

**Capital**

ESPECIAL

# Con los cimientos

Aunque sigue volcado en el área residencial, el motor de la economía española busca nuevas oportunidades de negocio y sale a conquistar otros mercados. Soplan buenos vientos.

**H**abrà diversidad de opiniones sobre si en España existe o no *burbuja* inmobiliaria. Pero nadie discrepa sobre si el sector de la construcción (englobando dentro la obra civil, residencial y no residencial) ha sido el motor que ha favorecido el tirón de la economía española de estos últimos años. De media creció un 6,3% en 2005, gracias al segmento residencial y en menor medida a la obra civil, según el servicio de estudios del BBVA. La inversión en construcción llegó a representar más del 17% del PIB en el segundo semestre de 2005, según la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Madrid, Asprima. Y las perspectivas son positivas para 2006.

Capital le cuenta cómo se han comportado las empresas del sector, haciendo hincapié en su actividad internacional y sin dejar de lado la construcción en costa, ineludiblemente unida al desarrollo de campos de golf. También podrá ver cuáles son los avances tecnológicos en primera residencia y los retos con los que tendrá que enfrentarse el sector en los próximos años.

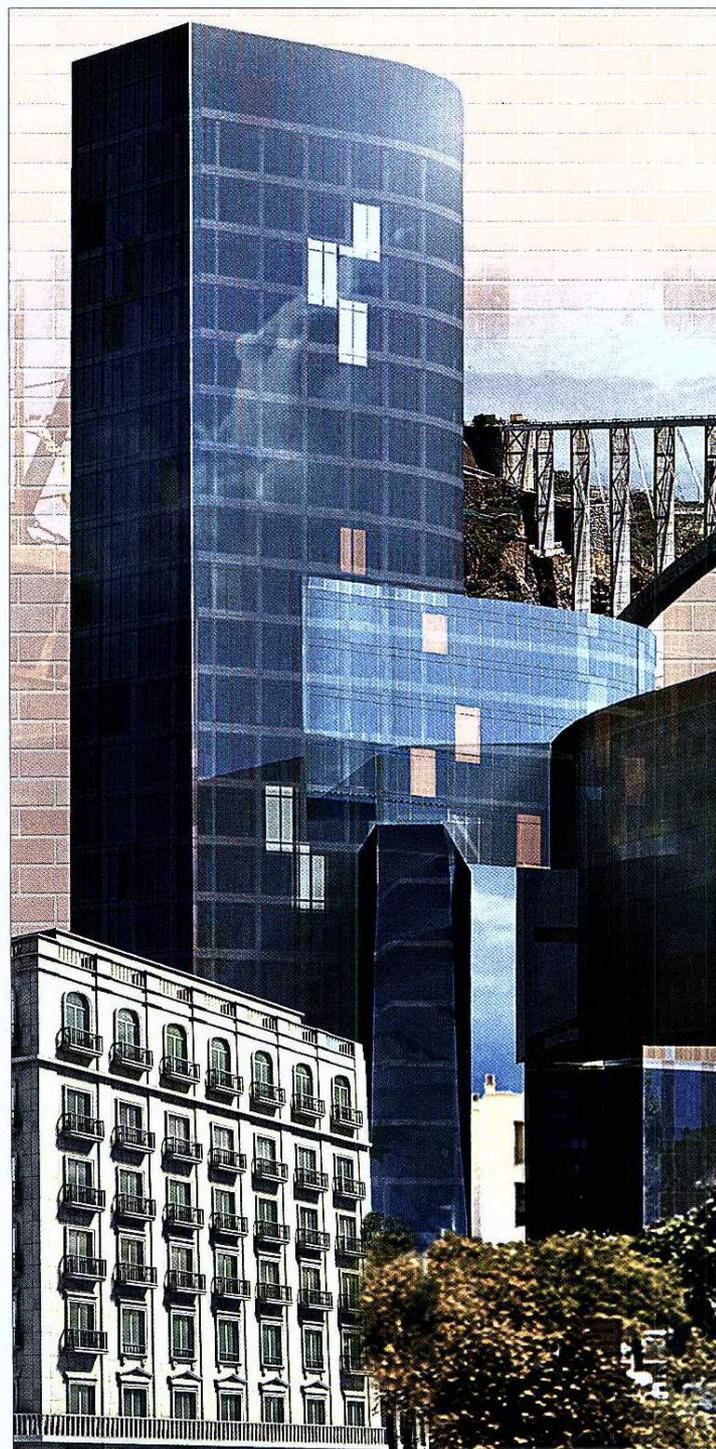
En 2005, por quinto año consecutivo, la inversión en obra civil fue positiva. Las inversiones dirigidas a infraestructuras de transporte acapararon casi dos de cada tres euros licitados.

La promoción no residencial

también creció: hubo una suave desaceleración de la inversión en oficinas, pero aumentaron los proyectos para espacios comerciales y almacenes, junto a los de superficies dedicadas al ocio. En 2006 este segmento seguirá mejorando: actualmente hay 45 proyectos en construcción y 45 con licencia, lo que supone 2,9 millones de metros cuadrados nuevos hasta 2009, según la consultora Jones Lang Lasalle.

En cuanto a oficinas, si hasta ahora lo habitual era que los operadores extranjeros invirtieran en España, cada vez destaca más la presencia de compañías españolas en el extranjero. Madrid, Barcelona, Londres, París, Milán y Estocolmo son las ciudades donde más se invierte, según CB Richard Ellis. Como países de futuro destacan Polonia, República Checa, Eslovaquia y Hungría. Los precios de las oficinas en alquiler aumentaron en Europa una media del 3,5% en 2005, y el informe de CB Richard Ellis prevé una recuperación gradual de este mercado en todo el continente a lo largo de 2006, con previsiones muy favorables para Madrid, Barcelona y Londres. Sólo en Madrid, los alquileres acumulaban una subida del 8% en 2005, según Jones Lang Lasalle.

¿Y qué sucede en el sector residencial? A nadie le pasa desapercibido el *boom* inmobiliario vivido en España en los últimos





# INMOBILIARIO

# por medio mundo

## SUMARIO

### EMPRESAS

Dan el salto al extranjero ..... pág. 120

### RETOS

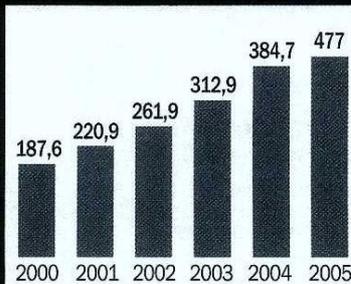
Crecimiento y diversificación ..... pág. 124

### PROMOCIONES

Innovar para vencer a la competencia.. pág. 126

### Volumen de préstamos hipotecarios

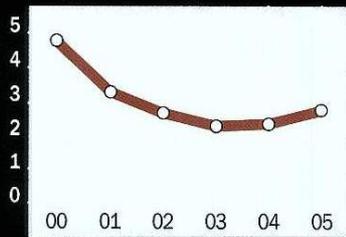
(Miles de millones de euros)



Fuente: APCE.

