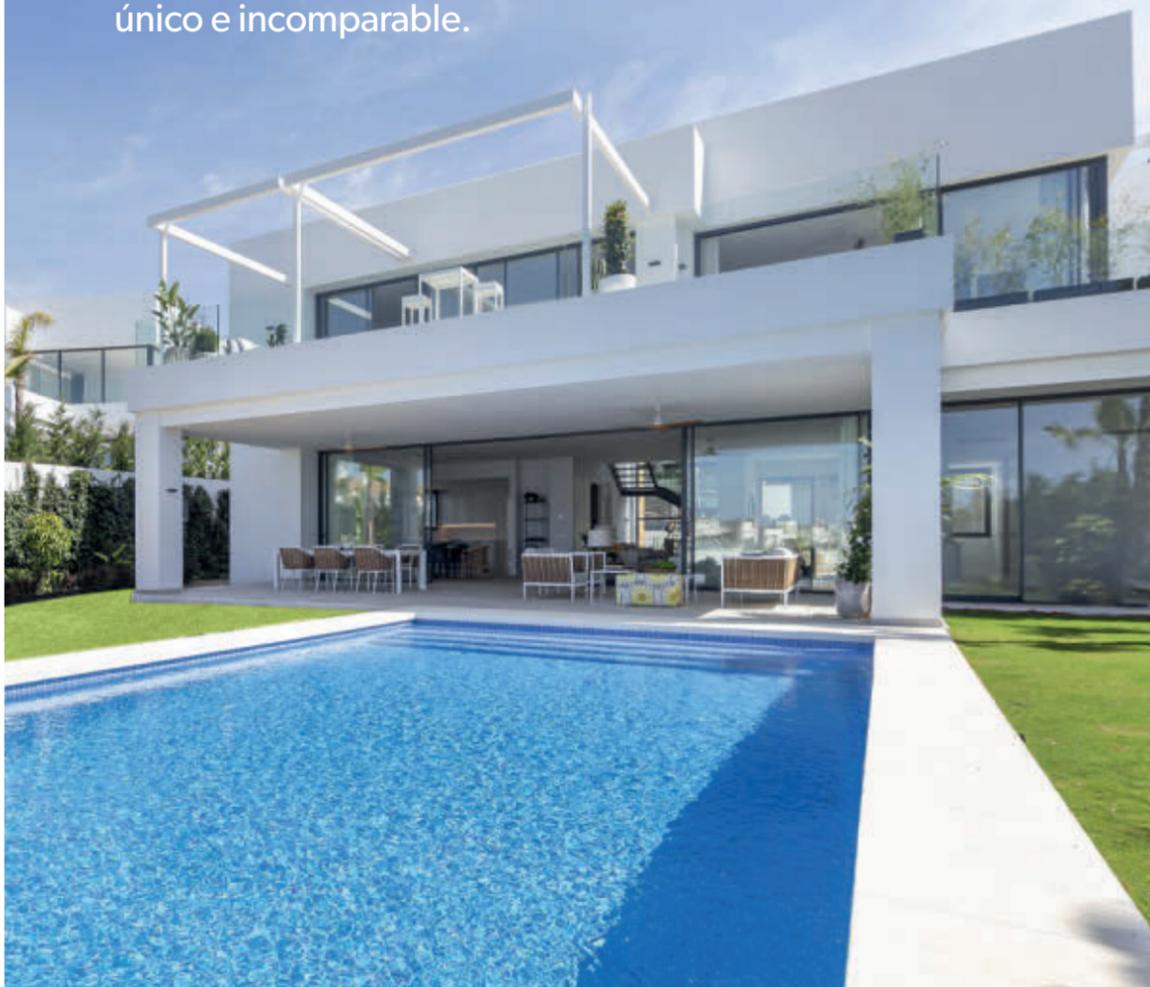
MIRADOR DE CABOPINO

SEAVIEWS VILLAS

UN LUGAR DONDE VIVIR ES UN LUJO

4 exclusivas Villas en uno de los mejores lugares de la **Costa del Sol,** **Cabopino**

Un nuevo concepto residencial que lo hace
único e incomparable.



DONDE LA FUSIÓN DE LA LUZ Y LA
NATURALEZA HACEN DEL MIRADOR DE
CABOPINO UN PROYECTO ÚNICO.

Todas nuestras propiedades constan de amplias
parcelas con unas **inigualables vistas al mar
y campo de golf**. En Mirador de Cabopino,
encontraras la casa de tus sueños.

Este conjunto de villas esta localizado en
Cabopino, Marbella, único lugar desde donde
podrás jugar a **golf en Cabopino Club
Golg 18 hoyos** a la vez que disfrutas de unas
magníficas vistas al mar Mediterráneo.

Un entorno de naturaleza único de pinares
y a escasos minutos de su puerto deportivo
de Cabopino. La **calidad y confort** de estas
lujosas villas estarán a tu alcance.

952 86 13 41 gilmar.es   
marbella@gilmar.es

 **GILMAR**
REAL ESTATE

ASÍ SON LAS OFICINAS VERDADERAMENTE SOSTENIBLES

Los edificios de oficinas sostenibles son más respetuosos con el medio ambiente gracias al ahorro energético y a una mayor eficiencia operativa, y fomentan la salud y el bienestar de los trabajadores.

Lorena Torio MADRID

Los espacios de trabajo están en continuo proceso de evolución. Además de los cambios motivados por la crisis sanitaria del coronavirus, el sector de las oficinas camina ineludiblemente y claramente hacia un modelo más sostenible. ¿Qué implica eso? Los edificios son más respetuosos con el medioambiente gracias al ahorro energético y a una mayor eficiencia operativa, y fomentan la salud y el bienestar de sus ocupantes. Muchas empresas han convertido la sostenibilidad en uno de sus pilares estratégicos de negocio y dan pasos de gigante en ese ámbito. Es el caso de la Gmp, primera inmobiliaria española que adoptó y certificó su Sistema Integrado de Gestión de Calidad, Ambiental y Seguridad y Salud en el Trabajo según las reglas UNE. En la actualidad, el 100% de los 15 edificios en propiedad gestionados integralmente por la compañía y el 86% de toda la cartera -22 edificios- tienen certificaciones de sostenibilidad. “La visión sostenible de Gmp y el proceso de certificación de sus edificios ha conllevado múltiples actuaciones orientadas a la reducción del consumo de agua y energía, la optimización de la calidad del aire y del ambiente interior, la creación de plazas de aparcamiento para vehículos eficientes, de car-pooling y bicicletas, o la incorporación de medidas específicas en cuanto a los materiales utilizados y la gestión de los residuos en todas las obras de mejora y rehabilitación de los inmuebles, entre otras”, explica Xabier Barrondo, director general de Negocio de Gmp.

¿Cuáles son los edificios más sostenibles de la compañía? Castellana 81, Castellana 77, Oxseo y el edificio Arqbórea poseen el máximo nivel platino de la certificación LEED. Respecto a Arqbórea, uno de los últimos proyectos de oficinas sostenibles de Madrid, ha conseguido reducir un 52% el consumo de agua potable respecto a un inmueble comparable. Lo ha hecho incorporando aparatos sanitarios y griferías eficientes. A ello se une un paisajismo de especies autóctonas de bajo consumo, con un riego eficiente de agua reciclada de pluviales y un sistema de goteo integrado con sensores de lluvia. En materia energética, el edificio ahorra hasta un 45% de energía gracias a los sistemas de climatización eficientes y a la iluminación led. “El sistema de gestión centralizado para la climatización, iluminación y ventilación del edificio incorpora un control mediante sensores que fomenta el máximo confort para los ocupantes”, explican desde Gmp.

Muchas empresas han convertido la sostenibilidad en uno de sus pilares estratégicos de negocio

El 100% de los edificios en propiedad de Gmp tienen certificaciones de sostenibilidad

Además, el edificio de oficinas cuenta con paneles para generar energía fotovoltaica en la azotea y con un sistema de producción de agua caliente sanitaria. Y hay más. La construcción de Arqbórea contempla el uso de materiales reciclados y regionales, y madera de bosques gestionados de forma sostenible con certificado FSC. Además, se dispone un espacio de 26 m² para la gestión de residuos. La localización de Arqbórea también es sostenible. Está conectado por el transporte público y cuenta con racks para bicicletas, espacios de aparcamiento reservados para vehículos eficientes y estaciones de recarga eléctrica. Desde 2019, Gmp es neutra en emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 2, mediante la adquisición del 100% de la energía eléctrica de origen renovable tanto en la sede corporativa como en las zonas comunes y privadas de los edificios del portafolio. La financiación verde es otro de los aspectos de su aproximación a una gestión sostenible. En 2018 firmó el primer préstamo verde del sector Socimis/ Reits de España conforme a los Green Loan Principles para Castellana 77. Además, en 2019 fijó un Marco de Financiación Sostenible como compromiso de integrar la sostenibilidad en su estrategia de financiación, y meses más tarde se produjo la conversión en verde del tramo mayoritario del préstamo sindicado renegociado a finales de 2019.

