



cuenten con este sello, descartando e incluso denunciando a aquellos que no lo tengan.

Esta normativa reguladora debería venir complementada por un régimen sancionador para el caso de incumplimiento, sin el cual, la aplicación de esta normativa sería vana.

Para tranquilidad de los que lean este artículo, debo decir que todos estos requisitos ya los cumplen los Agentes de la Propiedad Inmobiliaria (salvo la inscripción en el registro de la Junta de Andalucía, que se realiza actualmente en el propio colegio profesional). El problema actual radica en que, en general, la sociedad tiende

a confundir a todos los intermediarios inmobiliarios, denominándolos APIs, cuando sólo y exclusivamente estos cuentan con la obligación mediante ley de contar con una titulación universitaria y unos requisitos de colegiación contenidos en los Estatutos, para el ejercicio de la actividad que garantizan al consumidor su propia seguridad.

Estos requisitos no se oponen a la actual tendencia de liberalización en el ejercicio de actividades, no suponen una limitación o restricción a la libre competencia y si suponen una garantía eficaz del derecho de los consumidores y usuarios en ma-

tería de vivienda.

Esperemos que, de una vez por todas, la Junta de Andalucía saque adelante la regulación de la intermediación inmobiliaria que tanta falta está haciendo en nuestra comunidad.

Terminaremos diciendo que **"el reconocimiento constitucional a una vivienda digna y adecuada, en su concepción de bien social de especial protección, implica un deber del Estado y del conjunto de las Administraciones de procurar un mercado inmobiliario más seguro, transparente y equilibrado"**. ■

## Crecemos y ampliamos servicios

### Property Management

Ofrecemos a nuestros clientes un modelo de gestión "a medida", que permite maximizar la rentabilidad del patrimonio inmobiliario.

### Consultoría

Inversión y Asset Management  
Análisis de Mercados y Carteras  
Valoración de Proyectos e Inmuebles

in 8+ [www.realtis.es](http://www.realtis.es)

Pza. de Cuba, 3 Acc. 3  
41011 Sevilla **NUEVA DIRECCIÓN**

**REALTIS**  
REAL ESTATE

Más información  
**954 536 434**  
[info@realtis.es](mailto:info@realtis.es)

# El sector vuelve a hablar en positivo

Con el objetivo de pulsar la opinión directa de los profesionales implicados en la actividad inmobiliaria, Andalucía Inmobiliaria reunió un año más, en torno a un Foro-Almuerzo, a representantes de consultoras, tasadoras y bancos, así como de otras entidades y organizaciones directamente relacionadas. En concreto, en esta ocasión acudieron al encuentro, que se celebró el 5 de abril en el Club Antares de Sevilla, María Monasterio (Aguirre Newman), Juan José Sánchez (BBVA), Felipe Daza y Álvaro Rojas (Realtis), Guillermo Macpherson (Macpherson Consultores), Alfredo Fernández (JLL), Pedro Zubiria e Iñigo Galán (Inerzia Asesores Inmobiliarios), Iñigo Molina y Jesús Anaya (CBRE), Luis Miguel Martín Rubio (Ontier despacho de abogados), Gregorio Abril y José Ignacio Chozá (ST Sociedad de Tasación), Antonio Pablo Romero y María José Muñoz (Krata), Eva Buñuel y Alejandra de la Calle (Altamira Asset Management) y José Gamero (MLS Sevilla). Moderó la mesa Iñigo Galán, acompañado en la tarea por Iñigo Molina y Luis Miguel Martín Rubio, los tres miembros del Consejo Asesor de esta revista presentes en el evento.



De izquierda a derecha, detrás José Ignacio Chozá, Sonia Mora, Jesús Anaya, Felipe Daza, José Gamero, Guillermo Macpherson, Juan José Sánchez, Álvaro Rojas, Alfredo Fernández, Antonio Pablo Romero, delante Gregorio Abril, Luis Miguel Martín Rubio, Alejandra de la Calle, Eva Mª Buñuel, Iñigo Galán, Pedro Zubiria, Rosa Halner, María José Muñoz e Iñigo Molina

Sonia Mora  
Fotos: Ai

**E**l coloquio giró en torno a varias cuestiones fundamentales: la situación del mercado inmobiliario en líneas generales, el momento que atraviesa cada segmento y cada ámbito geográfico, las oportunidades de inversión más

atractivas en Andalucía, el papel de la banca y el nuevo modelo de negocio inmobiliario.

## Tendencia ascendente

La percepción de que la tendencia positiva con-

tinuará en 2016, con las lógicas reservas de la situación política, fue argumentado generalizado durante el Foro-Almuerzo.

Al respecto de la situación actual del sector, el primero en tomar la palabra fue **Guillermo Macpherson** (Macpher-

son Consultores): "Basándome en mi experiencia personal, desde la perspectiva más comercial, espero que para este año continúe la tendencia positiva en general de estos dos últimos años, 2014 y 2015. No he notado mucha diferencia entre el

año 2015 y el primer trimestre de 2016, a pesar de que mucha gente se empeña en decir que la situación está empeorando y hay quien incluso empieza a hablar de temor por la situación política". Se mostró confiado en que 2016 sea incluso mejor de lo previsto, aunque haya lógicas dudas. "No nos beneficia escuchar todos los días que descenderán la confianza y el PIB. Es necesario que seamos menos pesimistas para generar la menor incertidumbre posible entre los inversores". Se reafirmó en la convicción de que la tendencia será positiva, "independientemente de quien tome posesión del Gobierno Central".