### Tipos de interés

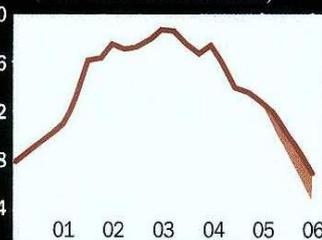
(Euribor a 1 año)



Fuente: APCE.

### Precio de la vivienda libre en España

(% de variación interanual)



Fuente: Ministerio de la Vivienda y BBVA.

### Viviendas iniciadas en España

	Total España	Grandes ciudades (1)	Ciudades total	Costa turística (2)	Costa total
2000	594.820	58.060	9,8%	333.231	56,0%
2001	561.186	59.958	10,7%	312.857	55,7%
2002	575.546	62.748	10,9%	310.517	54,0%
2003	690.207	64.814	9,4%	377.832	54,7%
2004	739.658	50.461	6,8%	399.012	53,9%
2005*	780.099	39.572	5,1%	417.240	53,5%
2006*	715.000	50.000	7,0%	400.000	55,9%

(1) Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza y Málaga. (2) Mediterráneo, Canarias, Cádiz y Huelva. \* Estimaciones con datos a noviembre de 2005.  
Fuente: Colegio de Aparejadores y BBVA.

## Capital ESPECIAL INMOBILIARIO

► años, en los que hemos asistido a un frenesí constructor y de precios. Entre 1997 y 2005 los precios crecieron ¡un 177%! Los últimos datos hablan de un incremento del 12,6% en 2005, la menor subida de los últimos cuatro años. Para hacer frente a este encarecimiento, las familias han alargado los plazos de amortización de sus préstamos hipotecarios, que han crecido al mismo ritmo que los precios de las casas: superaron los 477.000 millones de euros en 2005, según la APCE. Y, para responder a esta demanda, las compañías del sector han dibujado un paisaje de grúas, superando las 700.000 viviendas de nueva edificación por año. Una auténtica locura.

### La costa murciana, la valenciana y la del Norte, buenas oportunidades

¿Se puede hablar de burbuja inmobiliaria? Los expertos afirman que la vivienda sigue siendo interesante como inversión pero con condiciones. “La burbuja no es tan fiera como la pintan: hay determinados productos que tardan más en venderse, pero no es alarmante, es una autorregulación entre oferta y demanda”, afirma José Manuel Sánchez, de Knight Frank. “Hay una demanda latente de jóvenes, junto a los inmigrantes y a que el precio del dinero todavía está en niveles muy buenos. Ahora primará la primera vivienda y se buscarán oportunidades con precios más asequibles”, continúa. Seguirán siendo interesantes las zonas consolidadas de las ciudades y “las plazas de aparcamiento en urbes donde el aparcamiento en superficie esta sancionado”, dice Sánchez. En costa, merece la pena el Norte. “También Murcia y la costa valenciana”, según Carlos Ferrer, de Jones Lang Lasalle. ¿Previsión para 2006? “Subidas entre un 8% y un 10%, con zonas donde se revalorizará más y otras menos”, afirma Sánchez.

Lucía Martín ♦ [lmartin@gyj.es](mailto:lmartin@gyj.es)

Para más información:

• [www.apce.es](http://www.apce.es) • [www.asprima.es](http://www.asprima.es)

## Salón Inmobiliario de Madrid, la cita a la que no se puede faltar

Entre el 4 y el 8 de abril tiene lugar en Ifema el Salón Inmobiliario de Madrid, SIMA, una cita ineludible entre los profesionales del sector y aquellos que buscan comprar una vivienda. En esta su octava edición se esperan 140.000 visitantes, 15.000 de ellos profesionales. La feria contará con la presencia de 700 expositores, en una superficie de exposición de 81.000 metros cuadrados.

SIMA'06 es la plataforma idónea para que las empresas presenten su oferta, pero también para que los visitantes conozcan de primera mano todo lo que sucede en el mercado inmobiliario español. Asimismo es una oportunidad para encontrar nuevas oportunidades de inversión en el mercado español y en el extranjero.

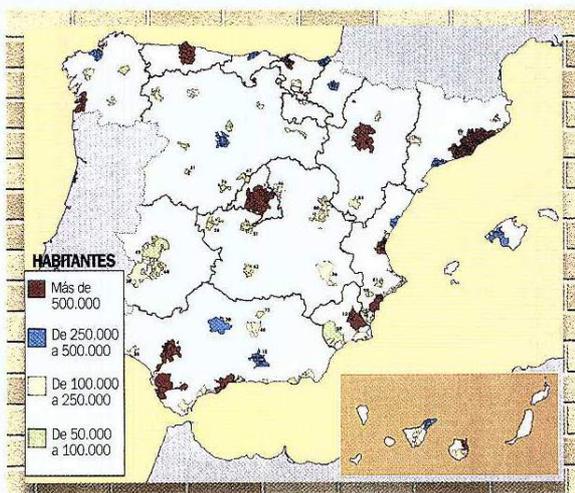
En el salón encontrará la oferta residencial de Madrid

y de las principales ciudades españolas, así como todos los servicios relacionados con la adquisición de vivienda. Dentro de la feria hay distintos sectores: Inmotur, el mayor escaparate de viviendas de segunda residencia, e Inmofutura, que recoge las últimas tecnologías y las propuestas más innovadoras en diseño y materiales aplicados al sector inmobiliario. Una tercera, destinada únicamente a profesionales, está dedicada al negocio no residencial y de inversión. Más información en:

[www.saloinmobiliario.com](http://www.saloinmobiliario.com)



Edición correspondiente a 2005 del Salón Inmobiliario de Madrid.



### ¿En qué zonas residen los españoles?

De esta forma se concentra la población española, según el estudio *Atlas Estadístico de las Áreas Urbanas en España 2004*, publicado por el Ministerio de Vivienda. Hay 82 áreas mayores de 500.000 habitantes, que agrupan a un total de 743 municipios, donde residen casi 28.860.831 habitantes, según el padrón de 2003. Entre ellas están las áreas metropolitanas de Madrid, Barcelona y Valencia, además de las aglomeraciones urbanas de Sevilla, Bilbao y Málaga.

## OPINIÓN



Guillermo Chicote  
Presidente de APCE

## Equilibrio entre oferta y demanda

Podemos decir que 2005 ha marcado un punto de inflexión en el mercado inmobiliario residencial. Ya no estamos ante una oferta incapaz de satisfacer a una gran demanda, sino que existe una demanda que, aunque mantiene su fortaleza, ha descendido suavemente, y frente a ella hay oferta suficiente.

