

Inmobiliaria

elEconomista

Revista mensual

3 de julio de 2019 | N° 34



Andrés Benito

Director de Desarrollo Inmobiliario de Sareb

“Sareb se queda con suelos por valor de más de 3.700 millones” | P10



El 90% de los jóvenes quiere comprar casa, pero no puede | P4

Guadalajara, nuevo foco de inversión para el alquiler | P20

EL HOGAR CONECTADO MOVERÁ 150.000 MILLONES EN 2024

Cada vez más los promotores apuestan por este mercado, que crece a doble dígito | P34

32. Termómetro Los activos 'living' atraen al inversor foráneo

Se trata de productos más defensivos frente a la crisis y ligados a la evolución demográfica

34. En proyecto El hogar conectado moverá 140.000 millones

Este mercado despunta nivel global y aporta comodidad, eficiencia y seguridad

38. Tendencia En España hay 800 más de centros de 'coworking'

El sector, centrado en Madrid y Barcelona, empieza a ampliarse a ciudades secundarias

45. Exclusivo Metrovacesa entra en el mercado 'crowdfunding'

Se estrena en la promoción Amura, en Valencia, con inversiones desde 500 euros

Edita: Editorial Ecoprensa S.A. **Presidente de Ecoprensa:** Alfonso de Salas
Vicepresidente: Antonio Rodríguez Arce **Consejero Delegado:** Pablo Caño
Directora de Relaciones Institucionales: Pilar Rodríguez
Director de Marca y Eventos: Juan Carlos Serrano

Director de elEconomista: Amador G. Ayora
Coordinadora de Revistas Digitales: Virginia Gonzalvo
Directora de 'elEconomista Inmobiliaria': Alba Brualla **Diseño:** Pedro Vicente y Elena Herrera **Fotografía:** Pepo García **Infografía:** Clemente Ortega **Redacción:** Luzmelia Torres y Mónica G. Moreno

Actualidad

El 90% de los jóvenes que quiere comprar casa no puede

El sector demanda una mayor agilidad en las licencias y facilidad en la financiación para solucionar este problema



04



20

Los Protagonistas Guadalajara, nuevo foco de inversión para el alquiler

La carencia de oferta de vivienda para la compra convierte el mercado del alquiler en la zona en una buena oportunidad

Entrevista

Andrés Benito, director de Desarrollo Inmobiliario de Sareb

"Sareb se queda con más de 3.700 millones en suelos y es posible que incorpore nuevo activos a Árgura Homes"



10



28

Consultoría

Los locales comerciales movieron 1.300 millones en 2018

El 35 por ciento de la inversión fue en locales 'High Street', sobre todo por parte de socimis y fondos de inversión

Hace 25 años tampoco era fácil comprar tu primera casa

Tener una casa sobre todo en propiedad, se ha convertido en poco menos que una quimera para la mayoría de los menores de 35, quienes deberían ser la demanda natural del mercado. La inestabilidad laboral y los bajos salarios, fundamentalmente, impiden la entrada de muchos jóvenes al mercado inmobiliario en contra de su voluntad. De este problema social son muy conscientes todos los actores del sector inmobiliario y también las administraciones públicas y políticos, pero ninguno acaba de dar con la tecla que desencalle esta delicada situación. Es verdad que los jóvenes tienen un problema para acceder a una vivienda pero también lo era hace 25 años donde existían salarios bajos cuando empezabas a trabajar e inestabilidad laboral. Este es un problema al que venimos enfrentándonos desde hace años. La falta de seguridad laboral te resta capacidad a la hora de comprar o alquilar una vivienda y también influye la falta de oferta. La situación en España es muy heterogénea y la demanda se concentra en algunas poblaciones como puede ser Madrid que cada vez acumula más jóvenes e irá a más porque los jóvenes buscan su salida laboral en la capital y lo mismo pasa en Barcelona, sin embargo, otros

poblaciones como Soria puedes tener una vivienda a un precio bajo pero no tienes empleo. Y hay que sumar que los jóvenes no tienen capacidad de ahorro y no disponen del 20% que tienen que tener ahorrado para que el banco te de la hipoteca, pero si consigues el crédito, desde el punto de vista de la financiación, el momento es inmejorable, porque tenemos unos tipos de interés muy bajos y por ejemplo, una casa de 200.000 euros con una hipoteca de 160.000 euros a 20 o 25 años te sale una hipoteca de 750 euros al mes que para una pareja está por debajo del 30 por ciento de los ingresos de su salario y es vivienda asequible. España tiene que fijarse en otros países para poner en práctica soluciones a este problema. Por ejemplo, en España no tenemos las medidas que tienen en EEUU: un abordaje 'promercado' para aliviar la problemática de acceso a la vivienda. El sistema de incentivos crediticios es una de estas medidas. Las grandes corporaciones pueden ayudar a financiar la construcción de vivienda asequible a través de un sistema con incentivos fiscales. En España, las jurisdicciones locales podrían ofrecer esos incentivos a los constructores ya que, si estas medidas disminuyen el precio de mercado, la renta que al final acaba pagando la población más desfavorecida es menor.

Las grandes corporaciones pueden ayudar a financiar la construcción de vivienda asequible a través de un sistema con incentivos fiscales. La fiscalidad y la agilidad en las licencias de obra son la clave

EL 90% DE LOS JOVENES QUIERE COMPRAR CASA, PERO NO PUEDE

Se ha llegado a esta situación por falta de oferta. El suelo es escaso y el precio de la vivienda se encarece y los jóvenes no pueden pagarlo y se ven empujados al alquiler. La clave está en la fiscalidad y agilidad en las licencias para tener más suelo

LUZMELIA TORRES



Uno de los temas más candentes en el mercado inmobiliario es el acceso de los jóvenes a una vivienda. La tenencia de una casa sobre todo en propiedad, se ha convertido en poco menos que una quimera para la mayoría de los menores de 35, quienes deberían ser la demanda natural del mercado. La inestabilidad laboral y los bajos salarios, fundamentalmente, impiden la entrada de muchos jóvenes al mercado inmobiliario en contra de su voluntad.

De este problema social son muy conscientes todos los actores del sector inmobiliario y también las administraciones públicas y políticos, pero ninguno acaba de dar con la tecla que desencalle esta delicada situación. Muchas promotoras advierten de la necesidad de recuperar a los jóvenes como principal demanda, y solicitan la colaboración y connivencia de todos los actores inmobiliarios, políticos e incluso financieros.

Recientemente académicos de universidades internacionales de prestigio se reunieron en Madrid en una conferencia organizada por la escuela de negocios paneuropea ESCP Europe y la consultora de servicios inmobiliarios BNP Paribas Real Estate donde tuvo lugar una mesa redonda sobre vivienda asequible en el marco de la conferencia *Low-Income Housing Supply and Housing Affordability* llegando a la conclusión de que el asunto de la vivienda asequible para personas con rentas bajas tiene características comunes en la mayoría de los países y es un problema multidimensional.

Según el profesor Jaime P. Luque, director del programa avanzado de Real Estate, by ESCP Europe y BNP Paribas Real Estate, la definición de una vivienda asequible es “cuando el inquilino o propietario dedica un 30 por ciento o menos de sus ingresos a la compra o el alquiler. Mientras que el alquiler medio en España se sitúa en 780 euros lo que supone destinar el 40,4 por ciento de los ingresos al alquiler, aunque en Madrid se eleva al 60 por ciento, en propiedad con hipoteca se destina el 27,5 por ciento del salario. Por tanto, se cumple la definición de vivienda asequible en propiedad con hipoteca, pero no en el alquiler”.

¿Cuál es la situación a la que se enfrenta un joven cuando quiere acceder a su primera vivienda? Alejandro Cendrero, vicepresidente de la Asociación Building Youngs afirma que hay que tener en cuenta tres factores para comprar una vivienda. “Lo primero es el salario. Según la última estadística del INE el salario bruto medio anual está en 16.000 y 22.000 euros anuales y si lo comparamos con la generación de antes del *baby boom* el salario era entre 25.000 y 28.000 euros, luego hay un claro descenso de los sueldos y con unos salarios bajos es difícil acceder a una vivienda. En segundo lugar:

Soluciones para construir vivienda asequible en España

■ Incentivos

El Estado en materia de vivienda asequible tiene que funcionar como un agente regulador para ayudar a la compra o al alquiler y también ayudar al tejido promotor con suelo y ayudas a la construcción con incentivos fiscales para construir vivienda social.

■ Dinamizar el mercado y no poner control de precios

El Gobierno debe implantar medidas dentro del marco del mercado pero no regular los precios. El tema del control de precios es opuesto a lo que se persigue. Hay una ley que es la oferta y la demanda por la que el mercado se regula solo y más que poner control y límites lo que hay que hacer es dinamizar el mercado,

poniendo más suelo para que haya más oferta y mejor.

■ Colaboración público-privada

Los municipios tienen poder para poner suelo público a disposición a precios más competitivos así como para agilizar los trámites para la construcción. El plan de vivienda no ha funcionado y se necesitan otras medidas.

■ Capital extranjero

Hay que aprovechar el capital extranjero que ha venido a España a este sector para poner vivienda asequible en el mercado. No hay suelo y el que hay tiene precios elevados y los costes de construcción son altos y encarece el precio de la vivienda.



la financiación bancaria, porque el banco te exige tener ahorrado el 20 por ciento del valor de la vivienda y los jóvenes no tenemos esa capacidad de ahorro y, por último, el precio de la vivienda es alto, bien por su tipología o ubicación lo precios son elevados y no son accesibles para los jóvenes”.

En esta misma línea, Nuria Serranos, directora residencial de obra nueva en BNP Paribas Real Estate, explica que “la situación que tiene hoy el día el joven es una falta de oferta en el mercado, porque después de la crisis el parque de vivienda que se ha puesto en venta es de tres y cuatro dormitorios y en esta tipología los precios son más altos. El primer acceso se tiene que dar en viviendas de uno o dos dormitorios y lo que hay que provocar es que se construyan viviendas de menor tamaño para que puedan acceder los jóvenes. Al problema de la tipología, se une por supuesto los bajos salarios y la inestabilidad laboral, pero tenemos que pensar en ellos porque ahora se está dando una vivienda de reposición, pero no es finita y hay que centrarse en recuperar la demanda de vivienda de los jóvenes”.

Todos los expertos están de acuerdo en que los jóvenes son el mercado natural de la vivienda. “Lo jóvenes con una edad comprendida entre los 25 y 35 años han sido, tradicionalmente, los protagonistas en el mercado de vivienda de obra nueva. Es verdad que en los últimos años ha salido al mercado una demanda embalsada de personas de mayor edad que ha estado esperando durante los años de crisis. Algunos ahorrando sin mover ficha y otros, aunque su intención era comprar, no podían por la falta de oferta. Ahora, que hay una mayor oferta disponible de obra nueva, es cuando ha surgido esa demanda de reposición que vende su casa para comprar otra que se adapte mejor a sus necesidades actuales. Pero esa demanda se reducirá y por eso el mercado deberá volver a la demanda natural, que son los jóvenes”, afirma Javier Sánchez, director de innovación y marketing de Aedas Homes, quien asegura que “si no se incorporan los jóvenes al mercado se dibujará un escenario distinto, más inclinado hacia el alquiler que a la propiedad, aunque en nuestra última encuesta obteníamos el dato de que el 90% de los jóvenes quiere comprar vivienda, pero no puede”.

Aunque el deseo de compra una vivienda es un factor que siempre ha estado muy arraigado en España, Mario Lapiedra, director general inmobiliario en Neinor Homes, apunta que hoy por hoy los jóvenes se pueden plantear si quieren o no quieren acceder a una vivienda en compra o alquiler. “Hace 25 años el camino tradicional era la compra y era un hito que había que conseguir pero hoy en día se puede elegir. La situación para los jóvenes es complicada, primero porque los precios son altos. Nosotros como promotores

El 90% de los jóvenes, según Aedas Homes, quiere comprar vivienda, pero no puede.
ISTOCK



29 La edad media de emancipación en España es a los 29 años y la media en Europa a los 26

tenemos claro cuáles son los factores que hacen que el precio de la vivienda sea alto y son: el precio del suelo y las limitaciones de accesibilidad al suelo, y los costes de construcción que a día de hoy están empujando al alza el precio de las casas. En segundo lugar, la financiación, que es cierto que es complejo acceder a ella y que va muy ligado con la capacidad de ahorro por un lado y con el gasto de los jóvenes con su salario por otro. El consumo a día de hoy nos lleva a tener una capacidad de ahorro mucho menor que hace 25 años”.

Sin embargo, David Botín, director general de Áurea Homes, apunta que sí es un problema el que tienen los jóvenes para acceder a una vivienda, pero que también lo era hace 25 años donde también existían salarios bajos cuando empezabas a trabajar e inestabilidad laboral. “Este es un problema al que venimos enfrentándonos desde hace años. Es verdad que la falta de seguridad laboral te resta capacidad a la hora de comprar o alquilar una vivienda y también influye la falta de oferta. La situación en España es muy heterogénea y la demanda se concentra en algunas poblaciones como puede ser Madrid, que cada vez acumula más jóvenes e irá a más porque los jóvenes buscan su salida laboral en la capital y lo mismo pasa en Barcelona, sin embargo, otros



Hay falta de oferta adecuada para los jóvenes en el mercado porque después de la crisis se han hecho casas de 2 y 3 dormitorios y los precios son altos. EE



La financiación es un problema para el acceso a la primera vivienda ya que el banco te exige tener ahorrado el 20 por ciento del valor de la casa. EE

poblaciones como Soria puedes tener una vivienda a un precio bajo, pero no tienes empleo. Por otro lado, pienso que desde el punto de vista de la financiación, el momento es inmejorable, si consigues que el banco te dé el crédito porque tenemos unos tipos de interés muy bajos y, por ejemplo, una casa de 200.000 euros con una hipoteca de 160.000 euros a 20 o 25 años te sale una hipoteca de 750 euros al mes, que para una pareja está por debajo del 30 por ciento de los ingresos de su salario y es vivienda asequible”.