Para **Luis Miguel Martín Rubio** (Ontier), la situación desde diciem-

bre es complicada. "Es cierto que hay algún inversor a la expectativa, es una realidad. En nuestro despacho asesoramos a algunos inversores internacionales, especialmente de Latinoamérica, y están un poco a la espera de que la situación se clarifique. El país lógicamente sigue funcionando con un gobierno en funciones, porque llevamos ya muchos años de democracia, pero no cabe duda que un factor clave para la recuperación es que haya claridad". Exhibió en cualquier caso su convencimiento de que "España sigue y va a seguir siendo un país atractivo, cada vez más si cabe". "Creo que estamos mejor que el año pasado y peor que el que viene -prosiguió-, y que vamos a seguir evolucionando

"No nos beneficia escuchar todos los días que descenderán la confianza y el PIB. Es necesario que seamos menos pesimistas"

"Algunos inversores internacionales están un poco a la espera de que la situación se clarifique"

en positivo; pero no podemos dejar de mencionar que hay operaciones que están a la espera desde diciembre, algunas de las cuales me consta que estaban muy avanzadas".

En línea con sus antecesores en la palabra se mostraba **Álvaro Rojas** (Realtis), para quien en cuestiones de inversión inmobiliaria, en 2016 se van a consolidar las expectativas de los dos años anteriores: "Desde nuestra consultora estamos cerrando operaciones concretas importantes, maduras por el cliente el año pasado y firmadas este. Es decir, muchas de las empresas que sondearon el mercado el año pasado están confirmando en estos meses su decisión de mudarse. Lógicamente, si la situación económica, social y política estuviese más clara, las operaciones se acelerarían, pero el mercado se está moviendo bastante".

**María Monasterio** (Aguirre Newman) reflexionó acerca del récord de operaciones inmobiliarias a nivel nacional lo-

grado en 2015, que se han extrapolado a Andalucía en los mismos términos, especialmente en el mercado residencial y de suelo: "Cabe destacar que se han hecho más operaciones de suelo en 2015 que en los últimos diez años, por lo que consideramos que la situación política y económica no va a poder frenar esa tendencia. Creo que estamos todos de acuerdo en que la situación política se debe solventar lo más rápidamente posible para no dar tiempo a los inversores a generar incertidumbre sobre lo que pueda suceder, pero reitero que es difícil frenar la inercia, teniendo en cuenta la liquidez que hay en el mercado y la necesidad e interés en invertir en el mismo. De hecho, hemos comenzado el primer trimestre de 2016 con muchísimo movimiento tanto en el sector terciario como en suelo y en residencial". Vaticinó que, si los datos macroeconómicos acompañan, en 2016 será difícil superar la cifra de 2015, pero estará en la misma línea.





También **Juan José Sánchez** (BBVA) se mostró convencido de que 2016 va a ser un año positivo: "En lo que hay disparidad de criterios es en ese grado de positivismo; es decir, creo que la tónica va a ser positiva y la clave va a estar en el acento, en cuanto de positiva".

Retendaba **Iñigo Galán** (Inerzia Asesores Inmobiliarios) que el sector atraviesa un buen momento: "Un dato elocuente del momento que atravesamos es que todas las consultoras han ampliado plantilla

en 2015, mientras en los años precedentes todas estábamos reduciéndola. Si estamos ampliando nuestros equipos es que tenemos previsiones de ir creciendo, expectativas de seguir generando negocio. Veremos en qué medida nos afecta la incertidumbre política, porque queramos o no, la política está muy ligada a la actividad inmobiliaria".

Para **Gregorio Abril** (ST Sociedad de Tasación), ha cambiado la expectativa general, y expuso un dato a su juicio muy significativo, que explica en buena medida el comportamiento del mercado: "En 2007 una persona en Andalucía tenía que emplear 13,5 años de su salario íntegro para poder comprar una vivienda, y a fecha de hoy tiene que invertir

sólo 7,5 años. Esto viene provocado, entre otras cosas, por la bajada acumulada de precios de las viviendas y de los tipos de interés hipotecarios. Estos cambios facilitan la venta a los promotores, la financiación por parte de las entidades financieras y la salida del stock acumulado durante años, tanto de particulares como de entidades financieras. Estos pueden empezar a comercializar suelos que hasta ahora estaban paralizados. Parece que por este lado todo juega a favor". Añadió que la reducción del esfuerzo económico que tienen que hacer los andaluces para adquirir una vivienda ha favorecido el acceso a la financiación, que se ha visto acompañado de una mejora de tipos de interés y la esta-

bilización del precio de la vivienda, incluso con algunos repuntes en vivienda nueva.