Este nuevo equilibrio entre oferta y demanda aliviará tensiones en el mercado. En 2005 la población aumentó. El Euribor a un año subió hasta el 2,78%. Siguieron incrementándose los plazos de los préstamos, hasta superar los 25 años de media; el importe medio de las hipotecas aumentó por encima del 14%. Por la parte de la oferta, se incrementaron las viviendas visadas y las iniciadas. El precio de la vivienda libre aumentó un 12,8%. Para 2006 se espera que la demanda siga moderándose, pero manteniéndose fuerte. Las previsiones de subidas de tipos no van más allá de 0,5 o 0,75 puntos. Por el lado de la oferta se prevé una desaceleración. Equilibrada la oferta y la demanda, es de esperar que los precios, aunque sigan creciendo, lo hagan de forma más moderada. Sigue siendo necesario introducir flexibilización en el mercado del suelo, sin reducir la oferta y acortando los plazos de transformación del mismo. Hay que cuidar que este nuevo escenario no sea alterado con medidas legislativas poco ajustadas a la realidad, que puedan afectar al funcionamiento del mercado.

## Capital ESPECIAL INMOBILIARIO

# EMPRESAS - El ladrillo 'made in

Primero fueron las constructoras. Ahora, las inmobiliarias. Las firmas españolas apuestan por el mercado exterior. Los países del Este europeo están de moda.

**S**i quisiera recopilar los proyectos de las grandes constructoras españolas en el extranjero, la lista sería larguísima: subestaciones eléctricas en Etiopía; plantas de tratamiento de gas en Irán; desaladoras en Argelia; factorías de compostaje en Francia; autopistas en Irlanda, EEUU, Canadá, Chile o Brasil, etcétera. Mucho negocio y muy diversificado. Las constructoras llevan años imprimiendo el sello *made in Spain* en el exterior. Ahora es el turno de las inmobiliarias. Capital ha hecho una selección de las mayores constructoras e inmobiliarias, por cifra de negocio, cotizadas en Bolsa. Seguir el criterio de la cotización ha hecho que otras empresas fuertes del sector queden fuera del *ranking*. Es el caso de Constructora San José (por otra parte, hace tiempo que se habla de su salida al parque), que tiene una cifra de negocio de 1.230 millones de euros.

Los dueños del ladrillo español afrontan su inmersión en otros mercados con una doble estrategia: promover e invertir. "Quienes optan por lo segundo eligen mercados maduros y rentables, y desean aprovechar el momento del ciclo económico", explica Javier Ruescas, director de Research de DTZ Ibérica. La inversión busca los grandes núcleos urbanos de Francia, Reino Unido y Alemania. Una vez allí, apuestan por el negocio del alquiler o por la compraventa. Francia es el mercado más atractivo para la inversión. Renta Corporación, Metrovacesa, Fadesa, Colonial o Banif han aprendido

a hablar francés. Pontegadea, el brazo inversor de Amancio Ortega, se decanta por Londres, e Inmobiliaria Chamartín y Restaura, por Alemania.

La otra estrategia, la de comprar suelo y vender promociones, tiene una estrella absoluta: Europa del Este. Fadesa, Roan, Acciona, Neinver o Comercia -las dos últimas con centros comerciales- trabajan en Polonia; Riofisa y Hercesa, en Rumanía, y en Hungría, la lista también es larga.

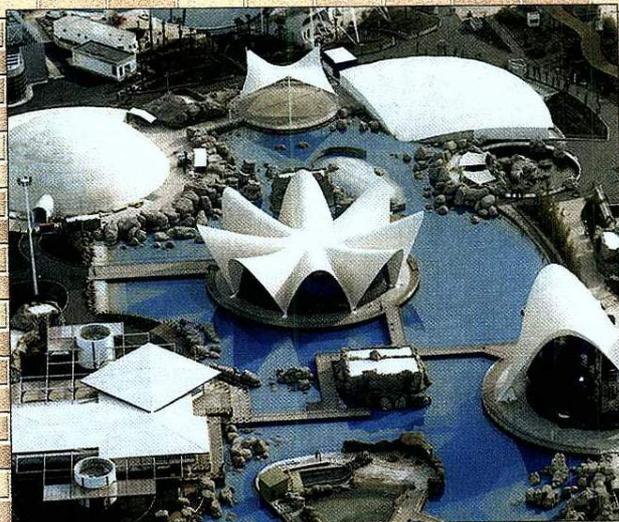
### Adquisición de firmas locales para conquistar nuevos mercados

Pero, ¿por qué ese afán por la internacionalización? Las inmobiliarias necesitan ganar tamaño, diversificar y desarrollar negocios que en España están saturados. "La tasa de rentabilidad de las oficinas ha caído en picado", dice Javier Ruescas. Con una plusvalía del 4,6%, se sitúa por debajo de los bonos a 10 años. Y hay más razones para lanzarse a la conquista de otros países: los costes. "El precio del suelo en el Este es diez veces más barato que en España", dice Edward Farrelli, de Research de Capital Market Richard Ellis. Pero pujar en terreno extranjero no es sencillo. Algunas compañías optan por comprar empresas locales. Metrovacesa se hizo con Gecina; Colonial, con SFL. Otras prefieren la unión de empresas. El pastel es apetitoso. El negocio internacional es el 36% de la actividad de las inmobiliarias.

Lucía Petisco ♦ capital@gy.es

Para más información:

• www.cnmv.es



Palacio de las Artes en la Ciudad de las Ciencias, en Valencia.

## ACS

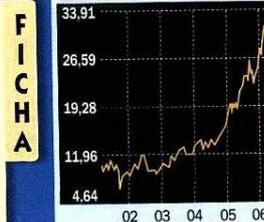
El 17,4% de sus ventas totales procede del mercado exterior.

**T**res de los cuatro proyectos más emblemáticos ejecutados el año pasado por la compañía que preside Florentino Pérez se desarrollaron en el extranjero: la ampliación de las plantas combinadas de refinería en Veracruz (México), por 430 millones de euros; la construcción de la planta de reciclaje en Marsella (Francia), por 1.000 millo-

nes, y la construcción y explotación de una autopista en Waterford (Irlanda), con una inversión de 300 millones. Son sólo algunos ejemplos de la fuerza del negocio internacional de ACS. De hecho, sus ventas fuera de España crecen a un ritmo del 16% hasta alcanzar los 2.106 millones, y suponen ya un 17,4% del total. Pese a haberse desprendido de la

Cifra de negocio:	12.113,9
Beneficio neto:	608,7
Cartera de construcción:	9.369
Cartera de servicios indust.:	4.269
Cartera de servicios:	13.230
Empleados:	110.000

Datos a 31 de diciembre de 2005, en millones de euros.  
Fuente: ACS.