Edificio Botanic

La socimi Árima también apuesta claramente por la sostenibilidad. Además de financiar la totalidad de su cartera mediante un préstamo “verde”, la compañía presume de ser la única firma patrimonialista de España que cuenta con certificación RICS (Royal Institution of Chartered Surveyors), y aspira a que el 100% de su cartera tenga la certificación LEED/Breeam, así como las certificaciones WELL. Aunque la crisis del Covid-19 ha incrementado la demanda de oficinas sostenibles, Árima comercializa este tipo de activos desde que salió a bolsa en 2018 en cumplimiento de su plan de negocio y su estrategia de compañía. “Se trata de inmuebles premium que alcanzan los máximos estándares en cuanto a sostenibilidad, bienestar, tecnología ubicación y calidad”, explica Guillermo Fernández-Cuesta, director inmobiliario y adjunto al CEO de Árima. Uno de los proyectos más sostenibles de Árima es el edificio Botanic, que bajo el lema “Business as second nature” nace con la vocación de ser uno de los espacios de oficinas más vanguardista de Eu-



Edificio Arqbórea de Gmp. EE

ropa y uno de los pocos edificios en España en reunir las certificaciones Leed, Platino, Well, Gold y Well Health & Safety. El inmueble fue adquirido por Árima off market con un precio un 10% por debajo del precio de mercado y dispone de 9.902 metros cuadrados de superficie bruta alquilable distribuidos en nueve plantas y más de 1.000 metros cuadrados adicionales de terrazas, así como un aparcamiento de 212

Patrimonio Inmobiliario

OFICINAS



Edificio de oficinas OM de Torre Rioja. EE

OM reutiliza las aguas grises y recupera las aguas fluviales

El edificio OM de Torre Rioja se postula como el edificio más eficiente, sostenible y de confort de Europa y América. Cuenta con las pre-certificaciones LEED y WELL Platinum medioambiental y Confort. La planta baja está destinada a fomentar el bienestar y la cohesión entre las personas. Tendrá varios jardines interiores donde se habilitarán salas de reuniones, espacios de *coworking*, visitas y una amplia zona de *afterwork*. Cuenta con once ascensores de alta eficiencia y escaleras mecánicas que conectan todas las plantas con el aparcamiento.

ganismos y contaminantes físicos, lo que permite la renovación permanente del aire en el edificio de la forma más sana posible. El edificio también estará dotado de una plataforma digital creada por Árima que permite a los trabajadores una conexión directa con los servicios que ofrece el edificio, por ejemplo, solicitar comida al restaurante, reservar una clase en el gimnasio o una sala de reuniones. Se trata de una plataforma digital desarrollada por Árima para toda su cartera de inmuebles, que incluye funcionalidades como la mejora en un 90% del tiempo de control y registro de las visitas en el inmueble, con los consiguientes ahorros de costes de personal.

Edificio OM

La socimi Torre Rioja también habla en clave de sostenibilidad. El primer paso lo dio en el año 2000 con la rehabilitación de los antiguos edificios de Telefónica en Avenida de América (Madrid). Desde entonces hasta hoy han conseguido que el 80% de sus edificios cuenten con certificación LEED Platinum y con diversos premios reconociendo la calidad y excelencia en la construcción y en la sostenibilidad. Uno de los últimos proyectos sostenibles de la socimi es el edificio OM ubicado en el distrito empresarial Madrit (Madrid), que ya cuenta ya con las precertificaciones Leed Platinum y Well Platinum. Será el segundo edificio del mundo -el primero está en Asia- que tiene ambas certificaciones. OM tiene una superficie de 39.000 m² sobre rasante y consta de dos edificios unidos mediante un atrio donde se sitúan los accesos a plantas y los núcleos de comunicación. Cuenta con once ascensores de alta eficiencia y escaleras mecánicas que conectan todas las plantas con el aparcamiento.

En la planta baja del edificio se encuentra el área destinada a fomentar el bienestar y cohesión entre personas. “Un entorno relajado con cuidados jardines interiores para dar cabida a salas de reuniones, *coworking*, visitas y amplia zona de *afterwork*”, explican desde Torre Rioja. El edificio cuenta con una fachada activa ventilada con control solar y con un sistema de climatización por levitación magnética. Todo ello, genera ambientes puros, mayor confort, temperaturas agradables y ahorros en consumo de hasta el 50%, según explican desde la firma. Además, OM reutiliza las aguas grises y recupera las aguas fluviales y ha incorporado grifería sostenible en toda la instalación.

“No solo se trata de implantar una u otra tecnología, se trata de lograr que todos los elementos hayan pasado por ser reconocidos como sostenibles y, que como en el caso energético, la combinación de todos ellos alcancen un ahorro energético de hasta el 50%, o que quienes trabajan en el edificio, logren un confort en climatización, pureza del aire, ruidos e iluminación que supongan un plus para los usuarios”, explica Amparo Fernández, directora de relaciones institucionales de Torre Rioja. Los edificios más sostenibles de la socimi son el edificio de Avenida de América 81, que logró ser en el año 2017 el segundo del mundo en sostenibilidad, y el edificio Osiris. “La mayor parte de la vida de una persona la pasa en su entorno laboral, lograr que ese entorno sea sostenible, y mas cuando el entorno es urbano, es una de las máximas de Torre Rioja”, asegura la socimi.



Edificio Botanic de Árima. EE

Botanic cuenta con el primer jardín botánico privado de más de 2.500 metros cuadrados

plazas -incluyendo una ampliación del mismo- destinado íntegramente a vehículos de recarga eléctrica. Su inauguración está prevista a finales de 2021.

La naturaleza es el hilo conductor de todo el proyecto, que incluso da el nombre al edificio. Botanic cuenta con el primer jardín botánico privado de más de 2.500 metros cuadrados diseñado por la reconocida paisajista Isabel Pallarés que incluirá espe-

cies de plantas de todo el mundo, por ejemplo, una gran variedad de arces japoneses o helechos gigantes de Nueva Zelanda. El edificio de oficinas de Árima también estará equipado con un sistema de tratamiento de aire similar al que se usa en los hospitales. Se compone de sistemas de filtración y purificación por fotocatalisis y sistemas de polarización activa que consiguen espacios resilientes frente a microor-

VIVIENDA PROTEGIDA: UNA ALTERNATIVA SIN ESTIGMAS



Miguel López Puche

COO AQ Acentor

Un saco bendito de dos piezas con cruces rojas en pecho y espalda que portar en la vía pública para la identificación del penitente juzgado.

Así era el sambenito, una prenda orientada a fomentar el escarnio público, el señalamiento y la posterior alienación de los pecadores. Hoy, en una sociedad más avanzada, esta costumbre ha evolucionado, aunque no erradicado, como bien demuestra la inclusión del término en nuestro vocabulario. Las etiquetas están presentes en todos los ámbitos de una comunidad cada vez más expuesta, en la que las personas portan su poncho particular con orgullo o vergüenza. El sector inmobiliario no es una excepción y por ello, sus principales actores, debemos asumir el compromiso de trabajar por evitar que la fabricación del hogar sea una profesión estigmatizada y la aspiración de que nuestros proyectos sean un motivo de orgullo.

Hoy, uno de los grandes retos a los que se enfrenta la sociedad es el de facilitar el acceso a la vivienda para las personas de menor capacidad económica. La precariedad laboral, la limitada capacidad de ahorro o las barreras para obtener financiación bancaria -especialmente pronunciadas en las generaciones más jóvenes-, entre otros factores, obligan a una mayor implicación en pro de allanar el camino para los que necesitan un hogar. Son muchas las vías e iniciativas puestas en marcha para ello, pero quiero pararme en una de ellas: la vivienda protegida. Una ruta que acumula un amplísimo registro de éxitos y fracasos, pero que debe ser considerada como una alternativa para solucionar un problema.

Vemos que una parte de la sociedad percibe la vivienda protegida, independientemente de su categoría específica, con cierto desdén y vincula estos desarrollos con

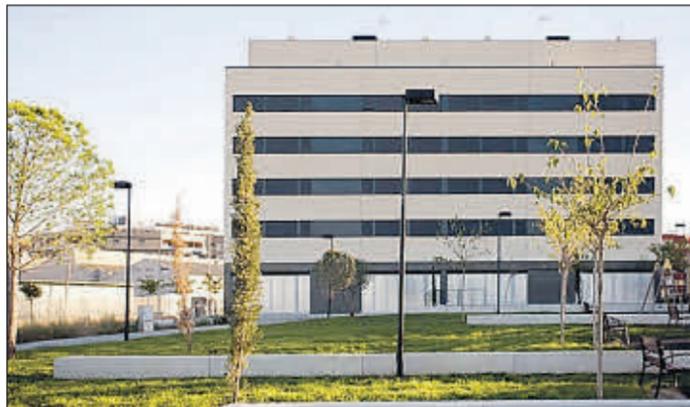
un largo etcétera de conceptos de malos pisos, mala calidad, malos servicios y, por tanto, sin atractivo. Quitemos este sambenito a la vivienda protegida. Para ello, resulta imprescindible el compromiso de todos los agentes que formamos parte del proceso promotor.