España tiene que fijarse en otros países para poner en práctica soluciones a este problema. Según Jaime P. Luque, “en España no tenemos las medidas que tienen por ejemplo en Estados Unidos: un abordaje *promercado* para aliviar la problemática de acceso a la vivienda. El sistema de incentivos crediticios es una de estas medidas. Las grandes corporaciones pueden ayudar a financiar la construcción de vivienda asequible a través de un sistema con incentivos fiscales. En España, las jurisdicciones locales podrían ofrecer esos incentivos fiscales a los constructores ya que, si estas medidas disminuyen el precio de mercado, la renta que al final acaba pagando la población más desfavorecida es menor.”

La Ley hipotecaria dificulta el acceso de los jóvenes a la vivienda

■ La nueva Ley hipotecaria que acaba de entrar en vigor endurece más las condiciones de las entidades bancarias a la hora de conceder una hipoteca a todos los clientes, pero sobre todo va a influir más en el joven que pida un préstamo al banco para comprar una vivienda, porque con esta nueva Ley se exige al cliente una mayor solvencia y por ahora el joven no tiene esa capacidad ni tampoco de ahorro, por lo que la nueva Ley hipotecaria dificultará aún más el acceso a la vivienda a los jóvenes.

En la búsqueda de soluciones, Javier Sánchez, apunta que la clave está en la fiscalidad y en la agilidad en la concesión de las licencias de obra. “Hay políticas que han llevado a cabo otros países que deberíamos estudiar, como ayudas para la emancipación de los jóvenes. La edad media de emancipación de Europa es de 26 años y en España de 29, mientras que en Noruega es de 20 años porque el Estado concede un préstamo al joven noruego que se emancipa y vive fuera de su casa y estudia que le permite irse de alquiler y no tiene que devolverlo hasta que termina la carrera y tiene trabajo. Además, si ha aprobado todas las asignaturas, el 40% de ese crédito se convierte en una beca. En el Reino Unido tienen el programa ‘Help to buy’, que ha sido muy exitoso, ya que el Estado cubre al comprador de vivienda el 15% de ese 20% que debe tener ahorrado porque la entidad bancaria sólo te concede la hipoteca por el 80% del valor del inmueble. Así, un joven sólo teniendo el 5% ahorrado del valor de la casa y con la ayuda extra del Estado puede acceder a una vivienda. En Aedas trabajamos en esta línea con aseguradoras o bancos para poder completar esas garantías a los jóvenes, además de producir viviendas industrializadas para acortar el plazo de entregas”.



Juan Felipe Pons

CEO Think In Lean,
arquitecto Técnico y autor de
la Guía 'Lean Construction'

En comparación con otras industrias, creo que el sector de la construcción asume con demasiada normalidad la baja productividad, así como toda una serie de problemas como los sobrecostes

El nuevo modelo 'Lean': por una construcción eficiente

Cuando comencé mi actividad profesional en 1997, desempeñé diferentes roles en casi todas las fases del proceso de construcción, tomando conciencia sobre los problemas crónicos que sufrió el sector en España durante los últimos años del *boom* inmobiliario.

En comparación con otras industrias, creo que el sector de la construcción asume con demasiada normalidad la baja productividad, así como toda una serie de problemas como los sobrecostes o las entregas fuera de plazo, tal como describo en la guía *Lean Construction*. Tampoco ayuda el hecho de que los planes educativos universitarios relacionados con la construcción apenas estén empezando a introducir algunos conceptos de este nuevo sistema productivo aplicado a la construcción.

En 2010 el profesor Lauri Koskela, autor conceptual de *Lean Construction* me invitó a realizar una corta pero intensa estancia académica en su centro de investigación, en la University of Salford, Manchester. A partir de las entrevistas que Koskela me concedió conjuntamente con su equipo pude hacerme una idea bastante clara del alcance de estas metodologías. A la vuelta de este primer encuentro al que le sucedieron otros, decidí dedicarme a tiempo completo a investigar, enseñar, aplicar y divulgar esta metodología de trabajo en España, donde en aquella época casi nadie conocía *Lean Construction*. Lo primero que le diría a alguien que se

acerca a *Lean Construction* por primera vez es que cuando hablamos de *Lean* hay que pensar en un sistema de producción, y en la historia de la humanidad ha habido solo tres -producción artesanal, producción en masa y *Lean*-. Por lo tanto, estamos hablando de una manera completamente diferente de gestionar la industria de la arquitectura, la ingeniería y la construcción. El sector del automóvil fue pionero en esto y la construcción está haciendo una transición lenta, pero con pasos firmes hacia adelante. En el siglo XX se consideraba que los recursos eran ilimitados y relativamente baratos; pero, hoy en día, la escasez y encarecimiento de ciertas materias primas y la necesidad de una optimización de los recursos a niveles mucho más altos que antes pone de manifiesto que *Lean Construction* no es una elección y terminará aplicándose en la mayoría de empresas.

Para conseguir los objetivos y principios de *Lean*, existen muchas herramientas, pero quizás una de las más conocidas es la planificación colaborativa y la metodología del *Last Planner System*, que representa una novedosa y revolucionaria herramienta de gestión y control de la producción en obra que permite controlar la variabilidad, realizar planes más predecibles y gestionar la incertidumbre con mayor eficacia y menor riesgo. Además, cuando combinamos *Last Planner System* con las ventajas tecnológicas del *Building Information Modeling* (BIM) y llevamos la gestión *Lean* a una etapa todavía más temprana

como la contratación, a través del *Integrated Project Delivery* (IPD), las ventajas son infinitas y apenas estamos empezando a explorarlas. Mc Graw Hill Construction publicó en 2013 un informe según el cual las empresas que estaban usando estas metodologías de gestión reportaron los siguientes beneficios: mayor calidad en la construcción, mayor satisfacción del cliente, incremento de la productividad, reducción de costes, mayor seguridad, mayor cumplimiento de los plazos de entrega y una mejor gestión del riesgo.

De acuerdo con nuestra experiencia, para los subcontratistas este sistema supone un mejor aprovechamiento de sus recursos. La mayoría de subcontratistas son pequeñas y tienen escasa experiencia en planificación. *Lean Construction* les ayuda a organizarse mejor, a identificar los problemas en etapas más tempranas cuando el margen de maniobra es mucho mayor; en conclusión, se asume con normalidad que los errores salgan a la superficie, y esto termina repercutiendo positivamente en su margen de beneficios ya que logran optimizar sus rendimientos.

Si eres un contratista general, además de las ventajas anteriores, tienes el alivio de participar en licitaciones menos agresivas, no solo basadas en el precio, colaborar con el equipo de diseño y una probabilidad más alta de repetir negocios con el cliente. A los técnicos de obra y proyectistas les aporta un mayor control sobre el proyecto, una mayor capacidad de reacción frente a los imprevistos y en general menos probabilidades de tener algún litigio respecto a problemas de calidad, seguridad, plazos o sobrecostes.

Y para el promotor, una mejor gestión del riesgo y una mayor probabilidad de alcanzar los objetivos de plazo y coste. Por lo tanto, el sistema aporta ventajas para todas las partes.

Entonces, si las ventajas son aparentemente tan buenas, ¿por qué no están ya todas las empresas haciendo lo mismo? La aplicación de los principios *Lean* en la construcción supone un cambio de paradigma muy importante. El sistema requiere grandes cambios culturales, de mentalidad y de transparencia en un sector históricamente muy tradicional, para los cuales muchas empresas todavía no han alcanzado la madurez necesaria. Y aunque no se requiere de inversiones destacables ni de herramientas complejas, es necesario mucho esfuerzo inicial y un elevado compromiso de la dirección y los trabajadores que no todos están dispuestos a asumir.

En España se empezó a divulgar *Lean Construction* en 2010, y se empezaron a ver experiencias interesantes a partir de 2014. Hoy en día hay un volumen de empresas todavía pequeño, pero suficientemente bueno y consolidado para pensar que el cambio progresivo hacia este modelo de gestión no tiene vuelta atrás. Hemos probado el modelo con empresas del sector de la construcción de todo tipo y tamaño con resultados buenos y esperanzadores, tanto en obra, como en departamentos de estudios y administrativos, así como en estudios de arquitectura e ingeniería.

Como asignatura pendiente destacaría la aplicación de esta metodología en la contratación pública. De momento esta es la mayor dificultad que estamos teniendo y es una de las preguntas que más nos hacen. Y como punto positivo me gustaría destacar que se ha conseguido un amplio apoyo y consenso englobando a Colegios profesionales -Aparejadores, Arquitectos, Caminos, industriales-, Asociaciones Empresariales de constructores, promotores y Fundaciones laborales, tanto a nivel directivo como de mandos intermedios y trabajadores. Y muy particularmente la colaboración del Consejo General de la Arquitectura Técnica de España (CGATE).

Juan Felipe Pons

CEO Think In Lean,
arquitecto Técnico y autor de
la Guía 'Lean Construction'

En España se empezó a divulgar 'Lean Construction' en 2010, y se empezaron a ver experiencias interesantes a partir de 2014. Hoy en día hay un volumen de empresas todavía pequeño, pero suficientemente bueno y consolidado



NACHO MARTÍN

ANDRÉS BENITO

Director de desarrollo inmobiliario de Sareb

LUMELIA TORRES

La Sociedad de Gestión de Activos Procedentes de la Reestructuración Bancaria (Sareb) inicia un nuevo proyecto con la puesta en marcha de su promotora Árqura Homes para la gestión y promoción de una parte de su cartera de proyectos residenciales. Andrés Benito, director de desarrollo inmobiliario de Sareb nos cuenta la estrategia de la nueva compañía con activos por valor de 811 millones de euros y que prevé invertir hasta el año 2027 un total de 2.238 millones de euros en la promoción de 17.095 viviendas repartidas por toda la geografía española.

¿Por qué decide Sareb crear en estos momentos una inmobiliaria?

La decisión de Sareb de crear una inmobiliaria viene como consecuencia de que hace unos años, Sareb ya apostó en su plan estratégico por crear una compañía con el fin de promover activos, desde hace tiempo ya trabajamos en ello. La creación, por tanto, de Árqura Homes supone avanzar en un hito más dentro de la línea estratégica que Sareb ha establecido en su negocio, en este caso a través de la creación de valor. A partir de ahí lo que hemos hecho es vehicular el perímetro de activos con los que ya trabajábamos y contratar a Aelca que es una compañía especializada como gestor de promociones.

“Sareb ha pasado a Árqura suelos por valor de 811 millones y se queda con terrenos por 3.750 millones”

¿Cómo queda el accionariado de Árqura Homes? ¿Está abierta la entrada a nuevos socios?

Este vehículo se desarrollará bajo la figura de un Fondo de Activos Bancarios (FAB), un instrumento financiero ideado exclusivamente para Sareb y que opera de forma similar a una *joint venture*. El accionista mayoritario de Árqura Homes será Sareb con el 90 por ciento de la propiedad y Värde Partners tendrá el 10 por ciento. A partir de ahí podría llegar a evaluarse la entrada de nuevos socios.

¿Qué aportan ambos accionistas a la nueva sociedad?

Sareb aporta básicamente el perímetro de suelos con un plan de negocio activo por activo y Värde Partners aporta dos cosas: por un lado, la inversión de su 10 por ciento en el capital y por otro lado, la capacidad de gestión que tiene la compañía Aelca que es cien por cien propiedad de Värde. Con este doble papel de gestión y de propietario hemos intentado alinear los intereses como inversor y gestor.

¿Cuánto suelo aporta Sareb a esta nueva sociedad? ¿Con esta aportación se queda Sareb sin suelo?

Sareb aporta a Árqura Homes dos millones de metros cuadrados de edificabilidad de suelo, pero Sareb se queda con suelo. Hay que recordar que en los inicios de Sareb se recibieron 50.780 millones de euros y a día de hoy ha desinvertido 13.600 millones y nos queda en el balance algo más de 37.000 millones, de los que el 60 por ciento son préstamos y el 40 por ciento son activos inmobiliarios. Tenemos aún mucho suelo. A día de hoy sin contar la parte colateral que no viene por los préstamos nos quedarían suelos por un valor de más de 3.750 millones de euros y promociones residenciales en construcción o ya terminadas por la compañía con un total de 2.800 viviendas.

¿Qué diferencia hay entre una promotora cualquiera del mercado y Árqura Homes?

Para nosotros crear este vehículo no es un fin en sí mismo sino un medio. No tenemos vocación de comprar suelo ya que este lo hemos heredado. Muchos ya los hemos vendido, pero otra vía de desinversión adicional es la promoción. Esto nos permite mediante esta vía crear valor adicional y que Sareb se beneficie de ello. Nuestro objetivo último es cumplir con el mandato de desinversión maximizando el valor. La diferencia fundamental es que la cartera de suelo con la que nace Árqura Homes es una cartera que va a



N. M.

“Árqura Homes nace con el respaldo de Sareb y Värde Partners”

“A día de hoy a Sareb le quedan suelos por valor de 3.790 millones”

“Objetivo: cumplir el mandato de desinversión maximizando el valor”

permitir un precio medio asequible dependiendo de cada ubicación y que tiene una dispersión geográfica por todo el territorio español.

¿Árqura Homes pretende ser una inmobiliaria a precio asequible?

No. Árqura Homes va a tener viviendas a precios medios asequibles como consecuencia de las ubicaciones de las que partimos, pero no está diseñada ni es ese el objetivo. El precio asequible es una consecuencia de la ubicación que tenemos de los suelos en los que vamos a actuar. Sareb ya aporta en materia de vivienda social a través de un parque de 4.000 viviendas que hemos puesto a disposición de Ayuntamientos y Comunidades Autónomas. Son ellos quienes las gestionan en sus programas de alquileres asequibles para colectivos en situación de exclusión. Es mediante ese programa donde tratamos de aportar para dar solución al problema de la vivienda.

¿Cómo se va a desarrollar este vehículo?

La nueva promotora va a tener un gobierno corporativo en función del grado de participación de sus socios y a su vez, este fondo va a contratar los servicios de Aelca para gestionar y operar los activos y convertir los suelos en vivienda terminada para venderlos. Del valor total de aportación de los activos tras pasados, el 41 por ciento se corresponde con promociones en curso; el 29 por ciento, es suelo residencial en desarrollo; el 27 por ciento, suelo finalista; y el 3 por ciento son construcciones que Sareb recibió a medio terminar.

