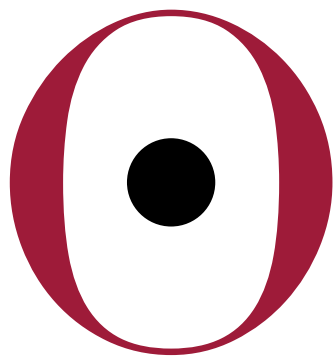




OBSERVATORIO INMOBILIARIO Y DE LA CONSTRUCCIÓN

N.º 88 • Septiembre-Octubre 2017

DOSSIERS:

RETAIL

- Foro AECC
- MAPIC

VIVIENDA

- Barcelona Meeting Pint
- SIMA Otoño

TECNOLOGÍA

- Digitalización
- Big data
- BIM
- Drones

VENTANAS Y CERRAMIENTOS



PORCELANOSA

fachadas ventiladas



Ahorro energético y durabilidad
Gestión integral y garantía PORCELANOSA



butech®
PORCELANOSA Grupo

www.butech.es | butech@butech.es | 964 53 62 00



Director: Javier Martín López
Correo-e redacción:
redaccion@observatorioinmobiliario.es

Responsable de publicidad:
Carmen Gutiérrez
Correo-e publicidad:
publicidad@observatorioinmobiliario.es

Redacción, publicidad y administración:
OBS/ Observatorio de Empresas y Negocios
Avda. de Niza, 67. Portal 5 - 3º B.
28022 Madrid
Tel: 91 724 0 724

Diseño: Guiomar Sánchez Mill
Maquetación: Arts & Press S.L.
Impresión: Cimapress

Colaboran en este número:
Javier Hortelano, Ricardo Martí-Fluxá, Sebastián Palacios, Mikel Echavarren, AECC, Susana Rodríguez, Eduardo Martín, Klépierre, Mapic, Chapman Taylor, Jorge Morgadinho, Altamira Solvia, ST Sociedad de Tasación, SIMA, Jorge Ripoll, David Miguel Teus, Arturo Marín, María López Orero, Iberdrola Inmobiliaria, Aelca, Aedas Homes, Emerige, Hill International, Roberto de la Cruz, Félix Fernández, Javier Naves, Eugeio Lanzas, Raimon Casanellas, Mª Isabel Calvo, Susana Correia, Porcelanosa, Sergio Martínez, Iberian Property, Enrique Serrano, Barcelona Meering Point, Isabel Benítez, Assa Abloy, Velux, Kömmerling, Jordi Golsalves y Equipo de Comunicación Económica.

Responsable de administración:
María Velasco
administracion@observatorioinmobiliario.es

Producción y atención al cliente:
Javier M. Gutiérrez
clientes@observatorioinmobiliario.es

EDITA:



Avda. de Niza, 67. Portal 5 - 3º B.
28022 Madrid
www.observatorioinmobiliario.es

Depósito Legal: M-42961-2005
ISSN: 1885-5911

Observatorio Inmobiliario y de la Construcción no comparte, necesariamente, las opiniones expresadas por los colaboradores.



Un tiro en el pie con cuadro de Goya al fondo



un con la persistencia de problemas coyunturales y estructurales sería de necios no reconocer que la economía española funciona. Acercando algo más el foco, este año 2017 se presenta ya con unas cifras de inversión en el sector inmobiliario español que muy probablemente volverán a batir récords, después de los buenos resultados obtenidos en 2015 y 2016.

Desde un medio especializado en información sectorial y profesional como es éste haríamos mal si nos lanzáramos al lodazal en el que se ha convertido el debate a mordiscos sobre el modelo futuro de la relación España-Cataluña. Pero no haríamos bien si eludiéramos esta implacable realidad que tanto afecta ya –y más que va a afectar– al futuro de todos, ya seamos españoles, catalanes, españoles-catalanes, catalanes-españoles, “espalanes” o “catañoles”. Desde luego, lo que no parece recomendable es reeditar –desgraciadamente y una vez más en este país– la escena del duelo a garrotazos (ya sean institucionales, dialécticos o físicos) del gran maestro de la pintura y perspicaz observador de la realidad patria, Francisco de Goya.

No pretendo entrar en el laberinto de la legalidad-legitimidad. La ley es la Ley y debe imperar por el bien de todos, como también es cierto que con los mecanismos democráticos que todos nos hemos dado desde 1978 para acá también es posible modificarla para adaptarla a las necesidades, los sentimientos y las aspiraciones de los ciudadanos. Evidentemente, ni por conocimiento ni por posición, voy a decir a nadie lo que tiene que hacer, pero sí llamar la atención sobre lo que en ningún caso se debe hacer, que es precisamente lo que se está haciendo: por activa o por pasiva nos hemos pegado un tiro en un pie, ahora que empezamos a superar la crisis, la economía remonta, el empleo empieza a repuntar y nos hemos ganado la confianza de los inversores internacionales.

No seré yo quien ponga al dinero por delante de las ideas y los sentimientos, pero en ocasiones los sentimientos se inflaman, se desbocan y llevan a consecuencias indeseables para la convivencia pacífica –que es donde se genera riqueza y progreso para los pueblos–, la economía y el bienestar de todos.

Por la cuenta que nos tiene, no nos peguemos un tiro en el otro pie...



Javier Martín López
Director

www.observatorioinmobiliario.es
LA INFORMACIÓN ÚTIL



ECONOMÍA	6
EL SECTOR	10
MERCADOS Y EMPRESAS	16

DOSSIER



RETAIL

ENTREVISTA

Javier Hortelano de la Lastra
Presidente de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales **28**

La transformación digital del sector retail **30**
Ricardo Martí-Fluxá
Presidente de la Asociación de Consultoras Inmobiliarias

La AECC celebra su III Foro bajo el título "Retos y Oportunidades: Financiación, Inversión y Digitalización" **32**

Financiación en centros comerciales **36**
Mikel Echavarren
CEO irea

Los riesgos en los centros comerciales **38**
Susana Rodríguez
Socia y directora general de Consultoría. Aguirre Newman.
Profesora UPM-eiRISK

Travel Retail: Oportunidad de negocio **40**
Eduardo Martín
Director Comercial de Éxico Management

Cómo el "apetito" por las áreas de restauración puede impulsar las compras en centros comerciales **44**
Jorge Morgadinho
Director, Conceptual Design & Architecture, Sonae Sierra

Carmila, the smart shopping centre company **46**

Sebastián Palacios
Director Ejecutivo de Carmila España

Chapman Taylor innova creando "espacios-destino" en el Mall of Qatar y en Plaza Río 2 de Madrid **48**

MAPIC: La feria internacional líder del mercado inmobiliario commercial **50**

Klépierre España entrega los segundos premios Top Brand Experiences **52**

TRIBUNA DE OPINIÓN **54**
Cara y cruz del e-commerce
Sergio Martínez Herrero
Empresario

Altamira refuerza su expansión internacional con su entrada en Portugal y Chipre **56**

DOSSIER

VIVIENDA

Altas presiones **58**
Jorge Ripoll
Director del Servicio de Estudios de Tinsa

Solvía Market View: visión sobre los principales mercados inmobiliarios de España **60**

Arturo Marín
Director de Análisis Estratégico de Solvia

Barcelona Meeting Point, innovación frente al reto de un sector inmobiliario renovado **64**

AEDAS Homes apuesta por la sostenibilidad y la innovación en sus promociones de Cataluña **66**

Los jóvenes, cada vez más lejos de la vivienda en propiedad **68**
Informe de Planner Exhibitions y ST Sociedad de Tasación

SIMA Otoño confirma el buen momento de la actividad residencial **71**

Iberdrola Inmobiliaria participa en SIMA Otoño 2017 **72**

Aelca, en constante crecimiento 74 Programa Porcelanosa Partners: más ventajas para la comercialización de viviendas 75 La innovación, el aliado de la relación con el cliente 76 <i>María López Orero</i> <i>Responsable de Marketing Inmobiliario ACR Grupo</i> Yagüe 37, símbolo madrileño del buen vivir según Emerige 78 El sector prime en el mercado inmobiliario y sus particularidades, ¿qué es lo que lo hace tan atractivo? 80 <i>Miguel Teus Balta</i> <i>Socio fundador de MTB Gestión Inmobiliaria</i>	Revolución e-Inmobiliaria: el uso de drones en el sector 94 <i>Félix Fernández Arrojo</i> <i>CEO de Dron Air Projects</i>
OBSERVATORIO JURÍDICO Y FISCAL 82 Caso 1: Requisitos para la inscripción de obras nuevas tras la Ley 13/2015 Caso 2: Alternativas para la constancia registral de edificaciones <i>Garrigues</i>	URBANISMO 96 El cambio de orientación legal y jurisprudencial en el tratamiento de las actuaciones de transformación urbanística sobre suelo urbano. Sentencia sobre el APR "Mahou-Vicente Calderón" <i>Eugenio-Pacelli Lanzas Martín</i> <i>Laso & Asociados</i>
HOTELES 86 En busca de experiencias únicas <i>Hill International</i>	CUADERNOS TÉCNICOS VENTANAS Y CERRAMIENTOS Grandes ventajas al cambiar tu ventana de tejado 100 <i>Velux</i> Nueva puerta giratoria de accionamiento eléctrico asistido Besam RD100 de ASSA ABLOY 102 KÖMMERLING, innovación inteligente con sistemas de ventanas y puertas de última generación 104
Portugal quiere importar el modelo británico de las LLP 88 <i>Susana Correia, Iberian.Property</i>	TRIBUNA DE OPINIÓN 106 La importancia de una valoración rigurosa y personalizada en la recuperación de la Plusvalía Municipal <i>Javier Naves, MRICS. Director de Consultas</i>
TECNOLOGÍA 90 Digitalizando el sector inmobiliario <i>Isabel Benítez</i> <i>Directora Digital Business Development</i> <i>CBRE España</i> Big Data, el gran aliado de las promotoras inmobiliarias para mejorar los procesos de negocio 91 <i>Enrique Serrano</i> <i>CEO de Tinámica</i> El BIM y el valor patrimonial de los inmuebles 92 <i>Jordi Gosálves</i> <i>Presidente del Col·legi d'Aparelladors de Barcelona</i>	GESTIÓN 108 Prevención del blanqueo de capitales en la compraventa de bienes inmuebles <i>Roberto de la Cruz. Director general CompliOfficer</i>
	FINANCIACIÓN 110 Predicción de la insolvencia, elemento clave en la financiación empresarial <i>Raimon Casanellas. Socio-Director de Insolnet</i>
	CON NOMBRE PROPIO 112 PRODUCTOS Y MATERIALES 114

El Banco de España mantiene en el 3,1 por ciento su previsión de crecimiento para 2017



El Banco de España ha mantenido en el 3,1 % su previsión de crecimiento económico para 2017, así como para 2018 y 2019, con proyecciones de incrementos del PIB del 2,5 % y 2,2 %, respectivamente.

Según su último informe trimestral de la economía española, la apreciación del euro afectará a la evolución de la actividad y la inflación, aunque se verá contrarrestado por el fortalecimiento del entorno exterior y, en especial, del área del euro.

En este pronóstico, el Banco de España ha tenido en cuenta sus cálculos de crecimiento económico en el tercer trimestre del año, que se modera una décima respecto al segundo, hasta el 0,8 %, una "leve ralentización" que vincula a un ritmo más moderado de creación de empleo y de flujos comerciales, tras el favorable comportamiento de la primavera.

Las previsiones para los próximos dos años contemplan una prolongación de la actual fase expansiva, apoyada en la corrección de los desequilibrios de la economía, con la mejora de la competitividad que ha llevado a un saldo exterior positivo, la reducción de la deuda privada y la favorable política monetaria.

No obstante, matiza que la desaparición de impulsos expansivos (como el gasto

de las familias embolsado durante la crisis y el abaratamiento del petróleo) que han estimulado transitoriamente la recuperación de la economía española lleven a una moderación.

El crecimiento del producto continuará sustentándose en la demanda nacional, que se desacelerará en los dos próximos años, mientras que la demanda exterior continuaría ejerciendo una contribución positiva, aunque decreciente.

El crecimiento del PIB seguirá siendo muy intensivo en el factor trabajo con un moderado ritmo de avance de los costes laborales unitarios, aunque se ralentizará el crecimiento del empleo, con un alza del 2,7 % para este año; del 2,2 %, en 2018, y del 1,8 %, en 2019, medidos en puestos de trabajo equivalente.

La tasa de paro se situará en el 16,3 % a cierre de 2017, el 14,4 % en 2018 y por debajo del 13 % a finales de 2019.

Para los próximos meses, el Banco de España espera una desaceleración de los ritmos de consumo por la evolución de la energía, aunque el IPC medio será del 1,9 % en 2017, una décima por debajo de su anterior previsión.

Aunque prevé un repunte de la inflación a principios del año que viene por el alza de los componentes subyacentes, en términos medios anuales esta tasa se moderará al 1,3 % en 2018, y repuntará al 1,6 % en 2019.

Por su parte, señala que el déficit de las Administraciones Públicas cerrará el año en el 3,2 %, una décima por encima del objetivo del Gobierno, en tanto que en 2018 y 2019 se situará en el 2,6 % y 2,1 %, con una desviación de 4 y 8 décimas, respectivamente.

Oficemen eleva al 12 % la previsión de aumento de consumo de cemento en 2017

La patronal cementera Oficemen ha revisado su previsión de incremento de consumo de cemento para 2017 al 12 % desde el 1 % que estimó al comenzar el año, después de que en los cinco primeros meses de 2017 se haya registrado un crecimiento del 10,8 % con respecto al mismo periodo de 2016.



El vicepresidente de Oficemen, Isidoro Miranda, y el director general, Aniceto Zaragoza, han expuesto los datos de consumo de cemento en España hasta mayo, periodo en que se han alcanzado las 4,88 millones de toneladas, y han señalado que 2017 cerrará con 12,3 millones, el mejor dato del último lustro.

Miranda ha indicado que ese buen comportamiento contrasta con el de las exportaciones, que han caído un 7,6 % en los cinco primeros meses del año y se han quedado en 3,76 millones de toneladas.

Ha achacado el descenso a la pérdida de competitividad ocasionada por el fuerte repunte de los precios de la energía, especialmente en los dos primeros meses de 2017.

El vicepresidente de Oficemen, que ha recordado que la electricidad supone el 35 % de los costes variables de la industria cementera, ha demandado medidas para que el diferencial de precios de energía que tiene el sector en España respecto a los países competidores y del entorno se reduzca.

A pesar de la mejora general en el consumo, Oficemen considera que "aún no se ha salido de la crisis", según su vicepresidente, quien ha explicado que la cifra de 12,3 millones de toneladas de consumo de cemento con la que se espera cerrar 2017, es la mitad de la media anual de los últimos 50 años, que es de entre 20 millones y 25 millones de toneladas de cemento consumido.

Miranda ha manifestado que para que la recuperación sea estable es necesario que haya más obra pública, que es la que proporciona más estabilidad al consumo de cemento.

Sin embargo, según los datos expuestos por Oficemen en el primer trimestre de 2017 la obra civil, que supone entre el 50 % y el 60 % del consumo total, ha reducido su porcentaje del 59 % en el mismo periodo de 2016 a un 52 %, mientras que la construcción de vivienda ha elevado su participación del 20 % al 26 %.

Miranda ha apelado a la responsabilidad de las administraciones, especialmente de la central, para que mejoren el mantenimiento de las infraestructuras, pues en España ha dejado de reducirse el número de accidentes en carreteras y hay un 20 % de agua potable que no se consume por las pérdidas que se producen por fugas en infraestructuras hidráulicas.

El director general de Oficemen, Aniceto Zaragoza, ha destacado la importancia que tiene "recuperar obras públicas sustanciales", como las efectuadas en carreteras, obras hidráulicas o colegios.

Toda inversión inmobiliaria plantea cientos de preguntas. Es bueno saber que hay un experto dispuesto a escucharlas.



Quizá su empresa se pregunte si debe alquilar o comprar un local o un edificio para llevar allí sus oficinas. O si debe adquirir un terreno para su fábrica. Puede que esté planteándose si invertir o no invertir en un inmueble. Tal vez piense si es buena idea contratar a alguien que administre y gestione

estratégicamente sus activos, sus carteras de crédito o que le ofrezca servicios de *advisory*; o que desarrolle sus propias promociones. Haga lo que haga su empresa, sabe que surgirán cientos de preguntas. Quizá también sea bueno que sepa que en Solvia nos importan todas ellas. Todas.

Solvia

La Inmobiliaria Total

Más información
en el 902 020 019,
en nuestras nuevas oficinas
o en Solvia.es

La licitación en construcción del Grupo Fomento se incrementó un 50% en julio y alcanzó los 155,6 millones de euros



La licitación en construcción del Grupo Fomento se incrementó un 50% en julio con respecto al mes anterior y alcanzó los 155,6 millones de euros.

Por lo que respecta exclusivamente al Ministerio de Fomento, la licitación creció un 21,3% hasta los 16,9 millones de euros en tasa intermensual.

Por su parte, la licitación en construcción de las entidades públicas estatales subió en julio un 56% con respecto a un mes antes y contabilizó 98,6 millones de euros.

La licitación en construcción del Grupo Fomento representó en julio el 70% del total licitado por la Administración General del Estado.

En los siete primeros meses del año, las licitaciones en construcción superaron los 600 millones de euros.

En cuanto a las adjudicaciones, el Grupo Fomento adjudicó contratos de construcción por importe de 186 millones de euros en julio, lo que supone un 32,4% más que en junio de este año y un 83,5% más que en julio de 2016.

Las adjudicaciones del Ministerio de Fomento alcanzaron los 133,4 millones de euros en julio, frente a los 3,2 registrados un mes antes.

Desde comienzos de año, el total adjudicado en construcción se sitúa en 812 millones de euros.

El número de hipotecas para viviendas aumentó casi un 33% en julio

La firma de nuevas hipotecas para la compra de una vivienda aumentó un 32,9 % en julio en comparación interanual y alcanzó los 24.863 contratos, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Este repunte interanual de julio, con el que se acumulan tres meses consecutivos de subidas, prácticamente duplica al experimentado en junio, cuando las viviendas hipotecadas aumentaron un 16,5%.

El importe medio de una hipoteca para la compra de vivienda era de 119.613 euros al finalizar ese mes, lo que representa un incremento del 3,8 % comparado con julio de 2016 y un 2,6 % más que el mes anterior.

En tasa intermensual (julio sobre junio), el número de préstamos sobre viviendas bajó un 15,8%, mientras que el capital prestado retrocedió un 13,6%. En ambos casos, se trata del segundo mayor descenso en este mes en al menos cinco años.

En total, el capital prestado durante julio para adquirir una vivienda en España alcanzó los 2.973,9 millones de euros, un 38 % más que un año antes; el valor de las hipotecas constituidas sobre fincas urbanas fue de 4.496,6 millones, un 12,1 % más que en julio de 2016.

Por comunidades autónomas, Andalucía (4.577), Madrid (4.379) y Cataluña (4.348) fueron aquellas con mayor número de hipotecas constituidas sobre viviendas en julio, y las que presentaron las mayores tasas de variación anual fueron Asturias (260,9 %), La Rioja (118,8 %) y Castilla-La Mancha (51,6 %).

Las comunidades donde más capital se presta para la constitución de hipotecas sobre viviendas fueron Madrid (723,0 millones de euros), Cataluña (609,2 millones) y Andalucía (477,8 millones).

Las CC.AA. con mayores tasas de variación mensuales en el número de hipotecas sobre viviendas fueron La Rioja (29,2 %), Aragón (25,5 %) y Castilla-La Mancha (4,0 %), en tanto que las que presentaron las tasas más bajas fueron Extremadura (-35,2 %), Canarias (-33,2 %), y Asturias (-30,4 %).

El paro sube en 27.858 personas en septiembre hasta un total de 3,4 millones

El número de parados registrados en las oficinas de los servicios públicos de empleo subió en septiembre en 27.858 desempleados respecto al mes anterior (+0,8%), su mayor alza en este mes desde 2012, cuando se registraron 79.645 parados más, según informa el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. El volumen total de parados alcanzó a finales de septiembre la cifra de 3.410.182 desempleados, su nivel más bajo de los últimos ocho años, según ha destacado Empleo.

En términos desestacionalizados, el paro bajó en septiembre en 16.451 personas. En el último año el paro experimentó un descenso de 310.115 desempleados (-8,3%) y entre enero y septiembre acumula un recorte de 292.792 personas.

El paro bajó en septiembre en la construcción, con 9.667 parados menos; agricultura (-4.838 parados) e industria (-3.622 desempleados), y subió en servicios (+29.601) y en el colectivo de personas sin empleo anterior (+16.384).

El desempleo disminuyó en septiembre en cinco comunidades autónomas, lideradas por Castilla-La Mancha (-4.135 parados) y Comunidad Valenciana (-2.053) y subió en doce, principalmente en Andalucía (+10.273 desempleados) y Extremadura (+4.486).

El número de contratos registrados durante el mes de septiembre ha sido de 1.993.267, cifra un 4,5% superior a la del mismo mes de 2016. De ellos, solo 192.690 fueron de carácter indefinido, el 9,67% del total.



Precisión



Definición RAE®: Medir magnitudes con un error mínimo.



www.euroval.com | Tel. 902 100 218
Eurovaloraciones, S. A. | Sociedad de Valoración y Tasación



2017 consolida el crecimiento del sector inmobiliario



El año 2017 se posiciona como año de la consolidación y expansión del sector inmobiliario español marcado por la tendencia alcista y expansiva del mercado. Tras comprobar la evolución positiva que ha experimentado el sector durante los ciclos anteriores, este ejercicio se caracteriza por

una nueva etapa desarrollista motivada, entre otros factores, por la recuperación de la economía nacional. Es una de las conclusiones ofrecidas durante la V Jornada ACI "Nuevo entorno social y empresarial del inmobiliario", organizada por la Asociación de Consultoras Inmobiliarias (ACI), que se ha celebrado en Madrid.

Según Ricardo Martí-Fluxá, presidente de ACI y encargado de la apertura de la Jornada, "el mercado inmobiliario se ha convertido en uno de los pilares del desarrollo económico en España. La inversión del sector ha alcanzado durante el primer semestre de este año los 6.100 millones de euros, un 38% más que la cifra registrada en el mismo periodo de 2016". Además, ha resaltado la importancia de la innovación tecnológica y la digitalización en los nuevos modelos de negocio que son ya una realidad en el sector.

A continuación Benito Vázquez, CEO de Everis, analizó cómo las nuevas tecnologías exponenciales están revolucionando el panorama empresarial: robótica, IA, realidad virtual, impresión 3D o *blockchain*, están evolucionando los modelos de negocio hacia formas de gestión que buscan incrementar el talento dentro de las organizaciones. Para Benito Vázquez "el adjetivo exponencial de estas innovadoras tecnologías se aplicará en todos los sentidos: temporal y de mercado. En pocos años, la manera de hacer negocio cambiará enormemente".

Por otra parte, la Jornada también contó con la mesa redonda presidida por Andrés Escarpenter, consejero de Altamira Asset Management, en la que participaron M^a José García Prat, directora de Patrimonio Inmobiliario de Cepsa, David Martínez García, coordinador de la Comissió 22@ y Juan Velayos, consejero delegado de Neinor Homes, para analizar las nuevas estrategias del mundo inmobiliario. Entre las conclusiones principales destaca el cambio sufrido por las promotoras inmobiliarias, centradas actualmente en ajustar su producto a las necesidades de la demanda a través del aporte de valor añadido en lugar de hacia la gestión y transformación de suelo en desarrollo. El reto actual está en diseñar un modelo adaptado a las necesidades de la demanda, introduciendo factores tan importantes como la sostenibilidad, la eficiencia energética o la domótica.

Para estos expertos el *workplace* debe ajustarse a la nueva demanda para fomentar la retención y atracción de talento, ya que este es el factor principal sobre el que gira la estrategia para estructurar una compañía, por encima de una mayor productividad o ahorro de costes.

Entre abril y junio se vendieron 141.582 viviendas, un 14,7% más que en el segundo trimestre de 2016

En el segundo trimestre de 2017 se vendieron en España 141.582 viviendas, según los resultados de la estadística sobre transacciones inmobiliarias realizadas ante notario del Ministerio de Fomento. Para encontrar un segundo trimestre con más transacciones hay que remontarse al año 2010 (153.164). Este dato representa una subida del 14,7% frente al segundo trimestre de 2016.

En un análisis anual, en los últimos doce meses (julio de 2016 a junio de 2017) las transacciones inmobiliarias de vivienda realizadas ante notario ascendieron a un total de 497.046, lo que supone un incremento del 14% frente a los doce meses anteriores.

Comparando el segundo trimestre de 2017 con el mismo periodo de 2016, todas las comunidades autónomas registraron incrementos en el número de compraventas de viviendas, excepto las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla y País Vasco, con caídas del -5,9% y del -4,9%, respectivamente.

Entre las mayores subidas destacaron La Rioja (30,8%), Asturias (24,7%), Andalucía (19,3%), Cataluña (17,9%) y Castilla-La Mancha (17,8%). Por el contrario, los menores avances se registraron en Extremadura (0,2%), Baleares (5,5%), Castilla y León, (6,8%) y Galicia, (8,2%).

Por municipios, los que registraron un mayor número de compraventas en el segundo trimestre fueron Madrid (11.042), Barcelona (4.937), Valencia (2.926), Sevilla (2.153), Málaga (2.060), Zaragoza (2.003), Alicante (1.496) y Palma de Mallorca (1.488).

Analizando el acumulado de los últimos 12 meses (julio16-junio17 frente a julio15-junio16), todas las comunidades autónomas, excepto las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla con una caída del 2,1%, registraron un comportamiento positivo, destacando Cataluña, Baleares, Castilla-La Mancha, Asturias, Madrid, Baleares y Cantabria, con una subida anual del 21%, 18,9%, 18,4%, 15,8%, 15,7%, 15,7% y 15,1%, respectivamente.

En lo que se refiere al régimen de protección, las transacciones de vivienda libre durante el segundo trimestre de 2017 ascendieron a 135.647, lo que representa un 95,8% del total. Por su parte, las transacciones de vivienda protegida contabilizaron 5.935, un 4,2% del total.

En cuanto a la tipología, 12.749 transacciones correspondieron a vivienda nueva, lo que representa un 9,4% del total. Por su parte, la vivienda de segunda mano, con 128.833 operaciones, supuso el 90,6%.

En relación a la nacionalidad del comprador, las transacciones realizadas por extranjeros residentes en España experimentaron un crecimiento interanual por vigésimo cuarto trimestre consecutivo, en concreto un 13,1% frente al segundo trimestre de 2016, totalizando 23.007 compraventas.

En su conjunto, las compraventas realizadas por extranjeros (residentes y no residentes) supusieron 24.009 operaciones, es decir, el 17% del total.

Por provincias, las que registraron mayor número de compraventas por extranjeros residentes, fueron Alicante (4.931), Málaga (2.863), Barcelona (2.103), Madrid (1.726), Santa Cruz de Tenerife (1.666) y Baleares (1.493).



La inversión inmobiliaria suma 8.700 millones hasta septiembre, un 40% más que en el mismo periodo de 2016

El volumen de inversión inmobiliaria (residencial, oficinas, retail, logística y hoteles) ha cerrado el tercer trimestre del año en torno a los 8.700 millones de euros, lo que representa un incremento del 40% respecto al mismo periodo del año anterior, según datos de la consultora inmobiliaria internacional JLL. Además, esta cifra representa ya el 91% de toda la inversión del año 2016, que se situó en 9.564 millones de euros.

“El mercado atraviesa un excelente momento y es previsible que todos los segmentos de negocio mejoren su volumen de inversión respecto a 2016 y podamos alcanzar una inversión histórica a cierre de año”, explica Borja Ortega, director de Capital Markets de JLL.

EL RETAIL, A LA CABEZA DE LA INVERSIÓN

Por segmentos, las previsiones de JLL señalan al mercado *retail* como el que mayor volumen de inversión aglutina en estos nueve meses, al alcanzar los 3.267 millones de euros, un 28% más que en el mismo periodo de 2016, y podría cerrar el año en torno a los 4.000 millones de euros, un dato histórico debido al número y volumen de las operaciones cerradas o en proceso de cierre. En el tercer trimestre, cabe destacar operaciones como la venta del Mercado de San Miguel por 70 millones, la del Mercado de Fuen-carral por 50 millones o Gran Vía 18 por 44 millones.

Por detrás se sitúan los volúmenes de inversión de oficinas y hoteles, que cierran el trimestre con una inversión acumulada de 1.700 y 1.900 millones de euros, respectivamente. En el caso de las oficinas, estos 1.700 millones se reparten entre los cerca de 1.000 millones invertidos en Madrid y los más de 700 millones de Barcelona. En el caso de Madrid, la mayoría de las transaccio-

nes corresponde a activos *core* y *core +* y el precio promedio de las operaciones se ha situado en 41 millones de euros. Según las estimaciones de JLL, la inversión en oficinas de Madrid cerrará el año en torno a los 2.000 millones, en línea con lo firmado en 2016. Por su parte, en Barcelona destacó el crecimiento de operaciones de compra de suelo destinadas a edificios de oficinas en el 22@. Se prevé que el año cierre con una inversión de unos 1.100 millones de euros, una cifra que duplicaría la inversión del año anterior.

Respecto al mercado hotelero, la inversión acumulada en estos nueve meses fue de 1.900 millones de euros, un 85% de todo el volumen transaccionado en 2016.

En el caso de la inversión residencial, ésta se sitúa al cierre del tercer trimestre por encima de los 1.180 millones de euros; es decir, un 118% por encima del mismo periodo de 2016, cuando sumó 543 millones y por encima también de toda la inversión del año 2016, que fue de 802 millones.

Por último, el sector logístico lleva acumulada una inversión de 578 millones de euros y se prevé que cierre el año en torno a los 1.000 millones, un 20% más que el volumen de todo 2016, debido al número de operaciones en curso o en proceso de cierre.



Mercado de San Miguel (Madrid).

El mercado de la vivienda se mantendrá creciente hasta el final de la década, según RR de Acuña

La buena marcha del crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB), del empleo y de la renta de los hogares, sumado a unas condiciones de accesibilidad al crédito favorables, han propiciado la recuperación del mercado inmobiliario en los últimos tres años. En este contexto, y según refleja el *Anuario Estadístico Inmobiliario Español 2017* elaborado por RR de Acuña & Asociados, el mercado inmobiliario español ha consolidado en 2016 su recuperación, aunque lo hace a distintas velocidades según área geográfica, mercado y provincia. En cuanto a la evolución para los próximos años, siempre que se mantengan las expectativas de crecimiento económico, los autores del estudio esperan que el progreso de la actividad inmobiliaria se mantenga creciente hasta el final de la década.

Según el Anuario, a partir del 2020, el potencial de la demanda se irá viendo afectado por las malas expectativas demográficas. Hasta entonces, el afloramiento de la demanda no satisfecha acumulada

durante la crisis, permitirá el aumento de la demanda de viviendas.

Por el lado de la oferta, el año 2016 marcó el mínimo del ciclo de viviendas terminadas y es a partir del año actual cuando se irá potenciado la edificación. El Anuario apunta que se espera que la actividad inmobiliaria siga recuperándose en los próximos años, y que vayan disminuyendo los stocks en oferta. Si bien, no hay que olvidar que gran parte del stock en oferta de vivienda actual se encuentra deslocalizado de la demanda y no encontrará demanda en la próxima década.

Los indicios de escasez de vivienda que se están produciendo en determinadas áreas serán cada vez más habituales en las principales áreas metropolitanas y de costa que, influidos por una demanda solvente creciente, supondrán un estímulo promotor de nueva oferta. El pasado año se volvía a repetir un mínimo en la serie de viviendas acabadas (40.000 viviendas), pero el dinamismo que ha tomado la actividad en la oferta en los dos últimos años hacen esperar que en 2017 podrían casi

duplicarse el número de obras acabadas, llegándose a terminar 77.000 viviendas. Y pudiendo llegar hasta 144.000 viviendas acabadas en 2019, según se mantenga las expectativas en la evolución y absorción del stock prevista.

COMPORTAMIENTO DE LOS PRECIOS

Tras siete años de caídas continuadas de precios a partir del 2007, la buena marcha del conjunto económico en general, y de la demanda de vivienda en particular, se manifestó en un crecimiento medio nacional del 2'4% en los precios de vivienda de 2016, consolidándose por segundo año la recuperación de precios.

En general, los precios muestran tendencias más dinámicas y positivas en las principales áreas de influencia metropolitana y de costa turística siendo las Islas Baleares, Barcelona, Madrid, Málaga e Islas Canarias las provincias que encabezan el crecimiento de precios, y lo hacen a tasas medias de entre 5'8% y 3'8%. Las mayores caídas se dan en Soria, Palencia, Álava, Orense y Navarra, con caídas de entre -3'5% y -1'9%.

El precio de la vivienda libre sube un 5,6% en el segundo trimestre, según el INE

LA VIVIENDA USADA SE ENCARECE UN 5,8% Y LA NUEVA, UN 4,4%

El precio medio de la vivienda libre subió un 5,6% en el segundo trimestre en tasa interanual, tres décimas más que en el trimestre anterior, lo que supone la tasa de crecimiento más elevada desde el primer trimestre de 2016, según el Índice de Precios de Vivienda (IPV) del Instituto Nacional de Estadística (INE).

De esta forma, ya son trece los trimestres consecutivos en los que los precios de la vivienda presentan tasas interanuales positivas.

En cuanto a la variación trimestral del IPV general en el segundo trimestre, ésta fue del 2%.

Por tipo de vivienda, los precios de la vivienda nueva subieron un 2,6% entre el primer y segundo trimestre, y en la de segunda mano el alza fue del 1,9%.

Por tipo de vivienda, el precio medio de las de segunda mano aumentó medio punto, hasta el 5,8% en el segundo trimestre, la mayor tasa desde el primer trimestre de 2016. En el caso de las viviendas nuevas, su precio avanzó una media del 4,4% en el mismo periodo, más de un punto inferior a la del trimestre anterior.

Por comunidades autónomas, los mayores incrementos de precios en el segundo semestre se dieron en Madrid (10,9%), Cataluña (9,3%) y Baleares (7,4%). Sólo hubo caída de precios en Asturias, donde cedieron un 0,3%.

La mayoría de las comunidades autónomas presentan tasas trimestrales positivas en el segundo trimestre de 2017.

Comunidad de Madrid, Cantabria, País Vasco y Cataluña registran los mayores aumentos (del 3,4%, 3,2%, 2,9% y 2,9%, respectivamente). Por su parte, Principado de Asturias (-1,0%) y Extremadura (-0,2%) son las únicas comunidades con variaciones trimestrales negativas.



Hoteles: Madrid conquista al inversor y al turista internacional y Barcelona podría verse afectada por la coyuntura



Madrid se consolida como uno de los destinos urbanos preferidos por el turista internacional, según el informe "Cinco Claves Madrid Vs Barcelona, 2016-2017" publicado por irea, que analiza los mercados hoteleros en ambas ciudades. La capital de España continúa su escalada en términos de RevPAR, que se sitúa

en 63,3 euros, aproximándose así a los niveles pre-crisis (si bien muy por debajo todavía de los 95,9 euros registrados por Barcelona). Además, Madrid fue el primer destino de inversión hotelera en España en 2016 por delante de Canarias y Barcelona, lo que pone de manifiesto el enorme interés de los inversores ante las excelentes expectativas de crecimiento del turismo en la ciudad.

Por su parte, Barcelona continúa registrando una trayectoria envidiable en lo que se refiere a demanda, RevPAR, ocupación y ADR, si bien es muy probable que los resultados operativos de la ciudad se vean afectados por el reciente atentado terrorista e incluso por la escalada de tensión social derivada de la convocatoria del referéndum de independencia de Cataluña, señala la consultora irea. No obstante la fortaleza intrínseca del mercado y el contexto de no crecimiento de la oferta por la entrada en vigor, en enero de 2017, del PEUAT (Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos), que ha concretizado la moratoria impuesta desde 2015 hace que en una visión a medio plazo de la ciudad la perspectiva, a nivel operativo, siga siendo positiva. En lo que res-

pecta a la inversión la moratoria continua teniendo efectos para Barcelona, habiendo relegado a la ciudad condal al tercer puesto del ranking nacional como destino de inversión hotelera, por detrás de Madrid y Canarias.

"Madrid se encuentra en plena tendencia de crecimiento y poco a poco va recuperándose de las fuertes caídas de RevPAR que experimentó entre 2008 y 2013. La demanda presenta una tendencia positiva y consideramos que las nuevas aperturas previstas (casi todas ellas en el segmento de lujo y upscale) ejercerán una cierta presión al alza de los precios y permitirán mantener la tendencia de crecimiento ya iniciada en 2013", explica, Miguel Vázquez, socio de la División de Hoteles de irea.

Existe un claro margen de mejora y eso sitúa a la ciudad en el foco de los inversores internacionales. Madrid se percibe como un destino de inversión más estable que Barcelona y es por ello que se espera que los niveles de inversión en hoteles sigan siendo superiores a los de la ciudad condal. Las transacciones cerradas en el primer semestre del año apuntan a que muy probablemente los volúmenes de inversión a final de año se sitúen en niveles similares a los alcanzados en 2015.

En cuanto a Barcelona, "se prevé que siga siendo uno de los destinos internacionales más dinámicos a nivel turístico en los próximos años. La regulación del crecimiento de la oferta hotelera, junto con la creciente demanda que recibe la ciudad, debería seguir favoreciendo el crecimiento de los rendimientos operativos de la planta hotelera existente a medio plazo. No obstante lo anterior consideramos que los datos de cierre de 2017 se verán a buen seguro influenciados a la baja tanto por el efecto del reciente atentado terrorista de las Ramblas como, probablemente también, por el potencial impacto sobre el turismo de un mes de septiembre presidido por movilizaciones ciudadanas y un clima de crispación en la ciudad, como consecuencia de la convocatoria del referéndum para votar la independencia de Cataluña" opina Vázquez.



TU MEJOR PARTNER INMOBILIARIO

- ✓ Recuperación de deuda
- ✓ Desarrollo urbanístico de promociones
- ✓ Valoración
- ✓ Gestión
- ✓ Mantenimiento
- ✓ Comercialización de activos

- **Expertos en gestión integral** de activos financieros e inmobiliarios.
- **Más de 65.000 unidades** en gestión nacional e internacional.
- **Más de 52.000 millones de euros** de activos gestionados.
- **Cobertura total e independencia** en la gestión de carteras de más de 10 entidades.

El precio medio del suelo urbano aumentó un 1,8% en el segundo trimestre



El precio medio del metro cuadrado del suelo ascendió en el segundo trimestre de 2017 un 1,8% en tasa interanual, al situarse en 166,4 euros, según la Estadística de Precios de Suelo que elabora el Ministerio de Fomento. Frente al trimestre anterior, el precio medio del m² experimentó un descenso del 0,7%.

En los municipios de más de 50.000 habitantes, el precio medio del m² ha ascendido en tasa interanual un 11,7% tras situarse en 326,3 euros por metro cuadrado.

Los precios medios más elevados, dentro de los municipios de más de 50.000 habitantes, se dieron en las provincias de Granada (510,0 €/m²), Barcelona (491,5 €/m²) y Baleares (321,5 €/m²). Los precios medios más bajos, dentro de los municipios de más de 50.000 habitantes, se dieron en las provincias de Albacete (60,1 €/m²), Ourense (117,6 €/m²) y Tarragona (130,6 €/m²).

El número de transacciones realizadas en el segundo trimestre de 2017 fue de 5.998, un 36,3% más que las realizadas en el primer trimestre del año, que ascendieron a 4.401 y un 35,2% más que las realizadas en el segundo trimestre de 2016, donde se transmitieron 4.435 solares.

En los municipios menores de 1.000 habitantes se realizaron 464 transacciones, un 44,5% más que en el mismo trimestre del año anterior; en los municipios entre 1.000 y 5.000 habitantes, se vendieron 1.160 solares, lo que representa un aumento del 37,8% en tasa interanual; en los municipios entre 5.000 y 10.000 habitantes, el número de transacciones fue de 936, un 31,6% más que en el mismo trimestre del año anterior; en aquellos municipios cuya población está comprendida entre 10.000 y 50.000 habitantes, las transacciones ascendieron a 2.199, un 39,2% más en tasa interanual. Finalmente, en los municipios con una población superior a 50.000 habitantes, el número de solares vendidos fue de 1.239, un 26,3% más que el segundo trimestre del año anterior.