Desde la agrupación MLS, **José Gamero** refrendó el optimismo que se aprecia en el mercado. "En la agrupación que yo represento se integran 73 inmobiliarias que trabajan a pie de calle, 'en la arena'. A partir de nuestra experiencia, sobre todo en residencial, confirmo que entre septiembre y noviembre de 2015 vivimos unos meses muy buenos. Tras el parón navideño, en enero se volvió a romper la tendencia y el mercado volvió a alegrarse, quizás no tanto como a priori estimábamos, fruto del estancamiento político, pero el mercado se ha movido en positivo. Una cifra que refleja esta positividad es que en nuestra

"Muchas de las empresas que sondearon el mercado el año pasado están confirmando en estos meses su decisión de mudarse"



**Rosa Hafner Lancha**

Directora-editora de Ai

"Respecto a los bancos, nos hemos visto sorprendidos en los últimos meses porque por fin están acudiendo a eventos y hablándonos a los promotores"

"Es verdad que están trasladando con claridad sus exigencias a los promotores, pero los están tratando de acompañar"

"Si los datos macroeconómicos acompañan, en 2016 será difícil superar la cifra de 2015, pero estará en la misma línea"



**“Hemos empezado un 2016 con un trimestre muy bueno, pero estamos notando un poco de desaceleración, probablemente por la situación política”**

lidad de vivienda; desde que se inicia una nueva promoción hasta que se contabiliza como venta pasan dos años, con lo que es posible que el año que viene veamos que han disminuido las ventas, cuando realmente lo que hay es una actividad incipiente pero prometedora”.

En el mercado de vivienda, en Málaga ciudad, como en el resto de grandes municipios, la primera residencia va por barrios, “de forma que hay zonas donde se

está empezando a hacer obra nueva, y otros sitios donde no hay grúas y probablemente tarden en llegar, porque sigue habiendo un importante mercado de segunda mano”.

En el mercado de oficinas asegura Molina que también se aprecia mucho movimiento, especialmente en Málaga, aunque también en Sevilla, donde la mejora se siente menos por la sobredimensión del mercado: “Se debe ir depurando próximamente el

stock que hay, sobre todo en edificios buenos y zonas prime, con un probable ajuste de las rentas”.

También el mercado industrial va a tener recorrido, aunque no se podrá entender como hasta ahora: “De un lado, el producto logístico tiene que evolucionar y transformarse, especialmente en las zonas principales. Sin ir más lejos, Málaga no tiene un producto logístico bueno ni de calidad, por lo que se tiene que construir, y eso

requiere atréimiento, inversión, dinero y gente que apueste, además de que las administraciones faciliten las tramitaciones. De otro lado, el producto industrial tradicional también se debe reconducir, en especial el de las naves tradicionales de tamaño pequeño (hasta 500 metros cuadrados). En cualquier caso, estoy convencido de que a poco que la situación económica mejore, y la evolución del consumo y el turismo continúe, estos al final van a tirar del logístico y del almacenaje, así como del industrial puro”.

Y sobre el mercado de locales comerciales en zonas prime, encuentra un obstáculo en Andalucía, las rentas y los precios que se piden, a su juicio desproporcionados. “Por muy interesante que resulte Andalucía, no somos Madrid, ni Barcelona ni Londres; jugamos en otra liga y los operadores muchas veces no están dispuestos a pagar las rentas que les piden. Málaga y Sevilla están permanentemente en el radar de los ocupantes, pero la escasez de oferta y, por tanto,



la tensión que se traslada a las rentas hacen que muchas operaciones no prosperen”.

En torno al mercado de inversión, destacó que el producto de oficina no atrae especialmente, a no ser que se vaya a una rentabilidad del 6,5, 7 o 7,5; en retail de high street, en algunas zonas muy puntuales se puede competir con plazas como Madrid, mientras en industrial Andalucía está aún a mucha distancia de la capital española. “Nosotros trabajamos normalmente de la parte de la demanda, y la demanda nos pide ubicaciones muy concretas; es decir, calle Larios, Sierpes, Alhóndiga... Se proponen otras calles en el entorno inmediato y, aunque sea a la cuarta parte de renta, no genera el interés del ocupante. Todo lo que se hace en los barrios y zonas nuevas, los promotores tratan de venderlo al em-



**Guillermo Macpherson**

Socio de Macpherson Consultores

**“Es necesario que seamos menos pesimistas para generar la menor incertidumbre posible entre los inversores”**

**“España es una oportunidad de inversión, porque además de ser un país barato, los inversores ven en nosotros un país seguro con garantía jurídica”**

presario que lo va a usar particularmente, pero no se le ocurre ofrecérselo a una gran firma porque sabe que la respuesta va a ser no”, añadió Molina en relación al retail.

**Alfredo Fernández** (JLL) reflexionó acerca de la situación del mercado de retail. “En este mercado, creo que Andalucía empieza a gozar de nuevo de una salud muy buena. El crecimiento económico que está teniendo España con respecto a otros países europeos está propiciando que nos convirtamos en el centro de atención del sector. Los principales promotores están ya in-

virtiendo en macro-proyectos de centros comerciales en ciudades como Sevilla, Málaga, Almería, etc. Asimismo, somos el principal objetivo de la expansión de muchos operadores internacionales, que ya no están solo centrados en Madrid y Barcelona sino también en la Costa del Sol, grandes proyectos de centros comerciales y en zonas prime de las principales ciudades andaluzas”.