¿Qué objetivos persigue esta nueva promotora?

El objetivo principal de Árqura Homes es cumplir el plan de negocio que tiene previsto Sareb. La compañía ha integrado en Árqura activos por valor de 811 millones de euros y prevé invertir hasta el año 2027 un total de 2.238 millones de euros en la promoción de 17.095 viviendas repartidas por toda la geografía española. Las viviendas que desarrollará Árqura Homes se reparten por 15 comunidades autónomas, entre las que destacan Andalucía, Cataluña y Comunidad de Madrid, donde se levantarán el 58 por ciento de los inmuebles que pondrá en marcha la compañía.

¿Cuándo comenzarán a entregar las primeras viviendas?

Árqura ya está viva. Las primeras entregas las vamos a tener este año porque se han traspasado proyectos que ya estaban en curso y se van a entregar las últimas viviendas a finales de 2027. Tenemos varias



NACHO MARTIN

promociones que entregaremos en los próximos meses en Vigo y en el Campello (Alicante) y estamos iniciando más proyectos.

¿Cómo van a afrontar el reto de incorporar una nueva marca en el mercado?

En la decisión de compra de una vivienda intervienen varios factores: la marca, ubicación, precio y diseño. En cuanto a la marca, Árqura Homes es nueva, pero nace con el respaldo de una compañía que sí se conoce que es Sareb y por otro lado está Aelca que es quien realizara la gestión y es una de las promotoras de referencia del sector, propiedad de fondos gestionados por Värde Partners, una entidad de inversión global alternativa que también es reconocida. Por lo que ambas sociedades, Sareb y Aelca avalan esta nueva marca Árqura Homes. En cuanto a los factores de compra como ubicación, diseño y tipo de producto, hemos seleccionado muy bien el activo de nuestra cartera para que funcione.

“Árqura Homes invertirá 2.238 millones para construir **17.095 viviendas**”

“La promotora entregará las primeras viviendas este año”

Este es el segundo proyecto propio de Sareb tras la puesta en marcha de la ‘socimi’ Tempore que ahora ultima su venta. ¿Cómo van las negociaciones?

Las negociaciones están muy avanzadas, estamos ya en la fase de *closing* y pronto se concluirá la venta. Esta decisión forma parte del proceso que inició hace unos meses la compañía, con el objeto de desprenderse de parte de su participación en la *socimi* que creó a finales de 2017, y que cotiza en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB) desde abril de 2018.

¿Y una fusión con Aelca?

A día de hoy Aelca es una compañía gestora que no tiene ahora activos en propiedad, los que tenía fueron traspasados a la inmobiliaria Vía Célere y ahora como está configurada es una gestora especializada en promoción inmobiliaria por lo que sería raro que se diera una fusión.

¿Qué futuro se dibuja para Árqura Homes?

Árqura Homes ya parte en la liga de las grandes inmobiliarias con una cartera de activos para entregar de 17.000 viviendas y más allá de la propia liga lo que nos preocupa es que sea un proyecto que tenga éxito para cumplir con el plan de negocio de Sareb.

¿Cree que hay demanda en España para cubrir esas 17.000 viviendas?

Hace unos años había una producción de 700.000 viviendas nuevas al año y ahora hay unas 70.000 viviendas, es decir un 10 por ciento respecto a los años 2006 y 2007 y en un país de 45 millones de habitantes es una oferta comedida. En cuando a la demanda, hay ubicaciones donde no hay demanda y otras en las que sí, la demanda hoy día es muy asimétrica y nosotros hemos seleccionado los activos donde hemos visto que esta demanda existe y son polos de atracción de población por lo que, tanto los datos del lado de la oferta, como del lado de la demanda no nos preocupan si bien somos conscientes que pueden llegar ciclos en los que cambien los parámetros que hoy día manejamos.

Nosotros pensamos que no hay burbuja, para que existan las burbujas hace falta un combustible que las infle y en el inmobiliario es la financiación en suelo. Eso a día de hoy no se está produciendo, las entidades financieras tienen unos criterios muy exigentes y por el lado de la oferta estamos en ratios de producción del 10 por ciento con respecto a 2007, por lo que no lo vemos. Al contrario, vemos un período de estabilidad.

ALTAMIRA  Singularity

Una empresa de
servicio 360 Real Estate
ad hoc para cada cliente

Comercializamos tus promociones ofreciendo
el servicio más competitivo del mercado

Consúltanos en
www.altamirasingularity.com





La inversión inmobiliaria supera los 4.000 millones

La inversión inmobiliaria supera los 4.000 millones en el primer semestre, según datos de CBRE. Esta cifra supone un descenso de la inversión del 39 por ciento respecto al mismo periodo de 2018. Entre las operaciones destacadas están la compra por parte de Zurich de la cartera Ilunion, la adquisición de Azora de siete hoteles a MedPlaya y la compra de la Torre Diagonal 00 (sede de Telefónica en Barcelona) por parte de Grupo Emperador.

Colonial apuesta por la financiación sostenible

Colonial ha firmado su segundo préstamo verde, en esta ocasión con CaixaBank. La patrimonialista, especializada en oficinas, ha sellado el crédito sostenible por importe de 75 millones y con vencimiento a julio de 2024. Las condiciones de estos préstamos están vinculadas al reconocimiento del buen impacto de la estrategia de sostenibilidad de la compañía, por parte de índices realizados por entidades independientes.

Temprano Capital anuncia su primera operación en Madrid

Temprano capital levanta su primera operación en Madrid. La compañía anunció la compra de un solar en Getafe, donde levantará una residencia de 400 camas distribuidas en habitaciones individuales, dobles y agrupadas en un edificio de 10.000 m2 sobre rasante. Con esta operación, la compañía suma once proyectos entre España y Portugal y supera las 4.000 camas en su cartera dentro del programa Temprano Student Living (TSL).

Los procuradores subastan oficinas en Asturias

El Consejo General de Procuradores de España (CGPE) ha sido designado entidad especializada para subastar la parcela y el edificio de oficinas en construcción en el Parque Tecnológico Llanera de Asturias, valorado en 5,9 millones. Esta subasta que estará activa en el portal subastasprocuradores.com desde el 8 de julio y se prolongará hasta el día 22, cuenta con una cifra de partida a partir de la cual se pueden iniciar las pujas de 300.000 euros.

Maldivas es la última apuesta de la hotelera RIU

La cadena RIU se abre camino en Maldivas. Su última apuesta se encuentra en dos islas bañadas por el océano índico, Maafushi y Kedhigandu, que suman 16 hectáreas y que se han convertido desde mayo en un nuevo resort de lujo en Maldivas. Para hacerse con los terrenos, mediante una concesión de 99 años, y levantar el complejo, la compañía liderada por Luis Riu y Carmen Riu ha desembolsado unos 120 millones de euros.

CENTURY 21.®

LO HACEMOS TODO
POR TU CASA



CENTURY21.ES



GESTILAR EN LISBOA CON LA PROMOCIÓN **RESIDENCES MIRAFLORES**

Es su primer residencial en la ciudad de la luz, con 170 viviendas de dos, tres y cuatro dormitorios en Oeiras que se entregarán a finales del año 2021

ELECONOMISTA

La promotora Gestilar ha iniciado la comercialización de su primer proyecto en Portugal, donde ha comprado 26.000 metros cuadrados residenciales en Oeiras (Lisboa) para la promoción de 170 viviendas, en el proyecto Residences Miraflores que se desarrollará en dos fases, la primera con 111 viviendas y la segunda con 59. Son viviendas de dos, tres y cuatros dormitorios distribuidas en 13 plantas con aparcamiento, amplias terrazas, piscina, solárium natural y un gimnasio equipado. Las obras comenzarán en el cuarto trimestre de este año y se prevé la entrega a finales de 2021.

El presidente de Gestilar, Javier García-Valcárcel, ha destacado el interés de la compañía en el mercado luso por “diversos factores que lo hacen atractivo como la situación

estratégica, el potencial de desarrollo, la inversión extranjera, la recuperación económica y la competitividad turística, entre otros”. No obstante, el mercado portugués no es desconocido para la promotora inmobiliaria ya que tiene personal portugués en plantilla, que conoce el idioma y la legislación portuguesa, y que, además, tiene experiencia en promoción inmobiliaria en el país. “Hay que destacar la ubicación de las nuevas viviendas como otro de los puntos diferenciadores por su proximidad con el Parque Urbano de Miraflores y sus vistas al Parque Monsanto, con numerosos servicios de transporte público y con todos los equipamientos y dotaciones necesarias para el día a día”, indican desde la compañía inmobiliaria.



Diseño, calidad, sostenibilidad e innovación son las señas de indentidad

El edificio ha sido proyectado por el Estudio de Arquitectura Saraiva+Associados, uno de los principales estudios en Portugal y con presencia internacional que, según Javier García-Valcárcel, “ofrece un nivel profesional y de diseño muy alto”. Gestilar pretende así diferenciarse de su competencia con criterios de calidad, diseño, sostenibilidad e innovación y, en ese sentido, el presidente de la compañía advierte que en Portugal las viviendas son tradicionalmente más grandes que en España, característica que la empresa prevé mantener para evitar “un hándicap comercial”.



RESIDENCIAL ZAURAK, EN MAHOU CALDERÓN

El Grupo Ibosa combina vanguardia y sostenibilidad en un complejo formado por viviendas de 1 a 4 dormitorios en la ribera del Manzanares en Madrid, desde 259.727 euros

ELECONOMISTA

Residencial Zaurak es el proyecto del Grupo Ibosa en los terrenos de Mahou Calderón, en Madrid, y ha sido concebido para ofrecer la posibilidad de estrenar un nuevo espacio en la capital, en la ribera del Manzanares y a pocos minutos a pie de la nueva prolongación de Madrid Río. Está

en una ubicación privilegiada ya que la cuenca del Manzanares se ha convertido en los últimos años en un enclave único con espacios de ocio destinados al deporte y la cultura. El Grupo Ibosa combina vanguardia y sostenibilidad en un complejo formado por viviendas de 1 a 4 dormitorios, todas con amplias estancias y cuidadas distribuciones. Las viviendas han sido diseñadas para satisfacer las necesidades y preferencias de todo tipo de clientes con precios desde 259.727 euros. Cuenta con cuidadas zonas comunes equipadas con piscina, solárium, sala Club -*gastroteca, spa*, zona Infantil, zona de *crossfit*- y una amplia zona ajardinada con especies vegetales, todo ello en urbanización cerrada y segura. Una de las características de esta promoción es que los futuros socios de Residencial Zaurak dispondrán de un amplio programa de personalización, en el que se podrán escoger materiales y equipamientos para crear una vivienda al gusto del cliente así como modular la distribución interior.





Un proyecto con identidad propia que será una referencia arquitectónica

Este residencial cuenta con viviendas sostenibles, de consumo casi nulo y sistemas de generación de energía mediante renovables que garantizan una mayor eficiencia energética. En este sentido, Residencial Zaurak prioriza el uso de viviendas de doble orientación, dotando a las mismas de una mayor

luminosidad y favoreciendo la ventilación cruzada de las viviendas. El estudio de arquitectura de este proyecto ha sido Morph, que ha apostado por la creación de un proyecto diferente, con identidad propia con el fin de dotar al barrio de algo que hasta ahora no tenía: una referencia arquitectónica.

GUADALAJARA TIENE UNA OPORTUNIDAD EN ALQUILER POR FALTA DE OFERTA

Es un mercado saludable para el inversor porque hay un desarrollo industrial importante y por tanto laboral, lo que hace que haya demanda de vivienda y los precios tengan recorrido al alza

LUZMELIA TORRES

Guadalajara es una de las cinco provincias que registró más oferta residencial de obra nueva en el pasado salón Inmobiliario de Madrid (SIMA). Por ello hemos querido analizar la situación urbanística y residencial de esta provincia donde la mayor actividad se concentra en la zona del corredor del Henares con Azuqueca de Henares, Allovera y Cabanillas del Campo, y en Guadalajara capital, "Esta zona ha subido mucho tras la crisis, en términos de precios tanto de vivienda nueva como usada, ha llegado a caer más de un 60 por ciento y ahora ha empezado a recuperarse y la tendencia es de crecimiento moderado. El precio en Guadalajara dejó de caer en 2014 y ya se ha recuperado un 15 por ciento. Se nota claramente que la actividad promotora ha vuelto. Hay un dato que lo corrobora y es que en 2016 la cifra



Promoción
'Quabit Bonaire'
en Las Suertes
en Allovera. QI



Promoción de Hi! Real Estate en Guadalajara, Nuevo Aguas Vivas-Torre Quevedo, chalets de 4 dormitorios desde 253.900 euros. HRE



Promoción La estrella de Guadalajara que comercializa Hi! Real Estate. Chalets pareados desde 221.900 euros. HRE

de visados de obra nueva se multiplicó por cinco y vemos ahora que la construcción ha vuelto en municipios como Alovera y Azuqueca”, afirma Susana de la Riva, directora de marketing y comunicación de Tinsa.

Félix Abánades presidente de Quabit Inmobiliaria está de acuerdo con la radiografía que hace Tinsa y añade que Guadalajara es un ejemplo a seguir en cuanto a su actual gestión urbanística. “Se tarda tres o cuatro meses en obtener la licencia de obra frente a otros municipios que tardan hasta 16 meses y esto es un ejemplo del buen hacer de la Administración lo que está ayudando a que se tramiten los planeamientos de suelo de forma rápida para poder construir porque hay una gran demanda de vivienda no sólo por la gente que vive en Guadalajara sino por clientes de Madrid que se desplazan a buscar vivienda en esta zona del Corredor de Henares motivados por unos precios asequibles con muy buenas comunicaciones con Madrid”.