La superficie transmitida en el segundo trimestre de 2017 asciende a 7,2 millones de metros cuadrados, por un valor de 1.073,8 millones de euros.

Respecto al segundo trimestre de 2016, las variaciones interanuales representan un 28,6% más de superficie transmitida y un 43,0% menos del valor de las mismas.

La vivienda se encarece un 20,6% interanual en la ciudad de Barcelona y un 15,5% en Madrid en el tercer trimestre

El mercado de la vivienda sigue recuperándose progresivamente en todo el país, aunque con diferencias notables en el ritmo de evolución entre unas zonas y otras. El precio de la vivienda terminada (nueva y usada) alcanzó 1.258 €/m² en el tercer trimestre, un 4% más que en el mismo periodo de 2016, según los datos provisionales de la estadística IMIE Mercados Locales que elabora Tinsa. La vivienda, con Madrid y Barcelona como mercados más activos, acentuó en el tercer trimestre su evolución positiva, tras un segundo trimestre del año que arrojó una subida interanual del 2,7% y del 1,8% en el primer trimestre. El ajuste acumulado desde máximos se reduce hasta el 38,6% de media.

La Comunidad de Madrid, con un incremento interanual del 13,2%, y Cataluña, con un 12,5%, despiden como las regiones donde más se han incrementado los valores medios en los últimos 12 meses, a gran distancia de Navarra (+6,6%), Cantabria (+5,7%) o Islas Canarias (+3,3%). En el otro extremo, Extremadura (-3,3%), Castilla-La Mancha (-3,2%) y Región de Murcia (-2,8%) son las regiones que encabezan los descensos en tasa interanual.

Álava (+8,6%) y Ourense (+7,6%) destacan este trimestre entre las provincias que más se han revalorizado en el último año, junto a Madrid y Barcelona, donde el crecimiento alcanza el doble dígito: un 13,2% en la Comunidad de Madrid y un 12,8% en la provincia de Barcelona. Junto a ellas, Navarra (+6,6%), Cantabria (+5,7%), Girona (+5,4%) y Santa Cruz de Tenerife (+5,2%) completan el grupo de provincias que han registrado un mayor incremento interanual de precios en el tercer trimestre.

Un total de 22 provincias han visto reducido su valor medio en los últimos 12 meses. La provincia de Castellón lidera los descensos interanuales, con una caída del 4,2%, seguida de Ciudad Real y Palencia, donde el precio se ha reducido un 4% en el último año.

También, la tendencia positiva de precios va extendiéndose progresivamente a nuevas capitales de provincia y se reduce a 13 el número de ciudades con variación interanual negativa de precios. Son, principalmente, enclaves del interior, ubicados en las dos Castillas, Extremadura y sur de Aragón. Los descensos en tasa interanual están liderados por Ciudad Real (-9,0%), seguida de Zamora (-8,5%) y Cáceres (-8,1%).

En el extremo contrario, Barcelona (+20,6%) y Madrid (+15,5%) siguen ejerciendo de motores de la recuperación. Aunque se han revalorizado un 44,4% y un 24,9%, respectivamente, desde que tocaran suelo, el precio medio en Barcelona está todavía un 28,3% por debajo de su máximo y un 37,4% en el caso de Madrid.

Otras capitales que han registrado crecimientos significativos en tasa interanual en este trimestre son Tarragona (+13,4%), Vitoria* (+10,3%), Palma de Mallorca (+9,3%), Pamplona* (+9,1%) y Málaga (7,6%).



EL INMOVILIZADO SE MUEVE MÁS RÁPIDO QUE NUNCA

*Solo el número 1 puede liderar
la transformación digital
del Real Estate.*

Descubre más en cbre.es

CBRE



AEDAS Homes anuncia su salida a Bolsa



La promotora inmobiliaria AEDAS Homes, especializada en el mercado residencial, ha anunciado su intención de cotizar en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia y su inclusión en el mercado continuo. El estreno está previsto antes de que finalice 2017.

La oferta de acciones se compondrá de una oferta primaria y una secundaria con un free-float que oscilará entre el 40% y el 60%. Está previsto que la oferta primaria aporte fondos por importe de 100 millones de euros aproximadamente.

El fondo americano Castlake, propietario de la inmobiliaria, sigue así los pasos de Lone Star, que sacó a Bolsa su compañía Neinor Homes.

AEDAS Homes anuncia su intención de utilizar los ingresos netos de la oferta primaria para invertir en oportunidades de crecimiento futuro y para financiar parcialmente la expansión planeada del grupo y, en concreto, para financiar compras de suelo edificable bajo el plan de promoción de viviendas 2017-2023 de la sociedad.

AEDAS Homes es una promotora dedicada en exclusiva a la promoción residencial. Cuenta con una cartera de suelo con potencial para promover más de 13.000 viviendas. Su actividad principal consiste en la inversión en suelo finalista y el desarrollo de promociones de viviendas. Las actividades de la Sociedad se focalizan en cinco zonas (Madrid, Cataluña, Levante y Mallorca, Costa del Sol y Sevilla) y su cartera de suelo se extiende sobre ocho provincias Madrid, Barcelona, Málaga, Islas Baleares, Alicante, Valencia, Sevilla y Tarragona.

La sociedad está actualmente en fase de aceleración de su negocio. Conforme a su plan de promoción de viviendas 2017-2023, AEDAS Homes tiene como objetivo poder entregar 3.000 viviendas al año a partir de 2022. Esta cifra podría aumentar hasta aproximadamente 3.500 viviendas o más en función, entre otros, de las condiciones del mercado. Espera alcanzar su objetivo de entrega de viviendas adquiriendo suelo edificable de forma recurrente. En concreto, tiene la intención de invertir aproximadamente 200-250 millones de euros en nuevas adquisiciones en los próximos dos años y medio. El precio de venta medio objetivo de las viviendas promovidas por AEDAS Homes está entre los 330.000 y los 350.000 euros.

David Martínez, CEO de AEDAS Homes, afirma que "la salida a Bolsa de AEDAS Homes nos permite acceder a fondos de una base diversificada de inversores que pueden invertirse en oportunidades de crecimiento futuro, y en financiar los planes de expansión y desarrollo de la sociedad. Además, esta operación aportará a la sociedad reconocimiento de marca, y mayor visibilidad y prestigio, lo que a futuro la consolidará como una promotora líder en España. AEDAS Homes es una compañía fuerte con una sólida trayectoria de crecimiento, una cartera de activos diferencial y un equipo directivo experimentado con capacidad de aportar valor a sus accionistas en el largo plazo, y que ofrece la oportunidad a los inversores de participar en las fases iniciales de la recuperación en España."

SIMA Otoño calienta motores

El nuevo ciclo del sector inmobiliario español sigue impulsando la contratación de SIMA Otoño, que abrirá sus puertas en el pabellón 1 de Feria de Madrid el 27 de octubre. A falta todavía de mes y medio para su in-



auguración, ya son 63 las empresas que mostrarán sus productos y servicios en esta feria, lo que supone un crecimiento próximo al 20% más con respecto a igual fecha en 2016. Además, el 11% de estos expositores acude por primera vez a SIMA Otoño.

Como viene siendo habitual en esta feria, la casi totalidad de las empresas participantes son promotoras o comercializadoras. También Madrid y su comunidad concentran el grueso de la oferta residencial que se exhibirá, si bien la proporción de vivienda turística sigue manteniendo una línea ascendente, una tendencia que se ha acentuado, sobre todo, desde la edición de 2015, con Costa Blanca y Costa del Sol como destinos prioritarios.

Igualmente, otras áreas de actividad del sector inmobiliario comienzan a tener una presencia cada vez más significativa en la nómina de empresas expositoras de SIMA Otoño. Es el caso, por ejemplo, de algunas entidades financieras con oferta en el segmento del crédito hipotecario y empresas especializadas en consultoría inmobiliaria y en servicios al comprador de vivienda.

En opinión de Eloy Bohúa, director general de Planner Exhibitions, empresa organizadora de las ferias SIMA, "el buen momento de la demanda residencial, impulsada por un comprador con un mayor poder adquisitivo que el de años recientes, se refleja no solo en una mayor contratación de espacio, sino también en el número y variedad de los expositores que buscan en SIMA Otoño tanto un canal privilegiado para dar a conocer y vender sus productos y servicios, como para posicionar sus marcas".

VIVIENDA

ACR Grupo y Allegra Holding suman 130 millones de euros en el desarrollo de más de 600 viviendas



ACR Grupo y Allegra Holding, siguen reforzando su alianza con la adquisición de tres nuevos suelos en Madrid y Pamplona, que se suman al recientemente adquirido en El Cañaveral y a las dos promociones totalmente comercializadas en la capital.

En total, ambas compañías suman 130 millones de euros de inversión para el desarrollo de más de 600 viviendas bajo su marca Nature en ambas ciudades.

En Pamplona, las compañías se han adjudicado dos parcelas que suman 15.000 m² por un valor de más de 40 millones de euros. El proyecto, situado en El Ensanche, una de las zonas más cotizadas de la ciudad, prevé desarrollar entre 120 y 140 viviendas de dos, tres y cuatro dormitorios. Se trata de la primera compra fuera de Madrid, lo que supone un nuevo impulso a una alianza hasta ahora centrada en la capital.

A su vez, en la propia Comunidad de Madrid siguen fortaleciendo su posición, apostando por desarrollos urbanísticos con las mejores perspectivas de crecimiento y que permiten el acceso a la primera vivienda. De este modo, a los más de 28 millones de euros que destinaron hace unos meses a la compra y desarrollo de 20.600 m² de terreno en El Cañaveral (cuya comercialización ya ha comenzado), suman 10.000 m² en Vallecas, donde ejecutarán 100 viviendas libres de dos, tres y cuatro dormitorios con piscina y zonas comunes. La inversión prevista para este proyecto es de unos 19 millones de euros.

Estas nuevas inversiones son fruto de la alianza de ACR Grupo y Allegra Holding, que sigue avanzando tras la experiencia acumulada en dos promociones con más de 150 viviendas vendidas en dos años. Se trata de la promoción Residencial Nature Plaza Castilla, ubicada junto al centro financiero las Cuatro Torres de Madrid, ya entregada, y la promoción Nature Puerta de Hierro, que se entregará a lo largo de este año y que se encuentra ya comercializada al 100%.

A esto hay que sumar las 450 nuevas viviendas que generaran las adquisiciones recientes, lo que supondrá la gestión de un total de 600 viviendas bajo la marca Nature.

“Se trata de una alianza de éxito que continúa avanzando y demostrando el buen hacer de ambas compañías en el mercado, lo que nos permite continuar estudiando nuevas alternativas de inversión en Madrid y en otras ubicaciones como Barcelona, Málaga y Levante” señala el director general de Promoción Inmobiliaria de ACR Grupo, David Botín.

Vía Célere adquiere 175.000 m² de suelo para promover 1.900 nuevas viviendas

La promotora Vía Célere ha incorporado recientemente 175.000 m² edificables a su cartera de suelo tras cerrar tres operaciones cuya inversión total asciende a 36,1 millones de euros. En concreto, se trata de activos ubicados en Madrid, Sevilla y Valladolid en los que desarrollará hasta 1.900 viviendas.

Se trata, por un lado, de la compra por 7,6 millones de euros de 21.000 m² edificables en Getafe, Madrid, para el desarrollo de 158 viviendas unifamiliares. En Sevilla, Vía Célere incorporará 150.000 m² edificables que permitirán la promoción de hasta 1.700 nuevas viviendas plurifamiliares. La inversión en esta operación alcanza los 26,5 millones de euros. Por último, la compañía también se ha hecho con 4.400 m² de suelo en Valladolid por 2 millones de euros en los que construirán hasta 39 viviendas plurifamiliares.

Con esta inversión, financiada con fondos aportados por los accionistas de la compañía, Vía Célere refuerza la diversificación geográfica de su cartera de suelo y su papel de liderazgo en España en el desarrollo de proyectos residenciales.

Desde el inicio del año, Vía Célere ha incorporado a su cartera de suelo existente 393.000 m² edificables adicionales, lo que le permitirá contribuir a la oferta residencial española con hasta 3.800 viviendas. La inversión acumulada en el año en la compra del nuevo suelo asciende a 130 millones de euros.

Aelca comercializa Residencial Llum, su primera promoción en Valencia

Aelca ha elegido Patraix, una de las zonas más atractivas de Valencia en estos momentos y a cinco minutos del centro, para lanzar su primera promoción en la capital de la comunidad levantina.

Residencial Llum se compone de 120 viviendas, de 2 a 4 dormitorios, con superficies que oscilan entre los 87 y los 158 m². Las viviendas, que se pueden adquirir desde 125.000 euros, precio en el que se incluye una plaza de garaje y trastero, disponen de amplias terrazas con una excelente orientación.

Este conjunto residencial destaca por la amplitud de sus estancias y por su excelente distribución, con una clara diferenciación de la zona de día y de noche. En las viviendas, dotadas de una moderna equipación y con materiales de la máxima calidad, se han cuidado todos los detalles para conseguir el máximo confort. Incluso se ofrece la posibilidad de personalización entre una serie de acabados sin ningún coste añadido.

En la actualidad Aelca, la cuarta promotora española por volumen de construcción residencial, tiene en curso 2.200 viviendas en diversas zonas de la geografía española. En la Comunidad Valenciana está presente con un ambicioso proyecto de segunda residencia en San Juan (Alicante) y próximamente aumentará su cartera de viviendas en Levante, una zona estratégica para la compañía.



VIVIENDA

INBISA Construcción inicia un proyecto residencial para Solvia que se anticipa tres años a la futura normativa sobre consumo energético



INBISA Construcción ha iniciado la ejecución de un nuevo proyecto de 92 viviendas en Torrejón de Ardoz (Madrid), para Solvia, la inmobiliaria de Banco Sabadell.

El edificio es pionero en el cumplimiento de los más estrictos estándares medioambientales, donde además de dispo-

ner de una calificación energética A, se anticipa a la futura normativa que obligará a que, al término de 2020, todos los edificios que se construyan en la Unión Europea tengan consumo de energía casi nulo.

El edificio promovido por Solvia, y que ya está construyendo INBISA, cumple con las más estrictas especificaciones medioambientales, de manera que se anticipa a esta nor-

mativa de ahorro energético asegurando unos estándares holgadamente más estrictos que los que previsiblemente se materializarán en la futura ley de carácter estatal. Adicionalmente, la obra está formulada para contar con el certificado de construcción sostenible Breeam Very Good,

Entre las características constructivas que hacen posible el ambicioso objetivo energético, están la instalación de aislamientos especiales y la producción de calor y frío mediante geotermia y aerotermia, es decir, extrayendo el calor producido de forma natural por el núcleo terrestre y el aire que rodea al edificio.

El edificio residencial, cuyo presupuesto está por encima de los nueve millones de euros, se desarrollará en un plazo de 18 meses y resultará en un conjunto de diseño contemporáneo con viviendas de dos a cuatro dormitorios. Está ubicado en una de las zonas de mayor crecimiento urbanístico de la Comunidad de Madrid y tendrá una superficie total construida de más de 10.700 m², más 4.500 m² bajo rasante distribuidos en dos plantas de garajes.

Además, la urbanización contará con piscina, zonas ajardinadas, zona infantil, trasteros y garajes. La obra ha sido proyectada por los arquitectos RLA César Ruiz-Larrea Cargas, Antonio Gómez Gutiérrez y Gorka Álvarez Ugalde.

IBOSA inicia la comercialización de Torre Australis, en Madrid

IBOSA ha iniciado la comercialización de Torre Australis, un proyecto residencial singular con 77 metros de altura, 23 plantas y dos edificios de viviendas de menor cota que se alzará en la Isla Chamartín, próxima a la nueva área financiera y empresarial de referencia de Madrid.

El proyecto, desarrollado por Grupo IBOSA y el fondo de inversión inmobiliario Green Oak a través de una joint venture, albergará un total de 208 viviendas de entre uno y cuatro dormitorios. La Torre alberga 106 viviendas de un dormitorio, 44 de dos dormitorios y 26 de tres dormitorios. Los bloques, cuentan con 26 viviendas de tres dormitorios y 6 viviendas de cuatro dormitorios.

Los precios partirán desde los 227.000 euros hasta los 805.000 euros. La inversión total del proyecto supera los 86 millones de euros.

El residencial está inspirado en el New York Life Style y ofrecerá a sus propietarios amenities y servicios exclusivos en España como el concierge que, al igual que en los hoteles de lujo, permite solucionar diversas necesidades y peticiones de los residentes: hacer una reserva en un restaurante, pedir un taxi, etc.

Además, contará con amplio lobby de acceso a la Torre que albergará un servicio propio de paquetería, un club social climatizado con espacios específicos de co-living y co-working, un gimnasio completamente equipado, así como una sala deportiva y un spa center con sauna y jacuzzi. Para facilitar la convivencia de todos los propietarios del residencial, Torre Australis dispondrá de una App propia desde donde se podrá gestionar los distintos servicios y zonas comunes.

Asimismo, los residentes dispondrán de una gastroteca amueblada y acristalada en la planta 23, donde podrán disfrutar de unas privilegiadas vistas de la ciudad, así como de una zona chill out panorámica con sistema de audio y piscina en cascada.

Entre las zonas comunes de Torre Australis, destacan la piscina semi-olímpica para adultos y otra para niños, además de dos pistas de pádel, zona de juegos infantiles, e incluso una zona habilitada para la práctica de crossfit.



Expertos en Valoraciones y Líderes en Información Inmobiliaria



- Primera sociedad de tasación creada en España (1982)
- Más de 3 millones de valoraciones realizadas
- Presencia en todo el territorio nacional
- Regulada por Banco de España y RICS

Descárgate nuestra APP **stvalora**, accede a una valoración online gratuita y descubre todos los valores y características de las viviendas en tu zona.



Llámenos al **902 88 60 50** o visítenos en **www.st-tasacion.es**

MDSR compra una cartera de hipermercados por 150 millones de euros

La consultora inmobiliaria Savills ha asesorado al fondo de inversión MDSR Investments en la compra de su segunda cartera de hipermercados Carrefour y Eroski, hasta ahora propiedad de Tristan Capital. La operación, que ha alcanzado un valor de aproximadamente 150 millones de euros, supone la mayor transacción de hipermercados y galerías comerciales de este año. La cartera cuenta con una superficie bruta alquilable de 86.836 m².

Ubicados en Segovia, Jaca, Fuengirola, San Javier, Tomelloso, San Sebastián, y Ribadeo, los cuatro primeros operan bajo la marca Carrefour. Además, la operación también incluye las galerías comerciales de Segovia, Jaca y Tomelloso.

Annalaura Benedetti, responsable de MDSR en España comenta que "Esta transacción recalca de nuevo nuestra confianza en el crecimiento del mercado español. Después de nuestra adquisición de cinco hipermercados a principios de año, esta operación, con Carrefour como principal inquilino,

consolida nuestra cartera ampliando la diversidad geográfica y confirmando nuestra apuesta por los hipermercados en España".

Salvador González, director de inversión Retail en Savills explica que "La diversificación geográfica de la cartera así como la mejora financiera de Eroski y la inclusión de Carrefour en varios hipermercados previamente operados por Eroski, ha sido el detonante para que MDSR llevase a cabo la operación."

Con esta transacción, el valor de los activos de MDSR se encuentra cercano a los 300 millones de euros en el segmento retail en España, repartidos en parques de medianas, centros comerciales e hipermercados, tras pasar de un perfil value add a una posición a medio-largo plazo. Entre sus adquisiciones, destaca el centro comercial Travesía de Vigo, el parque de medianas La Dehesa, en Alcalá de Henares o Puerta del Ave en Ciudad Real, operaciones todas asesoradas por Savills.

El Centro Comercial Carrefour Los Patios inicia una importante remodelación y reestructuración de sus instalaciones



El Centro Comercial Los Patios, propiedad de Carmila y Carrefour Property, se someterá durante los próximos meses a una reestructuración y remodelación cuya inversión es de 17 millones de euros. Así lo han dado a conocer el director comercial y de Desarrollo de Negocio de Carmila España, Carlos Pilar; la coordinadora de Asset Management Andalucía y Extremadura, Fátima Álvarez-Cofiño y el director de Concepto y Construcción de Carrefour Property España, Javier Zamorano.

El proyecto de Carmila y Carrefour Property prevé, tras 14 meses de actuaciones, la completa renovación y modernización de sus instalaciones, adaptando la oferta comercial a las nuevas necesidades de los clientes. Durante el periodo de obras, que acaba de dar comienzo, el centro permanecerá abierto y en funcionamiento, ya que todo el proceso de reforma se ha planificado para que no afecte a su actividad diaria.

Con esta reestructuración, la galería comercial amplía en más de 1.200 m² la superficie bruta alquilable (SBA), lo que permitirá la creación de establecimientos y medianas comerciales de mayor amplitud, al tiempo que el parking mantendrá su capacidad con cerca de 1.700 plazas de estacionamiento.

Los ejes fundamentales para el desarrollo del proyecto han sido la dimensión humana, donde el visitante es el protagonista; la sostenibilidad, con un amplio control del impacto ambiental y los consumos energéticos; y la innovación, con dispositivos de última generación, una conexión WIFI ultra rápida, y la implantación de Néstor, un innovador portal web para los operadores del centro.

El proyecto incorpora áreas con vegetación autóctona mediterránea y jardines verticales para crear espacios agradables y saludables, que se complementan con zonas de recreo para el uso familiar.

klépierre iberia trae la firma de moda estadounidense Guess a Plenilunio



Klépierre Iberia continúa ampliando el portafolio de moda del centro comercial Plenilunio incorporando la firma de moda americana Guess. La marca ha abierto sus puertas con una superficie de venta de 347m²

Plenilunio suma una nueva firma de moda con la entrada de una de las marcas más importantes del sector. La estadounidense Guess abrió sus puertas el sábado 9 de septiembre en el centro comercial, tras firmar un acuerdo con Klépierre Iberia, compañía propietaria de Plenilunio.

Guess nació en 1981 de la mano de los hermanos Paul y Maurice Marciano, y actualmente, el grupo Guess cuenta con una red de distribución formada por más 1.600 establecimientos en todo el mundo. Guess es una marca global con un estilo de vida joven, sexy y aventurero, que ofrece una línea completa de prendas de vestir y accesorios, ahora también en Plenilunio.

Lar España logra financiación para la construcción del parque comercial Vidanova Parc, en Sagunto

Lar España Real Estate socimi ha cerrado un acuerdo para la financiación del parque comercial Vidanova Parc, situado en Sagunto (Valencia). Se trata de la concesión de un crédito de 24 millones de euros para la construcción del parque comercial concedido por CaixaBank.

La edificación del parque comercial comenzó en agosto del pasado año, una vez concluidas las fases previas necesarias de limpieza, preparación y urbanización del terreno. Está previsto que Vidanova Parc abra sus puertas en la primera mitad de 2018. El parque comercial cuenta con una superficie de 120.000 m², de los que 44.252 m² serán superficie comercial y de ocio, y dispondrá de un aparcamiento para más de 2.300 vehículos.

Lar España señala que la comercialización de Vidanova Parc supera ya el 85%. En concreto, el parque comercial contará con inquilinos como Leroy Merlin, Decathlon, C&A, Worten, Norauto, Burger King, Fifty Factory, Yelmo Cines y Urban Planet, además de otras 30 marcas que complementarán la oferta de alimentación, deporte, bricolaje, moda, entretenimiento y ocio.

La inversión de Lar España en el proyecto será de 53 millones de euros, a los que hay que sumar otros 40 millones que invertirán los operadores que se instalarán en el parque comercial. El complejo generará un total de 1.000 puestos de trabajo, entre directos e indirectos, y la fase de construcción supondrá la creación de otros 200 empleos.

TUMI abrirá su primer local en Madrid asesorada por Catella

Catella ha asesorado a TUMI, marca líder a nivel global en estilo de vida de viajes, negocios y accesorios, en su primera operación de Retail High Street en Madrid.

El local, de 240m² de superficie total (120 m² en planta calle y 120 m² de sótano), está ubicado en el número 54 de la calle Claudio Coello, esquina con la calle Ayala. TUMI, asesorada por Catella, ha seleccionado esta ubicación por ser uno de los ejes comerciales de lujo claves de la capital, cuya actividad, además, se encuentra en permanente crecimiento.

La marca de lujo TUMI se fundó en el año 1975 y desde entonces la empresa ha experimentado un crecimiento imparable: La marca TUMI está presente en 75 países y vende sus productos en las 375 tiendas que tiene en todo el mundo (Nueva York, París, Londres, Tokio, etc.).

La nueva apertura de TUMI en Madrid, que tendrá lugar en los próximos meses, demuestra una vez más la atracción que las grandes marcas de lujo sienten por la capital, y más concretamente por el Barrio de Salamanca.

Orange abre en la madrileña Puerta del Sol su tienda más grande en España

Orange abre su mayor tienda en España en la emblemática Puerta del Sol, la zona más comercial de Madrid. La compañía ha invertido 1,2 millones de euros,



con el fin de hacer de este nuevo espacio un escaparate de todas las posibilidades que Orange ofrece a sus clientes para experimentar las ventajas de la conectividad, convirtiéndolo así en una referencia de innovación en la relación comercial con los clientes.

La nueva *flagship* madrileña de Orange ubicada en la Puerta del Sol tiene casi 400 metros cuadrados de superficie comercial y permite mostrar todos los productos que la marca ofrece a sus clientes en un entorno único. Esta es la segunda *flagship* de la compañía, que abrió su primera tienda de estas características en Valencia e inaugurará próximamente otra en Barcelona.

Con la apertura de la nueva *flagship* madrileña, Orange suma 46 tiendas a este nuevo concepto, distribuidas a lo largo de la geografía nacional. La compañía continuará con el plan a lo largo de 2017, hasta llegar a las 60 tiendas en las principales ciudades del país.

Aguirre Newman asesora a ETAM en su nuevo local en Sevilla

Aguirre Newman ha asesorado a ETAM, firma de lencería, de ropa de noche y baño de origen francés, en la operación de apertura de su primera tienda fuera de un centro comercial en Sevilla. Ubicada en el mejor tramo de la zona prime de la ciudad (calle de Velázquez 4), el nuevo espacio de ETAM cuenta con 150 m² en planta de calle y 139 m² en primera planta.

ETAM, que hasta el momento solo mantenía en la capital andaluza tiendas ubicadas en centros comerciales, ocupará el espacio de la firma Michael Kors, que abandonó la zona prime sevillana.

Con esta nueva tienda, ETAM apuesta por tener una mayor representatividad en Andalucía.

Aguirre Newman ha asesorado a ETAM en la ubicación y operación de arrendamiento. Con esta operación Aguirre Newman suma más de siete operaciones en los últimos dos años en la zona *prime* de la ciudad de Sevilla.

Iberdrola Inmobiliaria cierra la mayor operación de alquiler de oficinas en Barcelona de los últimos 10 años



Iberdrola Inmobiliaria y Esteve han alcanzado un acuerdo para alquilar 12.000 m² de oficinas en Torre Marina, propiedad de la primera, donde el grupo químico farmacéutico instalará su nueva sede corporativa en 2018.

Esta operación de alquiler de oficinas es la más importante llevada a cabo en la Ciudad Condal en los últimos diez años por volumen alquilado.

Tras el acuerdo Esteve ocupará 10 de las 13 plantas de esta torre, que pasará a denominarse Torre Esteve. El edificio forma parte de la nueva área de negocios de Barcelona en la que Iberdrola Inmobiliaria promueve 4 edificios: Torre Auditori; Torre Marina; Torre Ponent y Torre Llevant.

El nuevo edificio acogerá a más de 400 colaboradores de Esteve que actualmente están ubicados en diferentes oficinas en Barcelona. La concentración de los equipos en un solo centro de trabajo ayudará a acelerar la digitalización e impulsará una forma de trabajo más alineada, colaborativa y que fomente la innovación.

En esta nueva área de negocios de Barcelona, Iberdrola Inmobiliaria promueve cuatro torres de oficinas, de las que tres cuentan con 21 plantas y disponen de una superficie alquilable sobre rasante de 22.899 m² cada una, mientras la cuarta, Torre Marina, cuenta con un zócalo comercial y de servicios denominado MarinAtrium y una superficie alquilable de 19.423 m² en 13 plantas.

Lar España vende a Colonial el edificio de Arturo Soria 336 por 32,5 millones

Las estrategias de desinversión en activos no estratégicos de Lar España y la de inversión en activos de oficinas en Madrid, un mercado en constante crecimiento, de Colonial, han encontrado un punto de encuentro en el acuerdo de compra-venta firmado por ambas compañías. Esta operación permite a Colonial adquirir el edificio situado en el número 336 de Arturo Soria, que desde 2014 pertenecía a Lar España, por un importe de 32,5 millones de euros.

El edificio de oficinas está en una de las zonas más emblemáticas de Madrid, con nueve plantas y un total de 8.663 m² de superficie alquilable sobre rasante, así como 193 plazas de garaje.

Ambas compañías destacan el potencial de recorrido presente y futuro de este inmueble cuya ocupación ha crecido desde el 80%, cuando fue adquirido por Lar España, hasta el actual 100%, tras la inicial inversión en su reforma realizada por la socimi.

José Luis del Valle, presidente de Lar España, ha destacado "la importancia de esta primera desinversión, que cumple el plan que teníamos previsto: adquirir inmuebles atractivos, incrementar su valor gracias a una buena gestión y, una vez implementado el plan de negocio diseñado en el momento de la compra, plantear la posibilidad de una desinversión para seguir invirtiendo en activos estratégicos que maximicen el valor para nuestros accionistas".

Para Pere Viñolas, consejero delegado de Colonial, esta compra se enmarca dentro de la estrategia de adquisición de activos en los tres mercados de presencia de la compañía que siguen manifestando "su inercia de crecimiento y buen comportamiento ante las políticas de transformación y reposicionamiento de activos".

La operación se ha cerrado fuera de mercado y ha sido asesorada por Aguirre Newman y en los aspectos legales por los despachos Pérez-Llorca para Lar España y Roca Junyent para Colonial.



RESIDENCIAS DE ESTUDIANTES

Resa, el operador líder de residencias de estudiantes en España, cambia de propietarios

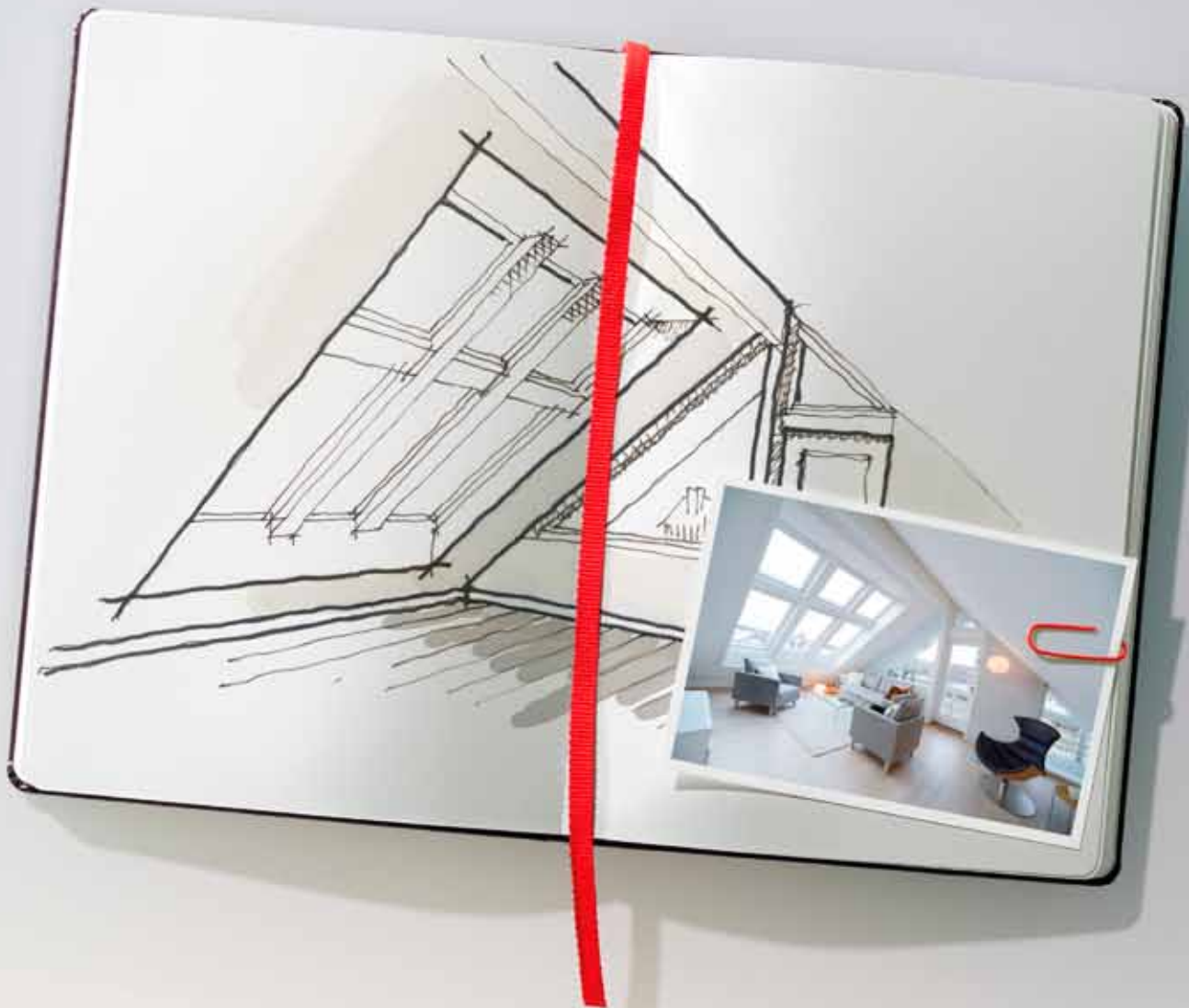
Azora, Artá Capital, March Campus (vehículo inversor de clientes de Banca March) y Mutua Madrileña han alcanzado un acuerdo para la venta total del Grupo Resa a un grupo de inversores internacionales. AXA IM - Real Assets y CBRE Global Investment Partners —en representación de sus clientes— han adquirido la mayoría de la cartera, mientras que Greystar, que ha adquirido el negocio operativo, actuará como gestora de los activos. La operación está sujeta a la autorización final de las autoridades de competencia.

El Grupo Resa se ha consolidado como la mayor plataforma de residencias de estudiantes en España con 9.309 plazas en 19 ciudades, entre las que se encuentran Madrid, Barcelona y Salamanca. Resa, gestionada por Azora desde 2011, ha experimentado un importante crecimiento durante este periodo, pasando de poseer 26 residencias a 37, de las cuales 33 están operativas en la actualidad y otras cuatro se encuentran en desarrollo.

BBVA y CBRE han actuado como asesores financieros de los vendedores y Garrigues como asesor legal de la operación.



Más blanco. Más luz.
Más posibilidades.



Diseña tus ideas con la nueva
ventana de tejado VELUX blanca.

Muestra tus diseños y da vida a tus proyectos con
nuestra nueva ventana de tejado VELUX blanca.
Fabricada con la misma madera de gran calidad.
Refleja más luz en las habitaciones y
crea interiores más modernos.
Inspírate con más blanco, más luz, más vida en velux.es.

Oficina Técnica 91 509 71 00. E-mail: arq.v-e@velux.com.



Iluminando tu vida™

VELUX®

LOGÍSTICA

INBISA inicia la construcción de un gran centro logístico de 38.000 m² para GreenOak en San Fernando de Henares



INBISA ha iniciado la construcción de un centro logístico compuesto por dos edificios que suman 38.000 m² en San Fernando de Henares (Madrid), bajo encargo de la compañía de inversión inmobiliaria Talus Real Estate, responsable de la gestión del activo.

El conjunto es propiedad del fondo de inversión GreenOak Real Estate y su entrega está prevista para febrero de 2018. El fondo ha encargado esta obra a riesgo para su posterior arrendamiento o venta.

La instalación está repartida en dos edificios de igual tamaño y cuenta con una superficie total construida de 38.255 m² y 24.062 m² de urbanización. Los trabajos de INBISA Construcción en este conjunto, denominado "Puerta de Madrid", implican un importante reto constructivo como es la finalización de la envolvente de ambos edificios en un plazo de tiempo muy reducido.

INBISA Construcción tiene una amplia experiencia en el área industrial-logística y llevado a cabo numerosos proyectos de relevancia en el sector, como el Business Center Manzanares en el Polígono 'Los Gavilanes' de Getafe.

En esta obra ha intervenido INEL 2.000 como proyectista y dirección facultativa, y Soluciones Transparentes como Project Manager, ambas empresas con una amplia experiencia en el sector industrial/logístico.

Quick Expansión asesora la venta de una plataforma logística ocupada por Carrefour en Ribarroja (Valencia)



ATH Real Estate ha adquirido una plataforma logística en Ribarroja (Valencia) con más de 55.000 m² de superficie edificada. Quick Expansión ha asesorado al vendedor durante el proceso de venta.

El activo acoge la plataforma logística de Carrefour en Levante. En total, la parcela tiene 87.000 m² de superficie.

El proceso de venta ha despertado el interés de varios de los mayores fondos, socimis e inversores presentes en España, lo que demuestra la calidad del activo, el apetito inversor y el interés de los inversores en activos inmobiliarios de calidad y con buena ubicación.

Quick Expansión es una compañía española que presta servicios de consultoría de retail e inversión inmobiliaria desde 2005, con oficinas en Madrid, Barcelona, Valencia y Sevilla. Quick Expansión comercializa el Parque de Medianas de Alfafar Parc –entre otros–, además de gestionar complejos comerciales y operar como consultora.

VALORACIÓN

Euroval abre oficina en Barcelona

La sociedad de valoración y tasación Euroval, como continuación de su proceso de consolidación en España y Portugal, ha inaugurado nueva sede en Barcelona. La oficina se encuentra ubicada en la novena planta de la céntrica Torre Urquinaona.

Euroval es una sociedad de referencia en la tasación y valoración en España, fundada hace ya 27 años, cuenta con oficinas en Alicante y Madrid, además de delegaciones técnicas en toda España y Portugal. Es líder en tecnologías y sistemas aplicados a la valoración y experta en la prestación de servicios para los sectores financiero, asegurador, inmobiliario y empresarial.

"Este año 2017 estamos creciendo por encima del 40 % y esperamos terminar el ejercicio con una facturación de 12 millones de euros", afirma José Vázquez Seijo, presidente de Euroval.



CREATIVE & SUCCESSFUL PLACES & SPACES

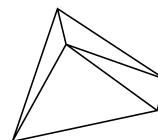


MALL OF QATAR DOHA, QATAR

Designed by Chapman Taylor, the Mall of Qatar is a 500,000m² mega mall that features 500 shops, including more than 100 food and beverage outlets, a 19-screen theatre complex, 7,000 underground and surface car parking spaces and a five star 200-bedroom hotel operated by Curio, a collection by Hilton.

marketing@chapmantaylor.com

www.chapmantaylor.com



CHAPMAN TAYLOR
GLOBAL ARCHITECTS & MASTERPLANNERS

London Abu Dhabi Bangkok Bristol Brussels Doha Dubai Düsseldorf Madrid Manchester Milan Moscow New Delhi Paris Prague Shanghai Warsaw

Merlin gana 421 millones en el primer semestre

Merlin Properties ha cerrado el primer semestre con una facturación de 243 millones de euros, un EBITDA recurrente de 199 millones, un FFO recurrente (EBITDA menos intereses) de 149 millones y un beneficio neto consolidado conforme a IFRS de 421 millones de euros. La compañía alcanza un flujo de caja por acción de 32 céntimos, lo que supone un crecimiento del 5,7% frente al primer semestre de 2016, según informa la socimi.

La cartera de activos alcanza un valor bruto (GAV) de 10.459 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 3,7% frente a diciembre. El valor neto de los activos, según recomendaciones EPRA, asciende a 5.586 millones de euros, equivalentes a 11,89 euros por acción, lo que supone un incremento del 5,9% frente a diciembre (11,23).

En línea con la evolución del negocio, Merlin Properties aumenta su estimación de retribución al accionista con cargo a 2017 a 216 millones de euros o 46 céntimos por acción (+15% vs 2016).