Fuente: Bolsa de Madrid



# Spain' triunfa en el extranjero

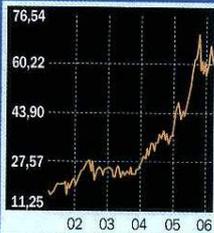


Autopista Central de Chile, construida por AGS.

Cifra de negocio:	8.990
Beneficio neto:	415,8
Cartera de construcción:	7.500
Cartera inmobiliaria:	1.085
Cartera de servicios:	7.174
Empleados:	70.000

FICHA

Datos a 31 de diciembre de 2005, en millones de euros.  
Fuente: Ferrovial.



Fuente: Bolsa de Madrid.

## Ferrovial

### ¿Su estrategia? Comprar compañías extranjeras y ganar concesiones.

La segunda gran constructora española continuará este año con su proyecto de expansión. Las ventas internacionales alcanzaron los 3.890 millones de euros, que representan el 43% de los ingresos de la compañía. Mercados como Gran Bretaña, Polonia, Irlanda, Portugal, Italia, EEUU o Canadá son los que aportan más dinero a su balance.

En los últimos años, el perfil de Ferrovial ha cambiado. Ya no es estrictamente una firma constructora, sino, sobre todo, concesionaria de grandes infraestructuras y servicios. Para estar bien posicionada en el mercado exterior ha decidido inver-

tir en compañías locales. El año pasado compró la constructora texana Webber, con un desembolso de 179 millones de euros; se hizo con la concesión de la autopista Chicago Skyway, por 375 millones; adquirió el 33% adicional de Tubelines, encargada del mantenimiento de varias líneas del metro de Londres, por 137,8 millones de euros, y pagó 641 millones por el operador de *handling* (servicios aeroportuarios en tierra) Swissport. Y no se detiene. ¿Su último pulso? Hacerse con el capital de la británica BAA, el mayor operador del mundo de aeropuertos, entre ellos los de Heathrow, Gatwick y Stansted.

portuguesa Sopol, su negocio internacional sigue siendo espectacular. Su área más fuerte son los servicios industriales, que engloban la construcción y mantenimiento de instalaciones de petróleo, gas y electricidad. La necesidad de más capacidad energética ha propiciado mayor demanda mundial. ACS quiere aprovechar ese tirón y ha entrado con fuerza en Unión Fenosa. La compañía tiene proyectos en marcha en México, Irán, Argelia, Brasil, Etiopía, Panamá, Portugal, Zimbabue y Francia, entre otros. Su participación en Abertis y en Urbis refuerza más su presencia en el exterior.

Imagen del Arco de los Tilos, que Ferrovial desarrolla en Canarias.



## Capital ESPECIAL INMOBILIARIO

### FCC

**Consolida su presencia en los países del Este.**

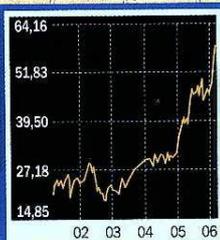
**D**iversificación en los negocios y apuesta por otros mercados definen la estrategia seguida por Fomento de Construcciones y Contratas. El 53% de su producción se desarrolla en sectores como la recole-

ción de residuos sólidos, limpieza de vías públicas, abastecimiento de aguas... La empresa presidida por Esther Koplowitz acaba de comprar la compañía austriaca de servicios medioambientales ASA, por 224 millones de euros, una oportunidad para desarrollar la gestión de residuos en los países del Este, donde se esperan tasas de crecimiento superiores al 6%.

Cifra de negocio:	7.089,8
Beneficio neto:	421,3
Cartera de construcción:	3.346
Cartera de servicios:	2.078
Cementos:	978,3
Empleados:	67.416

Datos a 31 de diciembre de 2005, en millones de euros.  
Fuente: FCC.

**F I C H A**



Fuente: Bolsa de Madrid.

**G**racias a la compra de Cesa, la compañía de la familia Entrecanales se ha convertido en el segundo operador eólico de España, por detrás de Iberdrola, y en el tercero del mundo. La adquisición le ha supuesto un desembolso de 973 millones de euros y con esta compra, la constructora entra en los mercados de Italia y Grecia. Si las energías son una de las apuestas, no menos importante son los

### Acciona

**Apuesta por las energías renovables y construye en Polonia y Portugal.**

servicios logísticos, de transporte y medioambientales. En cuanto a residencias, desarrollan 390 viviendas en Portugal y 1.300 en Polonia. En este país, también construyen un complejo de oficinas en Varsovia.

Cifra de negocio:	4.852,7
Beneficio neto:	324,3
Cartera infraestructuras:	2.746,9
Cartera inmobiliaria:	406
Cartera de servicios:	1.291
Empleados:	27.015

Datos a 31 de diciembre de 2005, en millones de euros.  
Fuente: Acciona.

**F I C H A**



Fuente: Bolsa de Madrid.

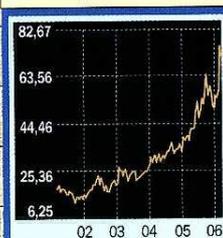
### Metrovacesa

**La primera inmobiliaria española apuesta de lleno por el mercado francés.**

Cifra de negocio:	1.697,8
Beneficio neto:	381,9
Activos inmobiliarios:	15.718
Empleados:	1.187
Reserva de suelo residencial:	2,44

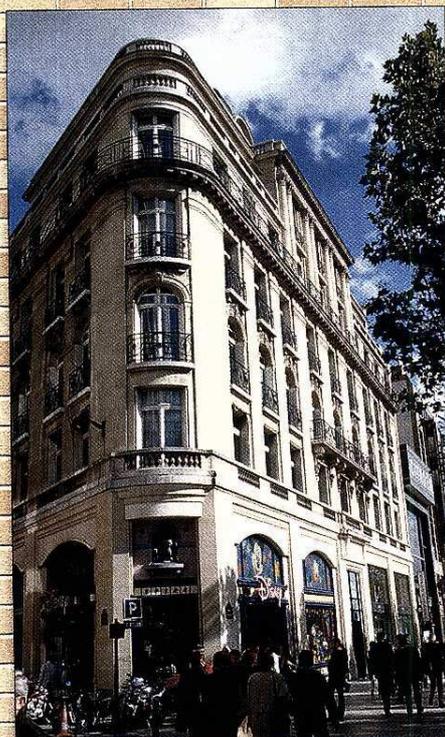
Datos a 31 de diciembre de 2005, en millones de euros. La reserva de suelo está expresada en millones de m<sup>2</sup>.  
Fuente: Metrovacesa.