Algo en lo que está totalmente de acuerdo Javier Solano Rodríguez, arquitecto y consejero delegado de Hi! Real Estate, quien afirma que Guadalajara tiene un futuro muy prometedor. “En 2018 según datos del colegio de aparejadores de Guadalajara se iniciaron 826 viviendas y en 2017 se iniciaron 401 unidades, luego se ha multiplicado por dos el número de viviendas iniciadas. No hay que olvidar que Guadalajara tiene la ciudad del transporte que

Guadalajara tendrá la mayor playa artificial y el mayor centro logístico

■ **Alovera Beach’, será la mayor playa artificial de Europa ubicada en el municipio de Alovera a 50 kilómetros de Madrid. El Grupo Rayer invertirá 15, 6 millones y será construido por Crystal Lagoons. Contará con una gran lámina de agua de 25.000 metros rodeada de playa de arena de 15.000 metros. Por otro lado, Guadalajara cuenta con más de dos millones de metros en la plataforma Puerta Centro-Ciudad del Transporte, el mayor proyecto logístico-multimodal del centro de la Península Ibérica. Se trata de un proyecto liderado por Hercesa Inmobiliaria.**

es una operación urbanística de logística con 2.200.000 metros cuadrados que va a generar entre 6.000 y 8.000 puestos de trabajo y lo que está claro es que si se mueve la logística va a ver una demanda de vivienda importante”.

Dos de las promotoras más activas en Guadalajara son Quabit Inmobiliaria y Hi! Real Estate. Quabit está promoviendo en esta zona del Corredor del Henares más de 1.700 viviendas que actualmente se encuentran en diferentes fases de entrega, construcción, comercialización y diseño. El 70 por ciento de estas son para primera residencia enfocadas a gente joven. “Si comparamos los precios de Guadalajara con viviendas de la misma tipología en el extrarradio de Madrid como puede ser en el Cañaveral, al sur de la capital, los precios en Guadalajara son un 40 por ciento más baratos. Nosotros en Quabit ofertamos viviendas de dos dormitorios desde 95.000 euros y estos precios son muy atractivos para la gente joven porque Guadalajara te ofrece un gran dinamismo económico y buenas comunicaciones con la capital. Mientras que en Guadalajara puedes tener un chalet por 250.000 euros en el Cañaveral no tienes ninguno por menos de 400.000 euros”, asegura Félix Abánades.

Si observamos los datos de tasaciones de Tinsa tanto de obra nueva como usada el precio medio de la vivienda en Guadalajara y Azuqueca se sitúa en

torno a 1.200 euros por metro cuadrado y algo menos, unos 1.000 euros, en Alovera y Cabanillas del Campo, cifras claramente alejadas de los 3.000 euros por metro cuadrado de media que se recoge en Madrid capital.

Hi! Real Estate tiene en estos momentos en construcción 300 viviendas y entre ellas hay de protección oficial, renta media y renta alta. En el centro de Guadalajara está construyendo El Fuerte, pisos personalizables de 2, 3 y 4 dormitorios con terraza, garaje y trastero incluidos, en urbanización privada con zonas comunes con piscina, áreas verdes y zona de juegos desde 249.900 euros. Y chalets en la zona norte de Guadalajara, desde 221.900 euros, en La Estrella de Guadalajara y Nuevo Aguas Vivas, chalets de diseño con 4 dormitorios con jardín privado en urbanización con zonas comunes: piscina y zonas verdes, desde 253.900 euros.

Suelo finalista en Guadalajara

“Hay suelo finalista en Guadalajara capital para construir 4.000 viviendas y en el corredor del Henares para otras 10.000 viviendas”, afirma Félix Abánades quien asegura que el precio del suelo ha subido pero moderadamente. “Hay una bolsa de suelo importante y todavía no se están disparando los precios en el mercado”. En Guadalajara se han hecho los deberes muy pronto con un plan general urbanístico hacia el noroeste y aún quedan suelos para desarrollar pero los precios no se han disparado. Según los expertos de este mercado los precios de repercusión del suelo van desde 250 euros hasta 500 o 6000 euros por metro y afirman que se pueden encontrar suelos para desarrollar vivienda a precios moderados. “La obra nueva tiene muy buena salida en Guadalajara, como demuestra que el 25 por ciento del total de compraventas en la provincia es de obra nueva cuando la media en España es un 10 por ciento”, apunta Susana de la Riva.

Para Javier Solano el dato de que la vivienda en Guadalajara está creciendo es que “las ventas de vivienda desde 2014 a 2018 se han duplicado por lo que está claro que está creciendo la capacidad de recuperación residencial en Guadalajara”.

Con esta fuerte demanda en Guadalajara el punto débil se lo lleva el alquiler. “Actualmente en Guadalajara hay una oportunidad de inversión muy interesante para el alquiler porque no hay oferta. Los promotores tenemos que impulsar el mercado del alquiler y nosotros en Quabit Inmobiliaria nos estamos planteado construir algún edificio para el alquiler y vendérselo a algún fondo de los que están operando ya en el mercado y estamos en conversaciones con algunos”. Hi! Real Estate también promueve para el alquiler y ya han



Promoción 'Quabit Styl3' ubicada en Guadalajara capital, con eficiencia energética A. QI

60% Los precios de la vivienda en Guadalajara han caído más de un 60% desde la crisis

llevado a cabo alguna operación en determinadas situaciones y no descartan la promoción para el alquiler.

Invertir para el alquiler es una opción que puede ser muy atractiva en Guadalajara ante la falta de oferta que hay actualmente. Según datos de Tinsa, en Azuqueca la rentabilidad bruta del alquiler, sin incluir las plusvalías del activo, estaría en el 4,8 por ciento, por encima de la media en Madrid, que es un 4,3 por ciento. En el resto de los municipios de mayor actividad en Guadalajara estarían rondando estos números. Por ejemplo, en Cabanillas del Campo se puede obtener una rentabilidad bruta media del 4,6 por ciento y en Guadalajara del 4,3 por ciento. La rentabilidad es más reducida en Alovera con el 3,6 por ciento.

Por tanto, el mercado de Guadalajara es saludable para el inversor hay un desarrollo industrial y por tanto laboral lo que hace que haya demanda de vivienda y los precios tienen recorrido. Es un mercado con oportunidades.'



EXCELENCIA AL SERVICIO DE TU
RENTABILIDAD



MERLIN
PROPERTIES



Javier Bartolomé

CEO de BOD Arquitectura e Ingeniería

Los edificios se han transformado en auténticos objetos digitales, contenedores inmensos de información, gestionable y con la que puede interactuarse. Desde su fase de concepción hasta la de su operación y uso

Transformación del sector de la construcción y arquitectura

El mundo se ha acelerado, todos lo notamos. Compartir información entre nosotros nunca había sido tan rápido, tan flexible y tan absurdamente fácil. Estamos y queremos estar hiperconectados. Sabemos lo que ocurre en cualquier parte del mundo prácticamente al mismo tiempo que está pasando. Velocidad a cambio de profundidad, cantidad frente a calidad. Este parece ser el *trade-off* que el mundo globalizado ha comprado. No es objeto de este artículo entrar a valorar si todo esto es bueno o malo, mirar el pasado con melancolía o al futuro con optimismo visionario. Simplemente, es así. Y todos a los que nos apasiona trabajar diseñando, construyendo u operando edificios deberíamos tenerlo bien presente en nuestras decisiones diarias.

Esa información fluyendo veloz y sin reconocer fronteras tiene varias y múltiples consecuencias sobre la arquitectura. Las tendencias-modas estéticas cada vez son de ciclo más corto (muy corto incluso) y la escala es planetaria. Lo que antes le suponía a un arquitecto invertir tiempo y dinero en ir a visitar físicamente para aprender de lo que otros ya han hecho antes, hoy está a un clic del ratón. Y ahora, cuando nos desplazamos por el mundo -y lo hacemos como nunca antes

habíamos soñado- los nuevos edificios tienen básicamente las mismas referencias estéticas de una esquina a otra del Planeta. La arquitectura, como todo, se ha progresivamente globalizado y, por tanto, irremediabilmente, homogeneizado.

Pero es que además esperamos -o aspiramos a- poder manejar todo -hasta el proceso más complejo- con igual facilidad que encargamos comida a domicilio desde una App de nuestro teléfono. Los usuarios esperan tener una experiencia digital en casi todas sus interacciones, ya sea entre ellos, con las organizaciones o con las cosas. Y ya hemos llegado al punto en que no ser capaces de brindar esa experiencia nos produce frustración, insatisfacción. Y ante esta demanda de velocidad, flexibilidad, volatilidad y digitalización, se plantan nuestros -amados- inmuebles. Que si así se llaman será por algo: estáticos, rígidos, pétreos e insultantemente físicos, analógicos. Parece que la esencia misma del edificio fuese anti-moderna, reaccionaria, hostil a este tsunami tecnológico y que esto condenase a los edificios a una condición casi de estorbo o mal menor de la sociedad moderna. Nosotros sin embargo, creemos que será la propia tecnología la que va a permitir que los edificios no sólo no se queden atrás, sino que incluso se conviertan en agentes

activos y actores principales de la era de la información. Un ejemplo: es la tecnología la que ya nos permite disponer de superficies LED del tamaño que queramos y con las formas más caprichosas que se nos ocurran para alojar imágenes, estáticas o en movimiento. Ahora las paredes “hablan”, proyectando imágenes que permiten responder a las tendencias de cada momento, dando al edificio la capacidad de alinearse con lo que en cada caso quiere comunicar el propietario/gestor del edificio a todos aquellos que lo contemplan o utilizan. El edificio se convierte así en un enorme lienzo, un gigantesco canal de comunicación, dinámico y flexible. No puede sorprendernos que la tendencia en, pongamos por caso, los lobbies de oficinas, hoteles o centros comerciales sea que cada vez tengan más y más metros cuadrados ocupados por estas gigantescas pantallas.

De igual modo, las fachadas de los edificios cada vez alojarán más elementos dinámicos, con efectos lumínicos o pantallas que respondan a “un estado de ánimo”, a un mensaje del edificio y sus moradores hacia el resto de la ciudad. Es esperable que lo estático -la pared, la fachada, el suelo-, ceda protagonismo, pierda “razón” para dejar espacio a lo dinámico (la pantalla, las luces). Lo duradero, lo material, pasará a segundo plano frente a la información, lo inmaterial.

Pero los cambios que ya se están produciendo no se limitan a lo superficial, a las pieles del edificio, a sus interfaces de contacto más externas y visibles. De hecho, la auténtica revolución digital del edificio se inició antes y empezó en sus entrañas: gracias al *Building Information Modeling* (BIM), los edificios se han transformado en auténticos objetos digitales,

contenedores inmensos de información. Información gestionable y con la que puede interactuarse. Desde su fase de concepción hasta la de su operación y uso.

Así, desde las fases más tempranas del diseño de un edificio podemos experimentar éste a un grado antes nunca logrado sin haber movido aún ni un sólo metro cúbico de tierra. BIM nos permite mantener un control del objeto preconstruido virtualmente, y por ello, tomando decisiones anticipadas, mejorando sustancialmente la capacidad de comprensión e implicación de los agentes no técnicos y la coordinación entre disciplinas en la etapa de diseño. Pero una vez construido, el haberlo hecho siguiendo la metodología BIM nos permite tener una capa digital de lo ejecutado, convirtiendo al edificio en una plataforma de información sobre la que, ahora sí, podremos desarrollar Apps que exploten e interactúen con la información del propio edificio, para beneficio de sus ocupantes, sus gestores, propietarios, mantenedores y los propios ciudadanos.

El BIM es la llave para insertar el edificio en el mundo de la información, convertirlo en un agente más de ese torrente global, aportando, pero también beneficiándose del poder “conectarse a” y poder ser “conectado por”. Hace ya años que BOD apostó por esta visión y tomamos el decidido camino de convertirnos en líderes del diseño de edificios con metodología BIM. Tenemos claro que entregar un proyecto no es sólo entregar planos y documentos (que también), sino entregar un gemelo digital que abre infinitas posibilidades a nuestros Clientes. No hacerlo así, dificultando que el edificio se una y forme parte del mundo digital, del torrente de información mundial, realmente sería imperdonable, ¿no?

Javier Bartolomé

CEO de BOD Arquitectura e Ingeniería

El BIM es la llave para insertar el edificio en el mundo de la información, convertirlo en un agente más de ese torrente global aportando, pero también beneficiándose del poder ‘conectarse a’ y poder ser ‘conectado por’



El fondo Aquila y Avintia se alían en el negocio residencial

Avintia quiere convertirse en aliada de las promotoras para apoyarles en el cumplimiento de sus planes de negocio, asumiendo el desarrollo integral de una parte de sus promociones. El primer acuerdo llega de la mano del gestor de fondos alemán Aquila Capital, que cuenta en España con la promotora AQ Acentor. A través de la plataforma Proyecta-A, lanzada por Avintia, esta se encargará de la construcción de 124 viviendas en Hospitalet de Llobregat. El proyecto, que promoverá AQ Acentor, supone una inversión de alrededor de 18 millones. La alemana es la primera que da el paso de delegar su proyecto en manos del grupo presidido por Antonio Martín Jiménez, que mediante esta fórmula prevé duplicar su producción y edificar 10.000 viviendas llave en mano en un plazo de dos años.

Oaktree se queda sola en la puja por SDNI de Sabadell

La venta de SDIN Residencial, la promotora del Sabadell, está a la espera de los últimos flecos. La entidad financiera está negociando en exclusiva con el fondo estadounidense Oaktree para vender la antigua Solvia Desarrollos Inmobiliarios por una cantidad que superior a los 900 millones. De esta forma, se pone fin al proceso iniciado hace unos meses por Sabadell, cuando contrató al banco de inversión Rothschild para que buscara comprador para este activo de forma paralela a otras de desinversiones. Oaktree partía como favorito en este proceso, ya que también tiene desde hace tiempo una alianza con la entidad para desarrollar suelos de forma conjunta. Esta operación es relevante para Oaktree, ya que le permitiría hacerse con mucho stock de suelos y ganar, de esta forma, mucho peso en España.

SB Hotels hace su primera compra fuera de Cataluña

SB Hotels ha llegado a un acuerdo con HIP Hotel Investment Partners –del grupo inversor Blackstone– con el que pasa a ser propietaria del Hotel NH San Sebastián de los Reyes. Este establecimiento, de tres estrellas, incluye un contrato de arrendamiento con NH hasta el 30 de noviembre. Así, la enseña SB empezará a lucir el 1 de diciembre. Será el noveno establecimiento de SB Hotels y el primero fuera de Cataluña –cuenta con cinco hoteles en Barcelona, dos en Tarragona y uno en Tierras del Ebro–. SB Hotels ofrecerá 1.702 habitaciones con activos de tres estrellas, cuatro y cuatro estrellas superior. El nuevo establecimiento experimentará reformas a partir del verano de 2020 para plasmar el concepto de hotel *boutique* con aires mediterráneos que caracteriza a la cadena.