Los resultados son fruto de la intensa actividad comercializadora del periodo, con casi medio millón de metros contratados o renovados. Todas las categorías de activos (oficinas, centros comerciales y logística) han experimentado crecimientos de renta en términos comparables y las renovaciones del periodo se han firmado al alza. Además, la ocupación global de la cartera de activos ha subido hasta el 93,1% (desde el 91,3% en diciembre).

Testa Residencial compra 135 viviendas al Grupo Caixabank

Testa Residencial SOCIMI ha adquirido a Buildingcenter (Grupo Caixabank) un paquete de 135 viviendas ubicadas en la Comunidad de Madrid, todas ellas en línea con los criterios de calidad establecidos y con el plan estratégico de la Compañía. En concreto, se trata de 67 viviendas ubicadas en el municipio de Las Rozas, 51 en Getafe y 17 en Madrid capital, zonas con una demanda de alquiler en pleno auge.



La operación se ha concretado para Testa Residencial tras resultar vencedor del proceso competitivo establecido por Buildingcenter y gestionado por Servihabitat. La adquisición se ha financiado con la caja disponible de la compañía, según informan fuentes de la socimi.

De esta manera, y tras la reciente operación de integración del paquete de viviendas de Acciona Real Estate, Testa Residencial amplía su cartera de activos hasta alcanzar las 9.219 viviendas, reforzando así su liderazgo en el mercado residencial en alquiler.

Actualmente la cartera de viviendas cuenta con una tasa de ocupación por encima del 90% y se ubica en las zonas con mayor índice de demanda, destacando la Comunidad de Madrid, San Sebastián y Cataluña, donde se encuentra el 65%, 5% y 5% del volumen de negocio respectivamente.

La compañía continúa con su plan estratégico de crecimiento a través de la adquisición de activos complementarios a su cartera.

SERVICERS

Liberbank traspasa a HAYA Real Estate su compañía de gestión de activos inmobiliarios, Mihabitans, por 85 millones de euros

HAYA Real Estate ha adquirido el 100% del capital de Mihabitans Cartera, filial de Liberbank, por un importe de 85 millones de euros. El acuerdo supone que HAYA RE se convierte en socio estratégico de Liberbank durante los próximos siete años, en los que gestionará de forma exclusiva los actuales activos inmobiliarios adjudicados en el balance de Liberbank, así como los futuros activos inmobiliarios adjudicados que sean incorporados al balance general del banco o de sus filiales inmobiliarias.

En 2016, Liberbank vendió activos adjudicados por valor de 185 millones de euros, un 262 por ciento más que el ejercicio anterior. Durante el primer semestre de 2017, las ventas han ascendido a 132 millones de euros, lo que ha supuesto un crecimiento interanual cercano al 50 por ciento.

Carlos Abad, consejero delegado de HAYA Real Estate ha comentado que “estamos muy satisfechos de haber alcanzado este acuerdo, que refuerza el capital y nos convierte en el servicer inmobiliario de Liberbank. La operación demuestra y refuerza la independencia y la vocación de liderazgo de Haya Real Estate en la industria de servicing española y le va a permitir adquirir nuevas capacidades y cotas de eficacia en el servicio a todos sus clientes clave, a los que ahora se une Liberbank”.

El proceso, que comenzó a finales de mayo, ha sido asesorado por Alantra y Gómez-Acebo & Pombo, mientras que HAYA RE ha contado con PwC y Ashurst como asesores financieros y legales, respectivamente.

HAYA RE, que actualmente gestiona más de 39.000 millones de euros en activos, reforzará la capacidad de gestión de Mihabitans y, por consiguiente, la aceleración del ritmo de desinversión de los activos inmobiliarios del banco.

Liberbank tiene el objetivo de reducir la ratio de mora por debajo del 9 por ciento en 2017 (frente al 11,3 ciento a 30 de junio de 2017 y al 16,2 por ciento del año pasado) y alcanzar el 5 por ciento en 2018 y el 3,5 por ciento en 2019. La entidad ha establecido como objetivo unas salidas de deuda bruta de adjudicados por alquileres y ventas (estimadas en 410 millones de euros en 2017, 625 millones en 2018 y 850 millones de euros en 2019), consolidando la evolución de los últimos trimestres de reducción de activos no rentables. En tal sentido, el volumen de la cartera de activos dudosos registró una disminución en el primer semestre de 2017 de 649 millones de euros (el 20,2 por ciento), y de 1.613 millones de euros en comparación con junio de 2016, una reducción del 38,7 por ciento interanual, entre las más altas del sector.

La entidad también ha realizado recientemente una operación de desinversión de una cartera de préstamos fallidos de 169 millones de euros.

Adicionalmente, Liberbank consigue con la operación firmada hoy obtener una plusvalía muy relevante, reforzar su estructura de capital y liberar recursos de gestión para reforzar el crecimiento de su negocio estratégico.

Encuentra tu **oficina, local o nave**



Accede a una oferta de
3.000.000 m2 disponibles
en zona prime y periferia



Anuncia tu inmueble
42.000 inquilinos y
compradores
nos visitan cada mes

 **BELBEX.com**

El portal inmobiliario de
oficinas, locales y naves

ENTREVISTA

JAVIER HORTELANO
DE LA LASTRA*Presidente de la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales**"Siempre que haya propuestas innovadoras, habrá espacio para ellas"*

○BSERVATORIO INMOBILIARIO: ¿Qué deben hacer los centros comerciales para seguir siendo atractivos para el público?

Javier Hortelano: El sector de los centros comerciales está en constante transformación e innovación y tiene una gran capacidad para adaptarse a las necesidades de los clientes, co-

mo ha venido demostrando desde el nacimiento de nuestro sector en España.

Hay varias grandes tendencias en materia de centros y parques comerciales, por citar algunas la "especialización/conveniencia", la "experiencia de compras", la transformación y remodelación de centros existentes y la digitalización, tendencias que afectan tanto a los nuevos desarrollos como a los centros existentes.

Y dicho esto, no podemos perder de vista los fundamentales. Aspectos como el diseño, a la vez novedoso y que facilite el desarrollo del acto de compra de manera práctica y diferencial, el ofrecer una oferta comercial completa y variada que engloba no solo comercio sino ocio, restauración, servicios etc., una gestión activa de marketing integrando lógicamente los contenidos y la comunicación digital y una gestión unitaria y profesional son factores esenciales para la satisfacción del consumidor, tanto en el pasado reciente como en el presente y el futuro.

¿Tiene España capacidad para acoger nuevos centros comerciales?

Tenemos 551 centros y parques comerciales, unos 15,6 millones de m² y una cifra de GLA por cada 1.000 habitantes completamente en línea con los países de nuestro entorno.

Los centros y parques comerciales en nuestro país, que tienen una cuota de mercado del 18% y que sigue creciendo, siguen acaparando la atención e interés de inversores nacionales e internacionales. Así, por ejemplo, en el primer semestre del año la inversión en transacciones de centros comerciales superó los 1.300 millones de euros, lo que indica que al final de año podríamos estar por encima de las cifras de 2016, año en el que la inversión en *retail* concentró un 45% de la inversión en España. También quiero

destacar que hasta 2019 está previsto que se pongan en marcha 19 nuevos proyectos entre aperturas y ampliaciones de centros y parques comerciales, que sumarán más de 1,3 millones de nueva superficie comercial lo cual parece indicar que todavía existen submercados en los que una nueva oferta comercial tiene cabida.

Estos datos reflejan la buena situación del sector y sin caer en la autocomplacencia, si seguimos trabajando en esta dirección, seguiremos siendo un jugador muy relevante en el mercado de la distribución minorista. Siempre que haya propuestas innovadoras, habrá espacio para ellas.

¿Cuáles son las perspectivas del sector para los próximos años?

Se nos presenta un futuro con retos que afrontar, pero con muy buenas perspectivas.

Según los últimos datos con los que contamos en la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales, hemos crecido en ventas y en afluencias, se sigue creando empleo y, como ya he mencionado, nuestro sector continúa atrayendo el interés de inversores de todo el mundo. Estas cifras confirman que los centros y parques comerciales son una industria en crecimiento.

Como hemos mencionado antes, en los próximos años seremos testigos de la integración de la digitalización en nuestro sector, de un número creciente de operaciones de transformación y remodelación de centros existentes, así como del nacimiento de nuevos proyectos, con un grado mayor de especialización y en los que el ocio y la restauración jugarán un papel preponderante. Algunos conceptos como “innovación”, “diferenciación” y “experiencia” estarán a la orden del día.

El futuro pasa por mejorar la propuesta de valor a través de una mejor experiencia de compra apoyada por un entorno innovador donde los servicios, la arquitectura y el ocio marcarán la diferencia.

Recientemente se ha celebrado el III Foro de la AECC en el que se ha tratado el tema de la digitalización, ¿cómo se sigue trabajando en el sector para incrementar las sinergias entre el comercio online y offline?

La creciente adopción de las tecnologías digitales en las empresas está transformando los negocios y modificando la forma en la que nos relacionamos con nuestros clientes. Nuestro sector no se está quedando atrás en este aspecto y consideramos el comercio *online* y el comer-

"Lo físico y lo digital convergen, comercio *online* y *offline* deben trabajar siempre juntos para lograr unos resultados que no pueden alcanzar de forma separada"

cio tradicional un único canal. Es cierto que el consumidor usa cada vez más estas nuevas tecnologías y que los centros comerciales tenemos que adaptarnos a ellas para atender las grandes exigencias del nuevo consumidor, pero también es cierto que la tienda física sigue siendo el principal punto de venta por varias razones: permite tocar y probar el producto, la entrega es inmediata, facilita la experiencia de compra y genera lealtad del consumidor hacia la marca.

En definitiva, el *e-commerce* es un elemento esencial que ha venido para quedarse y que debe considerarse complementario al de la compra presencial. Lo físico y lo digital convergen, comercio *online* y *offline* deben trabajar siempre juntos para lograr unos resultados que no pueden alcanzar de forma separada.

¿Cómo valora la calidad de los centros comerciales españoles en estos momentos?

El nivel de los centros comerciales en España es uno de los mejores de Europa. Nuestros centros comerciales han potenciado la oferta de restauración y de ocio y las zonas comunes, convirtiéndose en un lugar de encuentro para los clientes de todas las edades. Han invertido en innovación y en nuevas tecnologías, desarrollando una verdadera estrategia omnicanal, y han apostado por diseños modernos y diferenciados hasta convertirse, en algunos casos, en icono urbano. Además, el sector se centra en el modelo de ciudad para fomentar el comercio de proximidad.

Los nuevos centros comerciales en España son cada vez más grandes, con más variedad en los comercios y con tiendas más amplias y todos con un objetivo común, dar mejor servicio a los consumidores [(O)]

La transformación digital del sector *retail*



Ricardo Martí-Fluxá
Presidente de la Asociación de
Consultoras Inmobiliarias

La transformación digital del sector *retail* es una realidad impuesta principalmente por la evolución en el comportamiento de los consumidores –hoy denominados consumidores conectados– que han transformado el cómo y el cuándo realizar el proceso de compra. La llamada Revolución 4.0, causada por la rapidez y profundidad de los últimos avances tecnológicos, ha llevado a que los *retailers* respondan mejorando sus procesos de omnicanalidad e introduciendo tecnologías digitales que les den ventajas competitivas. Han aprendido a rentabilizar lo mejor de la realidad física y digital del *e-commerce* dando lugar a la última gran tendencia en marketing que aprovecha las ventajas de ambos entornos para construir un marco integrador, donde el “cliente conectado” puede elegir respondiendo a sus intereses.

Según constatan los datos recogidos por nuestros asociados, en España –cuarto país de la Unión Europea en volumen de facturación por detrás de Reino Unido, Francia y Alemania– el comercio electrónico genera actualmente 24.000 millones de euros, lo que supone un incremento del 20% con respecto al año anterior. Pero es sin duda el comercio minorista el que está experimentando una gran expansión.

Los *retailers* se enfrentan a usuarios abiertos a integrar tecnologías emergentes como la realidad virtual en sus hábitos de consumo; un desafío que, no debemos olvidar, también aporta grandes ventajas competitivas. Cada vez más personas, procesos y objetos están conectados a Internet, permitiendo a los principales actores recopilar y analizar información acerca de los gustos de los consumidores. En este sentido, el *big data* se posiciona como herramienta vital para obtener un mayor conocimiento del comportamiento de los usuarios, y de esta forma detectar tendencias, corregir problemas en los productos y ofrecer promociones personalizadas y nuevos servicios en tiempo real. Esta captura, integración y análisis de los datos se realiza con independencia del canal físico y *online* en el que se originan.

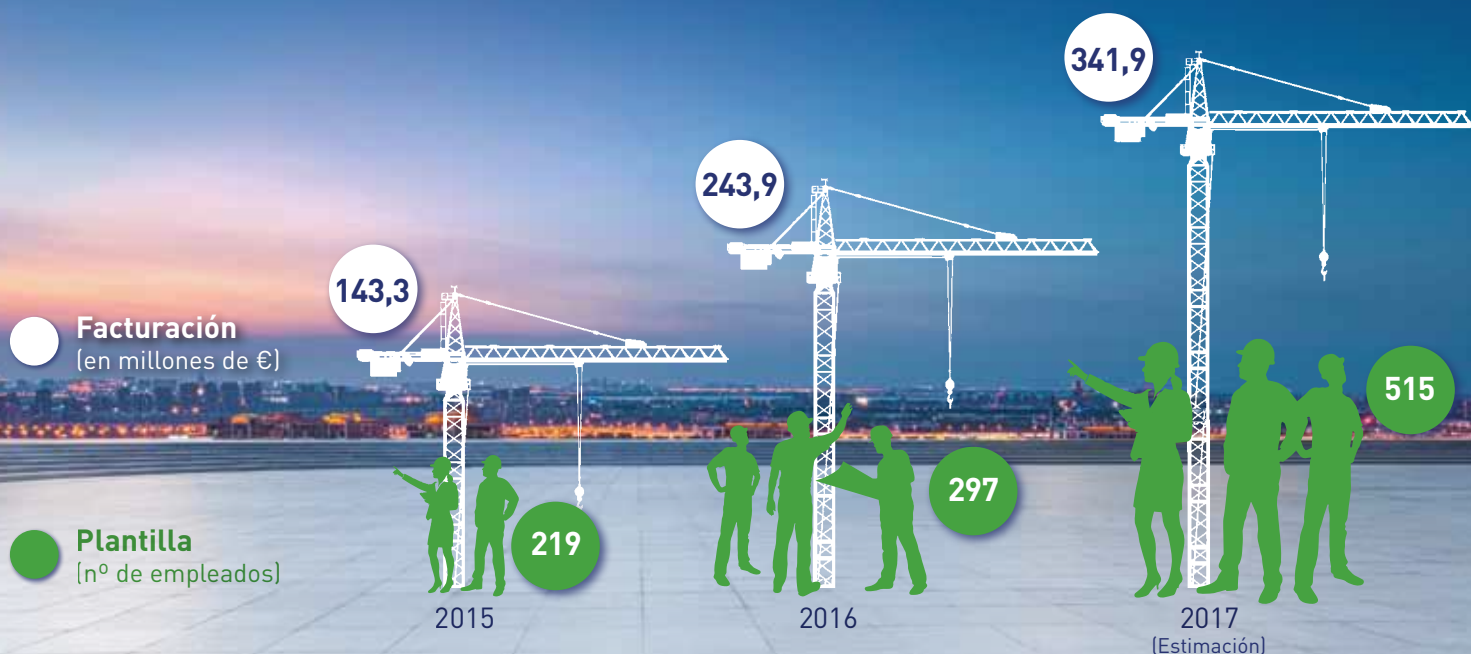
En esta senda encontramos actores como Amazon –claro ejemplo de desarrollo en su estrategia de comercio online e innovación tecnológica en la digitalización de sus servicios– que están revolucionando el mercado. Además de haber comenzado a abrir almacenes físicos en Madrid y Barcelona, la multinacional estadounidense es pionera en la puesta en marcha de aplicaciones del IoT (*Internet of Things*). Su nueva aplicación Dash Buttons permite a los usuarios solicitar productos a través de la instalación de botones adhesivos de plástico. Estos botones se conectan a través del Wi-Fi del domicilio y se configuran al instalarlos con una aplicación del *retailer*, describiendo la cantidad de producto que se quiere pedir cada vez que se utilicen.

En definitiva, aunque la tienda física sigue siendo la principal elección de los consumidores para realizar sus compras, ambas realidades (*online* y *offline*) convergen y con ella lo hacen sus canales. Los *retailers* se encuentran en el momento de redireccionar la experiencia de los clientes y acelerar su transformación digital. La realidad del sector está cambiando y con ella, la realidad de los *retailers*. Por ello las empresas que sean capaces de adaptarse a un diseño de procesos creativos cercanos al perfil del usuario “más humano”, serán las que consigan enfocar mejor sus resultados al conectar con él de manera más natural y transparente. [()]

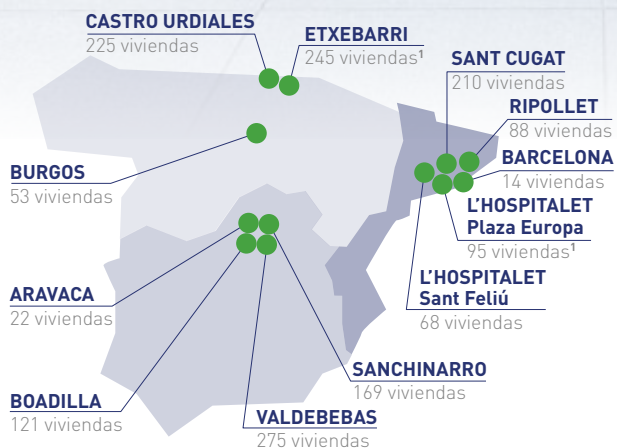


Un grupo en constante crecimiento

INBISA agradece a todos sus empleados, directivos, clientes, proveedores y entidades financieras la confianza depositada y su contribución al crecimiento de nuestro GRUPO.



1.600 Viviendas
en promoción



¹ Promoción Delegada



Más de 70 obras
en ejecución



La AECC celebra su III Foro bajo el título «Retos y Oportunidades: Financiación, Inversión y Digitalización»

La Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC) ha celebrado el 20 de septiembre en la Casa de América de Madrid su III Foro AECC bajo el título “Retos y Oportunidades: Financiación, Inversión y Digitalización”.



Javier Hortelano. Presidente de la AECC.



Javier Ruiz Santiago. Viceconsejero de Economía e Innovación de la Comunidad de Madrid.

El Foro de la AECC es ya un referente en el que se dan cita representantes de las compañías más importantes del sector, además de expertos en economía e innovación que aportan una visión global del entorno del retail del presente y el futuro.

La inauguración del III Foro AECC corrió a cargo del viceconsejero de Economía e Innovación de la Comunidad de Madrid, Javier Ruiz Santiago; del director general de Política Comercial y Competitividad (Secretaría de Estado de Comercio) Antonio García Rebollar y del presidente de la AECC, Javier Hortelano de la Lastra, quien destacó y cuantificó la aportación del sector de los centros y parques comerciales a las principales magnitudes económicas de España: 1% del PIB, 2,2% del empleo nacional y 10% del empleo del sector servicios, 45.000 millones de euros de ventas... Javier Hortelano



Antonio García Rebollar. Director general de Política Comercial y Competitividad, Secretaría de Estado de Comercio.

también hizo referencia a algunos de los principales retos a los que se enfrenta este sector tan dinámico de la economía y entre ellos, a los tres grandes temas del Foro: Inversión, modelos de financiación digitalización.

LA ECONOMÍA, EN EL BUEN CAMINO

Abrió las conferencias el economista Juan Ramón Rallo, quien aportó su visión de la situación económica de España y el entorno económico global. Rallo señaló también el proceso de desapalancamiento que ha llevado a cabo el sector privado en España. “Hoy la deuda de las empresas y de las familias españolas está cerca de la media europea. Estamos creciendo y pagando deudas”, afirmó. Asimismo, apuntó algunos retos importantes, como el de no cometer errores del pasado. En este sentido, Rallo afirmó que “estamos muy lejos de una nueva burbuja en el sector inmobiliario español y este sector es en el momento actual mucho más sano que hace diez años”.



El economista Juan Ramón Rallo, durante su intervención.

INVERSIÓN: NUEVOS FORMATOS, NUEVOS ACTORES

A continuación Mikel Echavarren, CEO de Irea, aportó su “Visión sobre posibilidades existentes de financiación”. Tras recordar que el sector de los centros comerciales “ha pasado una situación dramática durante la crisis” y los problemas heredados que condicionan el otorgamiento de nueva financiación, expuso que “la salida de la crisis ha provocado una pujanza de inversión internacional que convive un con activos con grandes dificultades”. En este contexto se abre un abanico de actores que compiten en el mercado para proveer financiación, tanto para grandes operaciones, como para actuaciones de menor volumen. Por último, Echevarren puso énfasis en la importancia de la profesionalización de la gestión y el tamaño de los potfolios de activos para acceder a una financiación más barata y flexible. “Es una tendencia imparable la generación de carteras grandes y no de propietarios individuales. Vamos a un sector cada vez más complejo, con mayor consolidación y no es un sector para aficionados”, sentenció el CEO de Irea.



Mikel Echavarren, CEO de Irea.

de nuevos proyectos y de suelos, plazos, elementos determinantes para obtenerla (tamaño, sponsor, riesgo...), rangos y fórmulas de financiación o la creciente tendencia del elemento ocio en los centros, fueron algunos de los temas que se trataron este panel.

REQUERIMIENTOS Y MODELOS DE FINANCIACIÓN

Posteriormente, se abrió un panel de análisis y debate sobre la financiación en España, con Mikel Echavarren como moderador y la participación de Hermann Montenegro (Axa), Javier Ricote (Caixabank), Koldo Ibarra (Natis) y Enrique Zoueín (Tyndaris). Financiación

LOS CENTROS COMERCIALES, AL LADO DEL CLIENTE

Después, se abordó la inversión en centros comerciales en España, de la mano de Ignacio Iturriaga (socio de Irea y moderador), Sebas-



Mesa redonda sobre financiación.



Mesa redonda sobre inversión.



Mesa redonda sobre digitalización.



Pablo Foncillas cerró las intervenciones del III Foro AECC.

tián Palacios (Carmila), Luis Lázaro (Merlin Properties), Eduardo Ceballos (Neinver) y Javier Solís (Unibail-Rodamco). Aquí se abordaron aspectos tan determinantes como el perfil de inversión y la tipología de activos a los que se dirigen los inversores, si el capital entra en la promoción de nuevos centros o en el reposicionamiento de los ya existentes, el tamaño de los centros, el cambio de formato y servicios, la complementariedad o no con internet. En este sentido, en la mesa redonda no se quiso dejar a un lado el futuro de los centros comerciales ante los retos a los que se enfrentan conviviendo con el auge del e-commerce, y la exigencia cada vez mayor de los clientes. “Aunque cada año esté modificándose, la tienda física no va a desaparecer nunca. La digitalización es la base de nuestra estrategia a través del desarrollo de herramientas al servicio del comerciante. El término tráfico al centro es un concepto ya obsoleto. ¿Cómo conecto con los clientes que están en sus casas? Ahí está el corazón del asunto”, afirmó el director general de Carmila España, Sebastián Palacios.

LA OMNISCANALIDAD Y LA INNOVACIÓN SON EL FUTURO

Tras el almuerzo y *networking* tuvo lugar otra mesa redonda sobre la transformación digital desde la perspectiva del comerciante. En ella intervinieron Cristina García (Grupo Lar) como moderadora, y Javier López (Carrefour), Luis Monserrate (Pepe Jeans), Gema de la Morena (JD Sports), Samuel Bolaños (Yelmo Cines) y Miguel Madrigal (Leroy Merlin). Los participantes en esta mesa coincidieron en que es el momento más importante de la historia del *retail*, que es esencial que se produzca un cambio cultural y que la omnicanalidad es el futuro.

La última ponencia, titulada “Retail destino 2025. What’s next?”, la impartió Pablo Foncillas, experto en innovación en el ámbito comercial y docente del IESE, quien realizó una radiografía para dar a conocer algunas de las mejores prácticas de *retail*, aprovechar las palancas tecnológicas y otras acciones como la ruptura de barreras del *shopping time* y a la “combinación ganadora”, la integración de lo *online* y lo *offline*. []

Nosotros ponemos la casa. Tú, las historias.

Nuestras promociones en **Cataluña**



- **62 viviendas con terraza** de 2, 3 y 4 dormitorios en **L'Hospitalet de Llobregat**.
- Exclusiva torre de 14 plantas en el corazón de Plaza de Europa.
- Con piscina y solárium en la cubierta del edificio. Sala polivalente comunitaria.
- Excelente conexión en vehículo privado y a través de transporte público.



Plaça d'Europa, 126,
L'Hospitalet de
Llobregat, Barcelona
Tel. 93 595 07 36



- Complejo de **138 viviendas** en **Sabadell**, a 20 minutos de Barcelona.
- Amplias zonas ajardinadas, piscina familiar e infantil.
- Pista de pádel, área de juegos y sala comunitaria polivalente.
- ¡Segunda fase de 42 viviendas ya a la venta!



Carrer Copenhaguen
235, Sabadell,
Barcelona
Tel. 93 595 10 64



- Magnífico edificio de **30 viviendas** en **Sant Just Desvern**.
- Casas de 3 y 4 dormitorios con terrazas particulares.
- Exclusivos áticos con terrazas panorámicas.
- Zonas comunes con piscina y área de juegos.



Carrer Carmen
Amaya 2, Sant Just
Desvern, Barcelona
Tel. 93 595 10 88



- Torre de **55 viviendas a 5 minutos de Diagonal**.
- Amplias viviendas con terraza de 2, 3 y 4 dormitorios.
- Piscina de adultos e infantil en la cubierta del edificio. Solárium comunitario.
- Excelente conexión vial tanto privada como de transporte público.



Carrer Estronci 99,
L'Hospitalet de
Llobregat, Barcelona
Tel. 93 595 10 68



- **26 viviendas unifamiliares adosadas** en **El Masnou**.
- Exclusivo complejo en la costa del Maresme.
- Zonas comunes con piscinas y área de juegos.
- Fantásticas vistas panorámicas a un paso de las playas.



Carrer de Marta Mata,
El Masnou,
Barcelona
Tel. 93 595 10 92



- **88 viviendas** de 2, 3 y 4 dormitorios a 500 metros del Paseo Marítimo de **Vilanova i la Geltrú**.
- Piscina con vistas al mar y terraza solárium en cubierta.
- Áreas ajardinadas y aparcamiento para bicicletas.
- ¡Últimas unidades a la venta!



Carrer de Pere Jacas
31, Vilanova i la Geltrú,
Barcelona
Tel. 93 595 10 66

Financiación en centros comerciales



Mikel Echavarren

CEO irea
info@irea.es

La financiación del sector de centros y parques comerciales ha pasado durante la crisis por un proceso dramático de aprendizaje.

Muchos aspectos clave de los acuerdos de financiación quedaron muy dañados por dicha experiencia:

- La volatilidad de las rentas variables.
- La inseguridad de las rentas fijas contractuales en situaciones de crisis
- Las dificultades de sostener un centro cuando entra en barrena su ocupación y su afluencia.
- La inaplicabilidad efectiva de los covenants bajo la legislación española

Ante el repliegue inicial de los bancos comerciales españoles, se han incorporado al mercado nuevos actores que compiten en diferentes modalidades de financiación

- Las trampas concursales y las dificultades de ejecución de las garantías reales y pignoratias en dicho contexto
- La toxicidad de determinados instrumentos de cobertura de tipos de interés

Estas experiencias condicionan actualmente el otorgamiento de nueva financiación, sobre todo a propietarios sin una solvencia relevante.

La salida de la crisis ha provocado la coexistencia de situaciones post crisis, financiaciones sobrevenidas resultantes de múltiples refinanciaciones, del traspaso de deuda de suelos residenciales a activos comerciales, ratios disparados de deuda sobre el valor de los activos, junto con un sector de inversión pujante dominado por las socimis e inversores institucionales, que han conseguido abrir nuevas fórmulas de financiación, inicialmente sin amortización o *bullet*, y posteriormente mediante financiaciones corporativas con recurso a sus sólidos balances y mediante emisiones de bonos.

En este contexto y ante el repliegue inicial de los bancos comerciales españoles, se han incorporado al mercado nuevos actores que compiten en diferentes modalidades de financiación.

Aseguradoras financiando la adquisición de grandes activos terminados, fondos, banca de inversión y banca comercial financiando activos de tamaño medio y fondos de financiación alternativa enfocados a proyectos de menor importe o completando tramos de LTV no cubiertos por la banca.

La crisis ha reforzado la necesidad de contar con equipos especializados en financiación de activos comerciales por parte de la banca comercial, tanto para proyectos nuevos como para activos existentes. El análisis para la concesión de la financiación es un hito muy relevante pero insuficiente. La clave de la sostenibilidad de dichas financiaciones es el seguimiento activo del comportamiento del centro y de su entorno competitivo.

Fruto de las experiencias de la crisis, se añaden otros factores relevantes para la concesión de financiación por parte de la banca internacional y de los fondos especializados, como el sometimiento de las financiaciones a la ley inglesa para hacer valer realmente los *covenants* de los préstamos, así como la “exportación” de los activos hacia vehículos societarios radicados en Holanda o Luxemburgo, de cara a aplicar su agilidad en la ejecución de la pignoración de acciones frente al calvario concursal español.

A pesar de la modificación de la Ley Concursal que en su nueva redacción del art 56 indica que “En particular, no se considerarán necesarias para la continuación de la actividad las acciones o participaciones de sociedades destinadas en exclusiva a la tenencia de un activo y del pasivo necesario para su financiación, ...”, no existe jurisprudencia suficiente que otorgue confort a la banca internacional para creer en la agilidad de los juzgados españoles en la ejecución de las garantías de sus préstamos.

Nuestra jurisprudencia concursal es tan frágil que se está empujando a estos negocios hacia legislaciones ágiles y no sujetas a interpretaciones extemporáneas para poder acceder a la financiación de la banca internacional y de algunos fondos.

La financiación es básica en la inversión en activos comerciales con un alto consumo de capital y con retornos crecientes pero cada vez más ajustados, muy dependientes de la profesionalización de la gestión y de las economías de escala.

El tamaño de los activos y de los portfolios supone una ventaja significativa en términos de acceso a la financiación alternativa mediante la emisión de bonos o de proveedores no tradicionales de financiación

El tamaño de los activos y de los portfolios supone una ventaja significativa en términos de acceso a la financiación alternativa mediante la emisión de bonos o de proveedores no tradicionales de financiación.

Esta necesidad conlleva una tendencia imparable hacia la consolidación del sector, donde el promotor aislado jugará cada vez más en desventaja en términos de financiación además de su cada vez más limitada capacidad para negociar las condiciones comerciales con las anclas tradicionales.

Adicionalmente, los proveedores de financiación no pueden ser ajenos a los cambios que sufre el sector en relación con el crecimiento del comercio electrónico y la reubicación de las principales anclas en el centro de las grandes ciudades y deberá especializarse en mayor medida para anticipar el impacto de estas tendencias en los riesgos de sus deudores.

El análisis del NOI, de las necesidades de mantenimiento de los centros y del cumplimiento de los *covenants* establecidos en la financiación son aspectos fundamentales que chocan de lleno con la interpretación laxa de los juzgados mercantiles respecto al posible incumplimiento de ciertas condiciones de la financiación. Esta incertidumbre añadida a la financiación supone un coste adicional difícil de evaluar pero relevante para todo el sector.

Las fuentes de financiación se diversifican y se especializan en mayor medida los equipos de especialistas en el análisis y seguimiento de riesgos.

No es un sector para aficionados. [(O)]

Los riesgos en los centros comerciales



Susana Rodríguez

Socia y directora general de Consultoría de Aguirre Newman.
Profesora UPM-eiRISK

La semana pasada visitaba Alicante con motivo del Master en Riesgos Inmobiliarios que imparten la Universidad Politécnica de Madrid y el European Institute of Real Estate Risk Management del que soy profesora, y en mi paseo por la ciudad me encontré con una escena que se repite por todo el panorama nacional: centro comercial en una ubicación privilegiada compuesto por no menos de 40 locales, en su mayoría cerrados.

La gestión del riesgo es un elemento diferencial en el éxito de cualquier inversión inmobiliaria, pero si hay una tipología de activo donde el análisis de riesgos es fundamental, esa es sin duda la de los centros comerciales. A los riesgos habituales relacionados con la ubicación, comunicaciones, accesibilidad, evolución demográfica, situación socioeconómica y tramitaciones urbanísticas, se unen otros más específicos entre los que destacaría al menos tres.

En primer lugar, un riesgo evidente que está en boca de todos, la amenaza que supone para los centros comerciales tradicionales el avance imparable del *'ecommerce'*, que acumula diez años de crecimiento continuado en nuestro país, con una cifra de facturación que supera los 24.000 millones de euros. El 70% de los usuarios de Internet en España realizan compras *online*, con un gasto medio anual que ronda los 1.400 euros. ¿Terminarán entonces las tiendas virtuales con el comercio tradicional? ¿Qué compramos exactamente los españoles *online*? Encabezan la lista todos los negocios relacionados con turismo y ocio –billetes de avión, alojamiento en hoteles, entradas a espectáculos– y escalan posiciones la moda, electrodomésticos, imagen y sonido, así como los juegos de azar. Si el comercio electrónico es una amenaza o una oportunidad para el comercio tradicional, solo el tiempo lo dirá. Lo cierto es que el sector evoluciona y reacciona hacia un modelo con menos puntos de venta pero con espacios más grandes y espectaculares, donde el consumidor puede conocer y probar los artículos, identificarse con la marca, recibir asesoramiento personal y recoger o devolver sus compras.

En cualquier caso, no olvidemos que el hombre es un ser social por naturaleza y busca espacios de relación con los demás. Aparecen en nuestras ciudades nuevos conceptos de *'food & beverage'*, espacios de ocio infantil y juvenil e incluso, por paradójico que resulte, locales donde se desarrollan juegos de azar y apuestas *online*.

Otro de los riesgos clave en el mundo del *retail* es la competencia y, relacionado con este, el tamaño de los centros comerciales. En todas las ciudades que conozco, tiendas, bares y restaurantes tienden a agruparse y complementarse. Este es objetivo precisamente de los centros comerciales: aglutinar una oferta variada y completa que atraiga y satisfaga las necesidades del consumidor. Los expertos apuestan por centros comerciales más grandes, con tiendas más amplias y espacios de ocio, capaces de cautivar y atrapar a los potenciales compradores. Una de las mayores amenazas para un centro comercial en funcionamiento es la posibilidad de que un gigante del sector decida promover otro centro mayor, más completo y moderno, que



A los riesgos habituales relacionados con la ubicación, comunicaciones, accesibilidad, evolución demográfica, situación socioeconómica y tramitaciones urbanísticas, se unen otros más específicos entre los que destacan al menos tres: la amenaza que supone para los centros comerciales tradicionales el avance imparable del ‘ecommerce’; la competencia y el tamaño de los centros y el riesgo vinculado a la capacidad de los centros de adaptarse a las nuevas tendencias

acabe fagocitando el negocio existente a su alrededor, como ya ha ocurrido en algunos casos paradigmáticos como Zaragoza o La Coruña.

Por último, y no menos importante, cabe destacar el riesgo vinculado a la capacidad de los centros de adaptarse a las nuevas tendencias, que a su vez afecta a numerosos aspectos tales como la sostenibilidad, la iluminación, el confort y el mix comercial. Los consumidores buscamos una experiencia placentera en nuestra visita a un centro comercial y decidimos en función de las facilidades y comodidades que nos ofrecen. Según diversos estudios, dos tercios de los visitantes obtienen información sobre el centro y sus servicios antes de su visita y valoran, además de la oferta comercial, la facilidad de acceso, los servicios de información y los espacios de ocio y descanso.

Mientras muchos se preguntan si Amazon terminará con el comercio tal y como lo conocíamos hasta ahora, lo cierto es que inversores, promotores y consumidores mantienen su apuesta por el sector. Los centros comerciales

siguen acaparando el interés de fondos de inversión y socimis, convirtiéndose en el segundo segmento inmobiliario con mayor inversión, sólo superado por las oficinas. Tras la cifra récord alcanzada en 2016 –más de 3.500 millones de euros de volumen de inversión– la actividad se mantiene en el presente ejercicio. Por su parte, los promotores anuncian hasta 10 nuevas aperturas para los próximos dos años, animados por el repunte del consumo y las cifras positivas de afluencia, que dan como resultado un mayor crecimiento de las ventas.

En definitiva, asistimos a un momento muy interesante para un sector maduro que ha crecido de forma extraordinaria desde la década de los '80 y que ahora se enfrenta a una etapa de grandes cambios, en la que veremos aparecer una nueva generación de centros comerciales con conceptos novedosos que respondan las formas y hábitos de vida que la sociedad demanda. En este contexto, se pone de manifiesto, más que nunca, la relevancia de llevar a cabo un correcto análisis de riesgos para anticipar y garantizar el éxito de la inversión. [●]

Travel Retail: Oportunidad de negocio



Eduardo Martín
Director Comercial de
Éxico Management

El Travel Retail representa hoy en día una de las mayores oportunidades de negocio y de desarrollo comercial para las principales firmas y marcas de valor, por lo que muchas de estas compañías están interesadas en implantarse en los principales espacios de tránsito comercial dedicados al público que viaja.

Disponer de una tienda en entornos como aeropuertos, estaciones de ferrocarril o zonas portuarias puede ser una gran apuesta comercial que requiere una organización exacta de la distribución y el almacenaje, a la par que un despliegue logístico que va mucho más allá de lo habitual en cualquier establecimiento comercial de calle o centro comercial. Los aeropuertos de todo el mundo se han convertido en auténticos grandes almacenes en los que es posible adquirir desde artículos de lujo a productos de moda textil, licores, alimentación, regalos, etc.

Este aumento de lugares y espacios comerciales genera una nueva forma de retail, el Travel Retail, y con él una nueva forma de vender y de impactar en el consumidor. Este tipo de re-

tail se enfrenta a grandes retos como: destacar y atraer a un perfil de consumidor, cuyo principal objetivo es viajar, no comprar.

Éxico Management S.L. está consolidada actualmente como empresa líder y de referencia en el mercado nacional e internacional, especializándose en la gestión integral de proyectos y obras del sector Travel Retail en los principales aeropuertos del mundo, desarrollando y potenciando cada día los diferentes ámbitos de la gestión relacionada con el Travel Retail: proyectos y obras, construcción, contratos, desarrollos, costes, riesgos, planificación, etc.

EXPERIENCIA, CUALIFICACIÓN Y FLEXIBILIDAD

Nuestros más de 20 años de experiencia en el sector del retail y nuestra amplia red de proyectos de Travel Retail, desarrollada desde 2009 en los principales aeropuertos nacionales e internacionales bajo la marca Éxico, nos avalan como socio idóneo para el posicionamiento en este sector.

Nuestra cualificación y especialización nos permite elaborar soluciones integrales que cubren todas las necesidades de nuestros clientes con flexibilidad, personalización y eficiencia.

Damos gran valor al cumplimiento de la calidad, los plazos y calendarios, los costes y los presupuestos exigidos por nuestros clientes, respetando siempre las legislaciones administrativas y las normativas técnicas de cada país de implantación, el medio ambiente y manteniendo los niveles de seguridad laboral necesarios.

Éxico Management S.L. dispone de un equipo de profesionales formado por arquitectos, arquitectos técnicos, ingenieros, ingenieros técnicos y personal técnico altamente cualificado, con una amplia experiencia y una formación multidisciplinar. Nos adaptamos con flexibilidad a las condiciones de trabajo más extremas, coordinando y ejecutando los más diversos proyectos sin alterar la vida cotidiana del aeropuerto y ni el tránsito del público viajante, lo cual, sumado al cumplimiento de plazos, es un requisito frecuente para las principales firmas y marcas de este sector.



La misión de Éxico Management consiste en conseguir que cada metro cuadrado no solo satisfaga las necesidades y requisitos transmitidos por nuestros clientes, sino que los ambientes entregados tengan su propia seña de identidad, que transmitan el concepto puro y genuino de cada marca, que atraiga al público y se diferencie de su competencia.

Somos la solución ideal para las marcas y firmas que desean aumentar su capacidad de venta y resaltar el valor que transmite su establecimiento, haciendo que el viajero pueda experimentar nuevas sensaciones de compra mientras espera a embarcar hacia su próximo destino.