La promoción de este tipo de vivienda es competencia de la administración pública, aunque más del 80% de las iniciativas están delegadas en promotores privados. Está claro entonces que la vía para fomentar el desarrollo de proyectos de vivienda protegida y garantizar su éxito pasa necesariamente por la colaboración público-privada en todo el proceso: desde la generación de suelo, hasta la entrega a usuario final.

Deben alinearse dos objetivos, el público y el privado. El de las administraciones no es sino la finalidad social de facilitar el acceso a vivienda. El empresarial se resume en obtener suficiente beneficio, ajustado al riesgo que deba asumirse.

En líneas generales, debe asegurarse la viabilidad material y económica de cada promoción partiendo de un proyecto bien concebido y en un marco jurídico claro y estable. Además, dado que los precios fina-

Más del 80% de las iniciativas de vivienda protegida están delegadas en promotores privados



La promoción podría ganar atractivo aligerando los procedimientos. EP

les de venta están limitados por ley, la fórmula económica debe necesariamente pasar por optimizar cada aspecto y no por escatimar costes o esfuerzos.

La promoción de vivienda protegida podría ganar atractivo aligerando los procedimientos, acortando plazos de tramitación de permisos, licencias y legalizaciones. La administración podría perfectamente establecer una vía diferenciada para este tipo de promociones y garantizar los plazos al promotor.

Desde luego no será tan sencillo cambiar los mecanismos del -hiperregulado- proceso urbanístico en nuestro país al objeto de facilitar y abaratar la generación de suelo para estos desarrollos, pero sin duda es uno de los factores que más encarecen el producto final.

La legislación actual requiere, cuando menos, una actualización. Por ejemplo, habría que dar más seguridad respecto a las exenciones fiscales aplicables, dado que falla la transposición de los requisitos establecidos en la norma estatal a cada Comunidad Autónoma. En lugar de dejar su aplicación en manos de los tribunales económico-administrativos, como está sucediendo.

Otro aspecto legal al que convendría darle una vuelta se encuentra en lo referente al proceso de ventas y es un verdadero problema para el promotor privado, especialmente en desarrollos de gran número de viviendas. En algunas regiones es simplemente imposible desarrollar vivienda pública. Esto es así porque las entidades bancarias solicitan un nivel de ventas cada vez más elevado para poder financiar la construcción y, según ley, el promotor no puede comercializar sin antes tener licencia y cédula de calificación, lo que lleva a escenarios temporales imposibles.

Los promotores privados tenemos que optimizar nuestros procesos, reducir nuestros costes de capital, elegir a los mejores colaboradores, trabajar con los mejores constructores y tratar de hacerlo mejor cada día, en fin, lo que venimos haciendo desde siempre, para que las viviendas protegidas sean una referencia de la que estar orgullosos.

EL PRECIO DE LA VIVIENDA EN VENTA SUBIRÁ CERCA DEL 3%

Las estimaciones sitúan el precio de la vivienda en venta al alza de cara al cierre del año, mientras que para el alquiler prevén una bajada del 2%.

elEconomista MADRID.

Los profesionales inmobiliarios confirman la estabilidad del mercado residencial en cuanto a precios y operaciones. Según las estimaciones de pisos.com, el precio de la vivienda en venta cerrará el año con un alza inferior al 3%, mientras que el alquiler bajará un 2%. El portal inmobiliario señala a la reactivación de la economía, la reducción paulatina de la tasa de desempleo y la eficacia del plan de vacunación como los factores que marcarán la situación del sector a corto plazo.

En este sentido, según las predicciones de la compañía, durante el año en curso se superarán las 460.000 transacciones inmobiliarias, un aumento de alrededor del 10% con respecto a las 415.748 registradas el pasado año y volviendo a niveles previos a la pandemia.

Las autonomías con mayor estabilidad en lo que a precios y operaciones se refiere seguirán siendo Cataluña, Madrid, Andalucía y la Comunidad Valenciana, mientras en co-



SARA S. MUNILLA

Se superarán las 460.000 transacciones, alrededor de un 10% más que en 2020

munidades costeras como Murcia, Baleares y Canarias se producirá un efecto rebote al alza de la mano del turismo.

“En la primera mitad del año hemos vivido unos meses frenéticos durante los que hemos pasado de estar superando una tercera y cuarta ola de contagios por coronavirus a registrar cifras macroeconómicas muy positivas en los principales indicadores, por

lo que el sector inmobiliario sigue siendo muy resiliente a esta crisis y continúa consolidándose como uno de los principales motores económicos del país”, explica Ferran Font, director de Estudios de pisos.com.

Desde el portal inmobiliario explican que el gran cambio de tendencia de los últimos seis meses se ha producido en el mercado de alquiler turístico. Desde enero, la parte más relevante de la oferta de alquiler residencial ya ha cambiado a vacacional. La cifra confirma que el final del estado de alarma y la apertura de fronteras han influido en que un porcentaje de propietarios haya optado por tratar de incrementar sus ingresos mediante el arrendamiento turístico.

Por provincias, aquellas en las que se ha producido un mayor trasvase de alquiler residencial a turístico son Santa Cruz de Tenerife, Las Palmas, Almería, Tarragona, Barcelona, Valencia, Cádiz, Alicante, Málaga, Girona, Granada, Baleares y Murcia.

Puerto Sotogrande aún na náutica y servicios de lujo



Naturaleza, historia, alojamientos y servicios de primer nivel y, por supuesto, la náutica deportiva y de recreo hacen de este puerto-ciudad un destino singular

Pocos destinos logran reunir a un tiempo la confluencia de naturaleza, exclusividad, mezcla cultural y situación estratégica como Puerto Sotogrande. Situado en la Costa del Sol occidental, próximo al Estrecho de Gibraltar, en la parte más meridional de la Península y de Andalucía, esta marina con más de 30 años de historia es uno de los puertos deportivos más bellos de Europa, a caballo entre dos mares, el Atlántico y el Mediterráneo y dos continentes, África y Europa.

En concreto, Puerto Sotogrande se ubica a 10 millas náuticas al este de Gibraltar, en un entorno que se distingue por las tonalidades azul profundo del mar y verde esmeralda del cercano parque natural Los Alcornocales, singular por sus numerosos ríos, arroyos y embalses y por los bosques de niebla que se forman en su interior gracias a la humedad proveniente de la costa. El Parque Natural del Estrecho, con sus acantilados y playas arenosas, y el paisaje natural de las Marismas del Río Guadiaro, recorrido por dunas y canales, completan el atractivo natural de este enclave.

Imbuido de los valores de la navegación que se remontan a la época de los fenicios y los cartagineses, Puerto Sotogrande es un destino idóneo para los amantes de la náutica deportiva y de recreo: sus 1.383 atraques acogen con seguridad embarcaciones de entre 6 y 70 metros de eslora. Pero, además, este puerto-ciudad

comprende una de las zonas más exclusivas de Andalucía –la Urbanización de Sotogrande– con una gran oferta hotelera, alojamientos lujosos, restaurantes atractivos, ocio nocturno y la posibilidad de practicar el golf –en los campos de Valderrama y Sotogrande– y el polo. Puerto Sotogrande está bien comunicado por tierra, mar y aire: se puede llegar a través de los aeropuertos internacionales de Jerez de la Frontera, Gibraltar o Málaga y de los puertos marítimos de Algeciras y Málaga, además de por carretera y tren.

PST, una identificación única

El pasado 7 de julio, Puerto Sotogrande presentó oficialmente su nueva imagen corporativa, PST, que es ya la abreviatura y la codificación internacional de identificación territorial de Puerto Sotogrande, siguiendo para ello criterios del código alfa-3 de la ISO 3166-1 publicado por la Organización Internacional para la Normalización, que proporciona códigos de tres letras para los nombres únicos de países y otras dependencias administrativas.