**F I C H A**



Fuente: Bolsa de Madrid.

**Compras de hoteles y oficinas en París, claves en 2005.**



**H**ace tiempo que Metrovacesa reorientó su estrategia y decidió desinvertir en Latinoamérica y centrar sus esfuerzos en la zona euro. Su política consistió en adquirir la francesa Gecina, por 3.804 millones de euros y convertirse así en "la primera inmobiliaria de Europa Continental", como ella misma se denomina. Gecina, con una gran cartera de inmuebles en alquiler y un patrimonio de 18.600 viviendas en París, ha permitido a Metrovacesa incrementar sus resultados, diversificar su presencia geográfica y crecer en el negocio de alquiler. Sus ingresos por ese concepto subieron el año pasado un 168,2% mientras que los provenientes de la venta de viviendas lo hicieron un 33,5%.

Tras la compra de Gecina, la firma que preside Joaquín Rivero quiere imprimir su rúbrica en el negocio galo. Prevé una profunda reestructuración de los activos de la francesa, vender oficinas y algunos pisos en alquiler y centrarse en otros más interesantes, así como en el negocio logístico y el hotelero. En el período 2006-2010 invertirá 6.600 millones en nuevos activos y desinvertirá por valor de 4.100 millones.

Mientras continúa con su política, tendrá que hacer frente a la opa de Cresa Patrimonial, sociedad de la familia Sanañaja, propietaria del 24,3% de Metrovacesa y que desea elevar su participación por encima del 44%.

Cifra de negocio:	977,4
Beneficio neto:	181,2
Activos inmobiliarios:	8.813
Empleados:	-
Reserva de suelo:	20,1

FICHA

Datos a 31 de diciembre de 2005, en millones de euros. La reserva de suelo está expresada en millones de m<sup>2</sup>.  
Fuente: Fadesa.



Fuente: Bolsa de Madrid.

## Fadesa

**Europa del Este, objetivo para seguir con su ritmo de crecimiento.**

**E**n Polonia optó por un socio local, Prokom, para la promoción de 1.335 viviendas en Varsovia. En Francia, adquirió la compañía Financière Rive Gauche, a través de la que desarrolla dos rascacielos cerca de París. Lo cierto es que Fadesa

ha demostrado su éxito en el negocio internacional. Primero lo hizo en Portugal y después en Marruecos, donde es uno de los principales inversores inmobiliarios españoles. Ahora entra en el corazón de Budapest (Hungría), con una inversión de 43 millones de euros, y no descarta diversificarse a otros países europeos, sobre todo a la República Checa y Eslovaquia. Un dato resume su proyección: una tercera parte de su reserva de suelo se ubica en el exterior.



Fadesa proyecta las Torres de Levallois, en París.

Cifra de negocio:	910
Beneficio neto:	266,2
Activos inmobiliarios:	6.094
Empleados:	243
Reserva de suelo:	0,8

FICHA

Datos a septiembre de 2005, en millones de euros. La reserva de suelo está expresada en millones de m<sup>2</sup>.  
Fuente: Colonial.



Fuente: Bolsa de Madrid.

## Colonial

**Exitoso negocio de alquiler de oficinas en París.**

**P**articipada por la Caixa, esta inmobiliaria apuesta por Francia. Desde que en 2004 se hiciera con la firma SFL, ha impulsado el negocio del alquiler de oficinas en París. De todos los activos inmobiliarios de la compañía, el 82% corresponde a bienes de alquiler, con-

centrados en París (55%), Madrid (25%) y Barcelona (20%). Esos tres mercados se han recuperado en el último año, lo que ha permitido que los edificios de Colonial logren una ocupación del 97,5%, según fuentes de la empresa. Otro dato ratifica su acertada apuesta por el mercado parisino: los ingresos por alquiler crecieron el año pasado un 44,6% hasta alcanzar los 297,1 millones de euros y más de la mitad provenía de la capital francesa (185,1 millones).

## Urbis

**A la conquista de EEUU, con apartamentos en Miami.**

**L**a inmobiliaria controlada por Banesto y participada por ACS no tiene miedo a nuevos retos. ¿El último? Triunfar en el mercado norteamericano, donde acaba de entrar con una inversión de 13,5 millones de euros para la promoción de 260 apartamentos en Miami. Lo hace de la mano del socio local Key International Corporation, promotor con experiencia en Florida. Su incursión en EEUU forma parte de su estrategia de prospección de mercados. Urbis está también en Portugal, donde desarrolla unas 1.000 viviendas entre Lisboa y Oporto.

## Otras constructoras e inmobiliarias cotizadas en Bolsa

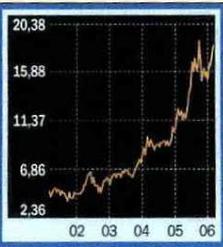
Entidad	Actividad	Cifra de negocio total	Negocio en España	Negocio en el exterior	Beneficio neto	Empleados
SACYR	Construc.	4.176	3.093	1.083	413	11.954
OHL	Construc.	2.442	1.455	986	102	12.046
TESTA	Inmob.	209	195	14	60	142
SOTOGRADE	Inmob.	121	121	-	32	762
INBESOS	Inmob.	30	30	-	3,5	148
INMOCARAL	Inmob.	5,1	5	-	0,79	17
CLEOP	Construc.	43	42	-	4	267
MONTEBALITO	Inmob.	5,1	5,1	-	10,9	35

Datos en millones de euros a diciembre de 2005. Fuente: elaboración propia con datos de la Bolsa de Madrid.

Cifra de negocio:	889
Beneficio neto:	148
Activos inmobiliarios:	4.953
Empleados:	244
Reserva de suelo:	4

FICHA

Datos a 31 de diciembre de 2005, en millones de euros. La reserva de suelo está expresada en millones de m<sup>2</sup>.  
Fuente: Urbis.



Fuente: Bolsa de Madrid.



**Capital** ESPECIAL INMOBILIARIO

# LOS RETOS - Crecimiento y

Aunque se venden muchas casas, la demanda residencial ya no es la que era. Por eso, las compañías apuestan por otros negocios, como la venta de inmuebles.

**A** principios de 2005 había registradas 106.000 empresas con actividades de promoción y arrendamiento de inmuebles, muchas de ellas inactivas, según el estudio *Sociedades inmobiliarias* de DBK. En los últimos cuatro años el número de operadores en este sector ha tenido un incremento medio anual superior al 16%. Es indudable: el sector inmobiliario y de la construcción es uno de los motores fundamentales de la economía española. Por eso han ido surgiendo empresas al abrigo de este paraguas y esa atomización del mercado hace prever movimientos corporativos. Crecimiento, internacionalización, búsqueda de nuevos nichos, diversificación... son algunos de los retos a los que se enfrenta el sector, pero hay más.