Este tipo de público resulta especialmente difícil de captar, ya que su principal objetivo no es comprar, sino viajar. No obstante, sabemos que parte de este público –el que viaja por vacaciones– está más receptivo a las compras y busca disfrutar. Este es un factor a favor del Travel Retail y de las tiendas de los aeropuertos, que cubren esa necesidad y demanda del consumidor ofreciéndole la posibilidad de invertir su tiempo en hacer las compras que no ha tenido tiempo de realizar en origen o en destino como pueden ser compras de última hora, regalos, etc. Todo pasajero que transita un espacio por

primera vez necesita que se atraiga su atención de una forma muy sencilla, clara y directa.

DISEÑO, PERSONALIZACIÓN Y CERCANÍA AL CLIENTE

Nuestro equipo técnico cumple y lleva a cabo el interiorismo corporativo basándose en el estudio minucioso del caso retail que mejor se adapte a sus necesidades, optimizando el espacio y colocando sus productos de la mejor manera posible, ajustándonos siempre al presupuesto disponible. Diseñamos un concepto de retail global para cada negocio, estableciendo varios grados de aplicación en función de la superficie, la visibilidad, los objetivos, etc.

Trabajamos con las marcas y productos más vendidos en los aeropuertos, que van desde la alta cosmética, la moda textil y los licores, hasta las bebidas y la alimentación. Estos productos deben causar el máximo impacto visual para que el pasajero se fije en ellos en el poco tiempo que dispone en el aeropuerto. Así pues, nuestros proyectos son una herramienta de diseño que impulsa la visibilidad y su conversión en compra, lo que supone una de las partes más importantes de todo proceso de retail management.

Nos esforzamos por crear valor a nuestros clientes con espacios enfocados a la funcionalidad y adaptados a sus propias necesidades, donde viajar y poder comprar sea parte de la experiencia del propio viaje

Nuestros servicios de consultoría retail son una guía de seguimiento que analiza los pormenores de cada estudio retail y establece medidas que ayudan al cliente a conseguir los mejores resultados.

Tenemos en cuenta factores como la escasez de tiempo de este tipo de público o la novedad de la primera vez que se visita un espacio, a fin de idear los mejores lugares para atraer su atención y conectar con sus instintos de compra. La visibilidad es crucial en este tipo de sector donde abundan los estímulos comerciales. Los productos promocionados deben resultar atractivos para el público, ya que el viajero suele contar con un tiempo limitado para hacer sus compras o dejarse seducir por los artículos expuestos en los puntos de venta de un aeropuerto.

VALOR AÑADIDO

En Éxico Management trabajamos en colaboración con los departamentos de marketing de nuestros clientes nacionales e internacionales para desarrollar y crear la misma imagen corporativa en todo el mundo y que todo sea coherente con la marca. Así, el viajero que viene a Madrid puede ver lo mismo que el de Panamá.

Hay que darle al viajero un valor añadido que no pueda encontrar en las tiendas de a pie y de fuera de los aeropuertos. Crear packs promocionales con artículos distintos y de regalo es una forma tremendamente eficaz de captar su atención y de crear un impulso de compra. Los aeropuertos se han convertido en espacios

multiculturales donde viajeros procedentes de diversos países se congregan en un mismo espacio, lo que supone un reto a la hora de promocionar o decorar un espacio comercial.

Destacamos en el ámbito del retail aeroportuario a las compañías españolas, especialmente valoradas por su trayectoria en materia de Travel Retail y los grandes esfuerzos que han realizado en los aeropuertos de España. Con sus nuevos diseños de tiendas han creado unos espacios muy dinámicos, modernos, elegantes y llenos de luz y color. Sientes un gran confort al realizar compras en sus tiendas.

Desde Éxico consideramos que hay un importante crecimiento del sector y observamos la tendencia de posicionamiento de las principales firmas y marcas en los espacios de tránsito de público en el comercio de aeropuertos. Todos los mercados siempre pueden evolucionar. El concepto del Travel Retail lo está haciendo creando estos nuevos espacios, que se asemejan a centros comerciales, y ofreciendo un servicio muy atractivo a los clientes, sobre todo, para aquellos que tienen que esperar muchas horas en un aeropuerto.

INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA

La innovación tecnológica móvil, el acceso Wi-Fi, las redes sociales y el e-commerce favorecen que los espacios comerciales de los aeropuertos también se adapten rápidamente al Travel Retail, favoreciendo la comunicación interactiva entre los viajeros y los espacios comerciales, anunciando su proximidad, sus productos, sus promociones, y el valor añadido que pueda impulsar la compra. Fruto de este avance, Éxico es una de las empresas internacionales en implantación de tecnología Video-World para la transmisión de imágenes, vídeos y mensajes publicitarios en dispositivos de iluminación LED con conectividad y transferencia en tiempo real desde la central del operador y transmisor desde Reino Unido (UK), llegando dicha información a nivel mundial a cada uno de los puntos de venta de las tiendas y espacios publicitarios.

Nos esforzamos por crear valor a nuestros clientes con espacios enfocados a la funcionalidad y adaptados a sus propias necesidades, donde viajar y poder comprar sea parte de la experiencia del propio viaje. [()]

EMERGE PRESENTA
A SÓLO UN PASO DE LA CASTELLANA

NUEVA PROMOCIÓN RESIDENCIAL 37 CALLE DE SAN GERMÁN (GRAL. YAGÜE) - MADRID

ARQUITECTURA EXCEPCIONAL, PISCINA Y ZONAS COMUNES
PISOS Y ÁTICOS DE 2 A 4 DORMITORIOS



Cómo el "apetito" por las áreas de restauración puede impulsar las compras en centros comerciales



Jorge Morgadinho
Director, Conceptual Design &
Architecture, Sonae Sierra

La innovación en los centros comerciales ya no es opcional, se ha convertido en algo obligatorio para los operadores y promotores. Los consumidores demandan cada vez más experiencias y opciones de ocio, que se salgan de lo habitual. Como consecuencia de ello, la transformación de las áreas de restauración en espacios clave para crear valor para los comerciantes y los propietarios de centros comerciales es tan importante como la mejora de las tiendas o de la provisión de ocio. Más que un lugar para comer, los visitantes están buscando en las áreas de restauración un punto de encuentro, donde reunirse y pasar un buen rato. Es por ello que desde Sonae Sierra hemos rediseñado las áreas de restauración y hemos desarrollado conceptos de áreas de alimentación de tercera generación, que atraen a más visitantes y clientes para permanecer durante un periodo de tiempo más lar-



Parklake. Bucarest (Rumanía).

go, generando mayores gastos, que se traducen en mayores ventas.

Mientras que en las áreas de restauración tradicionales el diseño debe estar unificado, en los nuevos conceptos no se trata solamente de crear un ambiente, sino una base sobre la que construir diferentes áreas, variadas y dinámicas, que cuenten con una decoración innovadora y sorprendente y que están destinadas a una gama más amplia de usos, como por ejemplo fomentar el trabajo, las reuniones de negocios, el estudio, el entretenimiento o simplemente para relajarse. En definitiva, que sean capaces de hacer que los clientes se sientan cómodos, tanto solos como en grupos de amigos, en familia o en pareja. Como siempre, el detalle es el que marca la diferencia: servicios para familias, puntos de carga para teléfonos y portátiles, zona para clases de cocina, una iluminación sofisticada, un buen tratamiento acústico, lavamanos incluidos en el diseño del espacio sin tener que ir a una zona de servicios, zonas con vistas agradables e incluso zonas de picnic en el exterior que pueden proporcionar una experiencia y tener un efecto significativo en el tiempo de permanencia, gasto y ventas en general.

Ya no diseñamos y desarrollamos simplemente áreas de restauración, ahora creamos mercados, cocinas, quioscos gastronómicos, *Food Halls* y otros conceptos que se encuentran alejados de los diseños tradicionales.

En España ya nos encontramos trabajando en la remodelación del área de restauración de GranCasa (Zaragoza). Esta intervención mejorará la experiencia de los visitantes de GranCasa y lo posicionará como uno de los referentes gastronómicos y de ocio en el centro de Zaragoza. Para ello, se ha trabajado en un diseño vanguardista e innovador, respetuoso con el medio ambiente y con una oferta de ocio para todos los públicos, que contará con un área infantil de dos plantas gratuita y sin precedentes en Zaragoza. Los trabajos de remodelación comenzaron a principios de este mes de julio y su finalización está prevista para la primavera de 2018.

A nivel internacional, podemos destacar el área de restauración de tercera generación del centro comercial ParkLake, en Bucarest (Rumanía), es un excelente ejemplo de cómo un área de restauración puede convertirse en una de las locomotoras de un centro. Está diseñado como punto de encuentro con la naturaleza, conectando espacios interiores y exteriores que a su vez hacen de nexo con uno de los parques más grandes de la ciudad. Se trata de una mezcla comercial innovadora y dinámica, creada a través de la yuxtaposición de quioscos temporales con una oferta variada de frutas y verduras frescas, y estilos de comida tradicional y étnica, tan diversificados como sea posible.

Otro claro ejemplo es Cascais Kitchen en CascaiShopping, en Portugal, el cual está inspirado en los mercados tradicionales de comida de Alemania, Holanda o Austria y es realmente un ejemplo convincente de un espacio multifuncional que combina con éxito el trabajo, el relax, el entretenimiento y la comida de diferentes partes del mundo. Además, la innovación arquitectónica y conceptual ha promovido en los primeros meses de su apertura un aumento de 2,9% en las ventas del área de restauración existente en CascaiShopping.

En Marruecos, el diseño del área de restauración para el Centro Comercial Marina, en Casablanca y en Arribat Center, en Rabat, han permitido a Sonae Sierra repensar completamente la importancia de la alimentación en estos centros comerciales, creando verdaderas locomotoras. Dos ejemplos más son los de CityLife, en Milán, Italia, "City Tast3" (que abrirá en noviembre de este año) y en Jardín Plaza Cúcuta, en Cúcuta, que se inaugurará en 2018. Todos estos proyectos cuentan con el mismo principio: un sentimiento de mercado tradicio-



Área de restauración y ocio en GranCasa. Zaragoza.



CascaiShopping. Portugal.

nal mezclado con un ambiente moderno, aunque sean diferentes entre ellos. La localización es clave, cada proyecto debe ser único y no repetirnos es crucial.

La comida está más de moda que nunca y algunos chefs ya son como estrellas del rock. La comida está muy presente en cada aspecto de nuestras vidas, desde programas de televisión, revistas, clases de cocina y reseñas de sitios web. Creemos que conceptos como los que Sonae Sierra está desarrollando para sus propios proyectos y para terceros crean una razón por sí misma para experimentar una visita a un centro comercial y se convierten en el ancla principal del esquema global, ofreciendo un lugar de nuevas sinergias que pueden promover la evolución de estrategias de monetización y creación de valor, al tiempo que mejoran la diferenciación y subrayan el liderazgo de una oferta comercial en su entorno urbano. [(O)]

Carmila, the smart shopping centre company



Sebastián Palacios
Director Ejecutivo de Carmila España

Los centros y parques comerciales experimentan una metamorfosis que se apoya sobre la innovación, cercanía y la excelencia de la **experiencia del cliente**, unos aspectos que implican tanto al comerciante, que deposita su absoluta confianza en dicho espacio, como al cliente que acude al propio centro.

Cuando el visitante cruza la puerta de un centro comercial, aspira a obtener una **experiencia 360°, diferente e interactiva**. Lo mismo ocurre con el operador que cuenta con un establecimiento en uno de estos espacios y demanda una **cercanía** por parte de los responsables del centro, así como herramientas para potenciar su negocio. Esta es precisamente la filosofía con la que nació **Carmila** y que hoy, tres años después, seguimos abanderando con éxito.

Bajo el concepto de 'inmobiliaria de tercera generación' se agrupan las **cinco palancas de creación de valor** que conforman la **estrategia** de Carmila: las renovaciones de los centros, las acciones de marketing local omnicanal, la modernización de la oferta comercial, las ampliaciones y las **adquisiciones de nuevos centros**.

Todas ellas han generado unos resultados muy positivos. Desde su creación, Carmila España ha logrado una subida importante de la

frecuentación, las ventas de los comerciantes, la satisfacción del cliente y la ocupación, que ha alcanzado un 96%.

Estas cifras responden a la voluntad decidida de Carmila, de crear un **ecosistema comercial** al servicio del cliente, **modernizar y digitalizar** constantemente los centros y, en definitiva, ser una inmobiliaria comerciante.

SMART SHOPPING CENTRE

El atractivo de los centros Carmila para los comerciantes reside en su condición de **Smart Shopping Centre**, siempre al servicio del operador, de sus necesidades y de su importante potencial de crecimiento. Para ello, cuenta con diferentes servicios que pone a disposición de sus más de **2.400 comerciantes**.

La compañía lanzaba el año pasado **Carmiweb**, un proyecto destinado a desarrollar soluciones digitales, que establecen una relación directa entre el operador y el consumidor local.

Entre las herramientas puestas en marcha, se encuentra la realización de **operaciones multicanal** (CRM & data, marketing relacional y local o *cross canal*), así como la **reserva online de citas** en sus plataformas digitales, una facultad muy útil para actividades relacionadas con los servicios. Otra opción a disposición de los *retailers* es, a través de una herramienta especializada, permitir a los clientes la **reserva online de productos**.

Por otro lado, el operador de Carmila cuenta con **Néstor**, un innovador portal web totalmente gratuito donde Carmila ofrece a sus comerciantes servicios exclusivos y personalizados que les ayudarán a impulsar las ventas de su negocio. A través de este sitio web, el operador puede acceder a los beneficios del '**Kiosco de servicios**', una herramienta pionera que incrementa la notoriedad del negocio, mejora su atractivo e impulsa sus ventas. Este apoyo de marketing local logró en 2016 que los establecimientos aumentaran una media de un 37% la afluencia de público durante la realización de las acciones.

Con **Néstor**, los operadores han conseguido mayor accesibilidad a todas las novedades de



Centro Comercial Los Patios.

los centros de la compañía. Además, los usuarios pueden elaborar y enviar las ofertas genéricas que deseen publicar en la web de cada centro donde tienen presencia, así como descuentos exclusivos para socios del **Club Carrefour y la Tarjeta Pass**.

HACIA UN NUEVO MODELO DE CENTRO COMERCIAL

Localizaciones estratégicas, marcas nacionales e internacionales de primer nivel, enseñanzas locales y regionales, cómodos e innovadores espacios... Los centros Carmila proponen una acogedora experiencia para el visitante compuesta por un **gran mix comercial** liderado por los sectores de moda, hogar, salud/belleza, restauración, ocio y servicios.

Además de la oferta de **grandes firmas** en sus centros, Carmila propone una **completa experiencia al cliente**, desarrollando innovadoras propuestas comerciales adecuadas a las necesidades actuales. Ejemplo de ello es el **Centro Comercial Alcobendas**, que ha puesto en marcha recientemente la zona de salud y belleza, un moderno espacio en el que confluyen rótulos de estos dos sectores. **Uniq Medical Center, Centros Ideal o Naturhouse**, son algunas de las grandes firmas que están presentes en la zona pensada

para el bienestar y la comodidad del visitante.

El espacio madrileño no es el único, ya que hasta **ocho centros** han comenzado su renovación en la segunda mitad del año, entre ellos el **Centro Comercial Los Patios**, el ejemplo de hacia dónde avanzan los centros de la compañía. El 'buque insignia' de Carmila, que ha comenzado recientemente la renovación y modernización de sus instalaciones, se sostiene sobre tres ejes fundamentales: la **dimensión humana**, donde el visitante es el protagonista; la **sostenibilidad**, con un amplio control del impacto ambiental y los consumos energéticos; y la **innovación**, con dispositivos de última generación, una conexión **Wi-fi** ultra rápida, y una página web con multitud de facilidades.

Actores con un importante papel en el panorama económico local, los centros Carmila cuentan con un peso cada vez mayor en su zona de influencia. Es el caso de **FAN Mallorca Shopping**, uno de los espacios más innovadores de la compañía, y que poco tiempo tras su apertura consolida el **100% de ocupación**.

Después de más de tres años trabajando al servicio de sus comerciantes y ofreciendo un valor añadido diferencial, Carmila continúa apostando con fuerza por la innovación, y la cercanía al comerciante. [●]

Chapman Taylor innova creando "espacios-destino" en el megaproyecto Mall of Qatar y en Plaza Río 2 de Madrid



Mall of Qatar.

El estudio de Madrid del grupo internacional de arquitectos Chapman Taylor es el principal responsable del diseño, desarrollo y ejecución de estos dos magníficos proyectos de usos mixtos, uno ubicado en Doha, Qatar y el otro en el centro urbano de Madrid, y en los que priman la innovación del diseño y la búsqueda en crear nuevas experiencias, de tal manera que sus proyectos se convierten en destinos para sus visitantes y clientes.

La singularidad innovadora de estos dos proyectos es, entre otros múltiples factores, que se enfrentan y resuelven magníficamente dos situaciones urbanas muy diferentes, el de la ciudad que nace y de la ciudad que se consolida, algo a destacar dentro del sector de la "regeneración urbana".

MALL OF QATAR, CREANDO CIUDAD DE FUTURO

En primer lugar el megacomplejo de usos mixtos **Mall of Qatar**, que incluye un hotel de 5 estrellas de la marca "Curio by Hilton", está ubicado en los terrenos donde se realizará el Mundial de Fútbol 2022 y es ya uno de los destinos comerciales y de ocio más grandes de Qatar. A pesar de estar recientemente inaugurado este mismo año ha recibido prestigiosos premios como el "International Retail and Leisure Destination 2017" y está nominado como uno de los mejores proyectos comerciales de usos mixtos para la próxima edición MAPIC 2017.

El "Shopping Resort Mall of Qatar", como ya empieza a denominarse, tiene aproximadamente medio millón de metros cuadrados construidos convirtiéndolo así en uno de los mayo-

res del mundo. Nos ofrece una amplia variedad comercial con unas 500 unidades comerciales, luxury mall, plazas, espacios de ocio y artísticos que todos sus visitantes pueden disfrutar junto a unos 100 establecimientos de restauración ubicados en lo que es, sin duda, uno de los espacios más espectaculares que se pueden encontrar hoy en el mundo del “retailtainment”: El Oasis del Mall of Qatar.

El Oasis, uno de los principales iconos arquitectónicos del edificio, es un espacio ajardinado con una altura de más de 30 metros en el centro de una cúpula-bosque bellamente ajardinada y que hace las funciones de teatro, *food court*, ágora público, terrazas-mirador, circo y espacio para eventos diversos que además se trasladan constantemente hacia fuera de ese a espacio a través de las galerías comerciales colindantes y que llega a todos los rincones del edificio creando un mundo de emociones a lo largo y ancho del complejo y a cada uno de los visitantes. Todo esto durante todas las épocas del año, convirtiéndolo en un éxito también en el apartado de gestión y operación del día a día.

El hotel de 5 estrellas Curio by Hilton, conectado al Mall of Qatar y parte activa del mismo, ha sido diseñado y coordinado también por Chapman Taylor. Posee unas 200 habitaciones de siete tipologías diferentes, zonas de lujo, dos espectaculares atrios, restaurantes, spa, gimnasio y piscina-mirador. Por todo esto también es ya otro hito de éxito en Doha, en este caso dentro del lujo hotelero, y que desde su apertura muestra “full occupancy” en sus centros de reserva.

Sin duda, Chapman Taylor ha creado un “destino” innovador y de referencia en Oriente Medio y que marcará un antes y un después en la experiencia comercial de esta asombrosa parte del mundo.

PLAZA RÍO 2, REGENERANDO CAPITAL EN LA RIBERA DEL MANZANARES

Por otro lado el proyecto **Plaza Río 2**, ubicado a la vera del madrileño Río Manzanares, es un proyecto que enorgullece, regenera, ensalza y cose una parte urbana madrileña que desde hace años adolecía de este tipo de usos para sus habitantes y que cuenta con el privilegio de estar dentro de una de las operaciones urbanas verdes de más éxito y atractivas de la capital española, Madrid Río.



Plaza Río 2

Plaza Río 2 abre sus puertas a finales de Octubre y ya, con la construcción llegando a su fin, el arrendamiento de casi todos los espacios comerciales ya es un hecho. Con sus 140 tiendas y 1.500 plazas de aparcamiento este centro comercial de 130.000 m² se convertirá en uno de los más grandes del centro urbano de Madrid.

Plaza Río 2 cuenta con unas vistas privilegiadas al Río Manzanares consiguiendo que el nuevo destino comercial no solo ofrezca moda sino también una amplia gama de restaurantes, actividades y entretenimiento de ocio a sus visitantes. Las fachadas, elegantes y acordes a su entorno urbano, son de un granito pardo que se combina armoniosamente con zonas de muro cortina de vidrio, un gesto de piedra, agua y luz, que hacen que el edificio se exprese con elegancia hacia el exterior. El interior, proporcionado y espectacular, se ha construido con materiales de alta calidad y resistencia y estará inundado de luz natural gracias a grandes lucernarios pero también con efectos lumínicos nunca antes vistos a través de “Nubes LED” que enfatizarán la luz natural y crearán espectaculares efectos de luz durante las horas más tardías.

Chapman Taylor, desde su estudio de Madrid, ha sido el encargado de todas y cada una de las fases de este nuevo proyecto madrileño y que no solo marca un nuevo destino en la ciudad sino que además es ejemplo de la dinamidad y resurgir de la economía nacional, en colaboración con un equipo multidisciplinar de gran nivel, desde el cliente hasta el responsable final de obra. Un sueño, de nuevo, hecho realidad para Madrid y para todos. [(O)]

MAPIC: La feria internacional líder del mercado inmobiliario comercial



Organizado por Reed Midem, tendrá lugar entre el 15 y el 17 de noviembre, en el Palais des Festivals en Cannes (Francia)

MAPIC nació en 1995 y es el evento líder en el que mostrar y descubrir lo mejor del mercado inmobiliario comercial. Marcas y *retailers*, promotores, inversores, *brokers*, arquitectos, franquicias y demás profesionales de todo el mundo se reúnen para colaborar, firmar acuerdos y buscar ideas innovadoras.

Con más de 700 empresas expositoras repartidas en 12.000 m², el salón permite conectar con más de 8.400 participantes de 80 países, incluidos 2.100 *retailers*, 2.500 promotores, 1.000 inversores y otros líderes de la industria. También este año contará con una nutrida presencia española, tanto de expositores como de profesionales.

Este evento cuenta además con más de 100 eventos de networking y conferencias especializadas dirigidas por más de 200 expertos.

MAPIC permite que las empresas especializadas en el sector inmobiliario comercial conecten y hagan crecer su negocio gracias a sus diferentes áreas especializadas.

Este año el tema principal es Food & Beverage, desde cocktails hasta nuevas tendencias gourmet, MAPIC dará protagonismo a la industria de la comida y bebida con un programa especial de conferencias y networking, así como un área para mostrar y probar nuevos conceptos.



Con más de 700
empresas expositoras
repartidas en 12.000 m²,
el salón permite conectar
con más de 8.400
participantes de 80 países,
incluidos 2.100 *retailers*,
2.500 promotores, 1.000
inversores y otros líderes
de la industria

También contará con un área especializada en innovación y tecnología, donde se muestran las últimas ideas y conceptos para el sector, y un área de ocio donde podrás encontrar lo último en experiencias y equipamiento para el entretenimiento. [()]

Más información en www.mipim.es/mapic2017

jll.es

Muchas Gracias

Por 30 años juntos en España



*Achieve
Ambitions*

Klépierre España entrega los segundos premios Top Brand Experiences a Nespresso, Impacmedia y C&A



Luis Pires. Director general de Klépierre Iberia.

Klépierre, empresa líder del sector de Centros Comerciales en Europa, celebró el jueves 28 de septiembre en la Sala Reto en Madrid la segunda edición de los premios **Top Brand Experiences**, y volvió a premiar las acciones especiales de agencias y marcas y los mejores stands ubicados en sus Centros Comerciales.

Luis Pires, director general de Klépierre Iberia, inauguró los II Top Brand Experiences Awards tras un cóctel de bienvenida, y realizó una breve presentación de la compañía. Pires destacó los más de 129 millones de personas que visitan al año los centros comerciales de Klépierre Iberia. Además, Luis Pires subrayó que “nuestro objetivo es la dinamización completa de nuestros activos ofreciendo las mejores ubicaciones, completando la oferta comercial con las marcas más relevantes de cada sector y creando experiencias de compra únicas capaces de activar los cinco sentidos de nuestros clientes”. En esta misma línea, Luis Pires destacó que “las marcas pueden contar con nuestros centros comerciales para todo lo que puedan imaginar”.

MALL ACTIVATION

A continuación, Diego Sánchez Casas, director de Operaciones; Patricia Escriña, responsable de Brand Ventures, e Ivonne López, responsable de Specialty Leasing, presentaron las novedades del proyecto “**Mall Activation**”.

Diego Sánchez, director de Operaciones de Klépierre Iberia, apuntó que “dentro de nuestra estrategia global, el mall y cualquier soporte del centro cada vez tienen más peso en la dinamización de la actividad y en la búsqueda de experiencias únicas para nuestros clientes”. Además, Diego añadió que “en este campo el trabajo conjunto con *retailers*, agencias y marcas está dotando a nuestros centros de una oferta comercial más completa y de una mayor capacidad de interacción con los clientes. La apuesta por la innovación y la calidad están siendo elementos claves para esta evolución”.

En esta misma línea, Patricia Escriña, responsable de Brand Ventures, resaltó que “el centro comercial es el mejor escaparate para las marcas. Es la mejor fórmula de publicidad en el punto de venta”. Y, por su parte, Ivonne López, responsable de Specialty Leasing, recalcó que “el *mall* es la mejor ubicación para crear experiencias de compra. Es una oportunidad de negocio para los *retailers*”.

Stands, *Rmu's*, *pop up store*, publicidad exterior e interior, patrocinios, eventos y hasta el desarrollo de acciones especiales de marketing y *branding* que permitan a cada operador dar rienda suelta a su propia capacidad creativa, son algunas de las múltiples posibilidades que ofrecen los centros comerciales Klépierre Iberia.

II TOP BRAND EXPERIENCES

Los nominados de los II Top Brand Experiences fueron: Nespresso, A de Andrea y La Casa de la Carcasa en Top Sales Retail; Impacmedia, Wasabi y Cheil en Top Brand Promotion;



De Izq a Dcha: David Molinero, Roberto Pérez, Luis Pires, José Luis Flores, Diego Sánchez y Nuno Moura.



Top Brand Experiences Klépierre Iberia.

y Juan Valdez, C&A y Bultaco Gofreti en Top 360° Campaign.

En la categoría **Top Sales Retail**, que premia los stands más cualitativos, resultó ganador de la noche **Nespresso** por su stand en La Gavia (Madrid), con una imagen impecable y una línea sobria y elegante, crean un concepto de lujo alrededor de su producto. El premio **Top Brand Promotion**, que reconoce las mejores acciones publicitarias en los centros comerciales Klépierre, fue entregado a **Impacmedia** por su **Road Show Beefeater** en La Gavia (Madrid) y Gran Turia (Valencia). Beefeater de la mano de la agencia Impacmedia confió en los centros comerciales Klépierre Iberia para invitarlos a disfrutar de un viaje que mezclaba realidad y ficción por cinco ciudades y cócteles creados por Dabiz Muñoz. Y el **Top 360° Campaign**, que galardona las campañas que combinan stands de venta con acciones de publicidad, lo recibió C&A porque supo aprovechar el cambio de imagen de su local para realizar una atractiva acción en Plenilunio (Madrid) y patrocinar la pasarela de moda Fashion Now 2017.

Top Brand Experiences fue por segunda vez consecutiva un punto de encuentro de



Galardonados en los segundos Premios Top Brand Experience.

profesionales del sector durante el que Klépierre España reconoció el trabajo creativo de las agencias españolas que realizan campañas publicitarias y de los operadores de los stands más cualitativos ubicados en los centros comerciales de su extenso porfolio español. [(O)]

Cara y cruz del e-commerce

Sergio Martínez Herrero
Empresario

El e-commerce nos está sorprendiendo a todos por su capacidad de crecimiento en todo el Planeta, especialmente en las economías desarrolladas y en las ciudades con habitantes “digitalizados”.

Todas las empresas con un buen cerebro al mando, están compitiendo por posicionarse en mercados digitales como Alibaba o Amazon. Si quiere internacionalizar su empresa, cada día es más sencillo lograrlo convirtiéndose en proveedor o distribuidor de estas dos gigantescas plataformas. Con una buena planificación puede vender sus productos en todas partes y en cantidades muy superiores a las de venta tradicional en tiendas físicas.

En los próximos años vamos a tener una facilidad de compra sin límites, recibiendo nuestros pedidos en casa en una hora, a precios cada día más bajos y con devoluciones instantáneas si no nos convence lo que hemos adquirido. Empresas muy pequeñas podrán ser muy grandes en poco tiempo y los ganadores van a ser muy ricos.

En línea con esta imparable evolución del e-commerce empresas como Amazon y El Corte Inglés en España están revolucionando las principales zonas industriales de nuestro país. En Madrid, por ejemplo, la zona industrial más demandada es San Fernando de Henares (N-II, Ctra. de Barcelona). Amazon la ha puesto de moda, ha sido la locomotora del cambio sin lugar a dudas. Las nuevas operaciones están evolucionando con una demanda que necesita estar cerca de los grandes núcleos urbanos para distribuir los pedidos en el mínimo tiempo posible y con el menor coste para el cliente. De ahí pasamos a la periferia, Guadalajara o Illescas (Toledo), donde llegan las mercancías y se almacenan intentando pagar la menor renta posible, buscando los empresarios economía y funcionalidad para su stock.

Pero, en paralelo, se está produciendo otro fenómeno: los locales comerciales de barrio no *prime*, tardan mucho tiempo en venderse o alquilarse. La clásica librería o boutique de prendas de mujer, mercería o ferretería, por citar algunos ejemplos, ya no son rentables porque el consumidor exige más variedad al mínimo precio de compra posible. Tanto los propietarios de los locales como los empleos que se van perdiendo por el cierre de los mismos, serán problemas difíciles de solucionar en esta nueva economía acelerada.

También, a las zonas logísticas no cercanas a los grandes núcleos urbanos ni a distancias inferiores a los 50 kilómetros de las grandes ciudades, les va a costar mucho ocuparse, por lo que habrá espacios disponibles en abundancia, concursos de acreedores y rebajas en los precios de alquiler y compra a medio plazo.

Al contratar la distribución de los productos que consumimos con operadores ya no grandes, sino gigantes, el empleo de almacenero y otros auxiliares (operarios) tenderán a desaparecer por la robotización de las plataformas logísticas. Un robot o cadena robotizada multiplica la producción, no hace huelga ni se pone enfermo. Esto implicará incremento de los índices de desempleo para este tipo de trabajadores.

Así, pues, el e-commerce aporta indudables ventajas para la sociedad y es imparable, pero también traerá consigo profundos y a veces traumáticos cambios en las empresas, en el territorio y en la sociedad. Las empresas con dirigentes poco familiarizados con el entorno web y los trabajadores con empleos menos cualificados, deberán hacer un rápido esfuerzo de adaptación a un mundo que avanza muy rápido y que te deja fuera del mercado en cuestión de pocos meses si no se avanza con él. [●]

 **torreauditori**

Alquiler de oficinas

desde 300 m²



23.000 m² de oficinas en el corazón de la nueva área de negocios de Barcelona. Junto al Recinto de Fira II de Barcelona.



Comercializa:

CBRE



Propiedad:

934 447 700
607 218 779

934 395 454
627 402 641



IBERDROLA
Inmobiliaria

Altamira refuerza su expansión internacional con su entrada en Portugal y Chipre

Altamira Asset Management se ha convertido en apenas dos años y medio en el líder de la industria de los *servicers* en España y Europa. La compañía comenzó su expansión internacional en 2017 con la exportación de su modelo de negocio de probado éxito en España a Portugal, a través del acuerdo para la compra de Oitante, y a Chipre, mediante la creación de una *joint venture* con el Cooperative Cyprus Bank (CCB).

La compañía quiere trasladar a otros mercados europeos un modelo de negocio probado y de éxito, que ha situado a Altamira a la cabeza del mercado español de *servicing*. La empresa dispone de activos financieros e inmobiliarios bajo gestión por valor de 50.400 millones de euros y más de 82.000 inmuebles repartidos por todo el territorio nacional, que gestiona a través de una plataforma web con tecnología puntera.

Altamira está presente en Portugal a través de un acuerdo suscrito con Oitante que le otorga la gestión de 1.500 millones de euros en activos inmobiliarios y préstamos en el mercado luso.

Asimismo, la compañía cerró recientemente un acuerdo para la creación de una *joint venture* con el CCB, el segundo banco de Chipre por activos, para la creación de una sociedad conjunta que pasará a gestionar 7.600 millones de euros en activos financieros e inmobiliarios.

LÍDERES EN LA GESTIÓN INTEGRAL DE ACTIVOS FINANCIEROS E INMOBILIARIOS

Altamira es una de las primeras empresas de gestión de activos financieros e inmobiliarios de terceros que cubre el ciclo completo de la gestión de activos. La compañía cuenta con tres áreas de negocio: Real Estate, Property & Asset Management y Gestión de Activos Financieros.

En los últimos dos años y medio, la empresa ha ampliado de forma notable su ámbito de actividad y sus capacidades, pasando de gestionar los activos de un único cliente a más de una decena, y extendiendo los servicios ofrecidos a sus clientes a nuevas especializaciones relacionadas con el negocio financiero e inmobiliario.

DE UNA TRANSFORMACIÓN RADICAL A CREAR UN LÍDER EUROPEO

Altamira ha liderado de manera exitosa la transformación en el sector *servicing*, a través del desarrollo de



Javier Román, director de negocio de Altamira en Portugal, durante su intervención en el Portugal Real Estate Summit organizado por Iberian Property.

un nuevo enfoque para la gestión de deuda y activos inmobiliarios. La compañía ha evolucionado radicalmente su plataforma en estos dos años y medio, con un acentuado incremento de activos bajo gestión y un importante crecimiento soportado por un exitoso portafolio de clientes.

La empresa ha experimentado un gran incremento en los volúmenes de ventas y de recuperación, así como una mayor rentabilidad gracias al aumento de la eficiencia operativa.

El modelo de negocio está sustentado en una plataforma digital con tecnología puntera, que cubre todos los productos y el *core* bancario. Altamira ha desarrollado una importante estrategia en sus sistemas de IT que le permite gestionar todas las fases de resolución a lo largo del ciclo de vida de todos los activos financieros e inmobiliarios. La arquitectura técnica de esta plataforma permite modelos de integración flexibles con los clientes.

La plataforma digital de Altamira tuvo cerca de 7 millones de visitas durante el primer trimestre de 2017. Su amplia oferta inmobiliaria proviene de diferentes clientes, entre los que destacan Banco Santander y Sareb. Ello conforma una oferta de más de 82.000 inmuebles distribuidos en todo el territorio nacional, pero con un peso especial de las provincias de Barcelona, Madrid y las principales del arco mediterráneo, como Murcia, Valencia, Tarragona, Alicante y Baleares. [6]

DESIGNING IT-SHOPPING PLACES

KLÉPIERRE, RETAIL ONLY*

EL ESPÍRITU RETAIL ONLY ES TENER UN PORTFOLIO DE CENTROS COMERCIALES LÍDERES EN LAS CIUDADES MÁS DINÁMICAS DE EUROPA, ES APORTAR A LAS MARCAS SOLUCIONES INNOVADORAS A SUS PROYECTOS DE EXPANSIÓN Y ES OFRECER A NUESTROS 1,2 MIL MILLONES DE VISITANTES UNA EXPERIENCIA RICA E INÉDITA.

KLEPIERRE.COM



Altas presiones



Jorge Ripoll

Director del Servicio de Estudios de Tinsa

Creo que no hay mejor forma de comenzar esta tribuna que aludiendo a la definición de “burbuja” que realiza la Real Academia España (RAE) en el plano económico: “Proceso de fuerte subida en el precio de un activo, que genera expectativas de subidas futuras no exentas de riesgo”.

Todos tenemos en mente ejemplos de lugares que han experimentado una fuerte subida de precios en términos porcentuales y con expectativas de subidas no “exentas de riesgo” (¿qué inversión lo está?) en el último año. Y a todos se nos ha pasado por la cabeza la duda de si estamos ante una normalización del mercado tras las fuertes correcciones de la crisis, o ante los indicios de una burbuja para algunos inversores y en ciertos enclaves y productos.

Las alarmas han saltado por la evolución en Barcelona y Madrid. Según nuestras tasaciones, desde que ambas ciudades tocaran suelo en la crisis han incrementado su precio medio un 44% y un 25%, respectivamente. En la última estadística Tinsa IMIE Mercados Locales, la del tercer trimestre del año, el valor medio en la Ciudad Condal se ha incrementado en tasa interanual un 20,6% y el de Madrid un 15,5%. En este grupo adelantado se han sumado también las ciudades de Palma de Mallorca (+9,3%) y Málaga (+7,6%).

Este nivel de incremento de precios recuerda a los de principios de los 2000 y es casi inevitable el temor a que podamos acabar de la misma manera. En cierto modo, la fuerza que mueve la aguja entonces y ahora es la misma: una fuerte demanda. La diferencia es que en el periodo 2004-2007 esa demanda se apoyaba en la accesibilidad al crédito con un panorama despejado para un gran número de compradores, y ahora ese impulso lo protagonizan, principalmente, inversores que encuentran en la vivienda el mejor activo en dónde inmovilizar su liquidez, además de por su atractiva rentabilidad actual, por la influencia de un coste de oportunidad relativamente bajo en las inversiones potencialmente alternativas.

A los más conservadores, los activos libres de riesgo no les permiten cubrir siquiera la inflación. Y la bolsa, en un movimiento lateral prolongado, tampoco ofrece horizontes de rentabilidad que compensen, empleando el término boxístico libra por libra, cada uno de los puntos adicionales de riesgo que asumen en estos mercados, sujetos a una incertidumbre de política económica y de política con mayúsculas creciente e inquietante. Tampoco los inversores más profesionales, de distinto tamaño y condición, encuentran mejor activo que el ladrillo para ubicar sus exigentes planes a medio plazo. A la vista está el aluvión de liquidez que se ha instalado en nuestro país bajo distintos vehículos de inversión buscando el cambio de ciclo positivo del sector.

¿Y qué pasa con la demanda tradicional? No está igual que hace 15 años. El mercado laboral ha mejorado mucho, sí. Pero la calidad del empleo todavía deja mucho que desear. En este contexto resulta difícil casar la demanda de vivienda con la oferta de venta en el segmento de primera vivienda, tradicionalmente acaparado por los jóvenes, cuyas condiciones de solvencia para acceder a un crédito no son ahora las más adecuadas.

Junto a ellos, existe una demanda embalsada que fue expulsada del mercado por el fuerte repunte del paro y que ahora regresa en condiciones más precarias. De ahí el protagonismo inusitado que ha cobrado el alquiler entre los



demandantes de primera vivienda faltos de ahorro previo o de solvencia para afrontar la compra.

Y, por si estos fueran pocos cambios, la facilidad de viajar y los factores geopolíticos han producido récords de turistas en nuestro país, generando nuevas oportunidades en el negocio inmobiliario. Desde los centros consolidados de las grandes ciudades, normalmente los más visitados y demandados, el crecimiento se ha extendido como una mancha de aceite hacia otras zonas del mismo municipio o colindantes, que están recibiendo compradores o pequeños inversores “expulsados” de las zonas más calientes.

Volvamos al principio ¿estamos en el preámbulo de una nueva burbuja? ¿Volverá a suceder lo mismo que en 2008? Permitidme que recurra de nuevo a la RAE, que define el concepto “presión” en una de sus acepciones como “magnitud que expresa la fuerza ejercida por un cuerpo sobre la unidad de superficie”.

En el tema que nos ocupa, el cuerpo podría ser el volumen de inversión potencial disponible a corto plazo, representada por activos líquidos o cuasi líquidos. Como se ha visto, es notablemente superior a la observada antes de la crisis. Y la superficie podría entenderse como la cantidad de inversiones alternativas con una dupla rentabilidad-riesgo atractiva y similar. Esta superficie es dramáticamente estrecha. Y, de un año a esta parte, con un importante foco en el mercado inmobiliario español, sobre el que se está empezando concentrar la presión.