Con respecto a inversión en zona prime, pese a que Andalucía no está aún en los niveles de Madrid o Barcelona, es cierta que ante la escasez de productos en estas ciudades las Socimis y los Family Offices empiezan a buscar producto en ciudades como Sevilla, Málaga y Córdoba principalmente. “Aunque en este caso es difícil llegar

a las rentas que quieren los propietarios de los locales, para luego venderlos, al final los operadores internacionales apuestan por abrir en zonas prime y con algo de paciencia se pueden conseguir niveles de renta muy interesantes. Ahí las consultoras tenemos que saber manejar los tiempos, porque en muchas de las ocasiones se llega a las rentabilidades que los propietarios quieren. De hecho, en la actualidad hay algunas operaciones gestionándose en Andalucía que nos podrían sorprender en zona prime con rentabilidades en torno al 4,5”, explicó.

Razonó que, con carácter general, los comercializadores, especialmente los que tienen un carácter más internacional, tienen un papel muy importante

**“Málaga, por su singularidad, posee un gran atractivo para que las empresas quieran instalarse en su territorio”**



**Felipe Daza**

Director de Agencia en Realis

**“Creo que hoy por hoy la inversión más interesante es el retail en segunda línea”**

**“No creo que todo el suelo tenga valor, o al menos no a corto ni medio plazo, sobre todo en ubicaciones con mucho stock inmobiliario”**



**Alvaro Rojas**

Socio director en Realis

**“La figura de los intermediarios es una figura que entre todos deberíamos ser capaces de que se regulara, del mismo modo que se regula en Europa”**

**“Para invertir yo recomendaría locales comerciales en segundas y terceras líneas sin dubiarlo”**



### Alfredo Fernández

Responsable de Oficina en Sevilla y de distintas áreas de negocio en Andalucía de J.L.L.

"En el mercado de retail, creo que Andalucía empieza a gozar de nuevo de una salud muy buena"  
 "En la actualidad hay algunas operaciones gestionándose en Andalucía que nos podrían sorprender en zona prime con rentabilidades en torno al 4,5"



### Pedro Zubiria

Socio de Inerzia Asesores Inmobiliarios y responsable de Agencias

"Creo que el mercado está bastante maduro y va a elegir con qué inmobiliarias quiere trabajar; el mercado es el que hace el primer filtro"  
 "Vemos oportunidades de inversión en la rehabilitación industrial, fundamentalmente en las zonas urbanas"



### Iñigo Molina

Director regional de CBRE en Andalucía

"Costa del Sol va a una velocidad de crucero desde hace ya un par de años o tres"  
 "Mi recomendación para invertir es en suelo en costa, entre Huelva y Almería, sin que tenga que ser necesariamente en primera línea de playa"

a la hora de aprovechar el movimiento que ahora mismo hay entre los operadores internacionales y dar un servicio diferenciador para propietarios e inversores.

Analizo también el segmento de retail Gui-

ltermo Macpherson: "En expansión, la mayoría de las veces nos empeñamos en centrarnos en la calle principal, cuando hay otras muy comerciales que son tan rentables, o más, que las calles más caras, pero no somos ca-

paces de vendérselo al cliente. Con respecto a los locales, aquí en Sevilla, hace 30 años, la calle comercial por antonomasia era Sierpes, una calle muy cara donde no había locales vacíos y al exceso de demanda se

"Se plantean muchas promociones nuevas y en las zonas más atractivas el stock está depurado"

"El producto logístico tiene que evolucionar y transformarse, especialmente en las zonas principales"

iba derivando a Tetuán y Velázquez, que, finalmente, acabaron convirtiéndose en las calles más demandadas por los operadores. Ahora ocurre un poco lo contrario; hoy en día hay muchos operadores están planteándose volver a Sierpes y otras ubicaciones cercanas. En este sentido, el mercado, en menor o mayor plazo, se acaba por regular".

Sobre el mercado de inversión, aseguró que el suelo es una de las principales peticiones de sus clientes, junto a los locales en zonas secundarias y centros comerciales "con problemas".

Describió María Monasterio el mercado de oficinas como un mer-



cado al alza en Málaga, donde las cifras de contratación el año pasado fueron muy importantes. Tanto en número de operaciones como en absorción neta (25.000 m<sup>2</sup>), el comportamiento ha sido muy positivo respecto a los años precedentes. Como dato significativo hemos detectado un aumento considerable del número de peticiones de

trabajando operaciones por encima de los 1.000 m<sup>2</sup>. Se trata no sólo de demanda que ya existe y que está aumentando su superficie, sino también de demanda nueva. Sevilla ha sufrido más, en mi opinión porque tiene un stock muy elevado que va a ser difícil absorber en el corto plazo y se deberá contar además con que en muchos casos se



### Iñigo Galán

Socio director general de Inerzia Asesores Inmobiliarios

"Un dato elocuente del momento que atravesamos es que todas las consultoras han ampliado plantilla en 2015"  
 "Mi opinión personal es que quienes más han aprendido de la crisis son las entidades financieras"



### Luis Miguel Martín Rubio

Socio del despacho de abogados Ontiver

"España sigue y va a seguir siendo un país atractivo, cada vez más si cabe, y creo que estamos mejor que el año pasado y peor que el que viene"  
 "Somos un país muy seguro desde el punto de vista patrimonial y registral de la palabra, pero no tanto en el ámbito urbanístico"

grandes superficies; venimos de operaciones de un máximo de 300 o 400 metros y llevamos sin embargo varios meses

quede obsoleto". Al respecto del producto retail, argumentó que en ciudades como Málaga o Sevilla se esta