● **Internacionalización.** No hay duda, la construcción de viviendas o, dicho de otra forma, el negocio residencial sigue tirando del sector inmobiliario. Llevamos varios años seguidos de máximos históricos en la construcción de viviendas: en los últimos cinco años se han entregado más de 2,25 millones de casas, lo que supone un aumento del parque del 10% con respecto al censo de 2001, según el servicio de estudios del BBVA. Eso sí, soplan nuevos vientos: en 2006, la menor demanda llevará a una ralentización de los nuevos proyectos. Las empresas han reaccionado ante la perspectiva de un deterioro de la demanda residencial en España mirando

fuera de nuestras fronteras: los mercados residenciales de Europa del Este (muchas empresas españolas están construyendo en Budapest y Croacia, por ejemplo) tienen un gran potencial de crecimiento. "En oficinas la apuesta sería París, Londres o Berlín", comentan en DBK. La facturación en el extranjero alcanzó los 310 millones de euros en 2004, el doble que el año anterior, según datos de la misma fuente. Además, salir al exterior es una forma de minimizar el riesgo de estar expuesto a un único mercado.

● **Movimientos corporativos.** Salir fuera de España es una forma de crecer. Otra es la compra o fusión de otras empresas, movimientos que vienen propiciados por la atomización del mercado español de la que hablábamos al principio. Los analistas consultados prevén movimientos de este tipo, aunque no se aventuran a dar nombres.

● **Diversificación.** No sólo de casas viven las promotoras... El agotamiento de la demanda residencial ha llevado a las empresas a construir en el extranjero, pero también a potenciar otras actividades fuera de la puramente residencial. A pesar de que la venta de promociones y de suelo sigue representando más del 60% de los ingresos totales de las inmobiliarias que cotizan, la venta de inmuebles y el alquiler están ganando terreno. Muchas compañías han optado por incrementar el peso de la actividad de arrendamiento, menos dependiente del ciclo económico, según



La facturación en el extranjero alcanzó los 310 millones de euros en 2004

DBK. "La reducción del tirón residencial se compensará con más inversión en desarrollo de suelo a largo plazo, alquiler e internacionalización", afirma Mikel Echavarren, de Irea. Otro ejemplo de diversificación es que muchas empresas se están dirigiendo al arrendamiento de locales comerciales y de naves industriales, que ofrecen rentabilidades interesantes, más elevadas que las generadas por las oficinas.

● **Cuidar el producto.** Ya no se vende todo y el comprador es cada vez más exigente. Por eso, las empresas se ven obligadas a introducir elementos de valor añadido en sus promociones. El campo de golf en las promociones de segunda residencia es uno de ellos, pero no el único: domótica, construcciones respetuosas con el medio ambiente y que permitan un mayor ahorro de energía, un servicio postventa en el que se *mima* al cliente y se



# diversificación



Son varias las compañías que saldrán a Bolsa con intención de reducir deuda y crecer

El alquiler, que están fomentando muchas empresas, depende menos del ciclo económico

solucionan los posibles problemas que puedan aparecer tras la operación de compraventa (algo muy habitual en otros países europeos)... Lo importante es diferenciarse de la competencia.

● **Salidas a Bolsa.** Son varias las compañías interesadas en salir al parque este año. La primera podría ser Renta Corporación, que se dedica a la compra, restauración y venta de edificios. Tras ella se espera la llegada de la in-

mobiliaria Parquesol, aunque sólo para inversores institucionales. Grupo San José también tiene sus planes. Desde la OPV de Fadesa, en 2004, ninguna otra compañía del sector se ha animado. ¿Razones para dar el salto al parque? Obtener capital que les permita seguir creciendo y reducir el endeudamiento.

● **Internet, canal de venta.** Hace cinco años nadie utilizaba la Red para comprar casa. Hoy,

“más del 50% de compradores sólo utiliza Internet”, declara Fernando Encinar, del portal inmobiliario idealista.com. Las promotoras, acostumbradas a comercializar sus casas en las casetas de venta, siguen desconfiando de este canal. Erróneamente: “El 65% de las ventas de aquellas que sí apuestan por este canal llega por Internet”, finaliza Encinar.

Lucía Martín Martín  
lmartin@gyj.es

## OPINIÓN



Mikel Echavarren  
Consejero delegado (CEO) de Irea

## Europa del Este, una oportunidad

El sector ha experimentado un incremento espectacular en los últimos años, tanto en solvencia financiera como en capacidad de inversión. El boom inmobiliario ha permitido que sociedades de escasa entidad se hayan posicionado, en menos de siete años, en niveles de extraordinaria fortaleza, tanto económica como de gestión.

Esta transformación de la industria inmobiliaria ha posibilitado que en la actualidad muchas promotoras españolas se estén planteando acciones estratégicas impensables hasta hace muy poco. Nos referimos, por ejemplo, a la internacionalización de su actividad, al crecimiento a través de adquisiciones de otras empresas y la salida a Bolsa.

● La **internacionalización** se plantea, fundamentalmente, como el posicionamiento en Europa del Este como área de oportunidad en gestión urbanística. Latinoamérica, no obstante, debería ser un foco de atención para los promotores españoles, en el largo plazo. En este último caso parece que pesan más las distancias que las obvias afinidades culturales con dichos mercados.

● La **posición compradora** de sociedades inmobiliarias se mantiene en muchas de las promotoras nacionales. El problema es encontrar objetivos disponibles y asequibles en precio. A pesar de ello, la voluntad decidida de crecer de este colectivo posibilitará que veamos más operaciones corporativas en los próximos meses.

● La **salida a Bolsa** es la prioridad de un número importante de sociedades inmobiliarias. Auguramos, en este sentido, que en los próximos meses este movimiento será espectacular, incrementando muy significativamente la capitalización del sector inmobiliario en Bolsa.

Un último apunte: es necesario articular planes estratégicos suprarregionales, aumentar la transparencia de las gestiones ante la Administración e incrementar el nivel de profesionalidad de los agentes inmobiliarios.

## Capital ESPECIAL INMOBILIARIO

Desarrollos de costa asociados al golf, casas ecológicas, centros comerciales con rompedoras propuestas: llega la innovación.

**S**e imagina ir a un centro comercial en el que, mientras usted va de compras, su hijo hace surf en una ola gigante? ¿O que su casa disponga de sistemas inteligentes de ahorro energético? ¿O adquirir un apartamento en París que le gestionarán por usted? Estas propuestas están a la vuelta de la esquina. Las cosas cambian y, aunque en algunos segmentos como el residencial lo hacen más lentamente, la innovación es obligada. En estas páginas, Capital recopila lo más *in* del mercado inmobiliario.