Me temo que la respuesta a la pregunta de si estamos en el preámbulo de una nueva burbuja no reside en nuestro sector. La única manera de despojarnos de esa molesta sensación de que algo o alguien se está sentando sobre nosotros es que se abra una espita en el mencionado coste de oportunidad de la inversión inmobiliaria.

Esta podría ser una subida de tipos que abra nuevas opciones a los inversores más conservadores, esos que buscan refugio en la renta fija y que ahora pierden poder adquisitivo si no

Nuestro sector debería
mantenerse firme en
los propósitos postcrisis
de vida sana, alejados
de las tentaciones que,
como bien sabemos,
alegran la fiesta una
noche pero luego dejan
una tremenda resaca

aceptan más riesgo. Si el mercado laboral sigue recuperándose, el impacto de la subida de tipos en la morosidad no tiene por qué ser un problema que no se pueda atajar con medidas complementarias y transitorias.

Otros ‘alivios’ también podrían dirigirse a sofocar los fuegos de nuestros bancos, con márgenes tan estrechos que les impiden operar con la normalidad necesaria y deseable. Por ejemplo, permitir que puedan mantener su excedente de liquidez a resguardo sin que les cueste dinero.

Es complicado responder a ‘la pregunta del año’. Pero sería deseable que, cuando se habla de una posible burbuja, los focos no se limitaran a alumbrar al sector inmobiliario. El contexto es importante en el diagnóstico y hay recetas que podrían aplicarse para prevenir males mayores. Entre tanto, nuestro sector debería mantenerse firme en esos propósitos postcrisis de vida sana, alejados de las tentaciones que, como bien sabemos, alegran la fiesta una noche pero luego dejan una tremenda resaca. [(•)]

Solvía Market View: visión sobre los principales mercados inmobiliarios de España



Arturo Marín

Director de Análisis Estratégico de Solvía

como de la oferta de producto residencial, se concentran principalmente en Alcobendas (zona Arroyo de la Vega y El Juncal), San Sebastián de los Reyes, así como en algunas poblaciones más alejadas del anillo de Madrid, como Colmenar Viejo o San Agustín de Guadalix, donde se está reactivando la promoción de obra nueva.

CATALUÑA

Actualmente, Barcelona está siendo uno de los protagonistas indiscutibles de un notable aumento en los precios de venta, especialmente en barrios como el Eixample, Gràcia y Sarrià, tanto en vivienda de segunda mano como en vivienda rehabilitada y de obra nueva. Esta tendencia creciente, la vemos reflejada en el resto de barrios, aunque a un ritmo inferior.

COMUNIDAD DE MADRID

Es el mercado más dinámico de España. En la ciudad de Madrid, especialmente dentro del anillo de la M-30, se ha producido un notable incremento tanto en los precios de venta como de alquiler. Algunos ejemplos concretos son los barrios de Salamanca, Chamberí, Cortes y Justicia.

También presentan un alto dinamismo, la zona norte de la capital, con una elevada actividad en la promoción de obra nueva y con precios al alza en Montecarmelo, Sanchinarro, Valdebebas, Las Tablas y Arroyo del Fresno.

Por contra, en las zonas más periféricas de Madrid, fuera del anillo de la M-30, los precios se han mantenido estables y no han sufrido grandes cambios frente a años anteriores. En las zonas más nuevas del sur, únicamente quedan restos de promociones, cuyos precios han sido similares a los cerrados en ventas anteriores. En la zona suroeste de Madrid, no prevemos un incremento importante en la demanda a medio y largo plazo, por lo que los precios continúan con una tendencia a la baja.

En el noroeste de la comunidad, las zonas al alza, tanto por crecimiento de la demanda

Por el contrario, en el resto de la provincia, no se prevé un incremento sustancial de los precios en el medio y/o largo plazo. En general, los precios se mantienen estables e incluso presentan leves ajustes en algunos casos.

Sin duda, las promociones de obra nueva han sido la estrella en 2016, con una demanda claramente alcista, especialmente en Barcelona ciudad y en otros municipios del área metropolitana como Badalona, Sant Cugat o l'Hospitalet de Llobregat.

Respecto al mercado en la provincia de Girona, pueden distinguirse diversas zonas con comportamiento diferenciado. Es en Girona capital donde vemos una demanda estable. Respecto a la zona litoral, destacamos el comportamiento de la Costa Brava que refleja una amplia demanda de segunda residencia. No obstante, en las zonas interiores, la demanda está todavía estancada y las ventas se producen a ritmos muy bajos y con importantes ajustes de precio.

Por su parte, Tarragona también presenta un comportamiento diferenciado en tres zonas. En Tarragona y en el resto de capitales de comarca, la demanda empieza a despertar en ubicaciones correctas y a precios ajustados. En



la Costa Daurada, las zonas más turísticas como Cambrils o Vilaseca presentan un buen comportamiento. Por último, en las zonas interiores de la provincia y en la zona del Delta de l'Ebre, la oferta es todavía abundante y la demanda presenta un comportamiento débil, por lo que los precios continuarán ajustándose.

Por último, en Lleida el mercado residencial se encuentra todavía expectante, con un elevado *stock* de segunda mano. Empezamos a ver como arrancan algunas promociones de obra nueva, que están presentando buenas perspectivas de venta.

COMUNIDAD VALENCIANA Y MURCIA

El mercado inmobiliario en la ciudad de Valencia está manteniendo una tendencia muy positiva en los últimos meses. Los precios de la vivienda de segunda mano han experimentado un ligero repunte y, por otra parte, algunos propietarios han realizado un progresivo proceso de ajuste de los precios al mercado, lo que en su conjunto ha generado una mayor actividad.

En Valencia capital, la reducción del *stock* de producto ubicado en zonas poco dinámicas y procedente de entidades financieras se encuentra muy avanzado. Actualmente, las zonas con más actividad en el mercado de vivienda de segunda mano, son barrios consolidados como Patraix, Orriols, zona Avda. de Francia-Alameda, Campanar y el Ensanche. Respecto al mercado de obra nueva, prácticamente inexistente en Valencia en los últimos años, se ha producido un vuelco en 2016, y especialmente en los últimos meses. Actualmente, se está desarrollando una importante actividad, con muchos proyectos en previsión.

En Alicante capital, la mayor demanda de producto se produce en la zona centro, zona Gran Vía y barrios cercanos al centro, fundamentalmente para primera residencia.

En la provincia, la zona con mayor actividad se sitúa en Orihuela Costa, referente inmobiliario del sur de Alicante. Esta zona se ha consoli-

Madrid es el mercado más dinámico de España. En la ciudad de Madrid, especialmente dentro del anillo de la M-30, se ha producido un notable incremento tanto en los precios de venta como de alquiler

dado como un referente en el turismo vacacional europeo.

En la zona de Alicante Sur, la actividad promotora se encuentra en estado de efervescencia, ya que prácticamente se ha vendido todo el suelo urbano disponible en Orihuela Costa y Torrevieja. Los principales compradores de estas nuevas promociones son fundamentalmente escandinavos y belgas.

En Murcia capital y su zona norte comienzan a comercializarse promociones de obra nueva sobre plano, aflorando bolsas de demanda embalsada, y por tanto las bolsas de solares finalistas se van comercializando.

ANDALUCÍA

El mercado en Sevilla capital, inició la recuperación inmobiliaria en 2014, por lo que ha quedado liquidada una importante cuota del *stock* de las entidades financieras. La promoción de obra nueva ya se está reiniciando, fundamentalmente en zonas *prime* o con un perfil de cliente medio-alto. Además de la capital, algunos municipios, como Dos Hermanas, Alcalá de Guadaira y toda la zona de la corona de Aljarafe, ya empiezan a notar la reactivación del sector. Por contra, los municipios situados al norte de la provincia no reflejan dinamismo.

La Costa del Sol muestra un claro dinamismo, especialmente en las zonas de Mijas-Costa, Marbella y en Estepona. El comprador no residente es fundamentalmente británico y escandinavo, y el producto estrella son las viviendas plurifamiliares de dos dormitorios situados en

las proximidades de campos de golf. En cuanto a Málaga capital, los precios de la vivienda de segunda mano no han experimentado un repunte significativo. Sin embargo, la demanda de obra nueva en zonas de expansión como Teatinos, Parque Litoral y Pacífico muestra una curva de precios en claro ascenso.

Córdoba posee bolsas de suelo muy bien localizado en las zonas norte y oeste, con una alta demanda de residencial con zonas verdes y equipamiento deportivo y lúdico. La demanda requiere inevitablemente de obra nueva, por lo que se prevén 2-3 años de actividad al alza en la obra nueva. Respecto a los precios, la tendencia es alcista, pero de forma moderada.

Las zonas más interesantes en Cádiz se encuentran en la línea costera entre Sotogrande y San Roque, que mantienen una alta demanda de clientes de perfil medio y medio-alto, tanto no residentes como residentes (fundamentalmente del centro y norte de España).

ISLAS BALEARES Y CANARIAS

En Baleares, destaca el notable incremento de la inversión en la compra de solares residenciales por parte de promotores locales. Estas compras se han efectuado a precios razonables y anticipan una clara recuperación.

La fuerte demanda internacional, junto con el repunte del alquiler vacacional, ha generado sobre el comprador nacional un efecto de "urgencia" compradora, ante la escalada de precios y la limitada oferta de alquiler, que está presionando al alza las rentas.

A nivel de obra nueva, la oferta en Palma es todavía escasa, si bien los nuevos desarrollos se están comercializando sobre plano sin problemas, con precios al alza. Estas promociones se sitúan en zonas residenciales cercanas al centro, y predomina el comprador local de primera residencia.

Ibiza es un microclima, ya que no se vio tan afectada por la crisis inmobiliaria. Este mercado se encuentra en auge, si bien existe un problema en el alquiler vacacional, que presiona de forma muy importante los precios del mercado de alquiler.

Por su parte, el mercado de Canarias muestra una clara recuperación, tanto en número de

transacciones como en la reactivación de la promoción de nueva vivienda.

PAÍS VASCO, GALICIA, ARAGÓN, ASTURIAS Y RESTO DEL INTERIOR DE ESPAÑA

En el País Vasco, tanto en Vizcaya como en Guipúzcoa, el mercado residencial se encuentra en fase expansiva, con los promotores locales en búsqueda de suelos para nuevos desarrollos. Durante los últimos años el modelo predominante ha sido el de las cooperativas de vivienda, si bien actualmente los promotores están mostrando una fuerte actividad.

Por su parte, en Álava el mercado no acaba de recuperarse del exceso de oferta existente y la distorsión que se generó por producción de VPO. Aun así, se empieza a percibir un interés de los promotores privados en nuevos desarrollos de vivienda libre.

En el mercado de Navarra hay que diferenciar Pamplona y su comarca del resto de la provincia. En Pamplona el número de nuevas promociones es importante, mientras que en el mercado de segunda mano se aprecia un repunte en el número de operaciones. En el resto de la provincia todavía no se vislumbra recuperación en el mercado.

En Galicia, el mercado en la ciudad de A Coruña presenta un alto dinamismo, con varias promociones en marcha junto a la playa de Riaza a precios de hasta 3.000 €/m². En el caso de Vigo y Pontevedra vemos que el mercado está poco activo; en el primer caso, por la suspensión del PGOM y en el segundo, por ser la provincia gallega menos dinámica y más castigada por la crisis.

Respecto a Aragón, podemos destacar la recuperación en transacciones en Zaragoza, aunque todavía sin aumentos de precio consolidados. Además, se están desarrollando proyectos en zonas puntuales de la capital, aunque sigue existiendo una gran bolsa de suelo en la zona de Arcosur.

En la región de Asturias, Gijón es la ciudad con mayor demanda y donde los precios se encuentran en ligero ascenso, mientras que el mercado en Oviedo y Avilés se encuentra más paralizado. [●]



The Smart Shopping Centre Company



70 Centros
Comerciales
en España.
401.000 m²
de superficie
bruta
alquilable

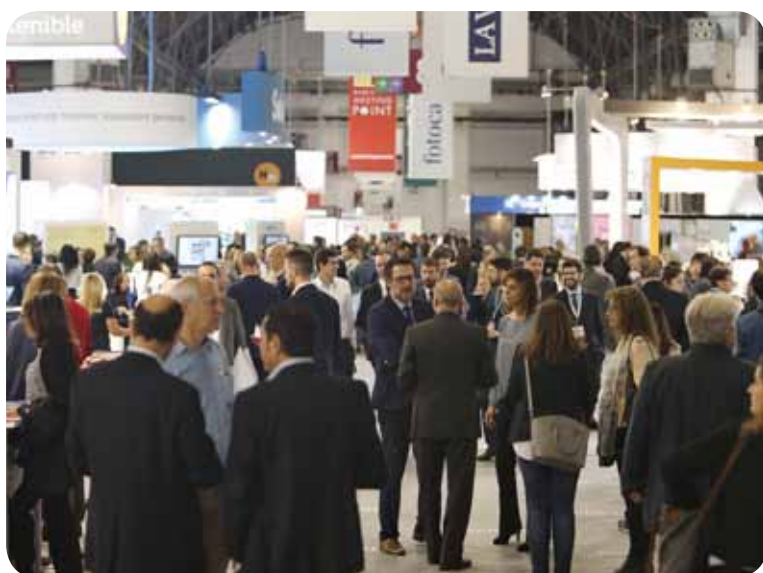


2.424 locales
y medianas
superficies



Barcelona Meeting Point, innovación frente al reto de un sector inmobiliario renovado

**La 21ª edición de BMP se celebrará
del 18 al 22 de octubre en Barcelona**



VIVIENDA SOCIAL Y EN ALQUILER

En primer lugar, BMP este año quiere dar un enfoque muy especial a la vivienda social y en alquiler. El Consorci de la Zona Franca de Barcelona, entidad organizadora de BMP, está especialmente sensibilizado con el tema de la vivienda social y en alquiler. El Symposium de BMP, uno de los más prestigiosos de Europa, contará con un panel de expertos internacionales sobre Vivienda Social que expondrán sus casos de éxito en el extranjero como guía o ejemplo para su posible aplicación en España. Además, presentarán el último informe de la escuela de negocios de IESE sobre cómo canalizar la preocupación de la sociedad y de las autoridades para conseguir que la sociedad tenga las viviendas necesarias.

La próxima edición de Barcelona Meeting Point (BMP), el Salón Inmobiliario Internacional & Symposium, será un fiel reflejo del amplio proceso de innovación que está dándose en el sector inmobiliario en España. BMP, que tendrá lugar del 18 al 22 de octubre de 2017 en el Pabellón 8 de Plaza de España, servirá de escaparate para mostrar tanto al sector profesional como a los ciudadanos la nueva etapa que está experimentando actualmente el mundo inmobiliario.

BMP 2017 ocupará una superficie de exposición de 22.000 metros cuadrados brutos y contará con 320 empresas participantes procedentes de 16 países. En un momento en el que el sector no para de crecer y las previsiones apuntan a que la demanda residencial superará el umbral de las 500.000 viviendas a lo largo de 2017 y 2018, BMP ha dado un giro a su trayectoria de los últimos veinte años y presenta una serie de novedades para su próxima edición.

EL CONCEPTO PROPTech

Otra de las novedades que introducirá BMP este año es su preocupación por el Proptech. El concepto de Proptech afecta a todas las empresas que están innovando y llevando la tecnología al sector inmobiliario, desde áreas como la inversión, la financiación, el *big data* o la domótica, entre otras. El Symposium estudiará cómo el inmobiliario se ha visto afectado por esta revolución tecnológica. Profundizará además en los tipos de herramientas de Proptech, desde el análisis de mercado hasta el nuevo proceso de construcción (industrialización), incluyendo nuevos materiales y tecnologías.

La apuesta de BMP por las nuevas tecnologías es total como lo demuestra la creación de una nueva área de exposición destinada a acoger la oferta que presentan las empresas tecnológicas. Igualmente cabe destacar que

BMP celebró el pasado mes de mayo la primera edición un salón específico dedicado a la aplicación de las nuevas tecnologías en el sector inmobiliario.

EL PAPEL DE LA MUJER EN EL SECTOR INMOBILIARIO

Otra novedad es la preocupación del Salón por el papel de la mujer en un sector tradicionalmente tan masculino como es el inmobiliario. En este sentido, el Symposium de Barcelona Meeting Point acogerá el Primer encuentro de WIRES (Mujeres del Sector Inmobiliario en sus siglas en inglés) en Barcelona. BMP tratará de esta manera de fomentar el papel de las mujeres en las empresas inmobiliarias, creando un escape para que se pueda dar a conocer la actividad de esta asociación y expandir su actividad.

NETWORKING INTERNACIONAL

Otra novedad de la edición de 2017 es el hincapié que va a dar el salón al networking internacional. Como su nombre indica, Barcelona Meeting Point tiene una labor muy destacada como punto de encuentro de referencia del sector inmobiliario que sirve para atraer a los grandes inversores internacionales y a las empresas extranjeras que quieren hacer negocio a España, para que conozcan a los líderes y le tomen el pulso al sector. Para ello, Barcelona Meeting Point organizará el Barcelona Funds Meeting que reunirá, por cuarto año consecutivo, a dirigente de fondos internacionales de todo el mundo. BMP contó en 2016 con la participación de casi 40 fondos de inversión internacionales entre ellos destacan los siguientes: TPG Capital, Axa Real Estate Investment Management, Lone Star, Credit Suisse, Shaftesbury Asset Management, GreenOak, Ares Management, Morgan Stanley, Vårde Partners, Deka Immobilien, Benson Elliot Capital Management, Europa Capital, AEW Europe, Round Hill Capital, FREO, Starwood Capital, Swiss Life Asset Management, Union Investment Real Estate, Crédit Agricole, Blackstone, Alpine Grove, Warburg-Hih, JP Morgan, Shall Capital o Generali Real Estate, entre otros, además de las grandes SOCIMIS e inmobiliarias españolas como Merlin Properties, Hispania, Lar España o Colonial.



4º BARCELONA FUNDS MEETING

Como parte del programa del Barcelona Funds Meeting tendrán lugar una serie de sesiones del Symposium en la que diversos líderes del sector inmobiliario debatirán algunos de los temas más candentes del sector. Algunas de las sesiones que forman parte de este programa son “El real estate como preservación de capital. Mejores prácticas”, “Los retos inmobiliarios de Barcelona para poder atraer a grandes compañías internacionales como End Users de referencia”, “La importancia de las “Best Practices” para que los fondos internacionales “First Class” inviertan en inmobiliarias españolas cotizadas en Bolsa”, “Los titanes de la financiación inmobiliaria: banca y fondos de inversión”, “España y Portugal: ¿los países más de moda en el inmobiliario europeo?”,

“Canalización de inversiones inmobiliarias chinas en el Mediterráneo”, o “Inversión y gestión en hoteles: lo que hace falta saber”.

SYMPOSIUM INTERNACIONAL BMP

La confección del programa del Symposium cuenta con la colaboración de las asociaciones inmobiliarias más reputadas del sector tanto a nivel nacional como internacional, como son Asociación de Promotores y Constructores de España, European Public Real Estate Association, ESADE, Global Real Estate Institute, Iberian Property, IESE, Royal Institute of Chartered Surveyors, Urban Land Institute o WIRES.

AEDAS Homes apuesta por la sostenibilidad y la innovación en sus promociones de Cataluña

- *Exclusivos proyectos residenciales en San Just Desvern, Vilanova i la Geltrú, Sabadell, El Masnou y L'Hospitalet de Llobregat*
- *Hogares pensados para todo tipo de familias, con excelentes dotaciones comunes*



Cook Plaza Europa. L'Hospitalet de Llobregat.

AEDAS Homes acude a Barcelona Meeting Point con destacadas promociones ubicadas en algunas de las localidades de mayor demanda residencial de Cataluña: Sant Just Desvern, Vilanova i la Geltrú, Sabadell, El Masnou y L'Hospitalet de Llobregat.

Las promociones **Torre Estronci 99** y **Cook Plaza Europa** se ubican en **L'Hospitalet de Llobregat**, el segundo municipio de Cataluña por número de habitantes, situado a tan solo 5 minutos en coche de la Ciudad Condal.

Torre Estronci 99, cuyas obras se han iniciado en septiembre, es un exclusivo edificio compuesto por 55 viviendas de 2, 3 y 4 dormitorios con terraza. El innovador diseño de las fachadas potencia la verticalidad de la torre y la calidad de sus acabados y materiales. Además, sus amplias terrazas ofrecen una espectacular vista panorámica. Sus propietarios podrán disfrutar de zonas comunes en la cubierta del edificio, compuestas por solárium y una espectacular piscina con agua desbordante con vistas inmejorables

a Montjuïc y a la Plaza de Europa. Rodeada de áreas comerciales, colegios y centros sanitarios la promoción goza de excelentes comunicaciones. El aeropuerto de Barcelona se sitúa a tan solo 14 minutos en coche. El ritmo de ventas de Torre Estronci 99 es excelente y ya ha alcanzado el 75% de comercialización.

EXCLUSIVOS PROYECTOS EN LAS MEJORES UBICACIONES

Por su parte, **Cook Plaza Europa** es un edificio de 14 plantas compuesto por 62 exclusivas viviendas de 2, 3, y 4 dormitorios. La promoción, que ofrecerá a sus propietarios una sala polivalente y una atractiva piscina en la cubierta, se ubica en Plaza Europa, un desarrollo urbano *prime*, muy cerca de la parada de metro de Bellvitge y Can Tries-Gornal.

En **Sabadell**, a tan solo 20 minutos de Barcelona, se sitúa **Jardins de Castellarnau** un complejo residencial compuesto por 138 viviendas de 2, 3, y 4 dormitorios, todas ellas con terraza. El atractivo diseño de esta promoción se aprecia en su fachada y sus amplias zonas comunes. La primera fase, compuesta por 52 unidades, está en comercialización y ya tiene el 60% de viviendas vendidas. La promoción cuenta con amplias zonas ajardinadas, piscina familiar e infantil, zona de juegos y pista de pádel. Tiene un entorno natural privilegiado, ya que su magnífica ubicación le confiere el carácter de 'puerta norte' de acceso a la capital del Vallés.

El **Edificio Tasman** se ubicará en **Sant Just Desvern**, una de las localidades con mayor potencial de desarrollo en las inmediaciones de Barcelona. En concreto, en el sector del Mas Lluí, junto al Parque Natural de la Sierra de Collserola. El nuevo residencial ofrece 30 amplias viviendas de 3 y 4 dormitorios, todas ellas con terraza. La promoción contará con zonas



Jardins de Castellarnau. Sabadell.



Torre Estronci 99. L'Hospitalet de Llobregat.

comunes, piscinas y área de juegos infantil. Tasman se sitúa en un área con importantes dotaciones comerciales y deportivas para cubrir las necesidades de todo tipo de públicos.

En Vilanova i la Geltrú, a tan solo 200 metros de la costa y en los terrenos de la antigua fábrica Pirelli, se ubica **Nou Eixample de Mar**, una exclusiva promoción compuesta por 88 viviendas cuyas obras han comenzado recientemente. El diseño de este complejo potencia la luminosidad de todas las viviendas, sus amplios balcones y las terrazas con vistas. La promoción pondrá a disposición de sus propietarios una espectacular piscina desbordante con vistas al mar, así como una gran terraza solárium, áreas ajardinadas y aparcamiento para bicicletas. La comercialización avanza a muy buen ritmo ya que el 78% de la primera fase está vendida, por lo que a finales de año se iniciará la comercialización de la segunda fase.



Edificio Tasman. Sant Just Desvern.

En El Masnou se desarrollará **Dampier**, un exclusivo residencial compuesto por 26 viviendas unifamiliares adosadas con fantásticas vistas al mar y a la montaña. Los propietarios podrán disfrutar de piscinas y zonas comunes.



Nou Eixample de Mar. Vilanova i la Geltrú.

CERTIFICACIONES MEDIOAMBIENTALES

AEDAS Homes hace una fuerte apuesta en Cataluña con el desarrollo de estos innovadores proyectos en los que manifiesta el serio compromiso de la compañía con el medio ambiente. Para certificarlo, se encuentra en proceso de obtención del sello internacional BREEAM en **Torre Estronci**, **Jardins de Castellarnau** y **Nou Eixample de Mar**.

Todos los detalles de estas promociones están pensados para maximizar la eficiencia energética de las viviendas: fachadas, sistemas de recuperación de energía, producción de agua caliente sanitaria con energías renovables, sistemas de control solar, acristalamientos de baja emisividad, carpinterías con rotura de puente térmico y reciclaje de aguas pluviales son algunas de las medidas que garantizan el compromiso medioambiental de la compañía e importantes ventajas para la economía familiar de los propietarios. [O]

Los jóvenes, cada vez más lejos de la vivienda en propiedad

- Informe “El perfil del comprador de vivienda 2017” de Planner Exhibitions y ST Sociedad de Tasación
- La demanda más activa es la compra de reposición y la adquisición de vivienda para ponerla en alquiler

Los jóvenes tienen cada vez más difícil el acceso a la vivienda en propiedad. El precio, las barreras para acceder a la financiación o la precariedad laboral y salarial son algunos de los factores que impiden a la población de entre 25 a 35 años la compra de una vivienda. Así lo refleja el informe *El perfil del comprador de vivienda 2017*, presentado por Eloy Bohúa, director general de Planner Exhibitions, empresa organizadora de las ferias SIMA, y Juan Fernández-Aceytuno, consejero delegado de ST Sociedad de Tasación. Este informe analiza los comportamientos y las expectativas del comprador potencial de una vivienda en base a los datos recogidos en las encuestas de satisfacción de los visitantes de SIMA. No es, por lo tanto, un informe extrapolable al conjunto de la población y del mercado, pero sí un interesante indicador de comportamientos y tendencias.

Según los datos recogidos en el informe, el porcentaje de jóvenes que acudió a SIMA fue el más bajo desde 2008. En la feria de 2017, los visitantes entre 25 y 35 años supusieron únicamente el 34,8% de los asistentes, cuando la media en la serie histórica ha sido de 49,9%, esto es, una caída superior a los 15 puntos porcentuales. Los jóvenes no son siquiera ya el público mayoritario de la feria: en 2017, los visitantes con edades comprendidas en los 35 y 45 años les igualan en porcentaje.

Juan Fernández Aceytuno lanza un “aviso para navegantes”: “el colectivo de 25 a 35 años y los grupos de edad inferiores, se van alejando de la vivienda en propiedad. Se anticipan ya movimientos sociológicos que van a cambiar el paradigma del mercado de la vivienda y del inmobiliario en general, este país está cambiando”. “Los bancos están centrados en conceder hipotecas a perfiles de riesgo más solventes y

los jóvenes no pueden acceder a la financiación para comprar vivienda”. Por último, el CEO de ST Sociedad de Tasación afirma que, en estas circunstancias “lo que está tirando del mercado residencial es la vivienda de reposición y la compra para alquilar”.

Como consecuencia de este importante descenso del público joven, el informe constata la caída de visitantes que acuden a la feria con el objetivo de “cambiar de alquiler a propiedad” o “formar un nuevo hogar”, y que en su gran mayoría son jóvenes. En cuanto a “cambiar de alquiler a propiedad”, frente al 34,8% de los visitantes a SIMA que manifestaban este interés en la edición de 2016 se ha pasado al 29,9% en la edición de este año, casi 5 puntos porcentuales menos. “Mejorar la vivienda actual”, que es donde se encuentra el perfil característico de comprador de reposición, se anota un avance de 4,2 puntos porcentuales con respecto a 2016 y se convierte en la principal motivación de los visitantes de SIMA (38,4% de los encuestados).

PLAZOS DE COMPRA

Uno de los puntos de inflexión identificados en el informe de 2016 fue la aceleración de los plazos para adquirir una vivienda como resultado, probablemente, de la evolución al alza de los precios. En 2017 se consolida esta tendencia. Por segundo año consecutivo, la opción “en cuanto encuentre” es la mayoritaria entre los encuestados, con un 42,3%, mientras que la opción “de aquí a 1 año” es mencionada por el 32,9%. Es decir, que tres de cada cuatro entrevistados planea comprar en el plazo máximo de un año, dato que contrasta con el 61,9% que representaba en 2008, justo antes del inicio de la crisis económica. Por último, llama la atención el importante incremento de la opción “más de



2 años/NS-NC", que casi se duplica con respecto a 2016, pasando del 7,3% al 13,2%.

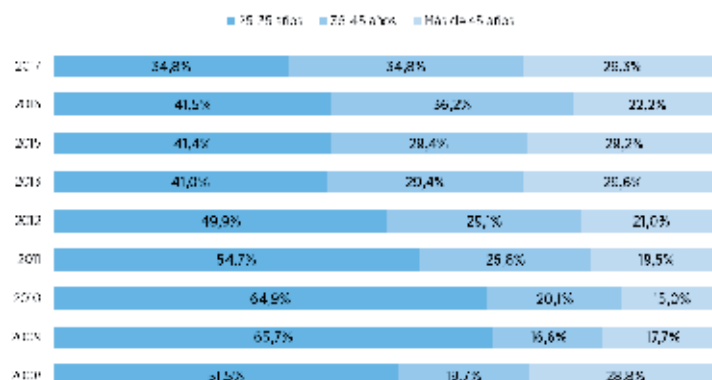
PRESUPUESTO DE COMPRA

La presión de los precios no solo se refleja en la reducción de los plazos de compra sino también en el presupuesto dedicado a la misma. Así, el porcentaje de quienes afirman contar con más de 300.000 euros pasa del 27,1% en 2016 al 29,4% en 2017, una subida moderada pero que reafirma la curva alcista. Es de destacar que, desde 2014, año en que el sector comenzó su recuperación, esta opción es la que viene registrando las subidas más importantes. Por su parte, el porcentaje de quienes cuentan con un presupuesto entre 150.000 y 300.000 euros permanece casi estable con un 52,9% (+0,1% más que en 2016), mientras que el presupuesto más bajo, hasta 150.000 euros, registra un leve retroceso de 2,4 puntos (17,7%): otro signo de la presión alcista de los precios del sector residencial.

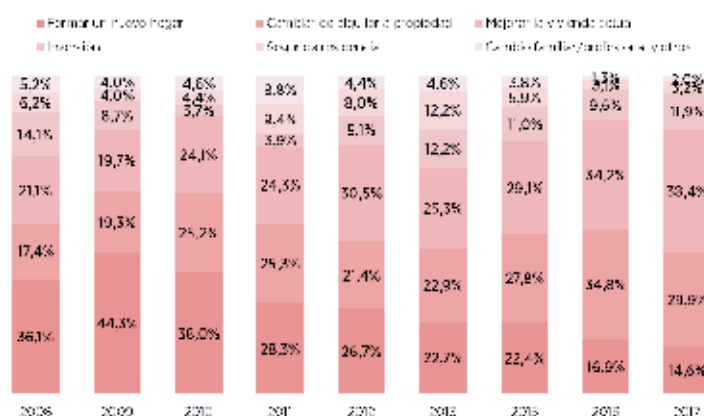
FINANCIACIÓN

El estudio muestra a un comprador de vivienda caracterizado por un mayor poder adquisitivo que el de años previos, ya que algo más de un tercio de los encuestados precisa financiar menos del 50% del importe de la vi-

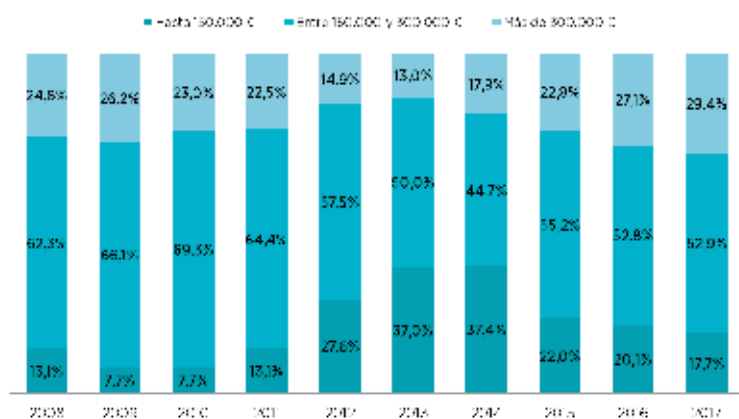
DISTRIBUCIÓN POR TRAMOS DE EDAD



MOTIVACIÓN PARA ADQUIRIR UNA VIVIENDA



PRESUPUESTO DE COMPRA



vienda. Seis años antes, en 2011, en plena crisis, este porcentaje apenas llegaba al 21%. De esta manera, y con respecto a 2016, el porcentaje de encuestados que no necesitan financiar nada crece 3,5 puntos porcentuales, hasta llegar al 13,8%. En consecuencia, disminuye el porcentaje de quienes necesitan financiar entre el 50% y el 80% y más del 80% de la compra de la vivienda, con valores del 39,2% y 24,4%, respectivamente.

La reactivación del mercado hipotecario, y, sobre todo, la sensación de una mayor facilidad a la hora de acceder a un crédito, se manifiestan en los resultados de la encuesta. Así, en 2017 el porcentaje de quienes afirman contar con “muchas” o “bastantes” posibilidades de conseguir la financiación necesaria se sitúa en el 81,9%, prácticamente la misma cifra que en 2016 y 2015, cuando las condiciones para la concesión de hipotecas comenzaron a mejorar.

Con todo, algo más de la mitad de los encuestados, un 55,2%, piensa que tendrá que dedicar más del 30% de los ingresos familiares al pago de las cuotas de la hipoteca. Esta cifra es prácticamente la misma que se obtuvo en la encuesta de 2016, pero es sensiblemente menor a la de 2015 y años anteriores, cuando esta llegó a situarse en el 90,9% (año 2011).

Sin embargo, para los jóvenes las dificultades son mayores, ya que para quienes acuden a SIMA por su intención de “formar un nuevo hogar”, el nivel de endeudamiento para realizar la compra es sensiblemente mayor: un 35,2% necesitaría financiar más del 80% del precio de la vivienda (24,4% para el total de los entrevistados). Y ello a pesar de que el presupuesto

Algo más de la mitad de los encuestados, un 55,2%, piensa que tendrá que dedicar más del 30% de los ingresos familiares al pago de las cuotas de la hipoteca

medio de los más jóvenes (195.000 €) es sensiblemente inferior a la media de la muestra (264.000 €).

El esfuerzo de pago es también mayor para los más jóvenes que para el conjunto de la muestra: tendrá que destinar para amortizar la hipoteca más del 30% de sus ingresos un 69% de los entrevistados más jóvenes, cuando ese porcentaje es del 55,2% para el total de los encuestados.

LAS HIPOTECAS A TIPO FIJO SE ABREN PASO

Otro indicador de los “nuevos tiempos” del sector inmobiliario es la tipología de hipoteca preferida por los compradores actuales, que en la actualidad se decantan claramente por la hipoteca a tipo fijo. En apenas un año, la diferencia entre ambas se ha ensanchado 7,5 puntos porcentuales, cuando en 2016 esta era de 1,3 puntos. De acuerdo con los datos del informe, el 43% de los encuestados prefieren el tipo fijo frente al 35,3% que se decanta por el variable. Destaca, por otra parte, el porcentaje de encuestados que se inclinan por la hipoteca de tipo mixto, un 21,5%, algo más del doble que el pasado año. [●]

SIMA Otoño confirma el buen momento de la actividad residencial

La feria inmobiliaria, que se celebrará del 27 al 29 de octubre, tendrá un 20% más de superficie contratada y casi 70 participantes, de los que un 11% asiste por primera vez

El nuevo ciclo del sector inmobiliario español sigue impulsando la contratación de SIMA Otoño, que abrirá sus puertas en el pabellón 1 de Feria de Madrid el 27 de octubre. Al cierre de la edición de esta revista, ya eran casi 70 las empresas que mostrarán sus productos y servicios en la feria, lo que supone un crecimiento próximo al 20% más con respecto a 2016. Además, el 11% de estos expositores acudirá por vez a SIMA Otoño.

Como viene siendo habitual en esta feria, la casi totalidad de las empresas participantes son promotoras o comercializadoras. También Madrid y su comunidad autónoma concentran el grueso de la oferta residencial que se exhibirá, si bien la proporción de vivienda turística sigue manteniendo una línea ascendente, una tendencia que se ha acentuado, sobre todo, desde la edición de 2015, con Costa Blanca y Costa del Sol como destinos prioritarios. En opinión de Eloy Bohúa, director general de SIMA, “se trata de dos zonas en las que, por una parte, se está registrando una clara recuperación de la demanda y en la que todavía existen, por otra, interesantes oportunidades de inversión”.

Promotores y comercializadoras no serán los únicos protagonistas del sector en la feria. La recuperación del sector y de la demanda está ampliando la tipología de expositores de la feria. Así, esta edición de SIMA contará con empresas de servicios complementarios, como decoración, mudanzas o seguros, tasadoras, entidades financieras, sobre todo las más especializadas en créditos hipotecarios, e, incluso, consultoras.

“El buen momento de la demanda residencial, impulsada por un comprador con un mayor poder adquisitivo que el de años recientes, se refleja no solo en una mayor contratación de espacio, sino también en el número y variedad de los expositores que buscan en SIMA Otoño tanto un canal privilegiado para dar a conocer y vender sus productos y servicios, como para posicionar sus marcas”, afirma Bohúa.



SERVICIOS DE VALOR AÑADIDO

Uno de los principales objetivos de las ferias SIMA es mejorar la experiencia de su visita. De esta manera, y al igual que en 2016, SIMA Otoño contará con el área temática SIMA te asesora, una iniciativa innovadora y resultado de la colaboración con el Colegio de Registradores de Madrid, el Consejo General del Notariado y el Colegio de Administradores de Fincas, cuyos profesionales se responsabilizaron de asesorar a los visitantes de SIMA Otoño en aquellos asuntos de su respectiva competencia. “SIMA te asesora es un proyecto que nace con el objetivo de reforzar aún más la imagen de la feria como entorno seguro y fiable para la compra de una vivienda, ya sea principal, turística, de segunda mano o como inversión”, asegura Bohúa.

SIMA te asesora no será el único servicio de valor añadido de la feria. Igualmente, los visitantes podrán concertar una cita previa con el expositor que deseen. Se trata de una opción que se implementó por vez primera en la edición de primavera de este año de la feria y que tras el éxito obtenido se ha decidido exportar también a la de otoño. El servicio de cita previa presenta dos ventajas indudables. Por una parte, permite al visitante organizar mejor su visita a la feria, evitando esperas y ahorrándose tiempos muertos. Y por otra, permite al expositor personalizar en un grado muy alto la atención que presta al visitante que ya ha manifestado un interés por uno de sus productos.

Por último, y como novedad en esta edición, SIMA Otoño contará con un espacio exclusivo en el que los padres podrán dejar a sus hijos durante su visita a la feria. Este espacio estará atendido por personal cualificado. [●]

Iberdrola Inmobiliaria participa en SIMA Otoño 2017

La compañía acude a esta cita con cuatro promociones por todo el territorio nacional, ofreciendo primera y segunda residencia

Iberdrola Inmobiliaria participará como expositor en una nueva edición del Salón Inmobiliario de Madrid, denominado SIMA Otoño 2017, que se celebra en el pabellón 1 de IFEMA entre el 27 y el 29 de octubre.

En el transcurso de esta feria, los expositores mostrarán sus principales productos de primera y segunda residencia, dotando este año al encuentro de una renovada oferta para el público que busca vivienda.

En el marco de esta filosofía, Iberdrola Inmobiliaria expondrá para su venta ocho promociones residenciales. Cuatro de ellas en la Comunidad de Madrid: Villas del Sur 2, en Móstoles; Soto Aldovea, en Torrejón de Ardoz; Parque Fuster, en Pinto; y AltoCañaveral en el nuevo barrio madrileño de El Cañaveral. Fuera de la Comunidad de Madrid: Residencial El Olivo, en Ciudad Real; Plaza Sur 2, en Santander; y Es Pinar Residencial, en Mallorca. Fuera de España, Costa Divina en Puerto Peñasco, México.

VILLAS DEL SUR 2, MÓSTOLES

Esta segunda fase de la promoción se compone de 23 chalés adosados, ubicados en el P.A.U. 4 de Móstoles. De moderna construcción, cuentan con tres dormitorios -opción de cuatro-, dos baños, un aseo en planta baja, jardín privado delantero y trasero y un excepcional solárium, además de un amplio garaje para dos vehículos. Sin duda, se trata de la promoción en venta más exclusiva de Móstoles.