Puerto Sotogrande acuña, así, un nuevo con-



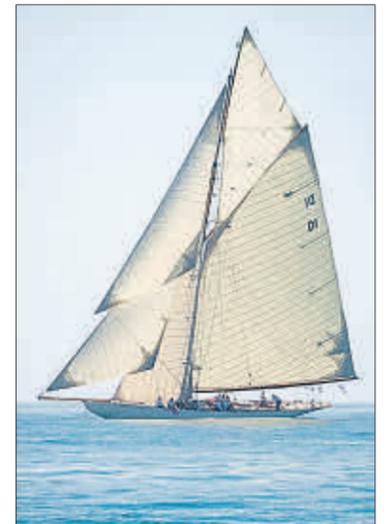
Es el primer puerto 'Marina Safe', de España, por las medidas aplicadas frente al coronavirus

cepto distintivo como indicador de ubicación territorial náutica de puerto deportivo único en el mundo. La denominación PST permite un grado de asociación parecido al que existe con los aeropuertos y los códigos de tres letras que establece la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA).

Puerto Sotogrande es también el primer "Puerto Seguro-Marina Safe" de España, en virtud de la seguridad que ofrece a usuarios y visitantes. La clasificación Marina Safe añade a los planes de contingencia habituales para enfrentar el Covid-19 conceptos novedosos de espacio interpersonal en función de las actividades; rutas y sentidos recomendados a los peatones; seguros de salud específicos diarios para los usuarios y visitantes; contenedores y papeles para residuos especiales como guantes y mascarillas; movilidad eléctrica de cortesía tanto por mar como por tierra para evitar los movimientos de vehículos privados, y otras actuaciones.

PST Puerto Sotogrande ha revalidado en 2021 –por décimo año consecutivo– la Bandera Azul, que certifica la "ecocalidad turística" de este destino, en particular la calidad del servicio que presta y su buena gestión medioambiental. Las Banderas Azules son un distintivo que otorga la Fundación Europea de Educación Ambiental (FEE) a playas y puertos desde hace más de 30 años y se concede tras las pertinentes inspecciones y auditorías anuales a aquellos municipios y puertos que cumplen los requisitos de seguridad, calidad ambiental, gestión sostenible, servicios al usuario, integración social y labor divulgativa.

El puerto ha acelerado su plan estratégico de movilidad –es pionero en la instalación de puntos de recarga eléctrica– y trabaja para lograr que al menos un tercio de la energía que consume provenga de placas fotovoltaicas.





Jóvenes en busca de su primera vivienda. ISROCK

ESPAÑA, A LA COLA PARA COMPRAR PRIMERA VIVIENDA

La edad para comprar una primera vivienda en España ha subido a los 41 años, frente a los 34 de la media europea. El precio de la vivienda en las principales capitales europeas se ha disparado debido al desajuste entre la oferta y la demanda.

Lorena Torío. MADRID.

El acceso a la vivienda se ha convertido en uno de los grandes problemas y preocupaciones sociales del país en los últimos años. Los bajos salarios de los jóvenes, la inestabilidad laboral y los elevados precios de la vivienda -al alza por el desequilibrio entre oferta y demanda- están retrasando cada vez más la edad de emancipación. Así se pone de manifiesto en un reciente informe elaborado por la consultora Colliers, que sitúa en 41 años la edad en la que los españoles adquieren su primera vivienda en propiedad.

El resultado está muy por encima de los 34 años de media europea -el dato más elevado de la historia- y solo lo superan dos países: Suiza con 48 años y República Checa con 42 años. Por el contrario, Islandia y Bélgica son los países del Viejo Continente donde los jóvenes adquieren antes su primera casa. En ambos casos lo hacen con 27 años, mientras que en Italia y Francia la edad se retrasa hasta los 33 y 31 años, respectivamente. En cuanto a Reino Unido y Alemania, los mercados inversores más grandes, la edad se eleva a los 34 años.

El informe *European Residential on the rise* de Colliers explica que el difícil acceso a la vivienda en propiedad ha sido uno de los elementos que ha impulsado el mercado del alquiler residencial privado. A ello hay que sumarle el hecho de que existen muchos hogares destinados al alquiler que no entran en los parámetros de alquiler social. “La política de los gobiernos en toda Europa ha sido normalmente la de apoyar la propiedad de la vivienda, reduciendo los requerimientos de los estados para proporcionar vivienda en alquiler, pero estimulando los aumentos de precios de la vivienda, generando así una brecha de accesibilidad

mayor. Esto se ha traducido en que la edad media de la adquisición de una primera vivienda se sitúe en torno a los 30 años en toda Europa”, dice el informe.

Las ciudades más caras

Los ciudadanos europeos prefieren vivir en grandes urbes que cuenten con una amplia oferta comercial, cultural y educativa como Londres o París. Sin embargo, son precisamente esas ciudades -junto con Ámsterdam, Múnich y Manchester-, las menos asequibles para los propietarios o inquilinos en términos de costes del m2 en rela-

Los ciudadanos prefieren vivir en grandes urbes con amplia oferta comercial, cultural y educativa

ción con los niveles de medios de ingresos. Esa circunstancia está impulsando el desarrollo de las ciudades secundarias, donde los compradores pueden casi duplicar el número de metros cuadrados de sus viviendas invirtiendo la misma cantidad de dinero. “El coste relativamente alto de la producción de vivienda en las principales capitales está dirigiendo el interés de los inversores hacia mercados residenciales secundarios y emergentes”, explica el informe de Colliers.

En cuanto a Madrid, la consultora y firma de servicios profesionales destaca que el mercado español ha sido uno de los más afectados por la pandemia del Covid-19, aunque espera una fuerte y rápida recuperación. Eso sí, alerta de que la inversión en residencial podría frenarse si el Gobierno finalmente interviene el precio de los alquileres, una medida que se ha puesto en marcha en Berlín, y que ha generado incertidumbre entre los inversores. “Cualquier intervención que aumente el riesgo de nuestro mercado frente a nuestra competencia europea provocará que perdamos el tren de la inversión frente a otras ciudades”, alertan desde Colliers.

A pesar de todos los desafíos a los que se enfrenta el sector residencial, las previsiones de los expertos son muy optimistas. Estiman que el 30% de la inversión en el sector inmobiliario de los próximos 5 años se destinarán al residencial. En 2020, el volumen de inversión en este segmento alcanzó los 60.700 millones de euros, lo que supone un aumento del 18% en comparación con la media de los cinco años precedentes. Las viviendas en alquiler, el Build to Rent, senior living, co-living y los alojamientos para estudiantes concentrarán el interés de los inversores.

Edad de compra de la primera vivienda

PAÍS	AÑOS
Suiza	48
República Checa	42
España	41
Dinamarca	35
Alemania	34
Irlanda	34
Reino Unido	34
Media europea	34
Italia	33
Austria	31
Francia	31
Países Bajos	30
Finlandia	29
Bélgica	27
Islandia	27

Fuente: OCDE

elEconomista



Imágenes del Centro Comercial Saler (Valencia), el Centro Comercial Porto Pi (Mallorca) y los paneles solares ubicados en Marineda City (Galicia). EE

Merlin Properties pone el foco en la sostenibilidad de los centros comerciales

↓
La compañía inmobiliaria incorpora tecnología 100% 'contactless' para reducir el consumo de agua e iluminación 'led', en su apuesta por la eficiencia energética y la sostenibilidad

Merlin Properties sitúa la sostenibilidad en el centro de su estrategia global de responsabilidad social corporativa reforzando su compromiso hacia la transición sostenible de su actividad. Por ello, la compañía inmobiliaria se ha marcado entre sus objetivos el uso de energía 100% renovable en todos sus edificios de alquiler de oficinas y expandir la primera fase de su proyecto de fotovoltaicas en un total de 24 activos.

Esta primera fase, que se prolongará durante dos años, supondrá un ahorro anual de 8.794.293 kilogramos en emisiones de CO₂, el equivalente a casi 180.000 árboles, lo que representa el 75% de los árboles existentes en la ciudad de Madrid.

De esta forma, Merlin Properties da un paso adelante en su compromiso con la sostenibilidad, con un ambicioso proyecto fotovoltaico para las tres áreas en las que opera: oficinas, logística y centros comerciales. La socimi instalará paneles fotovoltaicos en su cartera de activos lo que la posicionará como el mayor productor de energía fotovoltaica en instalaciones de autoconsumo de la Península dentro del sector inmobiliario.

Asimismo, y en paralelo, quiere amplificar la red de puntos de carga de vehículos eléctricos al 100% de la cartera de oficinas, certificar el 99% de sus activos con los sellos LEED y Breeam y obtener la certificación AEO hasta en 37 edificios de oficinas.

No obstante, los centros comerciales son espa-

cios en los que la compañía inmobiliaria ha puesto el foco en sostenibilidad, ya que 13 de ellos cuentan con la certificación Breeam de los cuales Artea y Marineda tienen certificación excelente y otros siete certificación muy bueno. Además, todos los centros comerciales Merlin cuentan con certificación AIS que certifica la accesibilidad de los centros comerciales.