"En locales comerciales en zonas prime, Málaga y Sevilla están permanentemente en el radar de los ocupantes"

ampliando la zona prime, sobre todo porque los grandes grupos, "los grandes operadores cuyos nombres son conocidos por todos, han decidido o necesitado abrir

mente de que se consideren high street sólo unas determinadas "calles". En este sentido, explicó como está funcionando el mercado de high street, a partir de ejemplos concretos: "En Málaga, en la calle Marqués de Larios, se han firmado operaciones por encima de los 200 euros/m<sup>2</sup> porque hay operadores dispuestos a asumirlas y sus ventas en esas calles lo justifican. Sin embargo la diferencia con las calles colindantes es abismal y los precios en las mismas bajan considerablemente porque no cuentan con el mismo paso de gente y de ventas y por lo tanto no es posible justificarlas. En Sevilla en las calles Velázquez o Tetuán, la situación es la misma. Pero incluso en estas calles puede haber un local o un edificio disponible que no se logre alquilar porque esté en el lado malo de la acera, porque tenga una configuración complicada o una superficie que no se

adapte a las necesidades de los clientes y que por tanto tenga que ajustar notablemente su precio”.

Amplió su razonamiento acerca del mercado retail, analizando que “un fondo internacional que quiere invertir 15 o 20 millones en un activo comercial en zona prime busca inquilino de renombre porque busca seguridad y menos riesgo, ya que no quiere gestionar ese activo y por tanto puede asumir una yield agresiva incluso por debajo del 5%. El family office puede entrar en una calle más secundaria porque tiene capacidad de gestión y de dar valor añadido a ese local mejorándolo, realizando obra o buscando nuevos inquilinos”.

no, y teniendo cierta flexibilidad en la negociación del contrato”.

También **Iñigo Galán** desgranó el mercado por segmentos. Del residencial arguyó que es una realidad que el mercado está creciendo en términos generales, mientras que en Sevilla “tiende a la baja porque aunque ha habido mucha contratación en 2015, la absorción neta ha sido negativa”. Sobre los locales y centros comerciales manifestó que están al alza, destacando la práctica inexistencia de locales vacíos en zona prime en las calles principales de Sevilla y de la mayoría de las grandes ciudades andaluzas, al tiempo que el de logística lo describió como un mercado en el que escasea la oferta y donde puede haber algunos productos de inversión interesantes. “El sector de las naves indus-

triales parece que tampoco atraviesa un buen momento”.

En relación con el mercado retail, añadió una reflexión en torno a las ubicaciones de los inmuebles: “Puede ser mucho más rentable para un inversor comprar un local en una calle secundaria o terciaria que en zona prime, pero es lo que nos piden los fondos, las Socimis, los family offices, que por debajo de tres millones de euros no quieren que les ofrezcas nada. Por eso, hay que diferenciar entre el pequeño inversor, que se va a decantar por una calle secundaria o terciaria porque sabe que no puede pagar una calle prime, de los grandes fondos internacionales, que solo piden prime”.

En este examen del sector por segmentos introdujo **Gregorio Abril** unos apuntes sobre la

reactivación de la promoción y construcción de obra nueva. “Andalucía es una región muy grande, con muchas poblaciones de diferente tipo. En muchas de ellas ya se está retomando la construcción y, en otras, no se va a reactivar hasta dentro de mucho tiempo porque existe una oferta muy amplia, incluso con ofertas por debajo del coste de construcción. Dentro de los municipios donde se ha reactivado la construcción están ciudades como Marbella o Sevilla. La localidad malagueña comercializa inmuebles por un valor entre 0,5 y 1,5 millones de euros y en Sevilla se ha detectado mucha demanda de locales comerciales céntricos. Asimismo, existen nu-  
me-  
rosos

pueblos en los que hay un mercado estabilizado desde hace bastante tiempo con una estructura inmobiliaria de oferta-demanda que funciona con normalidad absoluta. Sin embargo, sigue habiendo poblaciones con excesos de stock”.

En torno al mercado retail, resaltó la importancia de los locales en barrios para el dinamismo económico. “Además de los locales en zonas céntricas o prime que solo pueden permitirse grandes firmas comerciales, existen tendencias interesantes en otras zonas. En su conjunto representan un porcentaje muy alto de la actividad comercial por lo que se convierte en un nicho que no podemos perder de vista, ocupan locales comerciales en calles menos importantes pero con una actividad económica significativa. En Granada, por ejemplo, el mercado no lo mueven las calles Recogidas ni Puentezuelas, sino los locales en diferentes barrios de la ciudad que generan mucho más negocio”. Un tema a su juicio comple-

“En inversión, el producto de oficina no atrae especialmente, a no ser que se vaya a una rentabilidad del 6,5, 7 o 7,5”

jo son los locales en las nuevas promociones, ya que no todas obtienen un producto “vendible”, debido a factores como su situación. “Algunos son difíciles de comercializar y la obligación urbanística en algunos casos de su inclusión en la promoción puede ser una carga. En ocasiones estos espacios resultan más útiles y fáciles de comercializar como garajes”.