SOTO ALDOVEA, TORREJÓN DE ARDOZ

Situada en la mejor zona de Torrejón -Soto de Henares- Soto Aldovea se compone de 24 chalés en urbanización cerrada con piscina comunitaria y un cuidado proyecto paisajístico. Viviendas de tres dormitorios -opción de cuatro-, con amplias estancias, magnífico solárium y dos plaza de garaje. Todo ello con las mejores calidades de la zona.

PARQUE FUSTER, PINTO

Promoción de 37 viviendas en altura de 1, 2, 3 o 4 dormitorios en el centro de Pinto. Viviendas amplias y luminosas con unos acabados de gran calidad. El residencial, situado en la calle Luis Carrillo de Toledo, se encuentra perfectamente integrado en el parque Nicolás Fuster, pulmón de Pinto.

ALTOCAÑAVERAL, MADRID

Situada en la nueva zona de Madrid, El Cañaveral, AltoCañaveral se compone de 19 chalés de VPPL en urbanización cerrada con piscina comunitaria y cuidado proyecto paisajístico. Viviendas de tres dormitorios -opción de cuatro-, con amplias estancias, magnífico solárium y garaje. Todo ello con las mejores calidades de la zona.

PLAZA SUR 2, SANTANDER

Promoción de 65 viviendas en altura en la zona de Nueva Montaña, Santander. Viviendas de 1,2 o 3 dormitorios con espectaculares áticos. Unas viviendas para un público joven que busque un hogar de calidad



en una zona de claro crecimiento con todos los servicios necesarios.

RESIDENCIAL EL OLIVO, CIUDAD REAL

Consta de 62 viviendas en bloques de uno, dos, tres y cuatro dormitorios, con excepcionales zonas comunes -piscina, pádel y área infantil- y situadas en la nueva zona de expansión de Ciudad Real. Con todos los servicios y a un paso del hospital.

ES PINAR RESIDENCIAL, MALLORCA

Situada en la prestigiosa zona de Bendinat, Es Pinar es una de las urbanizaciones más especiales que se encuentran ahora mismo a la venta en la isla. Viviendas de lujo con 11.000 metros cuadrados de zonas verdes, junto al Real Golf de Bendinat. Destacan sus amplios áticos con solárium y bajos con jardín.

COSTA DIVINA, MÉXICO

Situada en la zona de Islas del Mar (Puerto Peñasco), Costa Divina se compone de 42 villas con los mejores acabados dentro de un paraje único. Un campo de golf y lagunas naturales rodean esta primera promoción de Iberdrola Inmobiliaria en México. []

The Link
between
Property and
Finance™

Catella es una consultora inmobiliaria internacional cotizada, líder en el mercado europeo, especializada en Corporate Finance. Catella se centra en operaciones en las que su experiencia y presencia local, combinada con su alcance internacional, son claves para la creación de valor para sus clientes.

Las líneas principales de asesoramiento a nuestros clientes son: Capital Markets, Valoraciones, Agencia Oficinas y Agencia Retail.

Aelca, en constante crecimiento

La compañía gana peso en el mercado residencial y se posiciona como una de las cuatro grandes promotoras que lideran el sector



Tener visión de futuro, un plan de negocio bien estructurado y un equipo altamente cualificado resulta fundamental para levantar una compañía, máxime en los momentos en los que Javier Gómez Fernández y José Juan Martín Montes decidieron emprender la aventura de fundar Aelca, en 2012, cuando el sector inmobiliario no estaba, precisamente, en su mejor momento.

Cinco años después han demostrado no solo que tenían valentía, sino que contaban con una gran intuición para detectar un nicho de negocio que pocos han sabido explotar como ellos. En solo un lustro Aelca se ha convertido en un gigante de la promoción residencial en España. Con más de 900 viviendas entregadas en este tiempo, una previsión de ventas para 2017 que supera las 1.000 unidades –lo que representa un 66% más que en 2016– y una facturación estimada para este año en torno a 150 millones de euros, sus asombrosas cifras son fruto del esfuerzo y de la calidad de sus promociones.

“Siempre hemos sido conscientes de que no vale hacer cualquier vivienda. Si el cliente demanda nuestro producto no es por casualidad, sino porque les ofrecemos una vivienda en la ubicación que desean y con todos los servicios para hacer su vida más confortable, primando la optimización de los hogares, el diseño, la equipación, los acabados de prestigiosas marcas y la creación de áreas sociales con todo tipo de dotaciones”, señala Marta Furones, directora comercial de Aelca.

Esta nueva forma de entender la promoción, que busca satisfacer las necesidades concretas de las personas que desean adquirir una nueva vivienda, les ha valido el respaldo de sus clientes y les ha llevado a expandir su modelo de negocio en un tiempo récord. Hoy Aelca está presente en la Comunidad de Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, Aragón, País Vasco y Andalucía y dispone de una cartera de suelo de 850.049 metros cuadrados, lo que le permitirá desarrollar más de 9.300 viviendas.

Actualmente, con más de 30 promociones en construcción y 3.878 viviendas en comercialización hasta finales de año, tiene músculo suficiente para seguir creciendo. Su mejor tarjeta de presentación son, sin duda, promociones tan espectaculares como Iconic, en Boadilla del Monte (Madrid); Edificio Navis, en Málaga; o Residencial Llum, en Patraix (Valencia), que la compañía mostrará en los principales escaparates de nuestro país próximamente, en los que Aelca ya ocupa un lugar de referencia: SIMA Otoño (Madrid), Barcelona Meeting Point, Simed (Málaga) y Urbe (Valencia). [●]

PORCELANOSA PARTNERS

— 100% ACABADOS PORCELANOSA GRUPO—

Más ventajas para la comercialización de viviendas



Porcelanosa Spaces, está disponible en el Apple Store y permitirá cambiar los acabados de las diferentes firmas del Grupo hasta encontrar el que más se ajuste a cada necesidad.

PORCELANOSA Grupo amplía su compromiso con los responsables de grandes proyectos residenciales y promotores con dos nuevas ventajas que se unen a su programa de Porcelanosa Partners.

La primera de ellas es una aplicación a través de la cual los clientes podrán descargar, mediante su usuario y contraseña, los renders y propuestas de las estancias reales de su vivienda. La aplicación en concreto se llama *Porcelanosa Spaces*, está disponible en el Apple Store y permitirá, además, poder cambiar los acabados de las diferentes firmas del Grupo hasta encontrar el que más se ajuste a cada necesidad.

La segunda de las ventajas permitirá, puesto que está en proceso de desarrollo actualmente, sumergirse en el espacio real de la promoción. Se trata de un visualizador de realidad virtual con el que el cliente podrá sentirse dentro de sus baños, salones y cocina. Mediante unas gafas Samsung VR que se encontrarán en el propio piso piloto de la promoción, se podrá tener una visión de 360° del espacio e incluso cambiar los acabados según las preferencias del cliente.

Porcelanosa Partners es un programa que el Grupo Porcelanosa lanzó a principios de 2017 para dar un impulso a la venta de las viviendas de las promotoras colaboradoras. Éstas, confiando a Porcelanosa Grupo el 100% de los acabados de sus proyectos, cuentan con herramientas y

Porcelanosa Spaces, una aplicación mediante la cual el promotor puede descargar los renders y propuestas de las estancias reales de su vivienda y un visualizador de realidad virtual para el piso piloto de la promoción, son dos de las nuevas ventajas que ofrece el programa Porcelanosa Partners a los promotores inmobiliarios para ayudarles en la comercialización de sus viviendas



Mediante unas gafas Samsung VR se podrá tener una visión de 360° del espacio e incluso cambiar los acabados según las preferencias del cliente.

elementos de promoción, además del valor añadido que suponen los materiales Porcelanosa en cuanto a calidad y exclusividad: Diseño por los interioristas de Porcelanosa de la zona de exposición de la oficina de ventas del promotor, vallas publicitarias, propuestas del proyecto en 3D o apariciones en la revista *Lifestyle* son algunas de estas ventajas que se pueden consultar en el blog de Porcelanosa Grupo.

La innovación, el aliado de la relación con el cliente

María López Orero

Responsable de Marketing Inmobiliario
ACR Grupo

Existen ya muy pocas dudas sobre el enorme cambio que ha propiciado la era digital en los hábitos del cliente. La manera de consumir es otra desde que, con un solo clic, es posible acceder a un producto que hubiera sido inalcanzable físicamente, adquirirlo a un mejor precio y, además, recibirlo en apenas unos días o incluso horas. Esa fue la primera gran revolución que trajo Internet al mundo del consumo.

El cambio es irreversible. Imposibles como la reducción de tiempo, los precios, la variedad; un universo que abarca el mayor portfolio de producto y servicio con financiaciones sencillas y costes imbatibles, es ya una realidad. La penetración de la Red en los hogares españoles se amplía cada año, al igual que el número de *smartphones* y dispositivos conectados y, además, los usuarios que se incorporan al mercado de consumo son ya de la generación digital, no solo versada sino firme partidaria de todas las ventajas que ha aportado el e-commerce. Este es ya el punto de partida de cualquier negocio, pero ¿y el siguiente paso?

La experiencia de usuario, la relación que establecen las marcas con los clientes y viceversa... lo que en definitiva distingue a una de otra marca es su capacidad para generar una experiencia que vaya más allá de la compra. Eso nos exige a las empresas conocer mejor a nuestros clientes y buscar, de la mano de la innovación y la tecnología, constantes mejoras en los productos y servicios que ofrecemos.

El inmobiliario debe moverse en este sentido al igual que lo están haciendo el resto de sectores. En ACR Grupo hemos hecho de la innovación una parte intrínseca de nuestro ADN y es por ello que utilizamos todas las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para extender sus ventajas a nuestros clientes.

Desde el principio del proceso inmobiliario, el uso de **Big Data** y el análisis de la información que se realiza en la actualidad nos permite conocer de forma más detallada cuál es el perfil del potencial cliente, incorporar sus necesidades en la definición del producto, permitirle participar en la elección de elementos comunes del residencial... todo con el objetivo de situar al cliente en el centro de todo el proceso.



La revolución de las **apps** ha venido para quedarse. El usuario está cada vez más acostumbrado a disponer de la información de forma segmentada e inmediata. El sector inmobiliario y el universo *proptech* no se quedan atrás en este aspecto. Desde ACR buscamos hacer partícipe al cliente de todos los avances e información de su proyecto inmobiliario: cómo avanzan las obras, cuál es su plan de pagos, la documentación relativa a la vivienda, un canal de comunicación directa con nosotros; todo orientado a mejorar su experiencia y a hacerla única durante todo el periodo de tiempo en el que es cliente nuestro.

En el proceso constructivo, nuestro grupo es líder en España en la implantación de la **metodología Lean Construction**. Este innovador sistema de trabajo internacional consiste en la mejor planificación y optimización de los recursos, involucrando a todas las partes implicadas en el proyecto, lo que permite una reducción de plazos y costes en todas las obras.

Es importante recordar que el cliente no deja de serlo cuando ya ha comprado una vivienda, sino que es justo entonces cuando se convierte en cliente definitivo y pasa a formar parte de nuestra comunidad. Un universo en el que debe sentirse atendido y satisfecho durante todo el proceso anterior y posterior a la entrega de su hogar, fidelizando también a los clientes con un adecuado **servicio postventa**.

La tecnología evoluciona a un ritmo tan frenético que nadie puede saber lo que nos depara el futuro: quizás las casas lleguen a ser móviles o sean de uso perecedero y renovables cada cierto tiempo... Lo que sí sabemos es que todos los cambios vienen acompañados de una transformación social y económica, y que las empresas con vocación de permanencia en el mercado debemos mantenernos alineadas con estos cambios. En ACR apostamos por ellos. [👁️]

ASSA ABLOY

Un único proveedor
para todas sus
necesidades de acceso



También mantenemos puertas de otros fabricantes

Puertas correderas • Puertas batientes • Puertas giratorias • Puertas industriales • Servicio

ASSA ABLOY Entrance Systems es un proveedor líder de soluciones de automatización de accesos para un flujo eficaz de mercancías y personas. A través de nuestras marcas de producto Besam, Crawford, Megadoor y Albany, ampliamente reconocidas en todo el mundo, ofrecemos productos y servicios especializados para satisfacer las necesidades de operaciones cómodas, seguras, fiables y sostenibles del usuario final.

ASSA ABLOY Entrance Systems es una división de ASSA ABLOY.

Más información en www.assaabloyentrance.es
☎ 91 660 10 70



ASSA ABLOY

The global leader in
door opening solutions

Yagüe 37, símbolo madrileño del buen vivir según Emerige

Decoración, buen vivir, diseño



Ubicado cerca del Paseo de la Castellana, en uno de los barrios más dinámicos de Madrid, el conjunto inmobiliario obra de Emerige alojará un centenar de viviendas de alta gama, así como mil metros cuadrados de zonas verdes con piscina. Auténtico remanso de paz, al abrigo de la efervescencia de la ciudad, Yagüe 37 encarna la pericia del Grupo francés Emerige, el cual se dedica a hacer de sus programas inmobiliarios una excepción a la regla, ofreciendo a los usuarios de sus edificios mucho más que un lugar para vivir: la promesa de vivir la ciudad como si fuese arte, gracias a una arquitectura exigente, prestaciones de calidad e interiores únicos, concebidos por arquitectos, decoradores y artistas talentosos.

Un piso piloto ha sido acondicionado, con la misma exigencia, para que compradores potenciales puedan descubrir el “universo Emerige”. En cada estancia de este preciado espacio, el arquitecto español del proyecto, Antonio Ruiz Barbarín, escenifica un decorado heterogéneo y armonioso, con influencias zen. Los visitantes descubrirán objetos y mobiliario de excepción, seleccionados entre la colección de la mítica marca parisina “La Compagnie Française de l’Orient et de la Chine (La Compañía Francesa de Oriente y China) (CFOC)”, que recolecta sus tesoros en los mejores artesanos de Asia. El diseño y las líneas interiores dialogan también con una quincena de obras dispuestas para la

El conjunto inmobiliario obra de Emerige alojará un centenar de viviendas de alta gama, así como mil metros cuadrados de zonas verdes con piscina

ocasión –entre las cuales, fotografías, dibujos y pinturas– procedentes de la creación francesa contemporánea. El conjunto de dicha sugerencia, llena de matices, ofrece a los estetas la promesa de un buen vivir refinado, a la vez que decididamente contemporáneo, en la frontera entre el arte y la artesanía. [●]

Más información: www.yague37.es

La confianza del especialista



DECENAL DE DAÑOS

TODO RIESGO CONSTRUCCIÓN

AVERÍA DE MAQUINARIA

RESPONSABILIDAD CIVIL

REHABILITACIÓN TRIENAL

RC PRODUCTO PLUS

-  Amplia experiencia en el proceso constructivo
-  Asesoramiento especializado y coberturas adaptadas a las necesidades de cada cliente
-  Servicio personalizado ofrecido por un equipo técnico multidisciplinar y altamente cualificado

El sector *prime* en el mercado inmobiliario y sus particularidades, ¿qué es lo que lo hace tan atractivo?



David Miguel Teus Balta
Socio Fundador de
MTB Gestión Inmobiliaria

El sector inmobiliario es complejo y muy diversificado, por lo que cuando siempre que nos preguntan amigos, conocidos y personas en general como va el mercado, los profesionales que nos dedicamos a la intermediación en el sector *prime*, siempre debemos hacer la distinción entre nuestro nicho de mercado y la generalidad del mismo.

El sector premium obedece a otras reglas de comportamiento y el mismo se puede considerar más lineal y menos sujeto a altibajos. No depende tanto de la situación económica general, aunque tampoco le resulta indiferente. Cuando el mercado sufre mucho, el sector *prime* lo nota y cuando todo va bien, este va muy bien...

¿Que hace diferente a este segmento respecto a otros, como por ejemplo al mercado de reposición

natural de vivienda, el retail o la compra por inversión?. Trataré de explicar algunas claves que nos ayudarán a comprender las diferencias.

En muchos casos, las operaciones de compra/venta de este tipo de inmuebles se hacen con poca o ninguna financiación por parte del comprador. Por lo tanto, la accesibilidad al crédito no es un elemento decisivo a la hora de determinar la actividad del sector.

Al tratarse de un segmento pequeño en comparación con los demás, su peso en el global a nivel estadístico no es mucho, pero su importancia cualitativa es alta. Un ejemplo claro son las promociones de obra nueva de alto standing, las cuales van marcando la pauta en estética, calidades, tendencias, servicios etc., por lo que suben el nivel de las promociones de nivel intermedio y niveles inferiores, provocando un efecto cascada muy beneficioso. Se puede hacer un paralelismo con la Formula 1: los avances tecnológicos que vemos en ella, al poco tiempo se implementan en los coches de fabricación en cadena y consumo general.

Los tiempos de crisis también suponen una oportunidad de inversión en el sector *prime*. Quien disponga de capacidad de compra, podrá optar a estupendas inversiones a precios muy ventajosos, sobre todo en propiedades para reformar, pudiendo obtener grandes plusvalías en un futuro, en caso de que posteriormente se quiera vender o alquilar. Y en zona *prime*, siempre se alquila. Es por ello, que comprar en zona *prime* es siempre un buen negocio. El sector *prime* supone un "valor refugio" en tiempos de dificultades económicas, más en un país

como España, con una cultura tan arraigada de posesión.

ELEMENTOS DIFERENCIADORES

¿Qué es lo que distingue una propiedad premium de otra que no lo es? Yo señalaría varias características, empezando por la ubicación. Como dicen los anglosajones, "location, location, location". Dando por supuesto que contamos con una localización exclusiva, yo destacaría las calidades empleadas en la construcción de la propiedad, más si hablamos de obra nueva. Otros factores importantes, cada vez más presentes en las promociones de lujo, son los servicios y dotaciones que incorporan, tales como servicio conserjería 24 horas similar a hoteles 5 estrellas, instalaciones "in house" (spa, piscina climatizada, gimnasio, sala de reuniones-eventos etc).

Otro de los aspectos que suscita dudas a la hora de comprar una propiedad en el sector *prime* es el precio. En muchas ocasiones me preguntan cuál es el precio justo que se debe pagar por una propiedad de estas características. La respuesta no es fácil, pero dependerá mucho del tipo de uso que se le dará al bien comprado. Si es como vivienda para uso personal, el comprador estará dispuesto a pagar casi lo que sea. Si por contra, es una inversión buscando una rentabilidad, ya sea para una posterior venta o alquiler, la operación estará sujeta a criterios estrictamente económicos.

En resumen y a modo de conclusión, lo más interesante de una propiedad premium es que debe aportar un valor añadido y un estatus que la hace diferente respecto a la oferta media. [●]

**NÚMERO UNO EN ESPAÑA
por sexto año consecutivo**

Aguirre Newman, elegida
mejor Consultora Inmobiliaria en España

**EUROMONEY
MARKET LEADER**

**REAL ESTATE
12131415162017**

**AGUIRRE
NEWMAN**

www.aguirrenewman.es

Requisitos para la inscripción de obras nuevas tras la Ley 13/2015

Elaborado por :

GARRIGUES

Coordinada por
M^a Isabel Calvo Carreño

Resolución de la Dirección General de los Registros y del Notariado de 27 de julio de 2017

Mediante una escritura se otorga un acta de finalización de obra, subsanada por otra, que se presenta a inscripción. La registradora suspende la inscripción por falta de identidad entre las coordenadas georreferenciadas de la certificación catastral protocolizada y las que debieran resultar de la edificación cuyo final de obra se declara, dada la diferencia de superficie entre la parcela catastral -177 m²- y la superficie de la parcela ocupada por la edificación -184,70 m²-.

Se recurre la calificación registral ante la Dirección General de los Registros y del Notariado (DGRN), que desestima el recurso sobre la base de los siguientes extremos:

1. Se pretende la constancia registral de un acta de finalización de obra, de la que se aportan las coordenadas de la porción de suelo ocupada por la edificación, acompañando certificación catastral descriptiva y gráfica de la que se obtiene la geometría catastral de la edificación.

La registradora opone como defecto la falta de identidad entre las coordenadas georreferenciadas de la certificación catastral protocolizada y las que debieran resultar de la edificación cuyo final de obra se declara, dada la diferencia de superficie entre la parcela catastral -177 m²- y la superficie de la parcela ocupada por la edificación -184,70 m²-.

2. Son hechos relevantes para la resolución de este expediente:

- En el Registro consta la edificación declarada en construcción con una superficie ocupada de suelo de 187,70 m² sobre un solar de 198,86 m².

- En el acta de finalización de obra no hay referencia alguna a las coordenadas de la porción de suelo, considerando que el otorgamiento del acta es anterior a la Ley 13/2015. Tampoco se realiza ninguna modificación descriptiva de la edificación declarada ni del solar en el que se ubica.

- La certificación catastral que se acompaña expresa una superficie gráfica de parcela de 177 m².

3. La Ley 13/2015 establece que la porción de suelo ocupada por cualquier edificación, instalación o

plantación habrá de estar identificada mediante sus coordenadas de referenciación geográfica.

La Resolución de 26 de octubre de 2015, dictada conjuntamente por la DGRN y la Dirección General del Catastro establece que **en caso de inscripción de edificaciones o instalaciones habrá de remitirse también por los registradores al Catastro las coordenadas de referenciación geográfica de la porción de suelo ocupada por las mismas.**

En el caso de edificaciones cuya geometría conste previamente en la cartografía catastral el registrador podrá tomar las coordenadas directamente de la Sede Electrónica del Catastro utilizando el servicio habilitado para ello.

Además, **dado que se trata de una exigencia legal referida a la concordancia del Registro con la realidad física extrarregistral de la finca, solo será exigible en los casos en que la edificación se encuentre finalizada**, momento en que podrán determinarse efectivamente las coordenadas de la porción ocupada por la misma en dicha realidad extrarregistral.

Por otra parte no ha de olvidarse que **la obligada georreferenciación de la superficie de suelo ocupada por cualquier edificación, aun cuando habrá de ser comunicada al Catastro, no afecta al concepto ni al proceso de coordinación geográfica entre la finca registral y el inmueble catastral, ya que el atributo de finca coordinada o no coordinada se pre-**

dica respecto del contorno perimetral de la finca, es decir, su ubicación y delimitación geográfica, con independencia de los elementos físicos que puedan estar ubicados en el interior de la finca y de las titularidades que recaigan sobre ella.

4. En el supuesto de este expediente, se cumple con lo dispuesto en el artículo 202 de la Ley Hipotecaria al aportarse certificación catastral de la que pueden obtenerse las coordenadas de la porción de suelo ocupada por la edificación, pudiendo el registrador obtener las mismas de la Sede Electrónica del Catastro.

La cuestión principal que se plantea es la de si para inscribir la edificación es defecto la falta de coincidencia entre la superficie ocupada por ella según la descripción literaria que figura en el título y en el Registro y la que resulta de las coordenadas catastrales aportadas.

Según la certificación catastral aportada, la parcela tiene una superficie gráfica de 177 m² ocupando la edificación la totalidad de dicha parcela. Según Registro, la superficie ocupada de suelo es de 184,70 m² sobre un solar de 198,86 m², por lo que **no existe correspondencia entre la superficie expresada en la descripción registral de la edificación y la que resulta de las coordenadas aportadas, sin que la falta de correspondencia pueda salvarse por algún elemento descriptivo no computado según la normativa catastral, que se dedujese de la misma documentación. Por tanto, resulta imposible determinar la ubicación gráfica concreta de los 184,70 m² ocupados por la edificación.**

Por lo tanto, no pudiéndose obtener de la sede del Catastro las



geográfica y lista de coordenadas de la finca en que se ubique.

La razón de dicha exigencia es que para que proceda inscribir en el folio real de una finca la existencia de una edificación ubicada sobre ella, el primer presupuesto y requisito conceptual es, obviamente, que tal edificación esté efectivamente ubicada en su integridad dentro de la referida finca y no se extralimite.

coordenadas de la superficie de los 184,70 m² ocupados por la edificación y sin que se haya efectuado ninguna rectificación de dicha superficie de parcela ocupada en términos coincidentes con las aportadas, las coordenadas exigidas por el artículo 202 de la Ley Hipotecaria habrán de ser aportadas al Registro por el interesado, tal y como indica la registradora en su calificación.

5. Distinta es la cuestión de si sería necesario también proceder a la previa georreferenciación de la finca en la que se ubica la edificación, a efectos de comprobar que la misma se encuentra ubicada dentro de la finca y considerando especialmente las diferencias descriptivas existentes con la parcela catastral cuya representación gráfica se acompaña.

A este respecto, la Resolución Circular de 3 de noviembre de 2015 de la DGRN señaló que **cuando conforme al artículo 202 de la Ley Hipotecaria, proceda inscribir la relación de coordenadas de referenciación geográfica de la porción de suelo ocupada por cualquier edificación, instalación o plantación, deberá constar inscrita, previa o simultáneamente, la delimitación**

El cumplimiento de la exigencia de georreferenciación de las edificaciones,

cuando además conste inscrita la delimitación georreferenciada de la finca, permite efectuar dicho análisis geométrico espacial y concluir, sin ningún género de dudas, si la porción ocupada por la edificación, debidamente georreferenciada, está o no totalmente incluida dentro de la porción de suelo correspondiente a la finca. Pero cuando la finca no tiene previamente inscrita su georreferenciación, tal análisis geométrico espacial resultará difícil en ocasiones o imposible en otras, y puede no llegar a disipar las dudas acerca de si la concreta edificación declarada está o no efectivamente ubicada en su totalidad dentro de la finca sobre la que se declara.

En este caso, la calificación se limita a poner de manifiesto una mera falta de coincidencia de la finca registral con la situación catastral de las fincas y a exigir que se dé cumplimiento a los artículos 9 y 202 de la Ley Hipotecaria, pero no se expresan dudas fundadas de que la edificación se encuentre ubicada efectivamente en la finca registral, no resultando formulada con claridad en la calificación la necesidad de previa georreferenciación de la parcela, motivo por el que no puede entenderse exigible en este caso. [(●)]

Alternativas para la constancia registral de edificaciones

Resolución de la Dirección General de los Registros y del Notariado de 19 de julio de 2017

Se presenta a inscripción un testimonio de un auto judicial recaído en expediente de dominio-exceso de cabida, en el que se declara la superficie superior de una finca. El registrador deniega la inscripción por no coincidir la superficie que consta en la certificación catastral descriptiva y gráfica de la finca con la superficie determinada en el expediente de dominio. Considera además el registrador que la inscripción del exceso de cabida implica una declaración de la ampliación de la obra existente, por lo que sería preciso el cumplimiento de los requisitos urbanísticos exigibles para la inscripción de este tipo de actos jurídicos y de las obligaciones fiscales correspondientes.

La calificación registral se recurre ante la Dirección General de los Registros y del Notariado (DGRN), que desestima el recurso sobre la base de los siguientes puntos:

1. La finca registral consta inscrita con 60 m² de suelo y 24 m² edificados. En el auto que resolvió el expediente de dominio, tramitado conforme a la normativa anterior a la Ley 13/2015, se establece que la finca tiene 219 m² de suelo y 109,75 m² edificados, sin especificar en cuántas plantas ni la superficie de cada una. Se acompañó una certificación catastral conforme a la cual la finca tiene 267 m² de suelo y 228 m² construidos.

El registrador (a) deniega la inscripción del aumento de superficie del suelo por entender que para inscribir excesos de cabida superiores a la quinta parte es necesario, incluso en expedientes de dominio y por su analogía con las inmatriculaciones, acompañar, tras la Ley 13/1996, certificación catastral coincidente y en este caso existen diferencias de medición entre la certificación catastral de la finca y el auto aprobatorio del expediente de dominio y (b) deniega la inscripción del aumento de superficie construida por entender que es necesario proceder a la declaración de una ampliación de obra nueva cumpliendo todos los requisitos urbanísticos para ello en la legislación del suelo estatal y autonómica y en la Ley de Ordenación de la Edificación.

2. Conforme a la disposición transitoria única de la Ley 13/2015, todos los procedimientos regulados en el Título VI de la Ley Hipotecaria, así como los derivados de supuestos de doble inmatriculación que se encuentren iniciados a la fecha de entrada en vigor de esta Ley, continuarán tramitándose hasta su resolución definitiva conforme a la normativa anterior. En este caso, el expediente de dominio se inició antes de la entrada en vigor de la Ley indicada, por lo que resulta aplicable la regulación anterior a la misma. Igualmente le resulta aplicable la doctrina de la DGRN al interpretar y aplicar esa normativa anterior.

Es cierto que con relación a los expedientes de dominio el Reglamento Hipotecario tan solo precep-

túa que también podrán inscribirse los excesos de cabida en virtud de expediente de dominio, entre otros, sin exigir expresamente la certificación catastral descriptiva y gráfica. Pero la superior jerarquía de la Ley 13/1996 y la propia consideración por el Reglamento Hipotecario de los excesos de cabida superiores a la quinta parte de la cabida inscrita como supuestos análogos a la inmatriculación, en los que sí se exige la certificación catastral, conduce a concluir la necesidad de su aportación en aquellos supuestos en el que el exceso de cabida que se pretende exceda de la quinta parte de la cabida inscrita, como ocurre en este caso. En este sentido, procede confirmar el primer defecto de la nota de calificación.

Ahora bien, dado que el documento se ha presentado una vez que se encuentra en vigor la Ley 13/2015, de 24 de junio, debe matizarse la doctrina expuesta a la luz de los nuevos preceptos que ésta introduce relativos a las rectificaciones de descripción de las fincas.

Tras la derogación de la Ley 13/1996 por la disposición derogatoria única de la Ley 13/2015, el contenido de dicha exigencia se ha trasladado a los artículos 203 y 205 de la Ley Hipotecaria, de manera que en la inmatriculación que se pretenda al amparo de dichos preceptos, la aportación de la certificación catastral descriptiva y gráfica sigue siendo requisito propio de la inmatriculación, así como instrumento imprescindible para incorporar la representación gráfica de

la finca a los libros del Registro y requisito esencial para practicar la primera inscripción de una finca en los libros del Registro.

3. Por lo que respecta a las modificaciones descriptivas, a partir de la reforma operada por la Ley 13/2015 en los procedimientos que específicamente se prevén en la Ley Hipotecaria para la rectificación de la descripción de fincas, cobra especial relevancia la representación gráfica georreferenciada de la finca, aportando una mayor certeza a la descripción del inmueble.

Por otra parte, cuando la disposición derogatoria única de la Ley 13/2015 dispone que quedan derogadas cuantas normas se opongan a lo previsto en la presente Ley, ha de interpretarse que deben entenderse tácitamente derogados todos los artículos del Título VI del Reglamento Hipotecario, pues la nueva redacción legal es en sí misma suficientemente detallada. Por lo tanto, la regulación del artículo 298.3 del Reglamento Hipotecario relativa a los excesos de cabida en la que se incluía la asimilación a los supuestos de inmatriculación en la que se basaba la doctrina antes expuesta, resultará actualmente inaplicable a los nuevos procedimientos.

Aunque las previsiones legales tienen como objetivo que todo documento pueda llegar al Registro con una representación gráfica catastral y se alcance así la coordinación gráfica, también se prevé la posibilidad de que esta coordinación se alcance con posterioridad a la inscripción de la operación correspondiente, de manera que puede aportarse una representación gráfica alternativa, excepto en los supuestos de inmatriculación de fincas al amparo de los artículos 203 y 205 de la Ley Hipotecaria.

En el presente caso, en el que el **procedimiento para la rectificación descriptiva de la finca se ha tramitado conforme a la legislación an-**



terior, pero se ha presentado bajo la vigencia de la nueva redacción legal, el defecto podrá subsanarse, bien efectuando la correspondiente alteración catastral en términos coincidentes con la descripción que resulta del título o bien mediante la aportación de una representación gráfica georreferenciada alternativa de la finca, para cuya inscripción deberá cumplirse lo previsto en el artículo 199 de la Ley Hipotecaria.

4. Respecto al segundo defecto, es cierto que **la escritura pública no es el único título formal en el que puede declararse la existencia de edificaciones para su constancia registral. En todo caso, habrán de cumplirse todos los requisitos que hayan de ser objeto de calificación registral, según la legislación sectorial aplicable en cada caso.**

Aun cuando el auto judicial es título formalmente hábil para obtener la inscripción de un aumento de superficie construida, **en el presente caso, con la simple documentación presentada no constan acreditados diversos extremos necesarios**, por ejemplo, y de modo destacado, si la inscripción de la mayor edificación se pretende conseguir acreditando

su adecuación a la legalidad urbanística o simplemente la prescripción de las acciones para la posible demolición de edificaciones ilegales antiguas (aportando los documentos necesarios en cada caso). Tampoco consta especificado si la edificación tiene una sola planta o varias y, en tal caso, cuál sea la superficie de cada una y la ocupada por la edificación, con las coordenadas de referenciación geográfica; ni consta acreditado si le resultan o no aplicables los requisitos exigidos por la Ley de Ordenación de la Edificación para su constancia registral.

En el presente caso, en la **certificación catastral descriptiva y gráfica consta una superficie (de suelo y construida) distinta de la que consta en el título. Dadas las diferencias existentes entre la descripción de la finca y de la edificación según el título respecto de la que resulta de la certificación catastral, no queda acreditada la correspondencia entre ambas, por lo que dicha certificación catastral es inhábil para acreditar la antigüedad de la edificación.** Por lo tanto, también se confirma el segundo defecto, una vez matizado por el registrador en su informe. [()]



Hotel Barcelona Edition.

Hoteles: en busca de experiencias únicas

Experiencia y aportaciones de Hill International en el cambio de paradigma que vive el sector

El sector hotelero anda muy revuelto. Algunos “gurús” incluso vaticinan el fin de los hoteles tradicionales, derrotados por AirBNB y los hostales *new age* para *millennials*. Ante estas tendencias, ¿cómo se puede mejorar la rentabilidad de estos activos inmobiliarios? Incrementar el gasto medio por huésped durante su estancia es el mayor reto de todos los operadores e inversores del sector. No todo es ubicación; la creación de una auténtica experiencia diferencial y de calidad es fundamental en un sector cada vez más transparente, expuesto a las críticas en tiempo real de sus clientes a través de redes sociales y plataformas de reserva *online*. La capacidad de generar ingresos adicionales a la pernoctación está cambiando la morfología de los nuevos proyectos.

“Lo que estamos percibiendo en este sector tan dinámico es una mayor segmentación del cliente y un avance en la especialización de las marcas”, comenta Iván Calviño, responsable de la división hotelera de Hill International en Europa.

Según su análisis, el cliente de cinco estrellas gran lujo no quiere salir de su zona de confort y es fiel a las marcas que aseguran una experiencia de verdadero lujo y exclusividad. En ese segmento compiten marcas como Mandarin Oriental, Four Seasons, Saint Regis, Ritz Carlton, etc., que mantienen intactos los conceptos tradicionales de la hotelería de cinco estrellas (habitaciones de más de 45-50m², amplias suites, grandes salones y zonas comunes, *spa*, etc.), mientras “buscan la diferenciación a través de la oferta de experiencias únicas, como la gastro-

nomía, con los restaurantes temáticos y con estrellas Michelin, la oferta de *wellness* en formato de lujo (*spa*, masaje, yoga, pilates, nutricionistas, entrenador personal, etc.), o los servicios personalizados para clientes de alto nivel (*butler*, chóferes, guías, etc.)”.

Hill International ha sido la compañía responsable de gestionar los proyectos de varios hoteles de clase mundial recientemente inaugurados como el Ritz Carlton de El Cairo, The Saint Regis Astana o el Gran Hyatt Rio de Janeiro.

El sector del lujo está entrando con fuerza en España. Hill International lleva trabajando desde hace más de un año en el proceso de definición de uno de los hoteles que va a ser el buque insignia de la hotelería de gran lujo en España. Un proyecto de gran complejidad, entre otras cosas porque debe encajar unos estándares muy exigentes en un edificio protegido. “Retos similares nos esperan en otros tres proyectos de gran lujo en los que estamos trabajando que se harán públicos en breve”, explican desde Hill.

Los inversores hoteleros, cuando contratan servicios de *Project Management* para gestionar con éxito un proyecto, valoran sobre todo la experiencia y la especialización de los equipos. Hill llega a muchos proyectos en la fase inicial de definición estratégica, incluso antes de que el arquitecto empiece a dibujar. “Probablemente es el momento en que más valor aportamos”, comenta Calviño, ya que es cuando se pone en juego la viabilidad del proyecto. Calviño enumera además “la integración de *Brand Standards* en el diseño de una manera realista, funcional y dentro de los parámetros económicos de la inversión, la selección de los equipos de diseño, la gestión de los *mock up rooms* y un sinnúmero de tareas críticas de pre-construcción” como elementos clave en las fases iniciales del proyecto.



Hotel Saint Regis Astana.

EL HOTEL URBANO EVOLUCIONA

De los conceptos más clásicos de hotel de negocio urbano enfocado a directivos, Calviño asegura que “estamos pasando a los nuevos hoteles *life style*, enfocados a jóvenes profesionales y turistas de clase media alta de perfil internacional, que quieren sacarle el máximo partido a su estancia”. Los nuevos conceptos aportan la experiencia de la restauración contemporánea en sus diversos formatos, junto con zonas comunes flexibles y polivalentes, diseñadas como espacios de *co-working* para facilitar reuniones menos formales mientras se toma una comida ligera o bebidas exclusivas y que, al caer la noche, se convierten en el perfecto *afterwork*. En estos hoteles no falta la oferta de *fitness* y *wellness* a la carta, y los propietarios de estos centros son conscientes de la necesidad de invertir y mantener unos estándares altísimos para atraer a empresarios, ejecutivos y turistas de alto poder adquisitivo. Uno de los conceptos más rompedores en este sentido será el proyecto del nuevo Barcelona Edition. Hill lleva más de dos años trabajando codo con codo con los propietarios y el futuro operador para adaptar el nuevo concepto a una ciudad tan vibrante y cosmopolita como Barcelona. “La oferta de restauración y entretenimiento va a ser espectacular y sorprendente”, comenta Calviño, “será la nueva referencia en Barcelona y superará incluso las propuestas de la marca en Londres y Nueva York”.

Los operadores hoteleros también están cada vez más preocupados por el impacto social y ambiental de su negocio: las nuevas políticas corporativas y la búsqueda de la rentabilidad empuja a los hoteles a tomar medidas de sostenibilidad que reduzcan costes (el ahorro energético puede oscilar entre el 10 y el 20%) y mejoren la experiencia del usuario y su fidelidad a la marca. Un objetivo que ha generado entre los clientes de Hill una demanda creciente de las certificaciones como LEED y BREEAM.

En este cambio de paradigma, destaca también el impulso que está teniendo el sector de hoteles y *resorts* vacacionales de costa. España es objetivo prioritario para inversores de todo el planeta, y Hill International trabaja ya en la reforma de varios hoteles de este tipo en la península y las islas: un complejo de tres hoteles en Ibiza, dos *resorts* en Tenerife, así como otros dos proyectos exclusivos en Andalucía e Ibiza que serán los nuevos referentes del lujo vacacional.

Las socimis han dinamizado el sector, según Calviño: “Su capacidad inversora está acelerando la necesaria actualización de hoteles que llevaban años sin ser remozados”. Con este tipo de inversores, “la velocidad de puesta en el mercado del producto renovado es crítica, no pueden mantener hoteles cerrados más tiempo del estrictamente imprescindible”. [●]

Portugal quiere importar el modelo británico de las LLP

Según lo ha anunciado el secretario de Estado de los Asuntos Fiscales, António Mendonça Mendes, durante su intervención en el Portugal Real Estate Summit que, organizado por Iberian.Property, se ha celebrado los días 19 y 20 de septiembre en Lisboa



António Mendonça Mendes, secretario de Estado de los Asuntos Fiscales de Portugal.

Susana Correia
Iberian.Property

Con la intención de acelerar la apuesta en rehabilitación urbana y la atracción de inversión inmobiliaria para el país, el Gobierno Portugués quiere avanzar con un mecanismo fiscal que promete simplificar y facilitar las asociaciones creadas para la recuperación de inmuebles.

Inspirada en la tradición inglesa de las LLP (Limited Liability Partnerships), la novedad ha sido avanzada

en primera mano por el secretario de Estado de los Asuntos Fiscales, António Mendonça Mendes, durante su intervención en el Portugal Real Estate Summit, la mayor conferencia internacional realizada en el país vecino sobre inversión inmobiliaria. Con un gran éxito en el Reino Unido, las LLP son vehículos societarios cercanos a la figura del consorcio y donde la tributación es realizada en la esfera de los socios y en la cuota parte correspondiente.