Neinor entrará en industrialización este año

La industrialización es otra de las grandes apuestas del residencial. Neinor ha trabajado en los últimos meses en un proyecto que se basaría en la construcción *off-site* con suministro de paneles y de forjados ya prefabricados para montar fachada. La promotora está en plena negociación de los contratos con un *partnership* entre una empresa extranjera y española para la zona de Cataluña y confían que se pueda firmar en las próximas semanas. Sin embargo desde la compañía no tienen una urgencia excesiva en ahorrar un 25-30 por ciento de tiempo de construcción, ya que para ellos no es algo crítico. Además, desde la firma consideran que, para cuidar la calidad, el comienzo será lento ya que ir a una apuesta de miles de viviendas industrializadas sería correr un riesgo excesivo.

EN ÁUREA HOMES

Tu ilusión es nuestro compromiso

Tel. 900 922 140 | www.aureahomes.es



Nature Cañaverl



Nature Cañaverl II



Nature Vallecás



Nature Cañaverl III



Nature Cañaverl V



Áurea El Bercial



Fuensanta Residencial



ÁUREA
HOMES

LOS LOCALES A PIE DE CALLE SON EL OBJETIVO DEL INVERSOR

En 2018 se invirtieron 1.300 millones, el 35% del total de la inversión, en locales 'High Street', sobre todo por parte de socimis y fondos de inversión. Este alto volumen de inversión es la clara muestra de que el comercio físico sigue vivo en España y los inversores apuestan por él

LUMELIA TORRES

A pesar de que el *ecommerce* parecía que podía tambalear los cimientos del comercio físico, la realidad es que los locales a pie de calle siguen despertando un enorme interés entre los inversores y el motivo no es otro, según los expertos que la búsqueda de experiencias por parte del cliente. "El *retail* es uno de los sectores más dinámicos en nuestra sociedad e impacta con





Marcas y firmas de lujo se ubican en los principales ejes comerciales.
N. MARTÍN



El cliente actual quiere vivir una experiencia de compra. GETTY

Rentas en calles principales de España

- Madrid: Calle Preciados: 260 euros por metro al mes.
- Barcelona: Porta d' Angel: 275 euros por metro al mes.
- Valencia: Calle Colón: 155 euros por metro al mes.
- Palma: Paseo del Borne: 200 euros por metro al mes.
- Málaga: Marqués de Larios: 170 euros por metro al mes.
- Bilbao: Gran Vía López de Haro: 160 euros por metro al mes. .
- Fuente: Gesvalt

nosotros todos los días en todo momento y en esta nueva era donde todo el mundo habla de digitalización, *chatbot*, inteligencia artificial...lo que ha provocado todo esto es un nuevo renacer del comercio y al final lo que ha hecho Internet es ponerle las pilas a todo el mundo. Hoy se abraza un *retail* más humano porque es el cliente el que quiere vivir experiencias y busca lo humano, lo creativo y con valores”, afirma Andy Stalmam experto en branding y director general de Totem Branding.

En esta misma línea, Sandra Daza, directora general de la consultora Gesvalt, en su sexta edición del Informe sobre el Mercado de High Street afirma que “las marcas están implementando nuevas tecnologías con las que ofrecer experiencias diferenciales a los consumidores, como estanterías y probadores interactivos o el etiquetaje Rfid. En los últimos años nuevas marcas de lujo quieren ubicarse en los principales ejes comerciales con grandes espacios con la intención de generar espacios enfocados a la experiencia de compra”.

Para hacer frente al comercio electrónico, las tiendas físicas están

subiéndose a la ola de la innovación. Durante el pasado año hemos asistido a la creación de sinergias entre distintos mercados, como son el *retail* y el logístico. Es por ello por lo que las tiendas físicas han optado por crear espacios en el propio local en donde el comprador *online* puede recoger su pedido, denominados *click and collet*. Además de estos puntos de recogida, 2018 ha sido un año en el que los *retailers* han hecho un gran esfuerzo en mejorar la experiencia de compra, al ofrecer servicios más personalizados. La implantación de este modelo obliga al *retailer* a contar con tiendas de mayor tamaño. El fenómeno *flashship* ha llegado para quedarse, muestra de ello son las recientes aperturas de tiendas pertenecientes a gigantes de la moda en los ejes principales de ciudades como Madrid y Valencia.

Según datos del informe de Gesvalt, en 2018 el volumen de inversión en *retail* se situó en 3.800 millones de euros. Una cifra que aunque es ligeramente inferior a la de 2017 (-2,1 por ciento), sigue siendo superior a la alcanzada en años anteriores.

Y del total de esta inversión el 35 por ciento, unos 1.300 millones de euros

fueron destinados a locales *High Street*, sobre todo por parte de socimis y fondos de inversión. “Este alto volumen de inversión, que se prevé que siga aumentando durante este año, aunque de forma más moderada, es la clara muestra de que los locales comerciales a pie de calle siguen despertando un enorme interés en nuestro país. Su gran liquidez y el aumento de la rentabilidad han sido factores determinantes para cerrar el año con un resultado tan positivo”, afirma Sandra Daza.

Nuevas marcas y firmas de lujo buscan ubicarse en los principales ejes comerciales en locales de mediana o gran superficie, incluyendo al sector de la banca, que ha irrumpido con fuerza en las arterias comerciales de las principales calles comerciales. En lo que respecta a los fondos de inversión y las socimis, han estado muy activos durante todo el 2018 y Gesvalt apunta que seguirá siendo así durante 2019. El informe señala un creciente interés en los locales de gran formato. Sin embargo, la escasez de producto en zonas *prime* está provocando un incremento de los precios.

El estudio recopila los principales datos del sector *retail* en las zonas *prime* de las ciudades de Madrid, Barcelona, Valencia, Palma de Mallorca, Bilbao y Málaga en 2018 y concluye que se observan diferencias entre ciudades en la renta de alquiler de locales comerciales. Al igual que en años anteriores, Madrid y Barcelona son las ciudades con la mayor demanda de locales y sus tasas de ocupación en las zonas *prime* que se acercan al 100 por cien. En concreto, Puerta del Ángel, en Barcelona, es la calle más cara de España al alcanzar una renta promedio de 275 euros por metro al mes, 5 euros por metro y mes más que en 2017. Le sigue la calle Preciados, en Madrid, en su tramo Callao-Puerta del Sol, con un promedio de 260 euros por metro al mes, con el mismo incremento de 5 euros por metro cuadrado y mes.

Por otro lado, el atractivo para el turismo de ciudades como Málaga o Palma de Mallorca despierta también el interés del inversor, al atestiguar sus calles principales tasas del 100 por cien de ocupación en sus tramos más exclusivos. No obstante, en el estudio se observa también que los elevados precios de Madrid y Barcelona y la escasez de oferta en polos como Valencia, donde las zonas *prime* de las calles Jorge Juan y Don Juan de Austria presentan una disponibilidad cerca del 0 por ciento, llevan a las marcas a buscar nuevos lugares en los que posicionarse. De esta manera, Bilbao está siendo la gran beneficiada, al verse incrementado su tejido comercial. La Gran Vía de López de Haro no es solo la calle bilbaína más solicitada a la hora de alquilar un local, sino que también es la más cara con un promedio de 160 euros por metro al mes.



Rentabilidades en España y Europa

■ 'Yield' en zonas 'prime'

Las rentabilidades en las zonas comerciales de Málaga y Palma de Mallorca se mueven en entornos del 5-5,5%, mientras que Valencia y Bilbao en 4-4,5%. En las grandes capitales, Madrid y Barcelona, el dato se reduce hasta valores cercanos al 3-3,5 por ciento. En locales comerciales a pie de calle, las rentabilidades se acercan al 4 por ciento y a medida que nos alejamos de las ubicaciones *prime* a ejes cercanos, la 'yield' va incrementándose aproximadamente medio punto.

■ En Europa

A nivel europeo, estos datos sitúan a Madrid y Barcelona al nivel de otras capitales europeas como Berlín, Zúrich o Dublín. El resto de ciudades analizadas en el estudio de Gesvalt en cuanto a rentabilidad, se pueden comparar con otras capitales como Varsovia, Lisboa o Manchester.

■ Cambios de tendencia

Los cambios de tendencia y la mayor concentración de 'flagships' en los ejes principales, en contraposición a las tiendas en ejes secundarios, han provocado un ligero aumento de las rentas durante 2018.

**Diseñamos
pensando en ti**



690 06 06 06
www.gestilar.com

LOS ACTIVOS 'LIVING' ATRAEN EL INTERÉS INTERNACIONAL

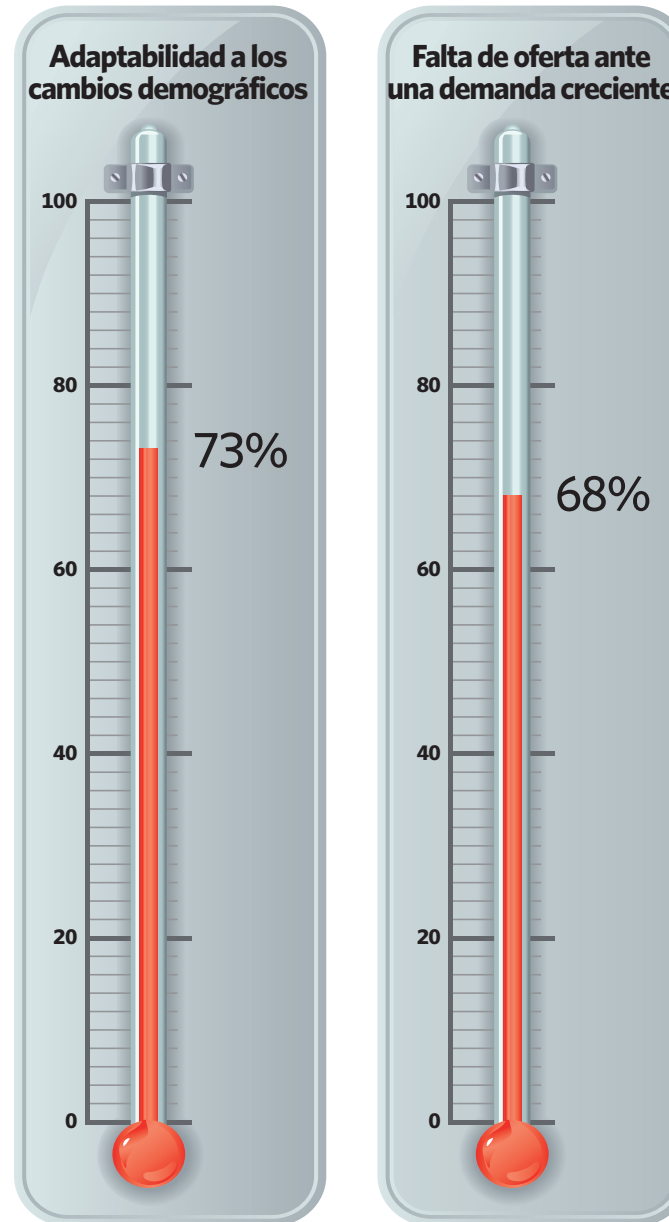
Un 73 por ciento justifica la inversión en este tipo de activos por la adaptabilidad de estos productos a cambios demográficos, como el incremento en número de estudiantes, la disminución del tamaño de los hogares o el envejecimiento de la población

ELECONOMISTA

El panorama es prometedor para la inversión inmobiliaria en Europa. Se espera que el interés de los inversores internacionales por los activos *living* -que aúna los activos inmobiliarios de uso sanitario y de vivienda en alquiler, los espacios de *coliving* y las residencias para estudiantes- se incrementarán un 30 por ciento en 2019. Estas cifras se reflejan en la primera edición de la encuesta *European Living Survey* elaborada por JLL. Ocho de cada diez inversores buscan adentrarse en nuevos mercados europeos, por lo que esta clase de activos puede registrar un crecimiento considerable. Esta situación podría suponer una inyección de hasta 40.000 millones de euros de nuevo capital en el sector, adicionales a los 69.000 millones de euros que captó el año pasado.

Razones que justifican la inversión en 'living'

En porcentaje



Fuente: JLL.

elEconomista

Un 73 por ciento de los inversores en los activos *living* lo hace empujado por la adaptabilidad de estos productos a cambios demográficos, como el incremento en número de estudiantes, la disminución del tamaño de los hogares o el envejecimiento de la población. Por su parte, el 68 por ciento de los inversores reconocen que tienen interés en comprar este tipo de activo por la falta de oferta que existe de estos productos ante una demanda creciente, mientras que el 66 por ciento reconocen su atractivo en base a la estabilidad de las rentas que estos activos ofrecen a largo plazo.

Nick Wride, director de *living* y activos alternativos de JLL España, comenta que "los mercados inmobiliarios europeos siguen albergando un gran potencial. En este contexto, los activos *living* se erigen como una de las oportunidades más prometedoras en la región".

Una gran parte de los inversores quieren aumentar su exposición a los activos *living*. Concretamente, ocho de cada diez estarían interesados en entrar o aumentar su presencia en mercados europeos de activos *living*. De hecho, el 41 por ciento de los inversores que ya tienen exposición a estos activos quieren aumentar su presencia. Entre aquellos no tienen exposición a estos activos, el 45 por ciento buscan oportunidades de compra de forma activa.

Francia, Países Bajos y Suecia están entre los mercados que registran mayor demanda en términos de nuevas inversiones. España -identificado como nuevo mercado por el 25 por ciento de los inversores- les sigue muy de cerca, al igual que Irlanda. De hecho, el 41 por ciento de los encuestados afirmó estar activo invirtiendo en el segmento en el mercado español, o buscando estarlo. "En España en concreto venimos observando en los últimos años como el interés y la actividad inversora en el segmento es cada vez mayor", apunta Wride.

Hasta el momento, el Reino Unido constituye el mercado más atractivo para los activos *living*, con base en las inversiones actuales y previstas y es que el 79 por ciento de los inversores ya ha invertido o cree que el país constituye un mercado con potencial de crecimiento.