En este desglose por segmentos, **Álvaro Rojas** abordó la situación del local prime, que entiende como un producto refugio que siempre tendrá una demanda potente. “El local que compras al final lo alquilarás y obtendrás una rentabilidad; el problema de la disponibilidad ahora mismo es que no hay una relación directa entre la oferta y lo que el usuario está dispuesto a pagar o tiene que pagar por el alquiler. Esa es la radiografía actual de este mercado:

elevada demanda, escasa oferta y una relación no proporcional entre el precio de venta y la rentabilidad que el propietario obtiene por alquilarlo”. En cuanto al resto de productos destacó “la singularidad” de las naves industriales pequeñas, que están “muy paradas por su vinculación con la actividad económica” directa, igual que sucede con las oficinas.

De la situación del producto residencial aportó **José Gamero** varios datos relacionados con el mercado sevillano. “En el sector residencial existe una venta continuada, no disparada pero sí hay bastante rotación de producto hasta los 200.000 euros de precio de venta final. Hay muchos inversores demandando apartamentos en torno a los 100.000 euros y hasta los 200.000, sobre todo en el centro, porque se alquilan muy rápidamente a los extranjeros y

dan una rentabilidad de casi el 20%. Hablamos de apartamento vacacional, no turístico, porque este último está sometido a una legislación bastante exigente. A partir de los 300.000 euros de precio final si están contados con los dedos de una mano los clientes que verdaderamente pueden comprar, aunque producto hay”.

Informó de que, además de haberse incrementado las compraventas, también se están haciendo promociones en Sevilla, fundamentalmente en el interior, en barrios como Triana, Nervión, San Bernardo y Casco Histórico. “En la agrupación hemos cerrado cuatro operaciones importantes de suelo en los últimos dos meses. Es decir, el mercado se está dinamizando, sobre todo en las zonas más demandadas, donde además se sabe que los precios no van a bajar más”.

Oportunidades de inversión

Ante la situación que atraviesa el mercado,





existen productos especialmente recomendables para el inversor, en función del perfil del mismo.

"Al pequeño inversor le recomendaría el apartamento turístico y los locales comerciales en segunda o tercera línea. Compraría viviendas de dos dormitorios en el centro de una ciudad

lo hay; además de suelo en costa, particularmente en Huelva y Cádiz porque están menos explotadas, y el margen de beneficio es importante; no obstante lo anterior, hay que significar que el riesgo también es superior.

**Pedro Zubiria** (Inerzia), por la experiencia del día a día de su firma,

Estoy hablando de inmuebles en los polígonos industriales que necesitan alguna inversión que no se puede permitir el propietario, y si un inversor tiene capacidad para regenerar dicho inmueble puede darle un gran valor. Si el inversor no tiene prisa para recuperar, este tipo de naves tienen una capacidad de rentabilidad impresionante, sobre todo en el centro de las ciudades; en el caso de Sevilla hablo de los polígonos Carretera Amarilla, Store y Calonge, donde se pueden encontrar instalaciones en las que el propietario no quiere o no puede invertir más dinero pero que representan una oportunidad magnífica".

Para **Eva Buñuel**, invertir en activos inmobiliarios siempre es bueno, siendo muy importante la variable del precio. "Creo que el precio es primordial. La ubicación es importante, pero si el precio es bueno, es lo más determinante. El año pasado fue muy bueno para invertir en residencial, y ahora que han empezado a subir los precios lo ideal es invertir en suelo. Y no

tiene por qué ser en el mejor sitio, pero si tener un buen precio. A día de hoy hay suelos en el mercado que están por debajo del precio del módulo de VPO; ese suelo sería idóneo para su compra, porque quizás en dos años se pueda vender bien pero, sobre todo, porque es un producto que, a ese precio, nunca va a perder. Yo creo que en el mercado inmobiliario todo tiene un precio y un comprador".

Sobre este último argumento se pronunció **Iñigo Galán**, para quien "hay inmuebles que no se van a vender nunca a ningún precio", línea en la que también se manifestó **José Gamero**. "Creo que el precio es muy importante, pero hay productos que no se podrán vender ni al precio al que se compraron. Hay que ser pues más exigente también con la zona, además de con el precio, para que luego tengan una salida como inversión". Asimismo, para invertir recomendó vivienda en zona centro y casas para rehabilitar, "por su recorrido al alza en cuanto a revalorización, aprove-

"El crecimiento económico que está teniendo España está propiciando que nos convirtamos en el centro de atención del sector"

"El mercado, en menor o mayor plazo, se acaba por regular"

como Sevilla, Málaga o Granada, para convertirla en apartamento turístico, un producto cuya rentabilidad anual se sitúa entre el 8% y el 10%", asegura al respecto **Iñigo Galán**. Por su parte, sus recomendaciones para el gran inversor serían centros comerciales con problemas; actualmente hay demanda de inversores que buscan este tipo de producto, y en Andalucía

aprecia oportunidades de inversión en la rehabilitación industrial, fundamentalmente en las zonas urbanas, en un radio de cinco kilómetros desde el centro de las ciudades; oportunidades en instalaciones que necesitan rehabilitación e incluso en otras que hay que derribar por completo. "Es un nicho que aún está por explorar y que proporciona márgenes importantes.



vechando que los precios están muy bajos; sin embargo, no creo que todo el suelo tenga valor, o al menos no a corto ni medio plazo, sobre todo en ubicaciones con mucho stock inmobiliario”.