En este mismo acto, el secretario de Estado ha informado además que el Gobierno portugués mantiene su interés en la introducción de un régimen de Real Estate Investment Trusts (REIT) en Portugal, tal como sucedió en España, con las SOCIMI.

En este mismo acto, el secretario de Estado ha informado además que el Gobierno portugués mantiene su interés en la introducción de un régimen de Real Estate Investment Trusts (REIT) en Portugal, tal como sucedió en España, con las SOCIMI

“Una de las grandes ventajas de un régimen de REITs, y en el que el modelo de las SOCIMI ha obtenido mucho éxito, es la captación de grandes volúmenes de capital extranjero que, de otra forma, no serían destinados a aquel mercado”, resumió el Chief Investment Officer de Merlin Properties, David Brush. Sin dudas respecto a las ventajas de estos vehículos, ha dejado además un consejo a los portugueses: “hay ya muchos modelos de REITs, no es necesario inventar la rueda”, por eso, “ya que tienen tantos modelos que os pueden inspirar en Europa, sigan los que mejor funcionan”.

A lo largo del evento, quedó bien claro que Lisboa está cada vez más en el radar para los inversores inmobiliarios internacionales presentes en Iberia, aunque la escasez de producto disponible es el principal desafío

“La actividad de empresas como Merlin nos enseñan que este modelo funciona”, concluyó Tim Kessler, Analyst Investor Outreach de EPRA, considerando que Portugal vive “momentos excitantes” en lo que concierne la inversión.

LISBOA EN EL RADAR, PERO FALTA PRODUCTO

A lo largo del evento, quedó bien claro que Lisboa está cada vez más en el radar para los inversores inmobiliarios internacionales presentes en Iberia, aunque la escasez de producto disponible es el principal desafío.

“Portugal forma parte de nuestra estrategia de inversión para el sur de Europa”, aseguró el Managing Director da Värde, Hugo



Moreira. Una idea también formulada por Daniel Galvéz, Head of Real Estate Iberia de Deutsche AM, aunque remarcó que “la escasez de producto en Lisboa es una de las grandes dificultades con la que nos encontramos hoy, y que hace más difícil el dar continuidad a nuestras inversiones”.

Los portfolios en las manos de la banca y el mercado de NPL son, para Altamira, dos de las opciones más interesantes para la inversión en el inmobiliario portugués en la actualidad, y es justo eso lo que la empresa quiere hacer, como ha explicado Javier Román, que lidera el negocio de la empresa en Portugal. []

MÁS DE 150 INVERSORES INTERNACIONALES EN EL PORTUGAL REAL ESTATE SUMMIT

La 2ª edición del Portugal Real Estate Summit ha reunido en Estoril una audiencia de 330 profesionales de la industria inmobiliaria, la mitad de ellos inversores internacionales. Organizado por Iberian.Property, el evento contó con los patrocinios empresariales de Abreu Advogados, Aguirre Newman, CBRE, Cushman & Wakefield, Deloitte, JLL y de la empresa de abogados Morais Leitão Galvão Teles e Soares da Silva, de Vilamoura World y del Grupo SIL y, del lado institucional, de ACAI, APAF, APFIPP, APPII, ASPRIMA, EPRA, RICS, Thomson Reuters y ULI.



Digitalizando el sector inmobiliario



Isabel Benítez
Directora Digital Business
Development CBRE España

¿Te has parado a pensar cuántas veces oímos las palabras “Transformación Digital” a lo largo del día?

En los medios de comunicación es uno de los temas de más actualidad. Asistimos a numerosos eventos de empresa y en todos ellos está presente. Asimismo, los profesionales no paramos de repetirlo a menudo quizá con una cierta prudencia y a la vez expectación, tanto por el desafío que se nos está planteando, como por la revolución que está suponiendo y que avanza, sin duda, a velocidad de vértigo.

No hay vuelta atrás. La llamada “cuarta revolución industrial” no es una opción. Podemos afirmar que las empresas que no se adapten al cambio tecnológico y digital no lograrán sobrevivir.

¿QUÉ PASA EN REAL ESTATE?

El sector inmobiliario está participando activamente de esta transformación. La conectividad y la tecnología han hecho que el perfil del nuevo propietario, inversor, comprador, promotor u ocupante haya cambiado. Ha nacido un sector renovado, más profesional, inteligente y exigente, que basa sus procesos en la famosa “experiencia del usuario”. Es decir, analizar primero, para después adaptarse a los nuevos requerimientos de los principales actores del mercado.

Los datos se han convertido en el principal activo de los negocios hoy en día, posibilitando mediante la tecnología soluciones inmobiliarias más flexibles, eficientes y competitivas.

Ante este escenario, se abre todo un mundo de posibilidades.

UN NUEVO LENGUAJE

El acceso a la información, la conectividad, movilidad y tecnología están provocando un cambio importante en la manera de hacer negocios en el sector inmobiliario.

Hay áreas cuya actividad no entendemos ya sin el apoyo de herramientas de análisis del mercado, de valoración de activos, de realidad virtual y diseño de espacios.

De soluciones de inteligencia artificial y de análisis de datos para dar respuesta a nuestros clientes en base a la “experiencia del usuario”.

Somos expertos en plataformas digitales que creamos “a medida” y que posibilitan temas tan importantes como, por ejemplo, la gestión y mejora energética de los inmuebles,

con gran repercusión en nuestras ciudades.

En definitiva, estamos en un momento de la historia en el que los profesionales del Sector Inmobiliario tenemos la oportunidad, no sólo de revolucionar el mundo, sino de mejorarlo y hacer de él un lugar más fácil, accesible y sostenible.

CBRE: EXPERTOS EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL REAL ESTATE

Desde CBRE asesoramos a nuestros clientes en el desarrollo e implantación de los mejores servicios y soluciones digitales de acuerdo con sus necesidades, cubriendo todas las fases del ciclo inmobiliario. Esto supone, sin duda, una clara garantía para el éxito de sus proyectos.

Asimismo, somos conscientes de que en el mundo digital actual no podemos dejar de apostar claramente por la integración de los servicios digitales en el negocio de nuestros clientes, ofreciendo soluciones innovadoras y eficaces que supongan una diferenciación en cuanto a su estrategia general como empresa.

En este sentido, nuestro servicio de Digital Advisory supone el asesoramiento y consultoría integral digital a nuestros clientes. Elegimos y diseñamos la mejor de las soluciones para sus proyectos y ofrecemos la digitalización del Real Estate en todos sus ámbitos (oficinas, logístico, retail, hotelero, residencial, etc.)

La era de la digitalización no ha hecho más que empezar. Desde CBRE somos el compañero de viaje de nuestros clientes en su transformación digital. [●]

Big Data, el gran aliado de las promotoras inmobiliarias para mejorar los procesos de negocio



Enrique Serrano
CEO de Tinámica

Después de años de incertidumbre económica y una vez superada la crisis que más ha afectado al sector de la construcción e inmobiliario a lo largo de su historia en España, ha llegado el momento de su reactivación para afrontar con optimismo los próximos años y que poco a poco recupere su peso en la economía.

En este proceso de recuperación, la aplicación de la tecnología, especialmente de la analítica avanzada y el *Big Data*, se han convertido en herramientas clave para el éxito que están ayudando al sector a corregir errores del pasado y a optimizar la construcción y venta de viviendas. Las promotoras inmobiliarias, en concreto, tienen en estas soluciones un aliado para mejorar la eficiencia

y la previsión de la demanda, lo que redundará en un perfeccionamiento general del ciclo del negocio.

De este modo, gracias a las técnicas de *Big Data* y analítica avanzada, se puede llegar a acelerar o reducir a casi la mitad el ciclo del negocio de las promotoras e inmobiliarias desde que se lanza la promoción hasta la entrega la vivienda al pasar de 24 meses a 16 meses, lo que supone una mejora del 41,6%.

UN MAYOR CONTROL DE LA DEMANDA

Los principales beneficios que las promotoras inmobiliarias y las empresas del sector de la construcción están obteniendo de la utilización de estas tecnologías son las mejoras en la detección del grado de demanda de cada zona, así como el mayor índice de acierto a la hora de configurar las viviendas en función de los requisitos que los compradores están demandando y teniendo en cuenta la segmentación de públicos por diferentes variables, como el poder adquisitivo, edad, estado civil, cercanía, etc. Esto permite al promotor obtener información por adelantado, y teniendo en cuenta diferentes variables a la hora de realizar su inversión, apostar por la compra de un terreno u otro; mientras que permite a los constructores vender sobre plano de manera mucho más eficiente conjuntando los datos de la oferta y la demanda.

Por tanto, el sector de la construcción ha encontrado en el *Big Data* un gran aliado, que le permite mejorar los procesos de negocio a la par que realizar el diseño de sistemas

La tecnología del dato está logrando que el sector inmobiliario y de la construcción de un cambio disruptivo que beneficiará a su rentabilidad

para trabajar con un modelado predictivo en tiempo real, obteniendo una destacada mejora en sus ingresos y márgenes. La utilización de los datos de forma estructurada, unificada y rigurosa permitirá también al sector la toma de decisiones de inversión de forma más acelerada y contando con la información necesaria en tiempo real para dar el paso.

Las promotoras y demás *players* del sector tienen la oportunidad de mejorar su rentabilidad, lo que puede suponer un gran impulso para el sector en el que la previsión de la demanda y la eficiencia resultan claves para la buena marcha del negocio, y para no incurrir en los errores del pasado. La tecnología del dato, en definitiva, está logrando que el sector inmobiliario y de la construcción de un cambio disruptivo que beneficiará a su rentabilidad y, en consecuencia, le permitirá recuperar el peso en la economía general, pero esta vez con previsiones acertadas y de forma optimizada. [6]

El BIM y el valor patrimonial de los inmuebles



Jordi Gosalves
Presidente del Col·legi d'Aparelladors
de Barcelona (CAATEB)

El uso o no de la metodología BIM será un factor con un peso progresivo a la hora de definir el precio de mercado de un activo inmobiliario

En estos momentos de incipiente recuperación económica, una de las principales preocupaciones del sector de la edificación radica en la necesidad de adoptar métodos de producción que nos impidan repetir errores pasados. La construcción va camino de recuperar su protagonismo en la economía española y, sin embargo, se encuentra en la cola en lo referente a la productividad. Es necesario un revulsivo que dé un impulso a la industrialización de un sector clave para nuestro desarrollo y éste ha de venir de la mano de la implementación del BIM (*Building Information Modeling*).

No descubrimos nada nuevo. Es lo que están haciendo ya países de nuestro entorno como Alemania, Francia, Finlandia o el Reino Unido. Esta metodología es capaz de aprovechar todas las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para

impulsar el trabajo colaborativo de todos los agentes que intervienen en el proceso de la edificación, lo que permite -entre otras ventajas- un mayor ajuste de tiempos de construcción, mejores calidades, aumento de la seguridad y salud de los trabajadores y -especialmente- un notable incremento en el control de los costes y los tiempos

Otro beneficio del BIM es su capacidad de generar ahorro económico en el momento de afrontar las labores de mantenimiento de los edificios. Una ventaja quizá poco apreciada de forma inmediata, pero que en la edificación de proyectos terciarios, -como es el caso de edificios de oficinas, hoteles, hospitales o escuelas-, irá adquiriendo una relevancia cada vez mayor ya que facilita las modificaciones frecuentes de los espacios, así como las actualizaciones o la implementación de nuevos sistemas o infraestructuras. Hablamos de algo que resulta especialmente valioso en un momento en el que los

edificios se están llenando de instalaciones cada vez más sofisticadas e indispensables. Los avances tecnológicos actuales se producen con una velocidad asombrosa, y se prevé que nuestras construcciones se tecnifiquen aún a mayor velocidad.

Esta realidad nos lleva a pensar que el uso o no de la metodología BIM será un factor con un peso progresivo a la hora de definir el precio de mercado de un activo inmobiliario. En una primera instancia, por la revalorización creciente que la capacidad de ahorro en el mantenimiento otorgará a aquellas propiedades que dispongan de su modelo BIM, puesto al día y diseñado con la máxima intención de ser un importante valor patrimonial.

Y en un segundo estadio, porque los activos inmobiliarios que no dispongan de modelo BIM, especialmente los edificios de alto contenido técnico, como es el caso de hoteles u hospitales, se verán expulsados del mercado transaccional, dado que no disponer de un modelo BIM planteará serias dudas a sus posibles compradores sobre el estado real del edificio y su capacidad de actualización.

La escasa cultura sobre el mantenimiento de las viviendas existente en nuestro país puede retrasar su implantación en el sector residencial, pero no detenerlo. Probablemente tener un modelo BIM a título individual, para un mejor mantenimiento de la propia vivienda no llegue a ser muy valorado inicialmente, pero a nivel colectivo, en comunidades de vecinos que deben afrontar periódicamente reformas en profundidad, el uso de esta metodología cobra todo su sentido. Máxime cuando otra de sus virtudes es la de limitar prácticamente a cero los desvíos tanto presupuestarios como de plazos de ejecución de obra. [(O)]



ENTREGAMOS UNA VALORACIÓN CADA DOS MINUTOS

Más de **300.000 valoraciones al año** y seis millones de tasaciones desde 1985 nos convierten en la **mayor empresa de valoración y asesoramiento inmobiliario en España y Latinoamérica**. Un liderazgo en el sector impulsado día a día a través de **innovación, rigor y excelencia técnica**.



VALORACIÓN DE
INMUEBLES
PARA
MÚLTIPLES
FINALIDADES



INFORMES BAJO
ESTÁNDARES
NACIONALES E
INTERNACIONALES
(RICS, IVS, EVS)



CONSULTORÍA
TÉCNICA
Y
ENERGÉTICA



VALORACIÓN
DE
EMPRESAS



VALORACIONES
AUTOMÁTICAS SEGÚN
EL ESTÁNDAR
DE LA EUROPEAN
AVM ALLIANCE

Conocimiento que genera valor

tinsa

www.tinsa.com



Revolución e-inmobiliaria: el uso de drones en el sector



Félix Fernández Arrojo
CEO de Dron Air Projects

El desarrollo y la incorporación de nuevas tecnologías a los drones ha provocado que esté proliferando de forma vertiginosa una gran variedad de aplicaciones de estos aparatos en diversos campos. Cada día vemos en las noticias nuevas funciones que los vehículos aéreos no tripulados adoptan y esto no ha hecho más que empezar. Los drones ya ofrecen muchísimas posibilidades que suponen una optimización de las metodologías tradicionales y un gran ahorro de costes en muchos sectores. Un ejemplo de ello es el sector inmobiliario.

Gracias a los servicios de promoción de viviendas a través de drones, desde una perspectiva aérea en alta calidad se puede mostrar cualquier ángulo de una vivienda que en condiciones normales sería imposible visualizar. Los vídeos aéreos permiten tener una perspectiva única y diferente del inmueble que puede resultar fundamental para tomar una decisión de compra o alquiler.



Calculamos que una promoción de estas características permite incrementar a los clientes las ventas o alquiler de sus viviendas en un 35% con respecto a las viviendas en venta que solo muestran fotos, vídeos con móviles o panorámicas en gran angular. El agente inmobiliario para ofrecer una exclusiva tiene que ofrecer previamente un servicio exclusivo al propietario. Con este servicio se puede maximizar el valor de las propiedades, y, por supuesto, éstas destacarán por encima de otras.

Para el comprador es, sin duda, un sueño: poder ver su futura casa con todo lujo de detalles, a vista de pájaro y obteniendo una visión clara de ubicación, exteriores e incluso interiores. Si los inmuebles lo permiten, por su altura o por sus dimensiones, se pueden incluso hacer recorridos en sus interiores. Para viviendas amplias, fincas o inmuebles singulares es una magnífica alternativa para hacer incluso una grabación a modo de *tour*.

Todos los inmuebles no son adecuados. Es labor del agente ver la posibilidad de ofrecérselo al propietario como una acción más dentro

del plan de *marketing* de la vivienda de la agencia.

Con respecto a los aspectos legales y los permisos de grabación en un ámbito público, es fundamental contar con colaboradores profesionales en este servicio. Contratar a una empresa especializada debidamente inscrita en AESA (Agencia Española de Seguridad Aeronáutica) y que cumpla con los requisitos legales exigibles es lo más recomendable si se quieren evitar problemas.

En cuanto al resultado final, se requiere también una correcta gestión del material gráfico con personal especializado capaz de manejarlo para poder lograr un óptimo resultado final. Para ello, es importante contar con servicios de edición de la información adicional proyectada sobre el vídeo, para detallar las características de la vivienda, que pueden resultar muy útiles.

El conjunto visual con esta información otorga un resultado íntegro, que permite que el cliente muestre la realidad de su vivienda desde una perspectiva exclusiva en Full HD o altísima calidad. [(O)]



Saber

Ver más allá

*Es ver futuro donde
otros solo ven presente*

Haya Real Estate ofrece asesoramiento experto y soluciones inmobiliarias completas para profesionales en combinación con una amplia cartera de activos que asegurarán el éxito de tu proyecto.

Suelos
rústicos y urbanos



Locales
comerciales



Naves
industriales



Infórmate en www.haya.es o llamando al 900 555 500

El cambio de orientación legal y jurisprudencial en el tratamiento de las actuaciones de transformación urbanística sobre suelo urbano

Sentencia sobre el APR "Mahou-Vicente Calderón"



Eugenio-Pacelli Lanzas Martín
Laso & Asociados

Recientemente se ha dictado por el Tribunal Supremo la sentencia que resuelve el recurso de casación interpuesto en relación con el ámbito denominado APR "Mahou-Vicente Calderón". Se trata de la sentencia de 20 de julio de 2017 que, además de una evidente repercusión mediática, presenta una gran relevancia desde el punto de vista jurídico al cambiar el rumbo que había iniciado unos años atrás en cuanto al régimen de las actuaciones sobre el medio urbano y en cuyo curso dejó diversas sentencias cuya doctrina debe entenderse superada.

La orientación jurisprudencial seguida en las sentencias precedentes al cambio de rumbo citado fue dictada bajo la vigencia de la Ley estatal de Suelo y Valoraciones de 1998, la cual distinguía dos categorías dentro de la clase de suelo urbano: la del suelo urbano consolidado y la del suelo urbano no consolidado, cada una con su régimen jurídico específico.

Según se desprende de la citada Ley, el suelo urbano consolidado es el transformado o consolidado por la urbanización, es decir, el que cuenta con todos los servicios propios del suelo urbano, ya los haya adquirido en ejecución del planeamiento, o con el devenir del tiempo, como es el caso de la mayoría de los cascos antiguos de las ciudades actuales. El suelo urbano no consolidado es el integrado por los suelos que, aun formando parte de

la ciudad –consolidados por la edificación–, carecen de una urbanización completa, es decir, no cuentan con todos los servicios urbanos. Son los denominados suelos urbanos no consolidados de primera urbanización, bolsas de suelo dentro de la ciudad ya formada, más o menos edificadas, pero apenas urbanizadas o no urbanizadas por completo.

Además, la Ley de 1998 incluye, dentro del suelo urbano los terrenos que, a pesar de contar con todos los servicios de tal clase de suelo, requieren de una operación de reforma o renovación interior. Son suelos urbanos consolidados por la urbanización para los que, por diferentes causas (obsolescencia de los servicios, degradación del barrio, modificación del uso característico, eliminación de polígonos industriales en el centro de la ciudad, etc.), el planeamiento impone su reurbanización integral. Como ha declarado

el tribunal Constitucional, su inclusión en un tipo u otro de suelo urbano depende de lo que establezcan las legislaciones autonómicas.

Como hemos anticipado, la Ley del Suelo de 1998 establece un régimen de derechos y deberes diferente para el suelo urbano consolidado y el no consolidado. Conforme a su artículo 14, tan solo sobre los propietarios de la segunda categoría recaían los deberes urbanísticos de cesión a la Administración del suelo necesario para los viales, espacios libres, zonas verdes y dotaciones públicas, para la ejecución de los sistemas generales incluidos en el ámbito correspondiente, así como la cesión del suelo correspondiente al 10 por 100 del aprovechamiento del ámbito en que estuviera incluido el terreno correspondiente, deberes de los que, según el mismo precepto, quedaban relevados los dueños de suelo urbano no consolidado.

Sobre la base del marco legal esbozado se fue elaborando por el Tribunal Supremo aquella corriente jurisprudencial de la que en la actualidad se ha apartado en la sentencia de 20 de julio de 2017. Como exponentes de tal corriente hoy superada cabe citar las de 23 de septiembre de 2008, 17 de diciembre de 2009, 25 de marzo de 2011, 29 de abril de 2011, 19 de mayo de 2011, 14 de julio de 2011, 8 de septiembre de 2011, 12 de enero de 2012, 25 de octubre de 2012, 7 de marzo de 2014 y 16 de junio de 2014. En ellas se rechazaba que, en los casos en los que el planeamiento general previera un cambio completo de usos y fuera necesaria la renovación o reforma de la urbanización, un suelo urbano consolidado pudiera dejar de serlo y pasar a ser no consolidado. La razón esgrimida era que de admitirse tal posibilidad, se producirían consecuencias difícilmente compatibles con el principio de equidistribución de beneficios y cargas derivados del planeamiento. En este sentido, concluía el Tribunal Supremo que los propietarios un suelo cuya consideración



como urbano consolidado había sido indubitada según un planeamiento anterior por haber cumplido en su día con los deberes necesarios para que el suelo alcanzase esa condición, no podían quedar nuevamente sujetos, como consecuencia de un cambio de planeamiento, a un nuevo régimen de deberes y cesiones, a semejanza de los titulares de suelo urbano no consolidado, por entender que esta consecuencia no resultaba respetuosa con la exigencia de que la equidistribución de derechos y deberes se hiciera efectiva de manera justa y equitativa. La sentencia de 18 de mayo de 2011 llegó a afirmar que el suelo urbano consolidado no puede incluirse en una unidad de actuación.

Por tanto, esta primera orientación acogida por el Tribunal Supremo en las sentencias antes citadas supone que la inclusión de suelo urbano en un ámbito de actuación urbanístico podía implicar la exigencia a sus propietarios del cumplimiento del régimen de cesiones y de los restantes deberes legales cuando dicho suelo entrara dentro de la categoría del urbano no consolidado; en cambio, si se trataba de suelo urbano consolidado, el mismo órgano jurisdiccional eximía de tal cumplimiento a sus propietarios.

Este modo de proceder fue criticado por la doctrina, entre otras

razones, porque la sola inclusión por el planeamiento urbanístico en una unidad de actuación de un suelo que respondía a la categoría de urbano consolidado no producía por sí ruptura alguna del principio de equidistribución, lo que suponía un evidente prejuicio infundado en palabras de Laso Baeza, recogidas en el número 71 de esta revista, al existir diversos mecanismos que garantizan el pleno respeto del mismo en la fase de gestión ulterior.

Las Leyes del Suelo posteriores a la de 1998 abandonaron la distinción formal entre el suelo urbano consolidado y el no consolidado y entre sus respectivos regímenes de derechos y deberes, si bien esta circunstancia no implicó su supresión en la práctica pues, por un lado, según ha manifestado el Tribunal Supremo, tal distinción ha de considerarse implícitamente comprendida en la propia condición material del suelo urbano, sin ligarlo a su previo reconocimiento legal expreso y, por otro, la distinción se ha mantenido después en la legislación urbanística autonómica.

CAMBIO SOBRE LA DOCTRINA ANTERIOR

A pesar del mantenimiento de facto de la distinción, el Tribunal Supremo ha dado recientemente un gi-

ro de 180 grados respecto de su doctrina anterior en la sentencia sobre el APR "Mahou-Vicente Calderón", que en casación confirma en este extremo la tesis seguida por el Tribunal Superior de Justicia de Madrid en su sentencia de 30 de mayo de 2016.

La citada sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid había estimado el recurso contencioso-administrativo interpuesto por la Asociación Ecologistas en Acción Madrid-Aedenat contra el Acuerdo del Pleno del Ayuntamiento de Madrid, adoptado en su sesión de 26 de noviembre de 2014, por el que fue aprobado definitivamente el Plan Parcial de Reforma Interior (PPRI) de Desarrollo del Área de Planeamiento Remitido 02.21 "Mahou-Vicente Calderón"; e, indirectamente, también contra la Modificación Puntual del Plan General de Ordenación Urbana de Madrid (PGOUM) de 1997 en el ámbito "Mahou-Calderón", definitivamente aprobado por Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Comunidad de Madrid, adoptado en su sesión de 29 de diciembre de 2009.

En el extremo concreto que aquí interesa, la Asociación recurrente pretende la declaración de nulidad del Plan Parcial por infracción del artículo 10.1.b del texto refundido de la Ley del Suelo de 2008, por no reservar suelo destinado a viviendas sujetas a un régimen de protección pública; igualmente se impugna indirectamente la Modificación Puntual del PGOU Madrid de 1997, en el ámbito "Mahou-Vicente Calderón" al configurar la misma como actuación de dotación sin reunir los requisitos fijados en el artículo 14 del mismo texto refundido. En la actualidad, las referencias anteriores han de entenderse hechas, respectivamente, a los artículos 20.1.b y 7 del vigente texto refundido de la Ley de Suelo de 2015. La calificación de la actuación como de dotación o de urbanización tiene unas consecuencias de gran importancia ya que, en términos generales, puede decirse que en las actuaciones de

A pesar del mantenimiento de facto de la distinción, el Tribunal Supremo ha dado recientemente un giro de 180 grados respecto de su doctrina anterior en la sentencia sobre el APR "Mahou-Vicente Calderón"

dotación no existe el deber de reserva de viviendas sometidas a un régimen de protección pública que sí rige en cambio para las actuaciones de urbanización. La sentencia del Tribunal Superior de Justicia citada estima el recurso contencioso-administrativo al entender, en este punto, que la actuación objeto de análisis no se puede calificar como de dotación, sino que se trata de una reforma o renovación íntegra de la urbanización, que lleva implícito el deber de reserva indicado, añadiendo que "la reserva del artículo 10.1 está vinculada a las actuaciones de urbanización según definición establecida en el artículo 14.1 a) y dentro de ellas se encuentran, como ya dijimos, las que tengan por objeto

reformular o renovar la urbanización de un ámbito de suelo urbanizado, actuaciones que, como en el caso de autos, tratándose de suelo urbano no consolidado se exige una nueva equidistribución de beneficios y cargas entre los propietarios y su consiguiente obligación de realizar las cesiones obligatorias (vid. art 18 LSCM)".

Contra la anterior sentencia se interpuso recurso de casación por la entidad Mahou, S.A. y por el Club Atlético de Madrid, S.A.D., impugnando el pronunciamiento según el cual la enjuiciada es una actuación de urbanización –con su obligación derivada de reserva de viviendas–, y no una actuación de dotación, como pretendían las recurrentes con base en la reiterada jurisprudencia acerca de la imposibilidad de la imposición de nuevos deberes –en este caso, la reserva de viviendas– a un suelo que ya contaba en el planeamiento con la consideración de suelo urbano consolidado.

El recurso de casación interpuesto contra la sentencia de instancia fue desestimado por la citada sentencia del Tribunal Supremo de 20 de julio de 2017, quedando así confirmada la primera.

El Tribunal Supremo, tras reconocer la jurisprudencia precedente antes expuesta, señala que la razón por la que la sentencia de instancia procede a la estimación el recurso, por no haberse llevado a cabo la reserva de vivienda protegida contemplada en la Ley, no es otra que la relativa a la clase de actuación de transformación urbanística que se va a desarrollar; considera la sentencia que tal actuación se incluye en la clase de las denominadas actuaciones de urbanización y, por ello le impone la obligación de la reserva de suelo con destino a viviendas con protección. Para llegar a tal conclusión –y negar, como pretendían las recurrentes en casación que se está ante una actuación de dotación–,



la citada sentencia de instancia lleva a cabo una doble motivación o consideración. Por un lado, parte de la naturaleza de los terrenos a desarrollar en un nuevo ámbito urbanístico, entendiendo que se está en presencia de suelo urbano consolidado, añadiendo que las dotaciones previstas son el resultado de la adición de las que eran de titularidad pública más la de resultado de las obligaciones de cesiones de los titulares promotores y que no hay un reajuste de dotaciones sino aplicación legal de las determinaciones propias de la nueva ordenación. La segunda motivación de la sentencia de instancia, esgrimida con la finalidad de considerar la actuación de transformación urbanística a desarrollar en el PPRI como actuación de urbanización, y no como actuación de dotación (que excluiría la reserva de suelo para viviendas públicas), es que la Modificación requería la reforma o renovación íntegra de la urbanización del ámbito, poniendo de manifiesto que de hecho el ámbito se crea ex novo con la finalidad fijada en la Memoria. En realidad la actuación tiene por objeto reformar la urbanización de un ámbito de suelo urbanizado reconvirtiendo los usos.

Hechas por la sentencia del Tribunal Supremo las anteriores preci-

siones, concluye que los antiguos -y autonómicos- conceptos de suelo urbano consolidado y no consolidado no cuentan ya con el papel de elementos determinantes de las nuevas exigencias derivadas de una actuación de transformación urbanística, ya que estas miran al futuro, juegan a transformar la ciudad con mayor o menor intensidad –quizá sin romperla como ciudad compacta–, y se presentan como mecanismos de transformación urbana, sin anclajes ni condicionamientos derivados de la clase de suelo de que se trate.

Así pues, el Tribunal Supremo, cambiando su anterior tendencia manifestada en las sentencias que hemos citado previamente, entiende en la actualidad que el nivel de la actuación –y sus correspondientes consecuencias– no viene ya determinado por el nivel o grado de consolidación del suelo a transformar, sino por el grado o nivel de la transformación que se realice sobre él y que, en función de su intensidad, podrá consistir en una reforma o renovación de la urbanización, o, simplemente, en una mejora de la misma mediante el incremento de las dotaciones, en un marco de proporcionalidad, y sin llegar a la reforma o renovación; la reforma o renovación (actuación de urbanización)

es “hacer ciudad” –cuenta con un plus cualitativo–, y el incremento de dotaciones (actuación de dotación) es “mejorar ciudad”, con un componente más bien cuantitativo. La primera se mueve en un ámbito de creatividad urbanística en el marco de la discrecionalidad pudiendo llegar a una “ciudad diferente”, mientras que la actuación de dotación consigue una “ciudad mejor” que no pierde su idiosincrasia. Encuadrándose la actuación enjuiciada entre las primeras, resulta exigible el cumplimiento de los deberes propios de ellas.

En definitiva, el régimen de deberes y cargas derivado de una actuación de transformación urbanística ya no depende de las circunstancias del suelo sujeto a ellas (es decir, de si se trata de suelo urbano consolidado o no consolidado), sino que se ha producido un cambio del centro de gravedad determinante de dicho régimen desde el pasado (el suelo sobre el que se opera) hacia el futuro (la clase de actuación que se proyecta realizar). De ahí la importancia que presenta la sentencia desde una perspectiva jurídica, al indicar el nuevo rumbo que ha de tomarse en la concreción de los deberes urbanísticos en cada caso exigibles. [(O)]

Grandes ventajas al cambiar tu ventana de tejado



Un cambio en la decoración de nuestra vivienda o el deterioro de la madera de la ventana son algunos motivos para decir adiós a tu antigua ventana de tejado VELUX.

Las ventanas de tejado ofrecen un mejor aislamiento, una mayor eficiencia energética y favorecen la entrada de luz natural y ventilación en el interior de la vivienda.

La iluminación es uno de los elementos clave que hay que tener en cuenta, ya que no solo afecta al valor económico de la propiedad en sí, aspecto sin duda importante, sino que además fomenta un mayor bienestar en el interior de la vivienda, donde hoy en día pasamos buena parte de nuestro tiempo.

Son varias las preguntas que debemos hacernos a la hora de escoger una ventana de tejado: qué estamos buscando, en qué habitaciones situaremos la ventana, cómo estarán colocadas, en qué dirección vamos a ubicarlas y qué nivel de automatización se desea.

Una vez hemos resuelto estas cuestiones podremos elegir el modelo de ventana de tejado que queremos, así como su accionamiento y su



acabado interior. Son muchas las alternativas que ofrece VELUX, líder en ventanas de tejado, que ha lanzado su campaña de sustitución de antiguas ventanas de tejado, cuyo objetivo es demostrar cómo un pequeño cambio puede producir un gran efecto y, sobre todo, mejorar la calidad de vida y el confort en el hogar.

La compañía VELUX ofrece una amplia gama de ventanas de tejado que se adecúan tanto a la tipología de la vivienda como a las principales necesidades del usuario. Aquellos que buscan un producto básico y práctico para su ático encontrarán en la ventana de tejado con apertura giratoria manual la mejor opción. Si las vistas y la capacidad para abrir la ventana hacia afuera son tus prioridades opta por la ventana de tejado de apertura proyectante. Para un mayor confort y la máxima seguridad VELUX dispone de ventanas de tejado de apertura giratoria



Es el momento de decir adiós a tus antiguas ventanas de tejado y cambiarlas por las ventanas VELUX que mejor se adaptan a tu vivienda y necesidades



eléctrica, que se pueden programar abrir o cerrar a través de un mando a distancia táctil. De hecho, VELUX cuenta con su sistema VELUX INTEGRA, que se adapta al ritmo de vida del usuario gracias a sus programas personalizables, que ofrecen un control total. Además su sensor detecta la lluvia cerrándose automáticamente. Sin duda, la mejor solución si se busca el máximo rendimiento y ahorro energético.

Otro aspecto importante a la hora de elegir tu nueva ventana de tejado es el acristalamiento. Se debe tener en cuenta la tipología de la vivienda, la orientación de las ventanas, la necesidad de aislamiento térmico y proximidad de carreteras congestionadas o aeropuertos. Para VELUX la calidad y la seguridad es lo más importante. En este sentido, sus acristalamientos laminados poseen una lámina interior de seguridad para que, en caso de que rompa el cristal, se evite la caída de los fragmentos al interior. Este tipo de acristalamiento se recomienda en estancias de uso frecuente como dormitorios, salas de estar y baños.

También hay que escoger el material y acabado de la ventana. Desde VELUX recomiendan la ventana de tejado VELUX blanca, uno de sus últimos lanzamientos y la mejor solución para obra nueva o reforma, ya que contribuye a una mayor iluminación, adaptándose al diseño y estilo de tu vivienda. Por su parte, la ventana de madera acabada con poliuretano blanco es perfecta para estancias donde el nivel de humedad es alto como cocinas y baños.

Si lo que buscas es más luz aún, la mejor alternativa sería instalar dos o más ventanas, una al lado de otra o una encima de otra, lo que



permite una mayor luz en el hogar y ampliar las vistas al exterior. Estas combinaciones crean estructuras cerradas de terrazas en el tejado o terrazas acristaladas con las que tu vivienda ganará un espacio extra en el exterior.

En definitiva, es el momento de decir adiós a tus antiguas ventanas de tejado y cambiarlas por las ventanas VELUX que mejor se adaptan a tu vivienda y necesidades. Su amplia variedad hace que tengas muchas alternativas diferentes para elegir cuál es lo que más te cuadra e interesa. Ganarás notablemente en confort, calidad de vida y diseño.

Toda la información sobre la campaña de sustitución de VELUX en:
www.velux.es/sustitucion [●]

Nueva puerta giratoria de accionamiento eléctrico asistido Besam RD I00 de ASSA ABLOY

La Besam RD I00 constituye el primer sistema de puerta giratoria de accionamiento manual certificado conforme a EN16005:2012 que garantiza seguridad, comodidad y confort

ENTRADAS SOSTENIBLES

La RD3-100 y RD4-100 de ASSA ABLOY se presentan equipadas con la función "Park Assist" de forma estándar que coloca las hojas móviles de forma segura en la posición óptima de parada para minimizar la entrada de aire y maximizar la eficacia térmica. Además, con un mantenimiento regular y la instalación de otros productos es posible aumentar aún más las posibilidades de ahorro y prolongar la vida útil del equipo.

LA SEGURIDAD ES LA MÁXIMA PRIORIDAD

Esta gama de puertas combina la libertad de diseño, la funcionalidad y un moderno control digital para crear una entrada realmente versátil con la máxima seguridad para el usuario.

Para ofrecer al propietario del edificio tranquilidad total, todo el sistema ha sido sometido a pruebas y certificado de forma independiente conforme a la normativa europea sobre seguridad de producto más exigente hasta la fecha.

DISEÑO

RD3-100 y RD4-100 de ASSA ABLOY pueden pedirse en distintas configuraciones dependiendo de las necesidades del cliente.

Todos nuestros sistemas de puerta giratoria se fabrican con perfiles de aluminio –anodizado, con revestimiento de pulvimetal o de acero inoxidable– diseñados por ASSA ABLOY.

Todo esto unido a las manillas de acero inoxidable cepillado de la gama estándar o adaptadas al diseño del proyecto, la amplia ga-



ma de opciones de diseño permite al diseñador crear una entrada verdaderamente personalizada.

El mecanismo de accionamiento va montado en una estructura, sobre el techo. El cojinete del eje motriz va fijado al suelo terminado. Las escobillas de las hojas móviles sellan totalmente la puerta.

Las puertas se han diseñado para colocarse y fijarse directamente a la superficie del suelo terminado, por lo que no se requiere una base especial. También se ofrece de forma opcional un anillo de suelo para nuevas construcciones o sustituciones.

ASSA ABLOY

Esta gama de puertas combina la libertad de diseño, la funcionalidad y un moderno control digital para crear una entrada realmente versátil con la máxima seguridad para el usuario

SISTEMA DE CONTROL CDC100

Este exclusivo y vanguardista sistema de control ha sido desarrollado por ASSA ABLOY Entrance Systems específicamente para uso con sus productos, ofreciendo como resultado una solución para la entrada totalmente integrada, sin comprometer su diseño ni su función.

- Optimización del tiempo de instalación y el mantenimiento.
- Comprobación automática del sistema tras la instalación.
- Ajustes rápidos y seguros, configuración inicial de todas las zonas de seguridad y ajuste de la velocidad
- Comprobación automática de los sistemas de seguridad
- Tiempo mínimo de interrupción del servicio
- Registro automático de eventos



- Diagnósticos automáticos

VENTAJAS PARA EL USUARIO

Una puerta giratoria que se adapta a cada usuario de forma intuitiva, controla la velocidad excesiva y se detiene en la posición correcta.

- Entrada sin esfuerzo con accionamiento eléctrico de bajo consumo. Basta con empujar suavemente la puerta para que se ponga en movimiento y ofrezca una experiencia prácticamente automática
- Entrada segura con control de velocidad. La puerta mantiene siempre una velocidad de rotación segura y ofrece posicionamiento a la entrada
- Las hojas se detienen en una posición ajustada, creando una ruta natural de entrada o salida
- El posicionamiento minimiza las filtraciones de aire y ayuda a minimizar el consumo energético ofreciendo más espacio útil. [Ⓢ]

ASSA ABLOY Entrance Systems
www.assaabloyentrance.es

KÖMMERLING, innovación inteligente con sistemas de ventanas y puertas de última generación

La marca alemana líder en la fabricación de perfiles de PVC para ventanas y puertas ha incorporado en 2017 varias novedades en su cartera de productos. Dentro de la serie KÖMMERLING 76, llegan dos nuevos sistemas: AluClip Zero y PremiDoor 76. Y, además, un innovador sistema de apertura: PremiFold.

ALUCLIP ZERO: LA ESTÉTICA DEL ALUMINIO CON LAS PRESTACIONES DEL PVC

Una de las principales novedades que KÖMMERLING ha presentado es su nuevo sistema de carpintería mixta: AluClip Zero. Este sistema de 76 mm y triple junta central combina las prestaciones de KÖMMERLING 76 con un atractivo acabado metálico. Asimismo, cuenta con una nueva estética de líneas rectas y depuradas. Por todo ello es la solución perfecta para cubrir las necesidades de los proyectos más innovadores y vanguardistas de la arquitectura actual.

AluClip Zero se fabrica en tres modalidades diferentes para responder a las demandas de cualquier proyecto: Opción enrasada, Opción retranqueada y la Opción todo vidrio donde la hoja queda visualmente oculta consiguiéndose justamente una estética de todo vidrio. También está disponible la Opción Todo vidrio foliada que, con una geometría muy parecida, es una opción innovadora que consigue un resultado a la vista muy similar, pero optimizada en costes.



Edificio con AluClip Zero.