En el caso del Centro Comercial Saler, ubicado en Valencia, la tecnología y la digitalización se han situado en el centro de la reforma incorporando nuevos aseos con tecnología 100% *contactless* para reducir el consumo de agua y sus pavimentos ofrecen una tecnología vanguardista antibacteriana que absorbe la contaminación en el ambiente. Además, en los próximos meses instalarán paneles fotovoltaicos en la cubierta del centro para autoconsumo.

Por su parte, en la galería del Centro Comercial Porto Pi, en Mallorca, se ha llevado a cabo una serie de mejoras como la instalación de lamas metálicas en el techo para conseguir un aspecto limpio y saludable, mejoras en la iluminación colocando luminarias led con el consiguiente ahorro energético, y la sustitución de todos los pavimentos.

En cuanto al complejo comercial de Galicia, Marineda City, ha logrado el certificado *Residuo Cero* que concede Aenor. Este sello acredita que el centro comercial propiedad de Merlin Properties valoriza o recicla el 99,915 % de los residuos que genera, evitando así que tengan como

destino final la eliminación en vertedero. Tras más de un año de trabajo, Marineda City ha superado ampliamente el objetivo propuesto del 90%.

Para lograr este reconocimiento de buenas prácticas ambientales, Marineda City ha implementado una serie de medidas entre las que destacan la segregación en origen del poliestireno extruido, de los residuos orgánicos en bolsas compostables, de los envases generados en los locales de restauración para aumentar al máximo su valorización, la construcción de un aljibe que recoge aguas pluviales para usarlas posteriormente permitiendo ahorrar 5.000m³ -lo que equivale a dos piscinas olímpicas-, así como la gestión de desechos relacionados con el Covid-19, como mascarillas y guantes, en contenedores específicos.

Además, el centro comercial gestionado por Merlin Properties ha implantado la figura de un auxiliar recolector que apoya a los establecimientos de restauración en la labor de reciclaje y valorización.

En su estrategia por conseguir una mayor eficiencia energética, la compañía ofrecerá a sus inquilinos la energía verde producida por las instalaciones fotovoltaicas con un descuento y el consiguiente ahorro en sus facturas eléctricas. Gracias a este proyecto, los inquilinos de Merlin se beneficiarán de unos activos únicos en el mercado desde el punto de vista sostenible y medioambiental.

Esta iniciativa es una muestra más del esfuerzo de la compañía para convertirse en pionera dentro del sector inmobiliario con la generación de valor en su cartera de activos, apostando por la transición energética hacia fuentes de origen renovable y ratificando su compromiso de ser líderes del sector en políticas ESG.

↓
Marineda City cuenta con el certificado "Residuo Cero" que concede AENOR

CÓMO APLICAR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL CENTRO COMERCIAL

La inteligencia artificial se abre paso. En sectores como los centros comerciales, esta tecnología marca presente y futuro al ayudar a ser más sostenibles y mejorar la experiencia del cliente.

M. G. Moreno MADRID

La combinación de algoritmos planteados con el propósito de crear máquinas que presenten las mismas capacidades que el ser humano. Esto es la inteligencia artificial (IA). Una tecnología que, hasta hace unos años, podría resultar lejana y misteriosa, incluso, de película. Pero ¿y si la realidad está superando a la ficción? Desde hace algunos años está presente en el día a día y cada vez son más los sectores que introducen aspectos de la inteligencia artificial para el desarrollo de su actividad.

En este sentido avanzan los centros comerciales, donde la inteligencia artificial marca el presente y futuro como un valor que ayuda a conocer al cliente de una manera más exhaustiva y poder mejorar, de este modo, la parte experiencial, hará más eficientes y sostenibles estos espacios y ayudará en la gestión de los propios retailers. “Aplicar la inteligencia artificial se está convirtiendo rápidamente en una parte clave para la transformación de estos activos en auténticos centros inteligentes de análisis de datos que predicen y dan forma a los resultados futuros, aceleran la innovación, reducen los riesgos, automatizan y optimizan los procesos, decisiones y experiencias comerciales”, explica Vicente Alemany, Associate, Innovation & Marketing Coordinator de Asset Services de Cushman & Wakefield España.

¿Cómo se puede aplicar la inteligencia artificial en los centros comerciales? Su uso puede realizarse en distintas áreas, como en la parte de gestión, operacional o experiencial, y se está trabajando para poder aplicar esta tecnología en los distintos segmentos, tal y como explica Enrique Benavides, director de Innovación Retail & Asset Services de CBRE.

En el caso de la parte más operativa del centro comercial, la aplicación de la inteligencia artificial permitirá que las máquinas de estos espacios reaccionen de una manera más inteligente a lo que está pasando. En este caso, “la IoT nos permite medir ciertos KPIs que hasta ahora no estábamos midiendo y conocer el estado en tiempo real de ciertas máquinas. Esto, unido a la comunicación entre distintos tipos de máquinas hace, por ejemplo, que podamos adaptar la carga de trabajo de las máquinas de aire acondicionado en función de la ocupación del centro comercial o alguna de sus áreas conectando los sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado (HVAC, por sus siglas en inglés) del activo con los de conteo”, señala Benavides. El hecho de que estos dos sistemas estén hablando, hace que las máquinas puedan ir adaptando la potencia en función del espacio concreto

Esta tecnología permite una experiencia más confortable para el usuario y ser más sostenibles

Se pueden aplicar técnicas para predecir el comportamiento de las afluencias o las ventas

para regular la temperatura. Esta situación tiene dos derivadas, ya que “no solamente crea una experiencia más confortable para el cliente, sino que también nos hace más sostenibles y eficientes”, añade el experto, lo que además repercute en un ahorro de costes y en una mejor gestión de la energía.

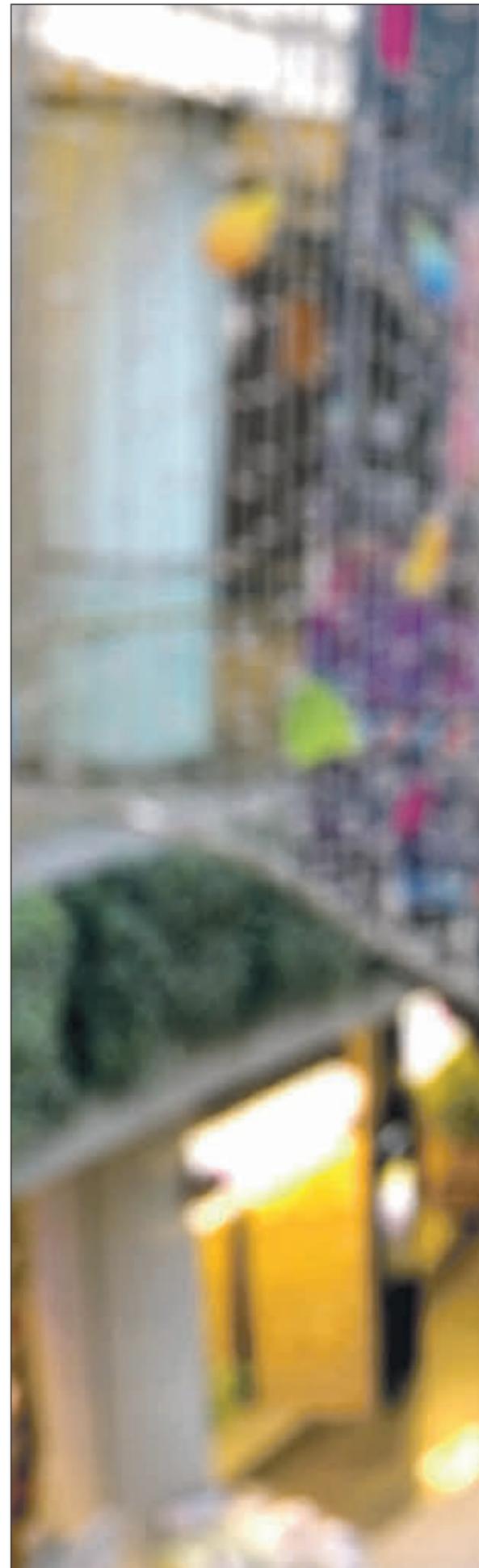
Desde el punto de vista de la gestión, desde CBRE señalan que se pueden aplicar distintas técnicas de *machine learning* (un subconjunto dentro la IA) para poder predecir el comportamiento de afluencias o ventas de un centro comercial o una tienda en concreto. Esto puede servir, por ejemplo, para amoldar los equipos de limpieza y de seguridad a las necesidades de cada momento.

“La inteligencia artificial nos permite conocer y evaluar las horas punta, el tráfico de personas, distinguiendo por sexo y rango de edad, su temperatura corporal, e incluso el estado de ánimo de las personas que acceden a un recinto, generando mapas de calor que ofrecen de forma gráfica una información muy completa de todos los asistentes, lo que permite adecuar las instalaciones al aforo real o generar campañas personalizadas, en función de la información recogida”, expone el experto de Cushman & Wakefield.