Aseguró **Guillermo Macpherson** que, a día de hoy, existe una variedad muy amplia de posibilidades de inversión, si bien manifestó su acuerdo con el gran interés que despierta el suelo. En cualquier caso, aseveró que no se puede hablar

propio con los “locales comerciales en segundas y terceras líneas”.

El residencial en centro de ciudad a precio de mercado actual es un activo que tiene recorrido y buena salida para **María Monasterio**, al igual que el retail en zona prime: “Si existe la oportunidad, es un activo con bajo riesgo de desocupación y poca gestión”, como también resulta interesante el retail bien ubicado en zonas secundarias por su gran demanda.

de que en Costa del Sol se iban a ver promociones que quizás se acabarían por demoler por ser invendibles, y sin embargo, muchos de esos productos se han transformado o reconvertido y se están vendiendo o comercializando en alquiler.

Para **Juan José Sánchez**, “los locales comerciales en zona prime son siempre una oportunidad, es un mercado con gran dinamismo. Los locales en otras zonas a un precio adecuado pueden ser una

en transformación, con vistas a promover en cinco o diez años. Hay suelos que valen muy poco, pero que debidamente gestionados pueden ofrecer rentabilidades importantes porque el precio de la vivienda ha dejado de bajar. En algunos enclaves, incluso ha empezado a subir y el crecimiento de los precios va directamente al beneficio del suelo. A esto le empieza a acompañar una mejora en el ritmo de ventas”. Destacó

ideal es que su destino sea para alquiler turístico, pero la normativa para este producto en concreto es un poco exigente. En cualquier caso, una vivienda en los cascos históricos de las ciudades es un buen negocio”.

### El papel de la banca

La constatación del regreso de la financiación, aunque sea con notables exigencias, y el papel que está llamada a jugar la banca en el nue-

naturales de esos activos inmobiliarios, somos tenedores sobrevenidos, y tenemos que ayudar con la herramienta que está en nuestra mano, que es la financiación, a sacar esos activos al mercado, que es su entorno natural”, explicó **Juan José Sánchez**. Al respecto de la financiación y hasta donde puede llegar o no, su argumento fue muy claro: “Es necesario que entre todos logremos una financiación responsable, donde se corrijan

trance también”.

En cuanto a la vertiente inmobiliaria de la banca, insistió en que se trata de una situación provocada por las circunstancias, y destacó el papel del promotor local en el momento actual: “Es una situación sobrevenida, no natural, porque no somos promotores; se trata de una herramienta recuperatoria y así la enfocamos, por lo que estamos buscando socios locales de referencia para apoyarnos en

conseguiremos”.

Por su parte, **Eva Buñuel** recalco que la banca, en su caso Santander, tuvo siempre muy claro que su vocación no era la de ser promotor: “De hecho, el banco creó esta sociedad paralela a la que pertenezco precisamente para eso, para que hubiese una división, una separación entre el negocio financiero y el inmobiliario, y todos los que estamos en este sector venimos del sector inmobiliario.



en términos generales de productos tan localistas y específicos, “porque a lo mejor hay un local comercial magnífico para el que incluso tienes al cliente, en un municipio que no es de los más recomendados para invertir”.

Por su parte, **Luis Miguel Martín Rubio** recomendó inversión “en casco histórico, en producto al que se le pueda dar un valor añadido”, en tanto que **Álvaro Rojas** hizo lo

### “Dentro de los municipios donde se ha reactivado la construcción están ciudades como Marbella o Sevilla”

Como reflexión de carácter general apuntó que la localización “es primordial en todos los casos y usos; mientras el precio es punto de partida en el sector residencial”, y recordó al respecto cómo hace unos años, en este mismo foro, se hablaba

oportunidad a futuro”.

Entiende por su parte **Gregorio Abril** que, en el ámbito de la inversión, es fundamental tener en cuenta los plazos. “Si el inversor piensa en el medio y largo plazo, lo ideal es comprar suelo barato, urbano o incluso

que “existe también una demanda de inversión en las ciudades turísticas para la creación de aparta-hoteles y hoteles pequeños. El cambio de uso de residencial a hotelero ha tenido un buen recibimiento por parte de los ayuntamientos”.

**María José Muñoz** (Kratá), recomendó para invertir “viviendas en zonas céntricas de Málaga o de cualquier ciudad, con intención de alquiler. Lo



vo modelo de negocio inmobiliario, fue otro de los temas sobre los que se debatió en el Foro-Almuerzo de Ai.