Cuando
encuentras
tu casa,
lo sientes.

metrovacesa



En Metrovacesa trabajamos para que cuando veas una de nuestras casas, solo pienses en vivir en ella.

EL HOGAR CONECTADO

MOVERÁ 150.000 MILLONES EN 2024

Más comodidad, eficiencia energética y seguridad son algunos de los aspectos que ofrece la vivienda inteligente, un mercado de crecimiento en los últimos años

MÓNICA G. MORENO

En la actualidad, el consumidor digital espera que la tecnología esté presente en todos los aspectos de su vida. Muchas de las horas del día las pasamos en casa, por eso cada vez se busca mayor comodidad y confort en las viviendas, con ayudas que nos faciliten la estancia. Por ello, el hogar inteligente se ha vuelto revolucionario.

El sector de las *smart homes* se postula como uno de los mercados emergentes de cara a los próximos años. De hecho, según la empresa de estudios de mercado *Markets and Markets*, la cuota de mercado del hogar conectado a nivel global va a crecer hasta alcanzar más de 150.000 millones de dólares para 2024.

“El mercado del hogar inteligente ha experimentado un crecimiento sustancial desde hace unos años y lo que se está persiguiendo es que continúe en los próximos años a una tasa de doble dígito”, indica Lucas



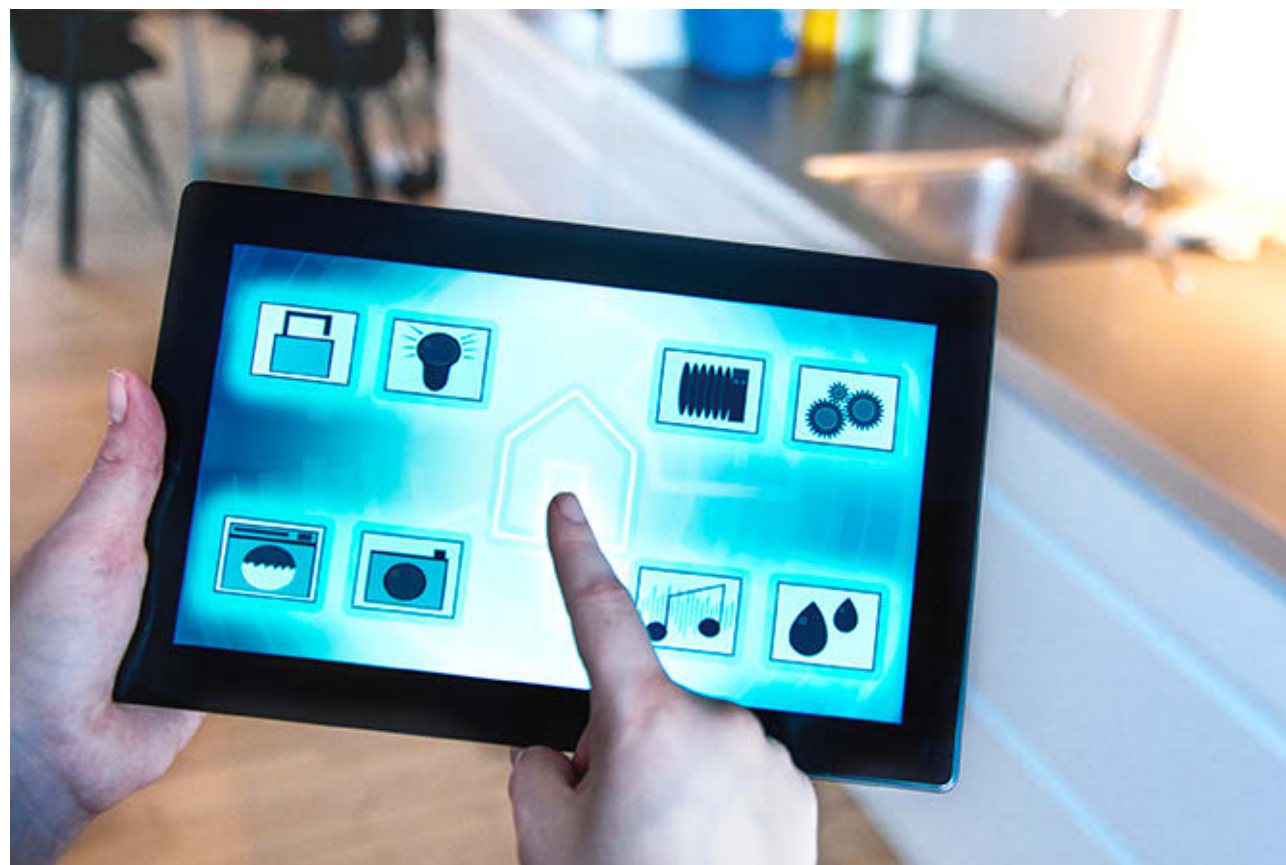
Galán, director de innovación y producto de Neinor Homes. Han existido unos facilitadores que han cimentado el crecimiento, entre los que Galán destaca la bajada de precio en las tarifas de internet, la penetración y el acceso de los hogares a la red, ya que cada vez hay más gente conectada a mayor velocidad o la caída en el precio de los sensores y procesadores de los dispositivos.

En comparación con países del entorno europeo, en España “la digitalización en el ámbito residencial está más desarrollada. Mientras que en el resto de los países el *proptech* ha entrado por el sector terciario, en España ha sido por la puerta del mercado residencial”, considera Alfredo Díaz-Araque, experto inmobiliario en *proptech* y autor del blog *Spanish Proptech*. Tras la crisis inmobiliaria, la venta de viviendas ha cambiado, “el cliente tiene más conocimiento de las promociones a golpe de clic y es capaz de hacer sus propios estudios de mercado, de forma que la diferenciación en servicios y experiencia se está convirtiendo en una tendencia y es clave para la venta junto a los factores ya conocidos”, explica Díaz-Araque, como pueden ser la localización, precio o la cercanía a los servicios.

En el *Digital Consumer Survey 2018* de Accenture focalizado en el hogar inteligente señalaban varias tendencias y una de ellas es la hiperpersonalización. Según revela este estudio, el 57 por ciento de los consumidores españoles se sienten cómodos con el empleo de sus datos para obtener experiencias hiperpersonalizadas en los servicios. “Ahí creo que existe un filón”, señala el experto. Que la luz de la vivienda se adapte a las horas del día y a nuestro estado de ánimo o que la temperatura se ajuste a las estaciones del año y a nuestras necesidades particulares son experiencia de usuario. La tecnología permitirá la autogestión de la eficiencia de la vivienda.

La visión de Neinor Homes del hogar conectado “es un hogar que ofrece confort, eficiencia energética, comodidad y seguridad a los propietarios de nuestras viviendas en todo momento”. Es por ello que entienden la tecnología “como un habilitador para conseguir esto”, señala el director de innovación y producto de la compañía.

Neinor Homes ha sido la primera promotora inmobiliaria en Europa en establecer *Google Home* como estándar en todas sus viviendas. “Fue el primer paso de un trabajo conjunto que continuará con alternativas en un futuro cercano para ir construyendo la casa del siglo XXI”, indica Galán. Este asistente virtual posibilita a los clientes el acceso a un ecosistema de



ISTOCK

La digitalización en el residencial está más desarrollada en España frente a otros países europeos

dispositivos inteligentes, permitiendo adaptar su hogar inteligente a sus necesidades y preferencias. “La propuesta de valor de Neinor Homes es el acceso a un ecosistema de productos y servicios que te puedes ir configurado según tu etapa vital y según tus necesidades. Es la ventaja con respecto a la domótica tradicional”, dicen desde la promotora.

Actualmente, desde Neinor Homes “estamos trabajando en diversos proyectos con ciertas verticales como eficiencia energética, entretenimiento, control de acceso a las viviendas, seguridad tanto técnica como de intrusión, en la conectividad de nuestras viviendas y en el confort de nuestras viviendas” con el objetivo de ofrecer a los clientes propuestas de hogar inteligente que permita a los usuarios disfrutar de las casas.

El director de Innovación y Producto de Neinor Homes indica que existen varios segmentos principales de consumidores. Los *millennials* serían los que mejor encajan, ya que son la primera generación que ha nacido nativa

digital y es la que está más predispuesta a aceptar esta nueva digitalización del hogar. Sin embargo, generaciones más maduras, a partir de los 50 años o por encima, “también tienen mucho valor en el hogar conectado y tienen una actitud muy positiva hacia el *smart home* en todo lo que tiene que ver con mantener su calidad de vida y hacer su vivienda mucho más fácil”, apunta Galán.

En las casas de alquiler

El hogar inteligente no es la única apuesta del sector en el ámbito tecnológico. Más allá del mercado de compra, Locare -plataforma global de gestión de capital y desarrollo de portafolios residenciales en régimen de alquiler de largo plazo- presenta una propuesta diferencial que no se limita a ofrecer unos metros cuadrados para residir. Esta compañía despliega toda una serie de servicios de valor agregado que lo que hacen es mejorar la experiencia de vida del inquilino. “Para eso entendemos como fundamental la tecnología”, apunta Elías Esayag, director de estrategia y desarrollo de Locare Real Estate.

Locare está construyendo un portal del inquilino donde tiene toda su relación contractual con el inmueble pero, además, se está trabajando en un *marketplace*, es decir, en un mercado de bienes y servicios que aportan valor agregado al inquilino una vez que habita la vivienda. Se trata de servicios como tintorería, panadería o *carsharing*, que “no puedes ofrecer si no tienes una capa digital que te aproxima al inquilino y si no cierras acuerdos estratégicos con terceros”, tal y como apunta el experto de Locare. “Al final lo que hace es poner en común un mercado de bienes y servicios para el inquilino y ahí pueden entrar todas sus necesidades durante su estancia en un inmueble de Locare”, explica Esayag.

La tecnología permite a la compañía transformar el modelo de negocio, “de uno meramente inmobiliario a otro donde el consumo y el *ecommerce* entran como valores agregados a la experiencia de habitar una vivienda Locare”, donde entienden que está el punto diferencial con un alquiler de mercado, “ya que no solo te ofrece una vivienda para habitar, también servicios para mejorar tu experiencia de vida”. Este portal comenzará a funcionar con su primer portafolio de viviendas en Torrelodones y será aproximadamente después del verano.

En general, Díaz-Araque considera que las ventajas son grandes e ilimitadas, sin embargo, resalta que “hace falta más conocimiento por parte del usuario de esas ventajas y además una escalabilidad que permita una

bajada de precios que realmente sea perceptible por el usuario. Seguimos viendo la conectividad del hogar como un extra y no como una herramienta para mejorar nuestra vida y que es una solución que debemos de implementar en obra porque a posteriori es más caro. Esto no siempre es así, existen soluciones más ajustadas en precio de lo que piensa el usuario y con una instalación muy sencilla”.

Un mercado de oportunidades

Ante esta nueva forma de vida, es imprescindible hacerse una pregunta. ¿Se da importancia en el sector a la hora de construir vivienda nueva? El experto en inmobiliario y *proptech* cree realmente que no “porque no se comprende o no se ve el valor añadido que para el promotor también puede tener. El consumidor de momento no lo solicita, pero el promotor tampoco está viendo las posibilidades de negocio que puede abrir el *Smart home*”.

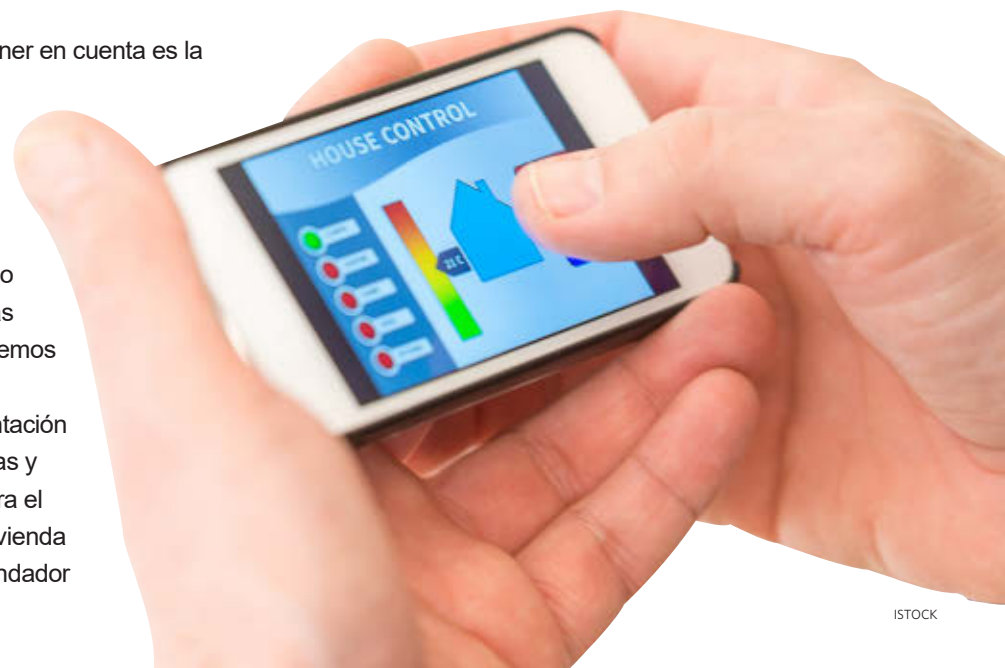
El mercado del hogar conectado es muy grande y está lleno de oportunidades, “pero hay que saber captar dónde está el valor y en crear las alianzas que ayuden a crear modelos de negocio más allá de la pura promoción. Y esto también vale para el mercado del alquiler”, considera Díaz-Araque. Estos datos ayudarán, además de conseguir ingresos más allá de la venta de la vivienda, “a conocer mejor los comportamientos del consumidor en el uso de la casa y en ir consiguiendo viviendas más adaptadas a las necesidades reales”, añade.

Un aspecto importante a tener en cuenta es la ciberseguridad, ya que, tal y como señala el experto inmobiliario, “conectarnos a la red significa que la amenaza del ciberataque existe y por ello será necesario adoptar las medidas oportunas que, por otro lado, no descartemos son fuentes de negocio”.