### El segmento residencial es el más lento en cambiar de pautas

“En costa, la innovación llega con servicios más completos a los clientes, sobre todo a los extranjeros”, explica Edward Farrelli, de Capital Market de Richard Ellis. Servicios de seguridad, limpieza o alquiler de vehículos son un ejemplo. Los desarrollos de costa apuestan por el golf como principal atractivo. En primera vivienda, el futuro lo encarnan las casas ecológicas e inteligentes –de momento son muy pocas–. Los centros comerciales sí innovan. “Siguen las pautas del consumidor y ofrecen nuevas propuestas de ocio”, añade Farrelli. Los cines dejan paso a los balnearios urbanos. En inversión inmobiliaria se espera una reactivación del mercado de oficinas. Y otra novedad: los españoles empiezan a comprar vivienda de alquiler en el extranjero.

Lucía Petisco ♦ capital@gyj.es

# PROMOCIONES - Innovar



Infografía de la promoción que Sacyr Vallehermoso desarrolla en San Vicent de Montalt, en plena comarca del Maresme. Se trata de una promoción que comprende 204 viviendas, integradas en un campo de golf, con vistas al mar y a la montaña.

## Residencial

El “todo vendido” ralentiza la innovación en el sector de la vivienda. Las casas ‘ecoficientes’ son el futuro.

**L**a construcción residencial bate récords en España, con unas 800.000 viviendas visadas en 2005. Unos resultados muy por encima del nivel estructural deseable, unas 350.000 unidades. Con ese boom de producción y comercialización –la mayoría de las promotoras tiene una importante

cartera de preventas–, la innovación no ha sido una prioridad. Pero las cosas cambian. La casa ecológica es el futuro. He aquí algunos ejemplos. Acciona invierte 56 millones en 226 viviendas ecoeficientes en Sevilla, aunque cuenta con promociones de este tipo por toda la geografía. Son inmuebles

orientados para aprovechar la luz solar, con ventilación cruzada, detectores de presencia para controlar la iluminación, temporizadores para ahorro energético, y paneles solares, además de materiales libres de PVC y plomo. Sacyr Vallehermoso desarrolla otra promoción de 22 viviendas en la zona de Valdespartera de Zaragoza, que incluye sistemas pasivos de ahorro de energía y domótica avanzada. Por su parte, José Luis Marcos, consejero delegado de Roan, destaca una promoción de 500 viviendas en Murcia, innovadora por su ergonomía.



## para vencer a la competencia



### Costa

**Mejores servicios y campos de golf para hacerse con la demanda turística.**

**E**n las zonas costeras, la vivienda tira del sector constructor e inmobiliario español. Y lo seguirá haciendo.

Según las previsiones del Servicio de Estudios del BBVA, de las 715.000 casas que se iniciarán en España en 2006, el 55,9% se ubicarán en la costa del Mediterráneo, Canarias, Cádiz y Huelva. Y eso a pesar de que muchas zonas del litoral español están sobredimensionadas.

La asociación turística Exceltur ha lanzado el grito de alarma, advirtiendo en su informe de *Perspectivas sobre el peligro de los elevados*

**ritmos de crecimiento inmobiliario.**

No obstante, el negocio sigue siendo apetitoso. El aumento de la competencia está animando a las promotoras a ofrecer servicios cada vez más sofisticados. El Grupo Lar, por ejemplo, ha puesto en marcha un club que ofrece servicios de limpieza, jardinería y hasta, si el cliente lo desea, le llegan a hacer la compra.

Pero lo último en las promociones costeras son los campos de golf, diseñados como atractivo para captar sobre todo la demanda extranjera. Sacyr Vallehermoso apuesta por este deporte en su promoción de 204 viviendas unifamiliares en Les Viles del Golf, en San Viçent de Montalt (Barcelona). Complementa el proyecto con una casa-club con piscina y una guardería, como principales atractivos. Riofisa y Procám invierten 120 mi-

llones en un complejo de 208 chalés, 400 apartamentos y un campo de golf de 18 hoyos en la localidad murciana de Águilas. Y Sotogrande, la inmobiliaria de NH, cuenta hasta con cinco campos en la urbanización de lujo de Sotogrande (Cádiz). Eso sí, el golf no es exclusivo de la costa. Nozar incluye un campo diseñado por José María Olazábal en un complejo inmobiliario de 2.200 viviendas en Sabiñánigo, en pleno Pirineo oscense.

Aparte de la vivienda costera, las inmobiliarias se decantan por proyectos hoteleros, conscientes de la fuerza del turismo. ¿Lo último? El hotel con balneario. Acciona Inmobiliaria desarrolla el complejo Estrella del Mar, en Marbella (Málaga), que prevé inaugurar a lo largo de 2007. Incluye un hotel de cinco estrellas con 147 habitaciones e instalaciones de *spa*.

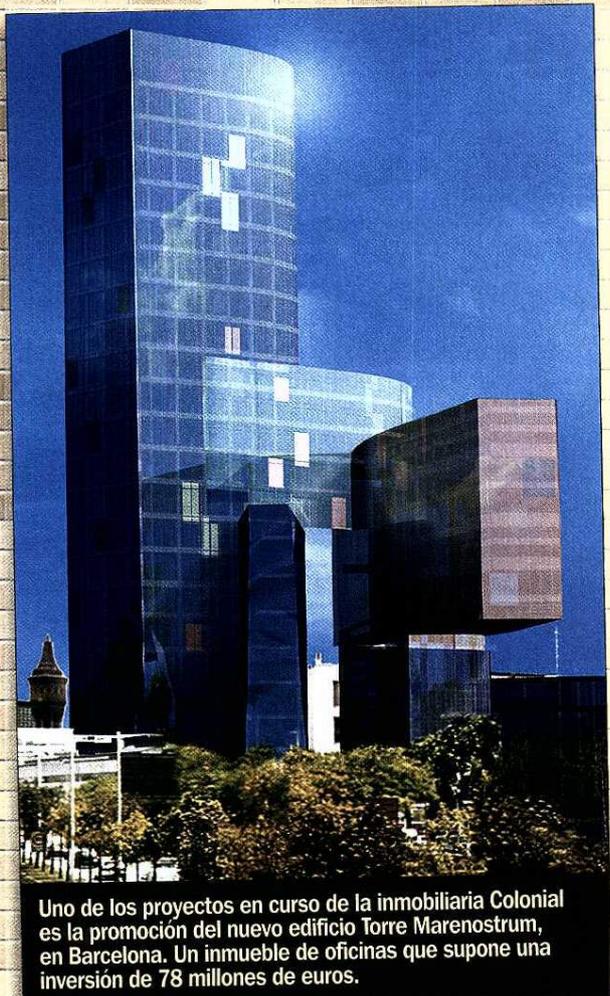


Imagen de El Mirador de Monteoliva, en San Agustín de Guadalix (Madrid), promoción de Riofisa y Procám.