Entre los ejemplos de cómo esta tecnología se puede aplicar a la actividad de los centros comerciales, Alemany menciona la inteligencia de localización, “que combina contextos geográficos con datos empresariales y sociodemográficos de capacidad de gastos y renta, lo que permite obtener, en tiempo real y de diferentes fuentes, informes y mapas en los que se reflejan las mejores ubicaciones posibles para nuevas tiendas, así como las zonas con mayor potencial para la captación de nuevos clientes. Esta tecnología nos permite agilizar los procesos de estudio de mercado y ser más precisos a la hora de la toma de decisiones”. En esta línea, a través de la geolocalización, “obtenemos mapas de calor para conocer la afluencia de público y cuantificar cuáles son los puntos de mayor concentración de los clientes identificando oportunidades de venta cruzada y venta adicional”, señala el experto de Cushman & Wakefield.

Conocer al cliente

A lo largo de los últimos años los centros comerciales han ido evolucionando hasta convertirse en puntos de encuentro o lugares de reunión. Por ello, estos espacios ponen al cliente en el foco, fomentando y cuidando la parte experiencial, para lo que el conocimiento de los usuarios y sus actividades es un aspecto de gran relevancia y

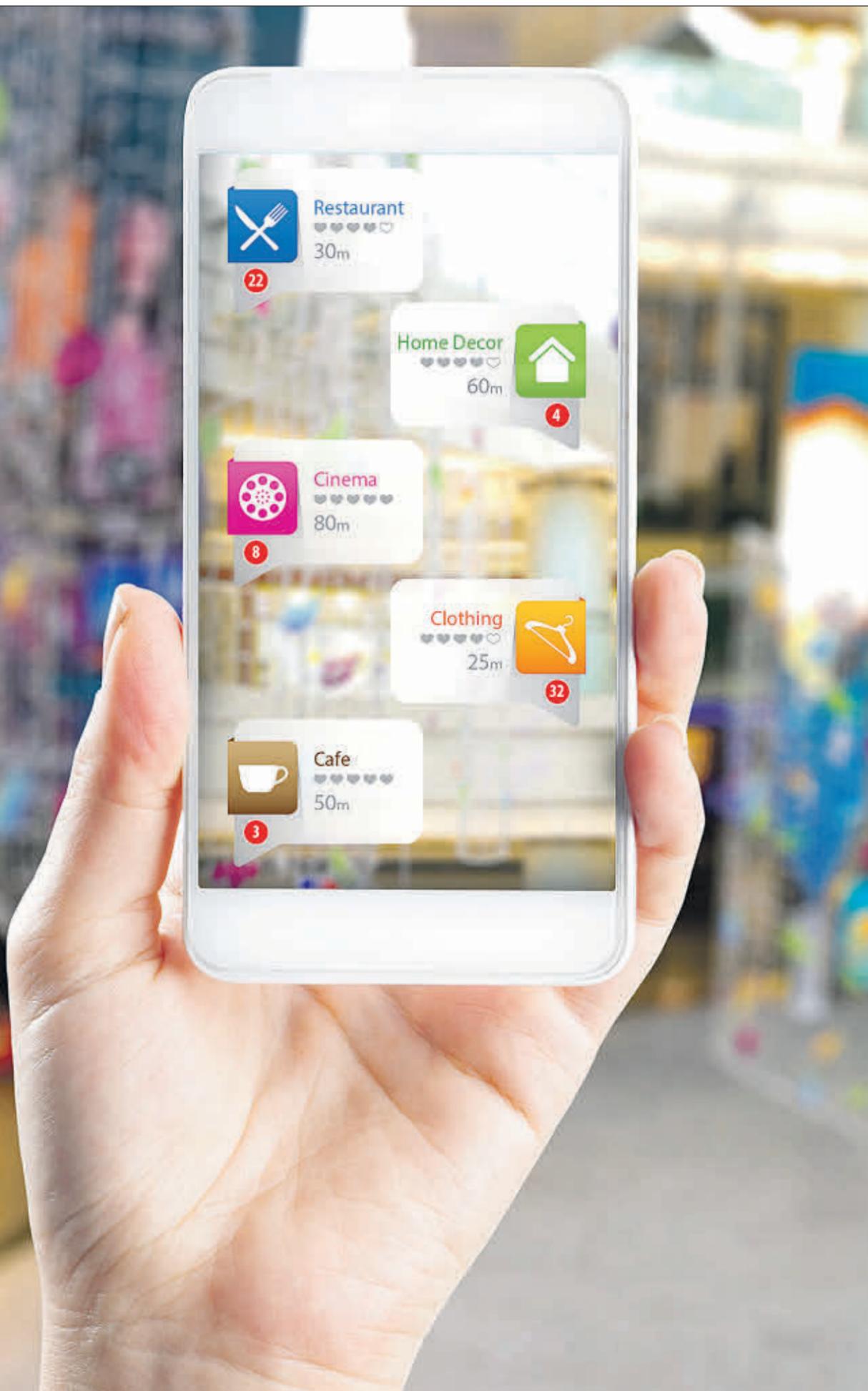


donde la inteligencia artificial también tiene cabida.

Ante esto, la irrupción de aplicaciones móviles dentro de entornos omnicanales permite obtener más información sobre el uso que el cliente hace del centro comercial, lo que estaría relacionado con la parte experiencial. En este sentido, el experto de CBRE señala que “aquí ya tenemos una herramienta implementada. Se trata de una

Patrimonio Inmobiliario

RETAIL



La realidad virtual dentro de los centros comerciales

La realidad virtual es otra tecnología cada vez más mimetizada en el día a día. Es posible mostrar a inquilinos y operadores cómo van a quedar las obras de un centro comercial antes de que terminen. “Mediante la generación de recorridos virtuales, los equipos de gerencia y de ‘leasing’ pueden moverse por el nuevo espacio a través de una tablet. También realizamos acciones de realidad aumentada a través de las apps de los centros para hacer juegos o ‘escape rooms’ virtuales donde los clientes pueden jugar desde casa o en el propio centro”, apunta Benavides.

marketing o el análisis predictivo, ampliar nuestras relaciones con los clientes antes, durante y después de sus visitas. Podemos atraer a los compradores con contenido personalizado basado en sus gustos, intereses o comportamiento, incluso anticiparnos a futuras demandas, creando así vínculos duraderos a través de aplicaciones especializadas, programas de fidelización o las redes sociales”.

El camino a seguir

Para el director de Innovación Retail & Asset Services de CBRE puede que el área que más recorrido tenga “sea en la parte de ser capaces de predecir el comportamiento de afluencias y ventas, pero es lógico por la complejidad que ello conlleva ya que influyen una enorme cantidad de variables y hace que el diseño de los algoritmos sea bastante complejo”.

De cara a los próximos años, el experto de CBRE considera que se podría avanzar, principalmente, en la parte de sensorización y de interconexión de sistemas para que se hablen entre sí, habiendo también mucho margen de mejora en el conocimiento del cliente. Sin embargo, Benavides considera que “el gran reto que vamos a tener en los próximos años y que tiene una difícil solución es el de la atribución de venta, cómo soy capaz de saber que una persona que ha comprado *online* lo ha hecho motivada por una visita a una tienda física o ha sido puramente *online*. Eso va a poder poner en valor el impacto real de la tienda física en la venta *online*”. De este modo, añade que “eso es hacia donde de alguna manera la inteligencia artificial tiene que llevarnos”.

La era de la inteligencia artificial no ha hecho más que comenzar. “Todo aquello que pueda ser conectado, lo será. La revolución del transporte y la logística de última milla modificará nuestras ciudades. El retail físico será experiencial y personalizado. Los bots y los asistentes de IA llevarán a cabo nuestras compras predecibles. La robotización de las tiendas facilitará ahorros significativos en los gastos operativos y será habitual encontrarse con *hospitality agents* en formato robots, conectados a los repositorios de información e interactuando de manera extremadamente natural con los visitantes. La IA ayudará a las empresas a establecer los precios de sus productos. Las compras se realizarán en probadores virtuales con recomendaciones personalizadas. Y un sinfín de posibilidades más”, señala el experto de Cushman & Wakefield.

Ante todas las líneas de trabajo que se están llevando a cabo en este sentido, el experto de CBRE considera que “lo importante es trabajar en soluciones que sean capaces de aportar valor real a la gestión, ya sea porque tienen un impacto directo (ahorro de costes) o indirectos (mejora de la satisfacción de a visita o conocimiento del cliente). Seguro que irán saliendo nuevas y más creativas ideas para aplicar la IA a centros comerciales, pero no podemos perder el foco de para qué la necesitamos: mejora de la eficiencia, experiencia y conocimiento de cliente y sostenibilidad”.