De este modo, la implementación del *smart home* ofrece ventajas y servicios adicionales tanto para el comprador o inquilino de la vivienda como para el promotor o arrendador de la misma.

Neinor Homes establece ‘Google Home’ como estándar en todas sus viviendas

Locare trabaja en un mercado de bienes y servicios que aportan valor agregado al inquilino





Nature
SONPARC
by Quabit

menorca

VISITA NUESTRO **SHOWROOM**

y vive una experiencia **360°** en el corazón de Madrid

C/ Capitán Haya, 1 Planta 12



EXCLUSIVOS CHALETS DE 3-4-5 DORMITORIOS EN URBANIZACIÓN PRIVADA
AMPLIAS TERRAZAS Y JARDÍN PRIVADO / **ESPECTACULARES ZONAS COMUNES CON PISCINA, JACUZZI,**
SOLÁRIUM Y CHILL-OUT / LOUNGE CLUB / GIMNASIO Y ÁREAS AJARDINADAS

A menos de 30 minutos del aeropuerto, **junto al Arenal de Son Saura** y al único campo de golf de Menorca, con 18 hoyos.

Quabit 
Inmobiliaria

www.quabitsonparc.com

Impact Hub
Picasso creado
por Networkia
Business Center.



HAY MÁS DE 800 ESPACIOS DE 'COWORKING' EN ESPAÑA

El sector, centrado en Madrid y Barcelona, empieza a ampliarse a ciudades de segundo y tercer nivel en España. En los últimos años ha crecido entre un 20 y 30% y seguirá por una senda alcista

LUZMELIA TORRES

Hoy en día la manera de trabajar ha cambiado mucho. El trabajo remoto es un hecho tanto en *startups* o empresas de pequeño tamaño, como en empresas de grandes dimensiones. Hoy, ir a la oficina es sólo una opción más entre otras muchas, como la de trabajar desde casa o desde espacios *coworking*.

La palabra *coworking* ya forma parte de nuestro día a día. Este sistema llegó a España en el año 2010 y ya todo el mundo sabe que se trata de espacios compartidos para trabajar. Más allá de compartir gastos, este

método trata de construir una comunidad de profesionales con el fin de compartir ideas, conocimiento, proyectos y crear una importante colaboración, fomentando proyectos conjuntos y relaciones profesionales.

Además de implantarse en múltiples sectores, el *coworking* también se ha incorporado al sector inmobiliario en lo referente a venta y alquiler de oficinas y muchas empresas del sector han creado sus propias marcas como Savills (Workthere) Merlin (Loom), Colonial (Utopicus) y también se consolidan en España otras empresas de este sector como la multinacional IWG (Regus y Spaces) y la estadounidense Wework, entre otras.

Actualmente según la Asociación ProworkSpaces hay más de 800 *coworking* en España con gestión profesional. A nivel europeo, Reino Unido es el mercado más maduro en este sector con un crecimiento anual del 25 por ciento en los últimos años y es un referente para España donde fijarse y ver las tendencias que se van a dar en el *coworking* en un futuro.

Leyre Octavio de Toledo, directora ejecutiva de la división de arquitectura en Savills afirma que el *coworking* es un fenómeno donde se está viendo que se están dando tres factores: burbuja, moda y futuro. “Hablamos de burbuja porque en Madrid ya hay varios cientos de *coworking* en este momento operando por lo que hay una enorme capacidad de oferta. También es un fenómeno que está de moda y nosotros en Savills que asesoramos como consultora a multitud de empresas, hemos visto que todo el mundo quiere sumarse al *coworking* y no sólo los autónomos o *startups* sino todo el mundo empresarial incluso las *corporate* quieren formar parte de ello. Y desde luego hablamos de futuro porque el *coworking* ha venido para quedarse y nos ha traído un aumento en el abanico de posibilidades que tenemos para desarrollar nuestra actividad laboral más allá de la empresa”.

En esta misma línea, Alfredo Díaz-Araque, presidente del IE Real Estate Club, asegura que el *coworking* no lo ve como una moda sino como una evolución que se ha producido en los centros de negocio. “Ahora estamos en la efervescencia del sector muy centrado en Madrid y Barcelona, pero pronto vendrá la calma y se moderará este sector. Ya estamos viendo que el sector empieza a ampliarse a ciudades de segundo y tercer nivel en España”.

Aunque el *coworking* parece una moda reciente, lo cierto es que el primer centro de negocios, que era así como se llamaba entonces, se abrió en España hace 40 años y en Estados Unidos hace 50 años, luego no es un fenómeno nuevo, lo que es nuevo según Juanjo Martínez, fundador y CEO de Networkia Business Center y vicepresidente de ProworkSpaces, “es el crecimiento que ha experimentado este sector en los últimos años con un



Proyecto
‘CryptoPlaza’ del
espacio LOOM en
c/Don Ramón de
la Cruz, 38, en
Madrid. LOOM

30%
El ‘coworking’ crece
a un ritmo de entre
el 20% y el 30%
en los últimos
años en España

crecimiento entre 20-30 por ciento y no solo en España, sino también a nivel global. Por ejemplo, uno de los mercados más maduros y cercanos a España es Reino Unido que en 2017 triplicó el crecimiento del *coworking* en las ciudades de segundo y tercer nivel, luego al final vemos que es algo que ha venido para quedarse porque ofrece flexibilidad que es lo que ahora requiere el empresario y también el trabajador *millennial*, porque quiere trabajar en lugares abiertos e inspiradores, por lo que el sector va a seguir creciendo”.

La definición de *coworking* podría ser compartir espacios, sin embargo, Javier Esteban, consultor de espacios de *coworking* y coordinador de ecosistemas tecnológicos en LOOM (Merlin Properties), va más allá y recalca que es muy importante la comunidad. “Nosotros como operadores trabajamos con un equipo que se preocupa de que esas oficinas compartidas se conecten entre sí. No solo sirven para ir a trabajar y que haya gente alrededor sino también para encontrar eventos, formación..., porque al final

de lo que se trata es de que la comunidad se conecte entre sí y se genere negocio. La diferencia que hay de unos espacios a otros reside en la concentración de talento y sobre todo que las *startups* estén cercanas a las *corporates* y que haya una conexión directa provocada por el propio operador”.

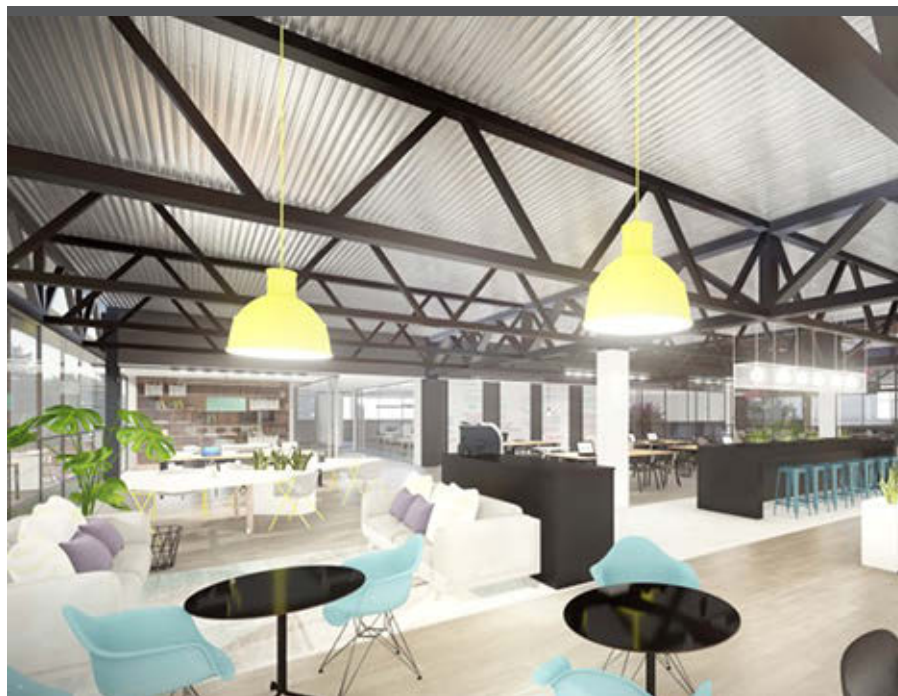
Tendencia y nuevos modelos de negocio

La tendencia y los nuevos modelos de negocio pasan por la convivencia entre espacios tradicionales y de *coworking*. “Estamos viendo empresas como HSBC, IBM o Microsoft que han trasladado sus equipos a espacios de *coworking*, pero ahora también se está dando otro fenómeno donde los grandes *corporates* están creando espacios de *coworking* dentro de sus empresas”, afirma Alfredo Díaz-Araque.

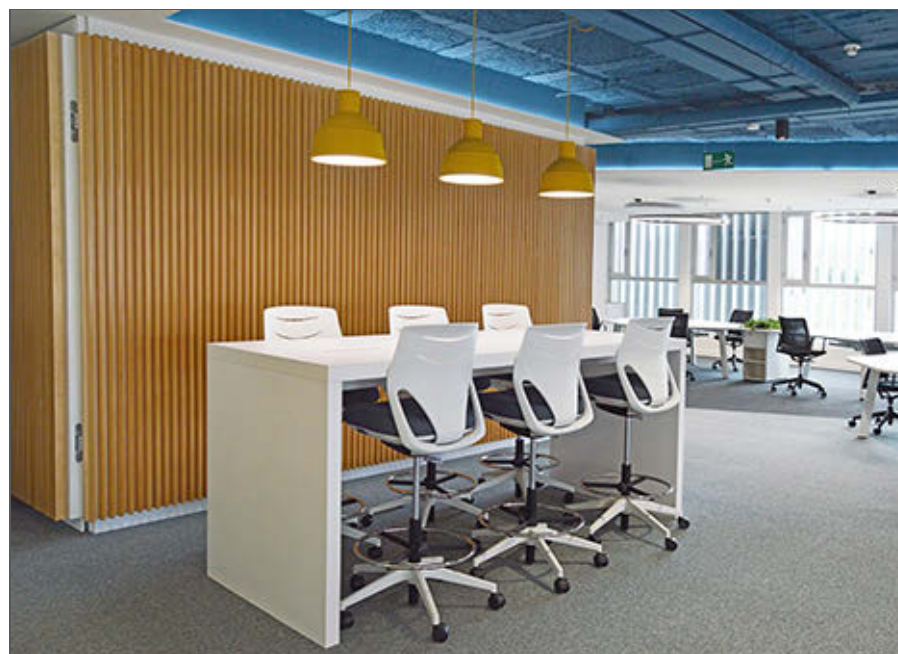
Leyre Octavio que asesora a *corporates* para crear espacios de *coworking* explica que el *coworking* lo que aporta es una experiencia distinta. “La tipología de un determinado espacio confecciona la forma de trabajar de sus usuarios. En ese sentido, el diseño de un espacio de *coworking* contribuye a generar unas dinámicas de trabajo menos jerárquicas, más intuitivas, más ágiles y menos convencionales. Cuando un *corporate* incorpora la figura del *coworking* a sus formas de trabajar, ya sea generando *hubs* internos o colaborando con *startups* o colaboradores externos, está quitando algunas ataduras y corsés, y aportando mucha más flexibilidad y capilaridad a una forma de trabajar tradicional que muchas veces no le permite innovar o explorar”.

Los expertos del sector coinciden en afirmar que el *coworking* es un negocio rentable porque de lo contrario no existirían tantos operadores ahora mismo en este sector. “La mayoría de los operadores que alquilan estos espacios consiguen rentabilidades de doble dígito aunque el inversor tiene que tener en cuenta que el periodo de maduración de un espacio de *coworking* es de dos a tres años cuando lo inicias”, señala Juanjo Martínez.

Por ello, para que este negocio sea rentable y se alquilen los espacios, que al final es de lo que se trata, se tiene que hacer con un hilo conductor y no de uno a uno según apunta Javier Esteban. “Nosotros hemos creado un hilo conductor a través de la CryptoPlaza donde agrupamos a distintos ecosistemas dentro del mundo del Internet de las cosas y así verticalizándolo y dando entrada a las *startups* que no compiten entre ellas y si crean sinergias entre ellas es más fácil alquilar estos espacios. La rentabilidad de estos espacios la consigues si creas una rotación y una flexibilidad”.



'Render' del nuevo proyecto de Savills de 'coworking' que empezarán a construir. SAVILLS



Espacio de 'coworking' asesorado por la consultora Savills a una 'corporate' dentro de su empresa. SAVILLS

Reto del 'coworking' en el futuro

■ Convivencia

En el año 2025 el 60% de la población será millennial y el reto de los *coworking* estará en crear espacios donde convivan las cinco generaciones.

■ Experiencias

El *coworking* ha venido para quedarse y tenemos que darle a la población todo aquello que necesita y las experiencias que vivan esas personas será el éxito del *coworking* en el futuro.

■ Raiting

Hace un año en Estados Unidos se penalizaba una cartera con exposición al *coworking*. Sin embargo, hoy tiene mejor raiting una cartera expuesta con un 10% y un máximo del 30% al *coworking*.

■ Adquisiciones

En el futuro veremos más adquisiciones y se tenderá a la concentración porque la inversión cada vez es mayor, Antes se contrataban espacios de 600 o 700 metros de media y ahora tienen que ser superiores a 2.000 metros.

■ Especialización

El futuro pasa por la especialización de espacios *coworking* y el valor que te aporta la comunidad.



Neinor
HOMES

**ESCUCHAMOS,
LUEGO CONSTRUIMOS**

Construimos casas pensando en personas

Infórmate en el **900 11 00 22** o en **neinorhomes.com**



Ana Villanueva

CEO de Tiko

La llegada de las llamadas 'proptech' ha revolucionado la compraventa de viviendas. En los últimos años, la presencia de estas innovadoras empresas en España ha crecido hasta un 300%

La tecnología revoluciona la compraventa de viviendas

Las empresas dedicadas a la compraventa de viviendas se han caracterizado por ser muy tradicionales en sus procesos y sus modelos de negocio. Apenas hacían uso de la tecnología y los plazos y trámites solían ser largos y lentos.

Mientras que en otros sectores, como el *fintech*, el uso de la innovación tecnológica les hacía avanzar a pasos agigantados, el sector inmobiliario se quedaba atrás, hasta ahora.