“Las entidades financieras obviamente tenemos que prestar dinero porque vivimos de eso; si no, no generamos ingresos. A lo anterior se suma ese optimismo y esa necesidad que tenemos de sacar nuestros activos al mercado, porque nosotros no somos tenedores

### “Las naves industriales pequeñas están muy paradas por su vinculación con la actividad económica”

los errores del pasado. Tenemos que ser capaces de hacerlo para que no se reproduzcan situaciones similares a las que hemos atravesado; el regulador está empeñado en que así sea y estoy seguro que la generación de los que hemos pasado por este

nuestras promociones. Entendemos que quienes saben en el sector inmobiliario son los promotores y en ellos nos apoyamos. Nos queda camino por recorrer, pero si hay optimismo, si todos nos dedicamos a sumar y a multiplicar, seguro que lo

Quien promueve es Altamira, y Santander es quien financia”. Destacó asimismo la apuesta de su organización por el promotor local: “Todas las promociones que hemos hecho han estado siempre ligadas a un promotor local, porque sabemos que había que hacerlo así. Actualmente tenemos bastantes promociones en marcha y en todas estamos trabajando de la mano de



“Los promotores están adquiriendo un papel de socio en la financiación, teniendo que aportar el suelo o inversión”

hace años por todas las patronales y agrupaciones sectoriales, sin que hasta la fecha los esfuerzos hayan dado sus frutos. “Hoy en día hace falta más titulación para vender frutas y verduras, pues necesitas un carnet de manipulador de alimentos porque es una actividad que en ese sentido está regulada, que para vender inmuebles. Con los promotores ha sucedido más o menos lo mismo que con las inmobiliarias: al igual que quien fuera vendía, también promovía cualquiera, sobre todo en los pueblos. Por eso ha surgido tanto

stock innecesario”. En el sentido de incrementar la profesionalización en el sector se expresó también **José Ignacio Choza** (ST Sociedad de Tasación), para quien la profesionalidad es un asunto que tienen que asumir todos los que están implicados en la actividad inmobiliaria, porque parece que siempre sean los APIs los que tengan la responsabilidad de cuanto ocurre. Hace unos años, cualquiera que tenía un terreno se convertía en promotor; y hacia 50 casas porque el banco le daba la financiación, el

tasador le tasaba, etc., etc.; es decir, en todos los grupos intervinientes ha habido quien ha cometido errores, por eso todo el mundo tiene que ser profesional y debemos recordarlo siempre”.

Similar reflexión realizó **Gregorio Abril**, quien recordó que todos los cambios que se están produciendo en el sector requieren una mayor responsabilidad de todos los actores involucrados en el sector inmobiliario, desde el principio hasta el final de la cadena. “Cabe destacar el papel que juegan las sociedades de tasación, las empresas inmobiliarias, las entidades financieras, los fondos de inversión, las entidades ministeriales, el Banco de España, y el Banco Central Europeo, entre otros. La profe-

sionalización del sector inmobiliario y su regulación ofrecerían una mayor confianza y respeto por parte de los consumidores y del mercado en general”.

También para **Jesús Anaya**, cada profesional y cada empresa del sector inmobiliario debe buscar su segmento de mercado y especializarse. “Cada tipología de producto tiene sus características y tenemos que ser muy profesionales y estar muy especializados en lo que hacemos. Nosotros, por ejemplo, en CBRE de Sevilla, somos más especialistas en inversión y terciario. Igual que las consultoras inmobiliarias somos diferentes, cada una con su especialidad, también lo son los inversores. Cada inversor debe elegir el coctel que le gusta, con



las dosis de ubicación, rentabilidad y precios que prefiere en cada momento”.

Pese a la amenaza latente que se dibuja en el horizonte de vuelta a los fallos del pasado, para **Álvaro Rojas** el sistema ahora está mucho más sano en todos los sentidos: “Desde la banca, que filtra mucho más las operaciones y nada tiene que ver con la de hace diez años; pasando por el promotor, que también es ahora mucho más prudente y promueve sólo si tiene los usuarios de los inmuebles, sea cual sea el suelo que trate de desarrollar (hotelero, residencial, de oficinas o naves logísticas) porque ya no se puede promover y esperar a ver quien viene luego; y por el resto de actores que in-

tervienen en el sector como las sociedades de tasación”. Coincidió con sus contertulios en que la figura de los intermediarios, los APIs para el ámbito residencial, es una figura que entre todos habría que conseguir que se regulara, del mismo modo que se regula en Europa. “No necesitamos inventarnos nada en España. Incluso debieran ser intermediarios especializados, de forma que hubiera agencias inmobiliarias de asesoramiento residencial, otros de producto inmobiliario empresarial, etc.”. Añadió respecto a la especialización que es ésta la que propicia que se puedan fabricar “trajes a medida” para clientes que buscan productos muy específicos que no existen en el mercado actual.

### Las Socimis y el atractivo de España

Además de debatir sobre las cuestiones principales puestas sobre la mesa, algunos comensales introdujeron otros temas de notable interés. Uno de ellos fue la relevancia de las Socimis, el actor más activo junto con los fondos de inversión en el sector inmobiliario en España. Fueron definidas por **Guillermo Macpherson** “como un producto muy ventajoso, pero inducido. En la mayoría de los casos piden prestado el dinero a los bancos o lo captan de otros inversores, y el responsable de la Socimi obtiene unos rendimientos importantes si logra conseguir los objetivos en un plazo corto de tiempo. La Socimi busca principalmente un negocio financiero, no es lo mis-

“Las entidades financieras han contratado a profesionales del sector inmobiliario”

“Habrá que pedir una formación específica a quienes abren agencias inmobiliarias”

“El promotor es ahora mucho más prudente: ya no se puede promover y esperar a ver qué viene luego”

“Tenemos que aprovechar el momento como una oportunidad para sentar las bases de un nuevo modelo”