Este sistema obtiene un valor de transmitancia térmica de $U_{f(perfil)} = 1,2 \text{ W/m}^2\text{K}$ y una reducción acústica de hasta 47 dB.

SISTEMA PREMIDOOR 76: LA EVOLUCIÓN DE LA CORREDERA-ELEVADORA

PremiDoor 76 es un nuevo sistema líder en el mercado en aislamiento térmico en su categoría para una profundidad de tan sólo 76 mm.

Esta solución de puerta corredera-elevadora, pensada para cerramientos de grandes dimensiones con la máxima resistencia y estabilidad, posee unas excelentes prestaciones técnicas con un valor de transmitancia térmica de $U^i = 1,4 \text{ W/m}^2\text{K}$, pudiendo alcanzar valores desde $U^w = 0,73 \text{ W/m}^2\text{K}$ y reducción acústica de hasta 48 dB.

PremiDoor 76 dispone de la opción Lux, la cual ofrece un cambio a nivel estético con respecto a la opción normal, ya que la hoja fija se hace con un perfil de menor sección vista que deja ver mayor superficie de vidrio.

Los productos anteriores vienen a complementar la Serie KÖMMERLING 76. Entre otras muchas ventajas, sistema KÖMMERLING 76 cuenta con un excepcional nivel de aislamiento térmico, con un valor $U^i = 1,0 \text{ W/m}^2\text{K}$, y una reducción acústica de hasta 48 dB. Además, posee un diseño de galce con junta adicional que facilita el desagüe.



Vivienda con PremiDoor 76.

Todo esto manteniendo una apariencia visual ligera y optimizando los materiales y procesos de fabricación empleados. Este sistema logra un equilibrio perfecto entre eficiencia energética y un estilizado diseño.

SISTEMA PREMIFOLD: MÁXIMA FLEXIBILIDAD Y COMODIDAD

Aparte de los sistemas de 76 mm, otra novedad destacada de KÖMMERLING es su nuevo sistema de apertura: PremiFold.

Se trata de una innovadora apertura de tipo modular, que combina las prestaciones de los sistemas practicables con un nuevo tipo de apertura en la que las hojas se desplazan individualmente, lo que aporta a este cerramiento una gran flexibilidad y ofrece importantes mejoras. El cierre entre marco y hoja se realiza a través de una junta de goma que permite el deslizamiento suave de las hojas con el marco. De esta manera se mantienen sus excelentes prestaciones de estanqueidad al agua y permeabilidad al aire.

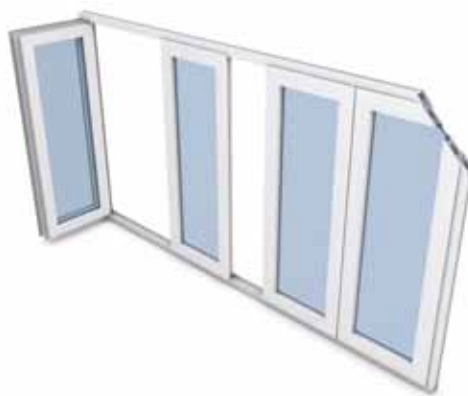
Además, cabe destacar también que cuando las hojas están abiertas pasan desapercibidas desde el interior. De esta forma se consiguen estancias más amplias y se facilitan las tareas de limpieza y ventilación.

VENTANAS CON SISTEMAS KÖMMERLING CERTIFICADAS POR PASSIVHAUS

Además de todo lo anterior, KÖMMERLING cuenta con dos ventanas certificadas por el Instituto Passivhaus: KÖMMERLING 76, para clima templado, y el Sistema 88plus, para clima frío.

En cuanto a la ventana certificada KÖMMERLING 76, que es el modelo certificado para el clima de la Península Ibérica, ésta alcanza unas excelentes prestaciones (Valor $U^w(\text{ventana})=0,99 \text{ W/m}^2\text{K}$). Esto lo consigue, gracias a un relleno de neopor en el marco y la inversora, que mejora térmicamente el conjunto, conservando los refuerzos de acero zincado en el marco para mantener la inercia de la ventana y que ésta se pueda fabricar en grandes dimensiones.

En cuanto a la ventana con Sistema 88plus, está certificada para clima frío (como el de Alemania) y con ella se logran unos excepcionales



Sistema de apertura especial.



Vivienda con sistemas KÖMMERLING.

niveles de transmitancia térmica U^w desde $0,70 \text{ W/m}^2\text{K}$.

Las ventanas con sistemas KÖMMERLING están disponibles en una amplia variedad de colores y acabados madera. Además, todos los productos KÖMMERLING están basados en el concepto greenline®: son 100% reciclables y están libres de metales pesados (como el plomo), gracias a una exclusiva formulación.

EL RETO KÖMMERLING

Además de la presentación de todas estas novedades, la firma alemana se encuentra inmersa en el 'Concurso de arquitectura Edificio Zero KÖMMERLING', organizado por el COAM en colaboración con el CENER, con el objetivo de elegir el mejor proyecto para sus nuevas oficinas y demostrar así que hoy es posible diseñar y construir un edificio de energía nula a un precio de coste de ejecución viable. La marca lanza así el RETO KÖMMERLING, con el que anima a los arquitectos, ingenieros y demás profesionales del sector a formar parte de este proyecto. [●]

Toda la información en:
www.retokommerling.com.

La importancia de una valoración rigurosa y personalizada en la recuperación de la Plusvalía Municipal

Javier Naves

MRICS. Director de Consultasa // www.consultasa.es



Las recientes sentencias del Tribunal Constitucional STC 16/02/2017 y STC 11/05/2017, indican que, en aquellos casos en los que haya inexistencia de incremento de valor, los artículos 107.1, 107.2a) y 110.4 del Texto Refundido de la Ley Reguladora de Haciendas Locales, aprobado por el Real Decreto Legislativo 2/2004, de 5 de marzo, se consideran inconstitucionales y nulos. Estas sentencias abren la posibilidad de solicitar la devolución de ingresos indebidos en el Impuesto sobre el Incremento de Valor de Terrenos de Naturaleza Urbana (IIVTNU), antigua Plusvalía Municipal en aquellos casos en los que se demuestre la inexistencia de incremento de valor, siendo necesario para ello aportar informe pericial realizado por técnicos expertos en la materia.

Hasta la fecha, los ayuntamientos venían calculando el incremento de valor del terreno generado durante la tenencia del inmueble y con una duración máxima de 20 años mediante el valor catastral del suelo, aplicando un porcentaje de incremento anual, multiplicado por el número de años de tenencia del inmueble. Esta metodología en todos los casos demostraba que había incremento de valor del terreno de naturaleza urbana, aun cuando los precios de venta y por ende los valores del suelo, han experimentado en los últimos años, un descenso notable en su valor de mercado.

El IIVTNU supone una importante fuente de ingresos para los municipios. La recaudación experimentada en el 2015 supuso más de 2.600 millones de euros, estimándose la misma en los últimos cuatro años en más de 8.300 millones de euros. Estos importes, podrán ser revisados y en muchos casos devueltos con intereses a los contribuyentes que demuestren la venta del activo a pérdida. El volumen estimado de viviendas y otros activos que pueden verse afectados por estas sentencias podrían superar las 600.000 unidades.

El primer paso que han de dar los contribuyentes, es presentar ante el Ayuntamiento correspondiente, un escrito de solicitud de devolución de ingresos indebidos, iniciándose así la vía administrativa. La Administración deberá contestar para poder interponer

recurso de reposición y/o en su caso, reclamación al Tribunal Económico Administrativo, agotándose de esta manera la vía administrativa.

Una vez agotada la vía administrativa podrá iniciarse un procedimiento judicial, interponiendo recurso contencioso administrativo ante el tribunal correspondiente.

No se considera prueba suficiente las escrituras de compraventa de la fecha de adquisición y fecha de transmisión; ni tampoco estadísticas de precios medios del municipio o código postal donde se ubique el inmueble.

El informe pericial debe contener la metodología, cálculos realizados a la fecha de adquisición y fecha del devengo del impuesto del incremento de valor de los inmuebles de naturaleza urbana, justificando rigurosamente las variables, comparables, metodología, etc., utilizados para el cálculo del valor de suelo tanto en la fecha de adquisición como en la fecha del devengo.

Es en este ámbito donde Consultasa, una compañía formada por un equipo multidisciplinar de más de 20 años de experiencia en el ámbito de la valoración y la consultoría inmobiliaria –cuyos técnicos son miembros de la prestigiosa Royal Institution of Chartered Surveyors, R.I.C.S.–, aporta un valor diferencial con su trato cercano y personalizado para cada caso. Esta personalización y el rigor de sus procedimientos generan confianza y seguridad a los clientes, al realizar las valoraciones conforme a las normas profesionales y principios éticos y de integridad más estrictos. Prestamos un alto nivel de servicio, exigiendo los máximos estándares de integridad a todos los colaboradores, actuando con respeto hacia terceros, habilidad, cuidado y diligencia, y asumiendo la responsabilidad correspondiente.

Consultasa evita todo tipo de conflicto de interés que amenace la independencia actuando de manera objetiva en todos sus trabajos. Realiza informes periciales, valoraciones RICS, fiscales y comprobaciones de valor tanto para la Administración como para clientes privados. [●]

¡SAVE THE DATE!



salóninmobiliariointernacionalmadrid

simaexpo.com



EL MAYOR Y MÁS INFLUYENTE EVENTO INMOBILIARIO DE ESPAÑA

SIMA OTOÑO 2017 27-29 OCTUBRE

SIMA 2018 10-13 MAYO

SIMApró 9-11 MAYO

Más información en comercial@gplanner.com • 91 577 47 97

Promueve y organiza:

PLANNEREXHIBITIONS

Colabora:



Comunicador oficial:

EL MUNDO



Portal oficial:

idealista **Rentalia**

Prevención del blanqueo de capitales en la compraventa de bienes inmuebles



Roberto de la Cruz
Director general CompliOfficer

La recuperación del sector inmobiliario viene avalada por un aumento creciente del precio de la vivienda, un 7,7% en el primer trimestre del año según datos del Colegio de Registradores de la Propiedad. De igual manera, distintos análisis sitúan el crecimiento del sector de la construcción en cifras cercanas al 5% a cierre de 2017.

Sea como fuere, un aumento en el número de operaciones inmobiliarias implica, de manera proporcional, un mayor riesgo en el cumplimiento de la normativa vigente relativa a la Prevención del Blan-

queo de Capitales y Financiación del Terrorismo.

La Ley 10/2010, en su artículo 2.1.1, identifica como sujeto obligado tanto los promotores inmobiliarios como quienes ejerzan profesionalmente actividades de agencia, comisión o intermediación en la compraventa de bienes inmuebles.

España es uno de los países europeos más atractivos para el blanqueo de dinero a través de operaciones inmobiliarias. Cierto es que adquirir un inmueble aquí es relativamente sencillo. De igual manera, nuestro país es uno de los principales destinos turísticos, con una gran actividad de compraventa de bienes inmuebles. Tanto es así que las organizaciones criminales podrían camuflar con cierta facilidad los rendimientos económicos de su actividad delictiva a través de “inversión en ladrillo”.

En 2015, la operación Majestic destapó una inversión de 200 millones de euros de dinero ilícito en un complejo de viviendas. La operación Bolos, por su parte, descubrió la transferencia de 4,5 millones de euros bajo falsos servicios y compras de material de construcción. Y así podríamos recordar otras operaciones policiales como Malaya o Ballena Blanca.

Inversiones de dinero negro que salpican a empresas inmobiliarias cuya actividad es completamente legal y a las que la aceptación de estos clientes puede conllevar sanciones penales, económicas y reputacionales.

De ahí que estos sujetos obligados por Ley deban prestar especial atención a la identificación de los futuros compradores e intermediarios así como el origen de los fondos que usarán en la compra-venta, además de examinar determinadas operaciones “sospechosas” y comunicarlas al regulador. Lo contrario puede suponer sanciones administrativas y la apertura de procesos penales con multas y consecuencias nada desdeñables. Como ejemplo, recordamos la confirmación por parte del Tribunal Supremo en 2013 de la sanción de 470.000 euros a Nozar por no examinar operaciones sospechosas de blanqueo.

El *real estate* también debe detectar antes de realizar la venta si está tratando con una persona incluida en las listas oficiales de sancionados y terroristas y, además, comprobar si en la operación interviene una Persona Expuesta Políticamente (PEPs) o sus allegados, para aplicar medidas reforzadas de diligencia debida. Cumplir con estos requerimientos normativos exige tener, en definitiva, herramientas que permitan controlar estos requerimientos e incorporar un *Compliance Officer* en plantilla o externalizarlo.

Sin duda, el sector inmobiliario tiene el reto de gestionar correctamente el *Compliance* para cumplir con la legislación vigente. Pero, además, esta gestión es vital para reforzar la imagen de profesionalidad del sector. Favorecer la reputación de la compañía, y por ende, del sector inmobiliario aportará un plus de calidad que repercutirá en la confianza depositada por los clientes y por la propia sociedad. [()]

mapic[®]



CONTACT

Pere Puigarnau

Representante Oficial MAPIC Iberia

pere.puigarnau@inversionmeridiana.com

+34 93 532 40 23

FOCO ESPECIAL

Comida & Bebida

15-17 Nov. 2017
Palais des Festivals
Cannes

Únete a mas the 8.400 retailers
internacionales & líderes de real estate.
El evento definitivo para conectar,
negociar, aprender y compartir.

mapic.com

Predicción de la insolvencia, elemento clave en la financiación empresarial



Raimon Casanellas

Socio-director de Insolnet

Nuestras empresas ya no están excesivamente endeudadas. Lejos están ya los años en que sí que se daba un endeudamiento excesivo. Sin embargo, ahora hay que poder disponer de crédito para acometer proyectos rentables. Y ello, olvidándose ya de tener que hipotecar inmuebles u otorgar avales para poder financiarse y, en su lugar, planificando la rentabilidad y financiación de dichos proyectos y documentándolo adecuadamente para obtener la financiación necesaria.

La regla de oro estriba en hacer uso de las fuentes de financiación ajena, no solo del crédito gratuito (proveedores, entidades públicas), sino también de las que tienen coste, pero, sin asumir un riesgo financiero excesivo. El apalancamiento financiero, que permite aumentar la rentabilidad empresarial, debe ser controlable a través de instrumentos de revisión del riesgo.

Al respecto, existen múltiples señales de alarma tales como la pérdida de posición competitiva en el mercado, la pérdida de capital humano (en especial la de personal directivo), capital organizativo (procedimiento de coordinación y cultura organizativa) y capital relacional (relaciones y alianzas con clientes, proveedores y colaboradores en general); el aumento de los costes financieros; la disminución de la cifra de negocio; los aplazamientos excesivos; las pérdidas repetitivas; el mantenimiento de existencias ob-

soletas; el establecimiento de avales personales; la falta de seguro de crédito; el impago de impuestos o seguros sociales.

Los acreedores pueden hacer uso de fuentes de información pública y de aquella información que les facilita la compañía deudora o que conocen por sus relaciones con la misma, en especial, las que hemos citado anteriormente. Sin embargo, difícilmente tendrán las posibilidades de análisis que tiene la propia empresa, a la que le es relativamente fácil y, en todo caso, necesario, establecer mecanismos de vigilancia del riesgo de crédito.

Una herramienta interesante puede ser la fórmula de predicción de la insolvencia que ha desarrollado el profesor Oriol Amat. Está compuesta de diversos sumandos: activo circulante/pasivo circulante, patrimonio neto/activo, beneficio neto/activo, beneficio neto/patrimonio neto, con sus correspondientes coeficientes además de la constante de -3,9. Cuanto más positivo es el resultado de dicha fórmula, más solvente es la empresa. Por el contrario, cuánto más negativo es el resultado, más probabilidad de insolvencia tiene la empresa.

Para poder analizar la fiabilidad de dicho predictor en relación con las empresas que acabaron en concurso en 2015, lo hemos aplicado a las cuentas anuales anteriores a la declaración de concurso de las compañías que concursaron en las provincias de Madrid y Barcelona

Los acreedores pueden hacer uso de fuentes de información pública y de aquella información que les facilita la compañía deudora o que conocen por sus relaciones con la misma, en especial, las que hemos citado anteriormente. Sin embargo, difícilmente tendrán las posibilidades de análisis que tiene la propia empresa, a la que le es relativamente fácil y, en todo caso, necesario, establecer mecanismos de vigilancia del riesgo de crédito.

y lo hemos comparado con todas las compañías que depositaron sus cuentas anuales en dicho ejercicio 2015. Se han distinguido dos grupos: el de aquellas compañías cuyas últimas cuentas anuales mostraban un activo superior a los diez millones de euros y aquellas cuyo activo estaba comprendido entre uno y diez millones de euros. Al aplicar la fórmula al conjunto de las compañías de Madrid y Barcelona con activo superior a diez millones de euros, se ha verificado que la mediana (valor que ocupa el lugar central de todos los datos cuando éstos están ordenados de menor a mayor) del primer grupo eran en Madrid de 2,44 y en Barcelona, de 2,47. En el segundo grupo, era respectivamente de 2,06 y 2,19. En ambos casos el resultado muestra un alto nivel de solvencia. En cambio, analizando solo las cuentas anuales de las compañías que luego concursaron, se obtienen datos totalmente distintos. En el primer grupo de compañías con activo anterior al concurso superior a los diez millones de euros, se obtienen medianas respectivas en Madrid y Barcelona de -1,25 y -1,83. En el segundo grupo de empresas con activo comprendido entre uno y diez millones de euros, las medianas son de -1,10 y -1,47. En ambos casos



ello nos indica una clara previsión de insolvencia.

Por tanto, parece ser que esta fórmula tiene un alto poder predictivo. Observamos también que, entre todas las compañías que depositaron cuentas en dicho ejercicio de 2015, las de mayor tamaño tienen un predictor de solvencia más alto (2,47 en Barcelona y 2,44 en Madrid) que las de menor tamaño. No obstante, si

analizamos solo las compañías que acaban concursando, los resultados del predictor para las grandes compañías son peores (-1,25 en Madrid y -1,83 en Barcelona) que los de las pequeñas. O sea que, aunque las compañías grandes ofrecían en general una mayor solvencia que las pymes, las grandes compañías que concursaron habían tenido anteriormente una situación financiera peor que las pequeñas. [(●)]

Aguirre Newman, elegida como mejor consultora inmobiliaria en España en 2017 en el Euromoney's Real Estate Survey 2017



Aguirre Newman ha sido nombrada Mejor Consultora Inmobiliaria de España en 2017 por la revista Euromoney. La compañía obtiene este reconoci-

miento global por sexto año consecutivo y, como en ediciones anteriores, ha sido la mejor valorada por la publicación en todas las categorías del premio.

“Por sexto año consecutivo, el mercado ha vuelto a reconocer la capacidad y liderazgo del modelo de consultoría inmobiliaria que desarrollamos en Aguirre Newman, basado en la innovación y en la mejora continua del servicio al cliente. Renovar este prestigioso galardón otorgado por los propios actores del mercado, consolida nuestra oferta de servicios multidisciplinares, integrales y especializados”, han explicado Santiago Aguirre y Stephen Newman, copresidentes de Aguirre Newman.

“Este premio es para nosotros un estímulo para seguir mejorando día a día, al tiempo que reconoce el trabajo del equipo de profesionales que conforma Aguirre Newman para adaptarse al mercado, a los clientes y ofrecer servicios vanguardista e integrales que consolidan el liderazgo de la Firma en España y nos permiten continuar creciendo en todas las áreas de actividad”.

La 13ª edición de los premios ‘Euromoney Real Estate Awards’, galardón de referencia de la industria inmobiliaria global, ha contado con la participación de más de 2.460 directivos de compañías nacionales e internacionales de primer nivel, entre las que se encuentran entidades financieras, promotores, gestoras y fondos de inversión, usuarios finales corporativos y firmas de asesoramiento.

Aguirre Newman está integrada por más de 450 profesionales en España y ha asesorado en proyectos de inversión inmobiliaria por un valor superior a los 5.000 millones de euros.

El pasado 28 de julio, la firma anunció una propuesta de integración en Savills Plc, una de las principales consultoras inmobiliarias del mundo, en la nueva Savills Aguirre Newman. La operación podría culminar antes de finalizar el año.

Euromoney reconoce a Tinsa como mejor empresa de valoración y consultoría en México por cuarto año consecutivo



La revista británica *Euromoney*, que anualmente premia la excelencia en empresas del ámbito económico y financiero de todo el mundo, ha galardonado a Tinsa como la mejor empresa en la categoría principal de Valoración y Consultoría inmobiliaria en México por cuarto año consecutivo. La publicación también sitúa a Tinsa en la primera posición en Perú en las subcategorías de Tasación y Fiscalidad.

Los Real Estate Awards of Excellence 2017 son el resultado de una votación entre empresas y profesionales del sector inmobiliario y financiero en cada país, a los que se les pide que voten y califiquen las compañías según la calidad y la excelencia en su desempeño.

Tinsa México ha conseguido la máxima puntuación en las siguientes categorías: - Primer lugar en la categoría principal de Asesor y Consultor (Advisors and Consultants); primer lugar en la subcategoría de Investigación de Mercado (Research) y primer lugar en la subcategoría de Valoración (Valuation).

Jesús Ramón Orozco de la Fuente, director general de Tinsa México, ha destacado el orgullo que supone recibir este premio por cuarto año consecutivo. “Para cada integrante del equipo Tinsa significa un reconocimiento al esfuerzo diario. Sin duda, es un reto constante mantener los más altos estándares de calidad y servicio, y nos impulsa a seguir trabajando con entrega y a continuar innovando de cara a nuestros clientes”, afirma.

Las votaciones de los directivos del sector inmobiliario y financiero también han destacado a Tinsa en la primera posición de las categorías de Valoración (Valuation), por tercer año consecutivo, y en la de Fiscalidad (Taxation Services).

El grupo Tinsa, que inició sus actividades en México en el año 2000 y en Perú en 2007, está presente en los principales mercados latinoamericanos, donde cuenta también con oficinas en Argentina, Chile, Colombia y Ecuador.

Klépierre Iberia incorpora a Tomás Domecq como Head of Asset de Iberia



Tomás Domecq.

Klépierre Iberia ha incorporado a Tomás Domecq como nuevo Head of Asset Management Iberia (España y Portugal). Entre sus muchas responsabilidades están la coordinación de todo el *asset management* de la compañía en Iberia, aplicando la estrategia de Klépierre de creación de valor.



Carlos Lucía.

Tomás Domecq es licenciado en Derecho, tiene un MBA en el IESE y cuenta con más de 10 años de experiencia en el Real Estate. Freshfields, Unibail-Rodamco y Rockspring son algunas de las empresas para las que Tomás Domecq ha trabajado anteriormente. La última fase de su carrera profesional la pasó en CBRE como director de operaciones.

Por su parte, Carlos Lucía, tras ser responsable del departamento de contabilidad de Klépierre Iberia, ha pasado a formar parte del equipo de *asset management* como *asset manager*. Entre otras funciones se encargará del *asset management* de los centros comerciales de Klépierre Iberia.

Licenciado en Economía y con el Executive Program Real Estate + RICS del IE en su formación, Carlos Lucía acumula cinco años de experiencia como auditor en PWC y controller en Corio.

Grosvenor nombra a Javier García López-Hermoso como nuevo Senior Technical Manager

Grosvenor Europe (Grosvenor), una de las cuatro divisiones con las que opera el Grupo Grosvenor, multinacional de capital privado del sector inmobiliario, ha nombrado a Javier García López-Hermoso como nuevo Senior Technical Manager de la compañía en España.



Javier García López-Hermoso

Javier García se responsabilizará de la gestión técnica de las operaciones en España, desde el control del diseño al seguimiento de coste y plazo de los proyectos, asegurando el cumplimiento de los objetivos de calidad, medio ambiente y sostenibilidad que son marca de la compañía. Su regreso a Grosvenor –donde trabajó hasta 2009– es consecuencia del continuo crecimiento de la compañía en nuestro país, tras la adquisición de varios activos residenciales en el centro de Madrid, que serán reconvertidos en viviendas exclusivas.

Javier García López-Hermoso cuenta con 27 años de experiencia en gestión inmobiliaria de todo tipo de activos (residenciales, oficinas, hoteles, logísticos y comerciales), tanto en nuevos desarrollos como rehabilitación. Comenzó su carrera en empresas constructoras como Acciona, para continuar ocupando cargos de responsabilidad en empresas inmobiliarias como Bouygues y Grosvenor. Los últimos años ha ocupado diversas posiciones en la gestión de proyectos, en compañías como Integral y Typsa, donde dirigía la división de Project Management.

Fátima Sáez del Cano, director de Grosvenor Europe en España, ha declarado en relación con el nombramiento que “la dilatada experiencia de Javier en el sector inmobiliario añadirá valor a nuestros proyectos complementando el trabajo que ya está realizando el equipo en España. Grosvenor está en continuo crecimiento en nuestro país; actualmente estamos desarrollando cuatro proyectos residenciales en el centro de la capital y el bagaje profesional de Javier será determinante para asegurar la calidad de los mismos”.

Alfredo Lillo, nuevo director de Líneas de Negocio de Nuevas Instalaciones y Modernizaciones de Schindler Iberia



Alfredo Lillo.

El Comité de Dirección de Schindler Iberia ha realizado diversos cambios organizativos en su cúpula directiva por los cuales Alfredo Lillo, anteriormente Director de Marketing y Ventas de Modernizaciones para España y Portugal, ha sido elegido nuevo director comercial de Líneas de Negocios de Nuevas Instalaciones y Modernizaciones de Schindler Iberia. Como consecuencia, el directivo se ha integrado en el Comité de Dirección de Schindler Iberia.

Alfredo Lillo, licenciado en Administración de Empresas y Derecho, llegó a la multinacional suiza en el año 2001 y, desde entonces, ha desarrollado su labor en diferentes departamentos en varios países en los que Schindler está presente como Portugal, Grecia y España. “Acepto este reto con la responsabilidad y la exigencia que merece un legado tan positivo. Por ello, en esta nueva etapa, seguiremos trabajando para continuar en la senda del crecimiento mientras aprovechamos los buenos datos económicos que nos trae la recuperación” asegura el nuevo director comercial de Líneas de Negocio de Nuevas Instalaciones y Modernizaciones de Schindler Iberia.

Formación del Consejo Consultivo de CEPCO

El presidente de la Confederación de Asociaciones de Fabricantes de Productos de la Construcción (CEPCO), Miguel Ángel Pérez Navarro, señala que “CEPCO desea dotarse de un Consejo Consultivo que aglutine a los primeros directivos de empresas del sector y, con ellos, fijar orientaciones estratégicas que nos permitan crear más empleo de calidad, y aportar más valor y competitividad a la economía española”.

Este Consejo se ha reunido con 14 empresas interesadas, para fijar una agenda de trabajo que incluya, entre otros temas, el impulso de reforma y rehabilitación de vivienda, reformas de Ley de contratos públicos y Ley morosidad, el impulso de calidad e innovación en los materiales. También, economía circular en la producción, uso y fin de vida de los materiales: construcción sostenible y ciclo de vida; industria 4.0 –Digitalización– BIM, . costes de energía y competitividad de la Industria y, por último, cumplimiento de la legislación medioambiental y el Congreso Nacional de Productos de Construcción.

“Los materiales de construcción deben contribuir a hacer de la construcción una economía real, próxima al usuario, y con avanzada capacidad de mantenimiento de calidad en el tiempo” según el vicepresidente ejecutivo de CEPPO, Luis Rodolfo Zabala.

Al final de esta primera reunión, el Consejo presentó su agenda de trabajo al presidente de CEPYME y vicepresidente 1º de CEOE, Antonio Garamendi.

La Industria de materiales de construcción aglutina 34.000 empresas, 300.000 puestos de trabajo, 49.000 millones de euros de producción en 2016, 21.700 millones de euros en exportación (8,71% de exportaciones de España) con saldo neto de 6.500 millones de euros a favor de España.

Todos los materiales aislantes de URSA ya cuentan con el "Distintivo de Garantía de Calidad ambiental"

La lana mineral URSA Pure One y los aislantes de poliestireno extruido, URSA XPS, se suman al resto de gamas de materiales aislantes de URSA que ya cuentan con el “Distintivo de Garantía de Calidad Ambiental” (Distintiu de Garantia de Qualitat Ambiental). Esta ecoetiqueta la otorga la Generalitat de Catalunya para reconocer que los materiales poseen, entre otros requisitos, al menos un 35% de material reciclado en su composición.



El sello, enmarcado dentro de la categoría “Productos aislantes acústicos y térmicos con material reciclado” que establece la propia Generalitat, ofrece una garantía ambiental a los ciudadanos para que depositen su confianza en los productos y servicios certificados, así como darles una información mejor y más fiable para que tomen sus decisiones de uso o compra con más conocimiento.

Para el Director General de URSA, Ramón Ros, “con la concesión de este distintivo, la Generalitat está reconociendo el esfuerzo que hemos hecho algunas compañías por afianzar nuestro compromiso medioambiental y hacerlo de forma voluntaria. En URSA, este compromiso es una de nuestras principales prioridades y trabajamos continuamente en la fabricación de materiales de aislamiento cada vez más sostenibles y respetuosos con el medioambiente”.

Además de este distintivo, URSA cuenta con Declaraciones Ambientales de Productos según la UNE EN 15804, Etiqueta de emisiones al aire interior: A+, conforme a la legislación francesa y certificados como la ISO 14.001 y la ISO 9001.

Cosentino Design Challenge presenta su 12ª edición

Cosentino, compañía global española líder en la producción y distribución de superficies innovadoras para el mundo de la arquitectura y el diseño, presenta la 12ª edición del concurso internacional Cosentino Design Challenge.

Con el apoyo de 24 escuelas, universidades e instituciones de ámbito nacional e internacional, esta iniciativa se consolida ya como una cita anual y como un hito de Cosentino en su compromiso social y educativo con los futuros profesionales de la arquitectura y el diseño. Cosentino Design Challenge promueve e impulsa la creatividad y el talento de los estudiantes de ambas disciplinas y de cualquier parte del mundo.

Las instalaciones del Cosentino City de Madrid, albergó el acto de presentación. Compuesto por dos únicas categorías, en la sección de Arquitectura se propone a los estudiantes reflexionar sobre “Cosentino y las artes escénicas”, y en la categoría de Diseño la temática está basada en “Cosentino y la luz”. En ambas, los participantes tienen libertad absoluta para desarrollar su proyecto final, incluyendo siempre algún producto de la compañía Cosentino: la superficie de cuarzo Silestone®, la superficie ultracompacta Dekton® y/o la gama de piedra natural Sensa®.

El plazo de entrega de las candidaturas comienza el 1 de octubre de 2017 y finaliza el 1 de junio de 2018. Todos los proyectos se presentarán de forma electrónica a través de la página web: www.cosentinodesignchallenge.org.

En junio de 2018 se dará a conocer el fallo del jurado con los proyectos y estudiantes ganadores. Para cada categoría se otorgarán tres primeros premios, dotados de 1.000 euros cada uno, y tres accésits.

Thyssenkrupp probará el uso de robots en la logística del mantenimiento de ascensores

Thyssenkrupp ha impulsado un proyecto piloto en el que usará robots autónomos para transportar piezas de repuesto y materiales desde sus almacenes a los ascensores en reparación. La compañía alemana utilizará vehículos de reparto sin conductor del desarrollador de software TeleRetail para mejorar la logística en el servicio que ofrece para el mantenimiento

de ascensores. Estos sistemas, basados en la nube, podrían formar redes logísticas de suministro como una solución con un enorme potencial de desarrollo, permitiendo llevar las piezas necesarias a cualquier lugar en el que se encuentren reparando los técnicos de la compañía.

Dentro de las nuevas soluciones para la logística urbana, los vehículos autónomos serán un habitual en el paisaje callejero de las Smart Cities del futuro. Estos vehículos prometen una mayor eficiencia, seguridad y una logística más fluida. Los efectos serán especialmente visibles cuando se trate de la entrega de mercancías, prescindiendo de los voluminosos furgones en favor de unos robots mucho más compactos, que asegurarán la ruta más rápida para la entrega de paquetes.

En el mantenimiento de ascensores y escaleras mecánicas, las piezas de repuesto son necesarias al instante y, generalmente, los técnicos tienen que conducir de vuelta al almacén o deben pedir que la traiga otro técnico para conseguirla. Con el aumento del tráfico obstruyendo las calles de la ciudad, la presión sobre las cadenas de suministro no hace más que aumentar.

Ivo Siebers, vicepresidente senior de Global Logistics en thyssenkrupp Elevator afirma que “con estos robots autónomos podríamos transportar piezas de repuesto de nuestros almacenes a un ascensor determinado de una forma más rápida, flexible y con menor impacto para el medio ambiente”.

Con solo 85 centímetros de ancho y la posibilidad de viajar sobre las aceras, las ventajas de estos robots son claras. Son capaces de llegar a zonas urbanas donde el transporte de vehículos está limitado y transportar cargas de hasta 35 kilogramos. Además, la información sobre el estado de entrega se puede obtener rápidamente a través de una plataforma de automatización logística en línea.

Hispalyt publica el "Manual de diseño y ejecución de cubiertas con tablero cerámico y otras aplicaciones"

La Asociación Española de Fabricantes de Ladrillos y Tejas de Arcilla Cocida (His-palyt) acaba de editar una nueva publicación con el título “Manual de diseño y ejecución de cubiertas con tablero cerámico y otras aplicaciones”, que se puede descargar gratuitamente en el apartado “Documentación técnica > Publicaciones” de la página web de Hispalyt.

Este manual está dirigido a todos los agentes que intervienen en el proceso constructivo (arquitectos, arquitectos técnicos, constructores, etc.).

El manual pretende ser una herramienta de trabajo para el correcto diseño y ejecución de las cubiertas con tablero cerámico, ya que las características funcionales de una cubierta dependen de su diseño, de las propiedades de los materiales que la constituyen y de su ejecución.

Este manual es un código de buenas prácticas que define las características y reglas de montaje de las cubiertas realizadas con tableros cerámicos, con el fin de asegurar su calidad y durabilidad.

Pero además de su empleo como elemento de cubierta, el tablero cerámico tiene otras aplicaciones que también se detallan en este manual, que ha sido elaborado por Mariano González Cortina y Antonio Rodríguez Sánchez, del Departamento de Construcciones Arquitectónicas de la Escuela Técnica Superior de Edificación de la Universidad Politécnica de Madrid (ETSEM UPM), en colaboración con el equipo técnico de Hispalyt.

Versa Natura, de Ofita: oficinas más cálidas, con la madera como protagonista



Versa Natura es una de las tres familias que componen la colección Versa. Se diferencian entre ellas por el apoyo de la mesa: Innova, con pata de inyección, Natura, con pata de madera y Origins, de acero.

Versa es un innovador sistema operativo para las oficinas actuales: personalizadas, flexibles, conectadas y colaborativas. Compagina un diseño moderno y diferenciador con el desarrollo tecnológico que exigen las dinámicas de trabajo actuales y sus requerimientos funcionales.

La versatilidad sobresaliente de este sistema, diseñado por el alemán Andreas Struppler, da nombre al programa. El sistema permite crear tantas configuraciones como posibles tipolo-

gías de espacios de trabajo pueden convivir en una oficina; desde el puesto individual al trabajo en equipo o la colaboración más informal en el entorno laboral. La colección Natura, que sorprende por su capacidad de crear espacios de trabajo funcionales y al mismo tiempo emocionales, con una gran variedad de elementos adicionales para adaptarse a cualquier personalidad.

TimberTech lanza una herramienta interactiva de diseño de cubiertas para contratistas y usuarios



TimberTech, la marca de AZEK® Building Products líder en fabricación de cubiertas de alta calidad y bajo mantenimiento, ha desarrollado la herramienta interactiva de configuración de cubiertas Deck Designer con el objetivo de ayudar a propietarios y contratistas a visualizar sus proyectos. La herramienta, muy intuitiva y de fácil uso, ha sido desarrollada

en colaboración con Marxent, compañía líder mundial en realidad virtual y realidad aumentada.

Deck Designer, disponible on-line en timbertech.es, permite a los usuarios diseñar su propia cubierta en tiempo real y hacer que cobre vida en 3D. La herramienta integra todas las colecciones de cubiertas y barandas de TimberTech, con distintos acabados y colores, así como otras soluciones de AZEK® Building Products en aspectos como iluminación, accesorios, etc. Junto con más de 140 opciones básicas de personalización, también permite colocar el diseño obtenido en distintos entornos previamente definidos.

“Las múltiples opciones de personalización que ofrece la herramienta permite a cada cliente diseñar su cubierta ideal, para compartir posteriormente con el contratista, constructor o arquitecto encargado de su desarrollo. De este modo, los clientes confían más en sus decisiones y acaban más satisfechos con el producto final”, comenta Christian Stock, vicepresidente de ventas internacionales y marketing de AZEK® Building Products.

Durante el proceso de configuración, la herramienta propone los instrumentos necesarios y consejos de construcción, así como un glosario para identificar las distintas partes de la cubierta. Al finalizar el proyecto, genera una lista de componentes y materiales de TimberTech y AZEK® Building Products para su instalación. También permite revisar y guardar tantos diseños interactivos como se deseen antes de tomar la decisión final de compra.

Correderas elevables CP 130-LS de Reynaers Aluminium

Tendencia arquitectónica: interior y exterior se integran. Las fronteras desaparecen. Los espacios de vida contemporáneos pueden beneficiarse de grandes elementos correderos que crean una extensión visual hacia el exterior, una sensación de amplitud y que permiten la máxima entrada de luz natural.

El sistema premium para corredera-elevable CP 130-LS de Reynaers está disponible ahora con una solución “Pocket” para ocultar las hojas correderas cuando estas permanecen abiertas, “Multi-rail” que permite hasta 8 hojas y “Zero” con umbral plano que facilita el acceso. Soluciones diseñadas para satisfacer las necesidades de la arquitectura contemporánea. Ensayado de acuerdo a las normas EN y ASTM.

La solución “Pocket” permite que las hojas se oculten en la pared creando un mayor espacio abierto sin elementos visibles. “Multi-rail” es una solución innovadora que permite ampliar los marcos exteriores del sistema de 2 guías hasta un máximo de 8 guías. Esta solución permite el diseño de grandes cerramientos correderos. Existen piezas especiales de unión que permiten marcos de más de 7 metros.



MOINSA completa con éxito el proyecto de iluminación más grande de Europa

El Grupo MOINSA ha finalizado con éxito el proyecto de sustitución, cambio y modernización de la iluminación de 96 centros de El Corte Inglés repartidos por toda España.

El Grupo MOINSA, fabricante de soluciones integrales en los sectores de equipamiento comercial, oficinas, contract e instalaciones logísticas ha anunciado la finalización del proyecto de renovación lumínica más grande de Europa. Hasta 96 centros comerciales El Corte Inglés han sustituido su antigua iluminación por una tecnología puntera de focos LED fabricada e instalada por MOINSA a medida y en tiempo récord, ya que los trabajos de fabricación, instalación y modernización se han llevado a cabo con éxito en menos de un año.

Los beneficios para El Corte Inglés que se derivan de esta modernización son un importante ahorro de energía eléctrica, de climatización, así como una menor emisión de CO2 a la atmósfera.

En palabras del director gerente del Grupo MOINSA, Luis Alberto Morón, “se trata de un proyecto único por sus características, plazos y volumen, y supone todo un orgullo para el Grupo que capitaneo, no solo porque un líder como El Corte Inglés haya confiado en nosotros por delante de otros competidores muy potentes, sino por la enorme profesionalidad con la que se ha desarrollado el proyecto de inicio a fin. Sin duda, todo un reto completado con éxito que se ha convertido ya en un hito en el sector del que debemos sentirnos muy orgullosos”.



gesvalt[®]

Consultoría y
Valoración
Advisory &
Valuation

Enfocados en tu éxito

Consultoría
Valoraciones
Asset Management

Madrid London Lisbon
Luxembourg Frankfurt New York

gesvalt.es

  +34 914 57 60 57 · gesvalt@gesvalt.es

Descubre el servicio de Valoración Online
de inmuebles en gesvalt.es.

Fiabilidad y rapidez.



**PARTNER
OF CHOICE**

**WE DEVELOP AND
SERVICE VIBRANT
RETAIL-CENTRED
PROPERTIES**

**INVESTMENT,
DEVELOPMENT,
PROPERTY
MANAGEMENT AND
SUSTAINABILITY
SERVICES**