Por su parte, Alemany considera que “los centros comerciales y *retailers* que aprovechen estas oportunidades y sepan incorporar la inteligencia artificial a cada área de su organización mejorarán ampliamente su negocio y sus beneficios finales, logrando una posición destacable en el mercado”.

Realizar un perfil del usuario adecua la información a sus gustos y necesidades

aplicación que es la llave del cliente para interactuar con el centro comercial”, se trata de un código QR que permite reservar actividades y servicios. “Esto nos retorna mucha información sobre lo que hacen los clientes, cuándo y cómo. Esta información se guarda en una base de datos y nos permite perfilar a los usuarios. Este perfilado lo hacemos porque queremos ser capaces de darle a cada uno de los usuarios la

información que se adecua más a sus gustos y necesidades”, apunta Benavides. En la parte relacionada con la omnicanalidad y el marketing, en CBRE tienen más de 20 centros comerciales con este tipo de tecnología que permite adaptar contenidos a usuarios.

En este sentido, Alemany apunta que “el uso de IA en nuestro *software* CRM nos permite automatizar las actividades de

ISTOCK

CENTROS DE DATOS VERDES



Zsolt Kohalmi

Director global de activos inmobiliarios de Pictet Alternative Advisors

En una tendencia acelerada con la pandemia, nuestras vidas se han vuelto más digitales. Actualmente cada minuto 4.600 millones de usuarios de Internet en el mundo gastan un millón de dólares en línea y envían 41,7 millones de mensajes en WhatsApp, realizan 1,4 millones de llamadas y suben 500 horas de video (fuente: *Domo*, “*Data never sleeps 8.0*”). Con el auge de la tecnología móvil 5G este volumen de datos aumentará, provocando un poderoso aumento de la demanda de un tipo especializado de bienes inmuebles: los centros de datos.

Efectivamente, la demanda de centros de datos seguirá creciendo exponencialmente. De hecho uno de los posibles ganadores en el mundo post-Covid son los centros de datos, dada la explosión de su uso en tecnologías. En la última década, empresas internacionales como Facebook, Microsoft y Google han establecido más de 200 centros de datos en el mundo (Merlin Properties ha sellado alianza con la estadounidense Edged Energy, filial de la compañía americana especialista en tecnología Endeavour, para construir en Madrid, Bilbao, Barcelona y Lisboa centros de datos energéticamente eficientes y de consumo neto de agua nulo. La energía procederá de fuentes renovables, instalaciones fotovoltaicas y baterías).

Estas compañías, como Facebook, precisan agilidad en contacto con sus clientes y, además de su propio centro de datos, subcontratan otros en todo del mundo, con contratación y seguridad. En concreto se prevé que sólo el mercado de centros de datos en Europa, crezca en 71.000 millones en el período de 2020 a 2024, lo que representa una tasa de crecimiento anual compuesta del 15% (fuente: *Infiniti Research*, “*Data center market in Europe*”).

Desde el punto de vista del inversor inmobiliario se trata de oportunidad única, capaz de proporcionar un flujo estable de ingresos, de manera similar a un bono. De hecho, los centros de datos suelen llevar a aparejados unos arrendamientos duraderos vinculados a la inflación, con rentabilidades relativamente atractivas, de entre 5 y 7% en las ubicaciones principales y privilegiadas de Europa. Esto presenta una oportunidad de inversión única para los inversores inmobiliarios que buscan una clase de activos con fundamentales sólidos

Ahora bien, al igual que con todos los bienes raíces, la ubicación es crucial. Así, el reto es encontrar activos con una planta suficientemente grande, como centros logísticos, en un lugares estratégicos, con electricidad y fibra óptica desplegada. El caso es que faltan locales adecuados.

En cualquier caso, los inversores inmobiliarios activos pueden involucrarse en la compra de edificios existentes y, aprovechando el desarrollo tecnológico, favorecer que estos edificios sean más “verdes”, favoreciendo con ello objetivos medioambientales.

Efectivamente, hay que tener en cuenta que los centros de datos consumen mucha energía y generan mucho calor. Procesar y almacenar enormes cantidades de datos es altamente intensivo en energía,

hasta el punto de que para 2025 los centros de datos pueden representar el 20% del consumo de energía del mundo y hasta 5,5% de su huella de carbono, según el investigador sueco Anders Andrae. Gran parte de dicha energía se emplea en enfriar la instalación y normalmente se emite al medio ambiente. Así que los climas fríos ayudan a reducir su consumo y no es casualidad que la inversión en centros de datos en los países nórdicos, que cuentan con refrigeración natural y una alta proporción de energía verde, pueda casi duplicarse entre 2018 y 2025. Además estos países están bien equipados con redes de fibra súper rápidas.

Afortunadamente, tanto las empresas propietarias de los centros de datos, como las que los gestionan, así como los accionistas, consumidores y reguladores, reconocen que el sector necesita reducir este desmesurado impacto ambiental. Ciertamente, la tecnología en los centros de datos se puede aplicar hacer más eficiente el uso de energía, mediante la instalación de micro servidores y el empleo de inteligencia artificial. El aislamiento también es importante, al igual que el control del consumo.

Un segundo paso implica hacer los edificios más verdes. Aquí es donde los inversores inmobiliarios activos pueden involucrarse y, por extensión, capitalizar esta oportunidad de inversión sostenible.

Al respecto, algunas de las mejores credenciales medioambientales se dan en centros de datos nuevos. Ahora bien, construir desde cero está lejos de ser “verde”, pues la producción de cemento

Los centros de datos pueden representar el 20% del consumo de energía del mundo en 2025

representa alrededor de un 8% de las emisiones globales de carbono, según World Economic Forum. De manera que la renovación y adaptación son casi siempre mejores para el medio ambiente, con la ventaja de añadir valor, desde el punto de vista inversor y, por tanto, generar un mayor potencial de rentabilidad inmobiliaria. También hay que tener en cuenta que si el edificio funciona con energía renovable, es mejor que esta se produzca *in situ*.

Es el caso de una adquisición que hemos llevado a cabo en Akalla, en las afueras de Estocolmo. Parte del edificio, denominado Property Vantaa 3, de 63.000 m², está ocupado por un centro de datos y con el tiempo pretendemos convertir la mayor parte del área restante, actualmente una imprenta, también en espacio para centro de datos. La renovación implica nuevo suelo para mejorar la eficiencia energética. Además, planeamos capturar y canalizar el calor generado a un sistema de calefacción urbana y llevarlo a las viviendas residenciales del municipio. También estamos evaluando generar energía solar, eólica y otras renovables *in situ*, lo que es innegablemente más eficiente que la energía transportada a grandes distancias mediante la red eléctrica convencional.

Así, que, invertir en centros de datos “verdes” es una forma de aprovechar el sólido crecimiento de la tecnología y, al mismo tiempo, cumplir objetivos medioambientales. Se trata de mejorar la sostenibilidad de estos activos, incluso aplicando herramientas *PropTech*, que posibilitan el análisis ambiental. Más aún, estimamos que el área de bienes inmuebles comerciales de centros de datos se convertirá rápidamente en una inversión similar a un bono, proporcionando un flujo estable de ingresos, hasta el punto de que será parte central de las carteras inmobiliarias.



La inversión en centros de datos en los países nórdicos podría casi duplicarse entre 2018 y 2025. ISTOCK



No son grandes ventanales,
es levantarse de buen humor
por las mañanas

LO QUE EMPIEZA SIENDO UNA CASA
TERMINA SIENDO UN HOGAR

UN ESPACIO LLENO DE VIVENCIAS Y MOMENTOS
QUE LA CONVIERTEN EN EL LUGAR DONDE DISFRUTAS DE LA VIDA.

EN PERSONA O A DISTANCIA ESTAMOS SIEMPRE DISPONIBLES EN TODOS
NUESTROS CANALES, INCLUIDA LA VIDEOLLAMADA



habitat
inmobiliaria

**TU HOGAR,
NUESTRO MEJOR PROYECTO**

www.habitatinmobiliaria.com



LA ARQUITECTURA DE AEDAS: SALUDABLE Y SOSTENIBLE

La promotora ha celebrado el 'IV Encuentro Nacional de Arquitectos Aedas Homes', un evento único en el sector que ofrece un espacio para que los profesionales expresen sus opiniones y reflexiones.

M.G.M. MADRID

El Four Season en el Centro Canalejas de Madrid fue el lugar elegido por Aedas Homes para la celebración del IV Encuentro Nacional de Arquitectos Aedas Homes. El objetivo de la promotora española con esta iniciativa, única en el sector, es ofrecer un espacio común para que las diferentes partes puedan expresar sus opiniones y reflexiones. En esta cita, a la que acudieron más de un centenar de arquitectos llegados desde toda la geografía española, se trataron, entre otros temas, cómo la arquitectura ha sabido adaptarse al Covid 19 en el último año y medio proporcionando viviendas saludables, regeneración urbana y rehabilitación y la importancia de la sostenibilidad.