La llegada de las llamadas *proptech* ha revolucionado la compraventa de viviendas. En los últimos años, la presencia de estas innovadoras empresas en España ha crecido hasta un 300%. Pero, ¿qué beneficios aporta la aplicación de la tecnología en este sector a quienes venden o compran inmuebles? La respuesta es sencilla: al digitalizar el proceso de compraventa de viviendas, las *proptech* han conseguido que se reduzca el número de trámites y el tiempo que se necesita para vender o comprar un piso. En nuestro caso, hemos minimizado el tiempo de venta a solo siete días, cuando la media en España supera los ocho meses. La tecnología nos está dando la oportunidad de diferenciarnos y ofrecer un valor añadido a nuestros servicios, ahorrándonos tiempo y dinero, y ahorrándoselo a nuestros clientes.

La innovación tecnológica, además, no solo ha afectado a

todo el proceso de compraventa en los últimos años, también al comportamiento de los clientes. Los consumidores se han vuelto más exigentes y, quienes necesiten comprar o vender una casa, lo primero que harán será entrar en internet para informarse de las diferentes posibilidades.

Allí encontrarán nuevas vías para vender su piso más rápidamente, entre ellas, la que les ofrecen los *iBuyers*, los compradores *online* de viviendas con los que podrán renunciar a colgar el tradicional anuncio, ya que podrán vender su casa en apenas unos días. Por ejemplo, en Tiko los vendedores contactan con nosotros mediante un formulario en el que explican datos básicos sobre su casa. Tras ello, le enviamos una oferta gratuita en 24 horas y, en menos de una semana, el propietario puede haber vendido su inmueble.

Para quienes buscan un hogar, el proceso también ha cambiado. Ahora pueden encontrar su nueva vivienda desde su propio móvil, tableta u ordenador, en cualquier lugar y momento. Los portales inmobiliarios se han convertido en la herramienta de preferencia para la búsqueda de casa, ya que nos permiten conocer todos los detalles de los inmuebles y comprobar si se ajustan a nuestras exigencias.

El *Big Data* y la Inteligencia Artificial que usan estas webs les hacen aprender por sí mismos y clasificar de una forma mucho más eficiente el contenido. Su sistema realiza

recomendaciones personalizadas cruzando las características de los inmuebles con los requisitos que ha seleccionado el comprador para su casa -localización, tamaño, número de habitaciones, etc.-, lo que permite filtrar la información para hacer búsquedas más efectivas. En ocasiones, esto incluso les descubre opciones que encajan dentro de sus preferencias y que, quizás, no habían contemplado previamente.

Los avances no terminan aquí. Se acabaron las visitas a innumerables pisos antes de encontrar el tuyo. Actualmente, los anuncios de viviendas *online* nos permiten conocer por dentro y por fuera casi cualquier casa desde la comodidad de nuestro sofá. Solo es necesario desplazarse cuando realmente nos interese una vivienda, algo especialmente útil si entre nuestros planes está el mudarnos de ciudad o, incluso, de país. En un futuro cercano, las nuevas tecnologías nos harán llegar aún más lejos. Podremos visitar una vivienda utilizando la realidad virtual, lo que facilitará enormemente la comercialización de un inmueble al proporcionar a los clientes la posibilidad de conocerlos con mayor detalle en cualquier momento y sin tener que desplazarse.

Pero, de todos los cambios que nos ha traído la irrupción de la tecnología en el sector, hay un aspecto básico en el proceso de compraventa que ha sido irremediamente alterado: la valoración de las viviendas. El *Big Data* vuelve a jugar un papel fundamental, en este caso, para determinar cuál es el precio de mercado al analizar de forma masiva un gran volumen de datos y transformarlos en información útil con el objetivo de optimizar recursos, detectar tendencias o reducir costes.

En Tiko recurrimos a él para hallar el valor de un inmueble: lo aplicamos cuando consultamos fuentes de información

públicas y privadas con el objetivo de obtener un precio competitivo y ajustado al mercado. Además, esto nos permite mostrar a los propietarios el desglose de razones que han motivado el precio final para que decidan, con los datos en la mano, si nuestra propuesta se ajusta a sus necesidades. Es decir, con el uso de la tecnología, el sector está logrando ser más transparente y ofrecer información relevante para las personas interesadas, una información que se obtiene de fuentes objetivas y menos costosas.

Algunos expertos auguran que dentro de unos años incluso será posible hacer la transacción de una vivienda con total garantía sin que sea necesario visitar el inmueble... No es posible saber cuál será el próximo reto al que se enfrentará el sector, pero la tecnología será, con certeza, la clave para superarlo. Dejando de lado las predicciones, lo que es innegable es que se ha conseguido un beneficio básico al aplicar la tecnología en el sector: mejorar la relación con el cliente. La experiencia a la hora de comprar o vender una casa es totalmente diferente a lo que era hace unos años. Ahora podemos aportar un mayor nivel de información de valor y reducir sus costes, con lo que el proceso de compraventa se ha vuelto mucho más cómodo y sencillo.

Adquirir un hogar o ponerlo en el mercado es una decisión vital, algo que marca un momento de tu vida y que suele ir acompañado de otro cambio más importante, como que tu familia crece o que empiezas en un nuevo trabajo. Si la tecnología les ayuda a tomar esta decisión de una manera más consciente, nosotros, quienes trabajamos en este sector, debemos comprometernos a dar toda la información posible para que ese cambio en sus vidas sea lo más satisfactorio posible.

Ana Villanueva

CEO de Tiko

La experiencia a la hora de comprar o vender una casa es totalmente diferente a lo que era hace unos años. Ahora podemos aportar un mayor nivel de información de valor y reducir sus costes, con lo que el proceso se ha vuelto más cómodo

El sueño más real de tu vida



aedashomes.com

Esta promoción es la primera experiencia de Metrovacesa en 'crowdfunding'. MCV



METROVACESA SE SUMA AL 'CROWDFUNDING'

Da un paso más en su compromiso con la innovación, poniendo al alcance de cualquier persona el acceso a la inversión inmobiliaria en su promoción Amura en Valencia, desde 500 euros

LUZMELIA TORRES

Metrovacesa abre un nuevo canal de ventas a través de *crowdfunding* (financiación colectiva) con la promoción Residencial Amura, en Valencia. Este proyecto representa un nuevo hito en la estrategia de innovación de la inmobiliaria. El proyecto va dirigido a todo tipo de inversores, con una aportación mínima de 500 euros.

En esta primera experiencia en *crowdfunding*, Metrovacesa cuenta con la colaboración de SociosInversores, plataforma líder en financiación alternativa del Grupo Seago Finance, y de Activum una compañía de ámbito nacional, con



acreditada experiencia en comercialización de activos inmobiliarios. En esta triple colaboración, Metrovacesa selecciona los activos objeto de inversión. SociosInversores, aporta la plataforma sobre la que se realizará la operación de *crowdfunding* y que servirá para agrupar a los inversores y Activum, es la que adquiere los inmuebles y los alquila posteriormente, incorporando en el capital de la sociedad a los inversores con sus aportaciones.

La inversión en este *crowdfunding* de Residencial Amura funciona como una participación en el proyecto de compra y alquiler a través de la sociedad; y no supone la adquisición de la propiedad de la vivienda en proporción a la parte invertida. Una vez finalizando el proyecto, los inversores recibirán su rentabilidad correspondiente. La descripción detallada del proyecto en cuanto a plazo, rentabilidad esperada y pasarela de inversión está disponible en la web de SociosInversores (www.sociosinversores.com).

Carmen Chicharro, directora de innovación y marketing de Metrovacesa explica que “esta plataforma ofrece tres ventajas significativas: digitaliza todo el proceso, genera un nuevo canal de venta, pudiendo así llegar a un nuevo tipo de cliente y democratiza el acceso a la plataforma, ya que cualquier persona puede invertir en el proyecto desde 500 euros”.

La promotora Metrovacesa ha seleccionado los activos de Residencial Amura por el interés que ha despertado la comercialización de su primera promoción en la ciudad de Valencia ya que se encuentra en pleno desarrollo urbanístico y está previsto que comiencen los trabajos para la construcción de la nueva línea 10 de metro en las próximas semanas, una conexión que unirá el barrio con el centro de la ciudad. Residencial Amura ha sido



desarrollado por el estudio valenciano de arquitectura TCH, con cerca de 30 años de experiencia en el sector. El proyecto cuenta con 53 viviendas de 1 a 4 dormitorios con amplias terrazas y zonas comunes con piscina, área de juegos infantiles y espacios ajardinados; de las que actualmente ya se han vendido el 30 por ciento. Cuenta con licencia de obra y su inicio se prevé de forma inminente.

“Este proyecto ofrece la posibilidad de que cualquier persona pueda participar e invertir en el sector inmobiliario. Somos los primeros en apostar por estas plataformas, democratizando el acceso a la inversión, muestra el compromiso de Metrovacesa por liderar el cambio en el sector inmobiliario”, afirma Carmen Chicharro.

Imágenes de la promoción residencial Amura en Valencia, de Metrovacesa. MCV

DISFRUTE DE LAS REVISTAS DIGITALES

de **eEconomista**.es

D Factoría & Tecnología
Digital 4.0
elEconomista

T
elEconomista **Transporte**
y **Movilidad**

I
elEconomista **Inversión**
a fondo

P
elEconomista **Pensiones**

S
elEconomista **Seguros**

A
elEconomista **Agua**
y medio ambiente

S
elEconomista **Sanidad**

P País Vasco
elEconomista

A
elEconomista **Andalucía**

E
elEconomista **Energía**

A Alimentación
elEconomista y gran consumo

C Catalunya
elEconomista

V Comunitat
elEconomista **Valenciana**

I
elEconomista **Inmobiliaria**

F
elEconomista **Franquicias**
Pymes y emprendedores

A
elEconomista **Agro**




B Buen Gobierno
Iuris&lex Y RSC
elEconomista

C Capital Privado
elEconomista



Disponibles en todos
los dispositivos
electrónicos

Acceso libre descargándolas en:

- Descárguelas desde su ordenador en www.eeconomista.es/kiosco
- También puede acceder desde su dispositivo **Android** en **Play Store** 
- o **Apple** en **App Store**  escribiendo **eEconomista** en el **buscador** 

Sobre plano



Por Alba Brualla



EE

Vamos hacia un mercado más sano

El sector promotor asegura que el mercado se mueve hacia un panorama estable y más sano. En esta línea, David Martínez, CEO de AEDAS Homes, aseguró tras el *Investor Day* de la compañía que siguen viendo “una demanda sólida y se sigue vendiendo vivienda a un ritmo mas que razonable. Desde el punto de vista de la demanda empezamos a ver muestras de que la generación joven a la que la crisis le ha impedido acceder a la vivienda empieza a aparecer en este mercado y confiamos en que más gente joven se incorpore en los próximos años”. Por otro lado, el directivo confía en el potencial del mercado español. Así, apunta que en España se entregaron 55.000 viviendas en 2018 y “esperamos que esta cifra se incremente significativamente este año”. Para poner esta cifra en contexto Martínez hace referencia al consenso del mercado, que apunta que la demanda estructural del país es de 120.000-150.000 unidades. “Francia, por poner un comparable, tiene 66 millones de habitantes y el número de viviendas que se entregaron el año pasado ascendieron a 400.000. En el caso del Reino Unido, que tiene 65 millones de habitantes, entregó el año pasado más de 220.000 viviendas y no hay una justificación demográfica o económica para que nosotros no podamos alcanzar cifras superiores a las de ahora”, apunta el CEO de AEDAS, que cree que “lo único que pasa es que la crisis nos golpeó más fuerte que a estos dos países, hemos tardado más tiempo en recuperarnos y por tanto estamos en una fase previa al ciclo inmobiliario de la que están estos dos países”. Respecto a las preocupaciones que han afectado al sector, apunta al incremento de los costes de construcción. “Durante el pasado años vimos unos incrementos de costes muy significativos pero que venían acompañados también de unos crecimientos de los precios de venta de las viviendas importantes, de modo que el efecto combinado no ha tenido un impacto negativo en nuestros márgenes si no lo contrario. Lo que vemos ahora es que esos incrementos se están estabilizando. Ahora vamos hacia un mercado más sano y más gobernado por una demanda estructural”.

EL PERSONAJE



Juan Antonio Gómez-Pintado
Presidente de APCE y ASPRIMA

Juan Antonio Gómez-Pintado dice adiós a Vía Célere. El hasta ahora presidente y consejero delegado de la promotora dimite de su cargo tras finalizar la integración de la compañía con Aelca. A lo largo de su carrera ha fundado y vendido dos promotoras y a pesar de ser un histórico del sector se ha posicionado como uno de los principales referentes del nuevo ciclo. Concretamente, en 2007, a las puertas de la crisis Gómez-Pintado vendió su inmobiliaria familiar Agofer. Con el dinero de esa operación lanzó Vía Célere que arrancó su negocio en el extranjero y aterrizó en España en 2010, cuando todavía eran muy pocos los que apostaban por la recuperación del ladrillo. Gómez-Pintado vio la oportunidad y no se equivocó, llevando a Vía Célere a ser una de las grandes promotoras al arranque del nuevo ciclo, lo que colocó a la compañía en el punto de mira de Värde, que la compró y la integró con Dospuntos. Ahora, tras la integración de los suelos de Aelca, Vía Célere se ha posicionado como es una de las grandes promotoras residenciales en España, ya que en la actualidad, cuenta con un banco de suelo de más de 24.000 unidades y un *gross value asset* (GAV) de 2.200 millones en activos residenciales. El siguiente paso pendiente de la compañía es la salida a bolsa, un salto que se tendrá que llevar a cabo sin el liderazgo de Gómez-Pintado y siempre y cuando haya una ventana de oportunidad en el mercado.

LA CIFRA

1.350

Es el valor medio de la vivienda en España en euros por metro cuadrado

El precio de la vivienda terminada (nueva y usada) se incrementó de media en España un 3 por ciento interanual, frente al 4,9 por ciento del primer trimestre y 5,8 por ciento en el cuarto de 2018, según los últimos datos de Tinsa. El valor medio de la vivienda es de 1.350 euros por metro cuadrados, prácticamente idéntico al del primer trimestre.