El encuentro estuvo dirigido por José María G. Romojaro, director de Arquitectura y Sostenibilidad de AEDAS Homes, y también contó con la participación Luis García Malo de Molina, director de Operaciones, ambos

Las propuestas arquitectónicas han respondido al paradigma de viviendas saludables

acompañados por Alberto Delgado, director general de Negocio, y por todos los directores territoriales de la compañía. Los directivos agradecieron el esfuerzo realizado por los arquitectos durante un año tan difícil debido a la pandemia sanitaria, valorando su trabajo y destacando que son una pieza fundamental en la labor de la empresa.

Durante el último año y pese a las complicaciones generadas por el Covid 19, "la compañía se ha mantenido fiel a sus compromisos con la arquitectura de calidad y con el cumplimiento de los más altos estándares de sostenibilidad ambiental que contribuyen al bienestar físico y emocional de las personas", resaltó G. Romojaro, quien ensalzó que durante la pandemia las propuestas arquitectónicas de Aedas Homes, además de atractivas, han sabido responder muy satisfactoriamente al paradigma de viviendas saludables con espacios flexibles, luminosos y zonas al aire libre conectadas con la naturaleza. Así, el directivo destacó

que "lo que estamos haciendo desde hace tiempo es una arquitectura resiliente".

La importancia de la sostenibilidad medioambiental en las promociones de Aedas Homes fue uno de los puntos destacados por G. Romojaro, donde es imprescindible el papel que juegan los arquitectos para alcanzar las metas sostenibles que se ha marcado la promotora en su Plan ESG 2021-2023. Después de cinco años de vida, Aedas Homes "es referente en arquitectura de calidad con una imagen de marca reconocible gracias, en parte, a nuestros colaboradores arquitectos. Ahora llega el momento de trabajar para ser también el líder en proyectos residenciales sostenibles en el sector inmobiliario", señaló el directivo, quien añadió que, "hay que dar pasos porque el fin último es conseguir la descarbonización total del sector".

En este camino, la compañía, alineada con los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU de 2030 y 2050, se marca metas

Patrimonio Inmobiliario

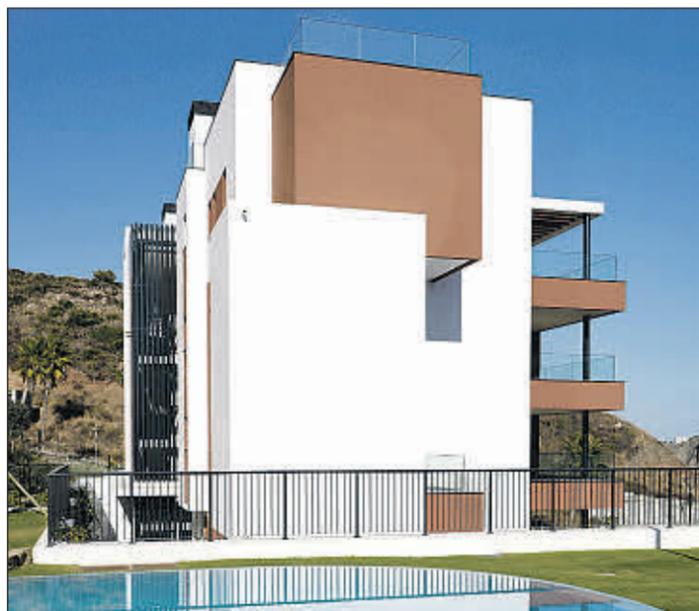
DISEÑO

José María G. Romojaro, director de Arquitectura y Sostenibilidad de AEDAS Homes.

EE

Promoción Middel Views II en Fuengirola, Málaga.

EE



Promoción Tasman II en Sant Just Desvern, Barcelona.

EE



Promoción Terrazas de los Fresnos II en Boadilla del Monte, Madrid.

EE

como conseguir que a partir de 2023 el 60% de sus promociones tenga una calificación energética A, buscará que el 100% estén construidas en base a su Libro Verde o a un estándar externo o implementar la industrialización total o parcialmente en el 25% de las viviendas a partir del año 2023, es decir en una de cada cuatro unidades.

Cumpliendo objetivos

Pese al difícil contexto de los últimos meses, Aedas Homes cumplió su objetivo con la entrega de 1.963 viviendas en el ejercicio fiscal 2020-2021 (finalizado el pasado 31 de marzo), confirmando así su Plan de Negocio. Además, se lanzaron 49 proyectos con la puesta en marcha de más de 3.000 unidades. Un crecimiento que no cesa y de cara a este ejercicio está previsto llegar a entregar 2.284 viviendas.

Además de ofrecer algunas pinceladas en cuanto a operaciones de la compañía, Luis García Malo de Molina ensalzó el Libro Blanco de Aedas Homes como un nexo de unión entre la promotora y los arquitectos, animando a seguir estandarizando las soluciones arquitectónicas de la mano de la evolución de los sistemas de edificación ligados a los Métodos Modernos de Construcción (MMC). El directivo también resaltó la digitalización, un aspecto que, junto al Libro Blanco y la estandarización, permite abrazar la industrialización de una manera más eficiente. Y es que la industrialización es algo que va dentro del ADN de la promotora. “Es algo que tenemos que interiorizar todos y tenemos que estar en sintonía para que funcione”, apuntó García Malo.

Durante el encuentro, también tuvo ca-



Promoción Acosta en Bormujos, Sevilla.

EE



Promoción Azara, Alicante.

EE

bida la regeneración urbana y la rehabilitación, en una charla protagonizada por Carlos Lamela, del Estudio Lamela. El arquitecto desgranó el proyecto Centro Canalejas, un claro ejemplo en este sentido, que mezcla usos como el hotelero, comercial o residencial.

Por último, se celebró una mesa redonda que estuvo moderada por María García Matiacci, directora Técnica de AEDAS Homes, en la que los arquitectos Luis Picazo (GP17 Arquitectura), José González Gallegos (Aranguren + Gallegos Arquitectos) y Antonio Martínez Aragón (AMA Arquitectos) debatieron sobre cómo está cambiando la vivienda con la pandemia. Luis Picazo relató su experiencia en el diseño de los proyectos para el Plan Vive de la Comunidad de Madrid marcados por la estandarización pero a la vez singulares, ya que están dotados por las nuevas preferencias del mercado como las terrazas, los espacios para el teletrabajo y las medidas de sostenibilidad.

José González Gallegos habló del éxodo de los ciudadanos hacia zonas periféricas de las ciudades y el auge de la tipología unifamiliar. También resaltó el gran protagonismo que ha adquirido la vivienda para la sociedad española y cómo el comprador exige más y tiene mayores expectativas. Por último, Antonio Martínez Aragón expuso cómo los proyectos se han vuelto más atractivos en sus formas, sus superficies y sus espacios tras el confinamiento. En esta mesa de debate, los profesionales de la arquitectura también hablaron de los tiempos, los costes, el tamaño de las viviendas y la optimización de recursos, ofreciendo su opinión y aportando propuestas. Además, se resaltó la evolución y mejora de la arquitectura en el residencial.

Este ha sido el cuarto encuentro organizado por la promotora, lo que muestra un claro compromiso con la arquitectura y sus profesionales, ya que “es una señal de identidad de Aedas Homes”, tal y como apuntó G. Romojaro. En el año 2018 se celebró el primer encuentro, que tuvo lugar en el Colegio de Arquitectos. Un año más tarde, la cita fue en el Museo del Traje. En el encuentro de 2019, la industrialización fue la gran protagonista, con la presentación de la línea *offsite* y algunas pinceladas sobre el Libro Verde, que iba a ser la guía de sostenibilidad de la compañía. El Teatro Real albergó el encuentro en 2020 (los tres primeros años el evento se celebró en el primer trimestre), cuando se puso en el centro del debate a los jóvenes y la sostenibilidad, y en el que también se habló de optimización y estandarización.

Hay un lugar para ti en Palmas Altas

 Palmas Altas, Sevilla

Pide tu cita aquí:
900 55 25 25

C/ Enramadilla, 1 - Edif. Puerta Real
Local 4 - 41018 Sevilla



Villas del Nilo
Adosadas

Montblanc
Residencial

Residencial Mulhacén
Plurifamiliares



ISLA NATURA
PalmasAltas ciudad metrovacesa

islanatura.es

Siempre quisiste vivir así.

metrovacesa

Todas las imágenes son recreaciones virtuales diseñadas digitalmente, estando sujetas a posibles modificaciones por exigencias de orden técnico, jurídico y/o comercial, habiéndose añadido elementos decorativos, vegetación y mobiliario que no forman parte, en ningún caso, de la oferta de los inmuebles publicitados y no serán en ningún caso objeto de la compraventa.

ASG Homes



www.asg-homes.com