Imagen del interior de una de las viviendas ecoeficientes que promueve Acciona en Madrid.



## Capital ESPECIAL INMOBILIARIO



Uno de los proyectos en curso de la inmobiliaria Colonial es la promoción del nuevo edificio Torre Marenostrom, en Barcelona. Un inmueble de oficinas que supone una inversión de 78 millones de euros.

### Centros de ocio y empresariales

#### Las nuevas áreas comerciales prefieren los balnearios a las multisalas de cine.

**E**scasa oferta de oficinas; centros comerciales, en auge, y parques tecnológicos y ciudades empresariales que arrancan timidamente. Así podría resumirse la situación del segmento no residencial.

En oficinas, hay cierto optimismo. La consultora Jones Lang LaSalle confía en que en 2006 el mercado saque inmuebles a la venta. "La conveniente rotación de activos, o la generación de plusvalías en edificios adquiridos, harán que el rendimiento para el inversor sea mayor si los vende que si los mantiene en cartera", expone en su último *Infor-*

*me del mercado de oficinas.* En España no hay oferta mientras que en el resto de Europa la compra de oficinas se dispara. En 2005 se movieron 40.000 millones, de los que Londres y París captaron el 68%. Al menos parece que los inmuebles comerciales están animando la inversión. Cortefiel y El Árbol se desprenden de parte de sus activos.

Los parques empresariales están cambiando el concepto de trabajo. La Ciudad Financiera del BSCH, o el Distrito C de Telefónica, que se proyecta al norte de Madrid, mezclan negocio, ocio y sostenibilidad.

Los centros comerciales son los más innovadores del segmento no residencial. En 2005 se inauguraron 27. España supera los 10 millones de metros cuadrados de superficie con 473 centros abiertos. La expansión continúa y este año se espera la inauguración de unos 30. Eso sí, la competencia obliga a estar a la última. Las salas de cine dejan paso a otras alternativas. Xanadú innovó con su pista de esquí. Plenilunio, el centro de ocio y comercio que promueve Riofisa, en Madrid, apuesta por el balneario urbano como gancho. Y para rizar el rizo, ING Real Estate instalará un miniparque de atracciones en Alcalá Magna, que puede abrir sus puertas en 2007. Mientras, Metrovacesa ofrecerá una propuesta de surf, submarinismo y balneario en el futuro centro de Valdebebas (Madrid).

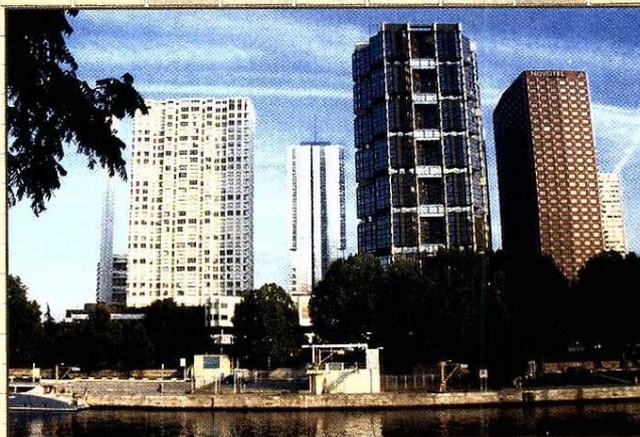
### Conceptos en revisión

#### Los españoles, potenciales inversores de pisos de alquiler en el extranjero.

**S**e ha planteado comprar un inmueble en el centro de Buenos Aires o en París para destinarlo al alquiler y sacarle el mayor provecho? España ha dejado de ser exclusivamente vendedora de vivienda turística para convertirse en potencial inversora en otros mercados. Así

lo entienden algunas inmobiliarias, que ofrecen nuevos conceptos de negocio.

La promotora europea Pierre & Vacances es una de ellas. Se lo pone fácil: usted compra una propiedad destinada al alquiler y ellos se encargan de la explotación. "El comprador recibe un



Pierre & Vacances comercializó con éxito la residencia Paris Côté Seine (en la imagen). Actualmente, ofrece a los inversores españoles su nuevo proyecto de alta calidad Paris Montrouge.

alquiler neto garantizado con una rentabilidad indexada del 3,75%, independientemente de que la ocupación sea efecti-

va, durante nueve años y renovable por otros nueve", matizan desde la compañía. La propuesta es adquirir algu-

no de los 133 apartamentos de Paris Montrouge, por un precio que oscila entre 86.790 y 202.930 euros.

## Todo está en la Red

Han revolucionado la forma habitual de comprar o alquilar una vivienda. Hoy, más del 50% de los compradores utilizan los portales inmobiliarios para conseguir casa.

No hay dudas: Internet ha dado un vuelco al sector inmobiliario. Si antes lo habitual era patearse las calles para comprar o alquilar una casa, sin más información que la proporcionada por los anuncios de la prensa o la facilitada por las agencias, ahora nadie se lanza a la aventura de buscar piso sin antes haber visitado un portal inmobiliario. Aunque muchas promotoras siguen apostando por la caseta de venta como forma de comercializar sus productos, cada vez son más las que se deciden por este canal, como complementario del anterior.

El número de internautas que accede a estos portales era superior a 1,7 millones hasta agosto de 2005, según datos de la empresa de investigación de mercados en Internet Nielsen/Netratings, habiéndose producido un incremento del 14,6% en el número de páginas vistas, con un promedio de 47 páginas vistas por visitante.

Los portales combinan oferta de obra nueva y de segunda mano, primera vivienda y segunda residencia, en venta o en alquiler (aunque éste representa un porcentaje bastante menor)... Algunos ofrecen sólo anuncios de inmobiliarias, aunque lo habitual es que se combinen ofertas de particulares con las de los profesionales inmobiliarios.

El abanico de portales es amplio: [www.idealista.com](http://www.idealista.com), [www.fotocasa.es](http://www.fotocasa.es), [www.portae.com](http://www.portae.com) (que pertenece a Endesa), [www.atrea.com](http://www.atrea.com)

(de BBVA), [www.expocasa.com](http://www.expocasa.com), [www.yaencontre.com](http://www.yaencontre.com) (que ofrece únicamente anuncios de profesionales)... "Hace cinco años nadie utilizaba Internet para comprar casa. Hoy, más del 50% de los compradores ya sólo utiliza la Red", afirma Fernando Encinar, socio fundador de [idealista.com](http://www.idealista.com), portal inmobiliario líder en España, que cuenta con más de 660.000 usuarios únicos y con 50 millones de páginas vistas al mes.

El usuario que consulta estos portales no tiene que pagar por obtener la información, ya que estas empresas suelen obtener los ingresos de la publicidad y de lo que los profesionales pagan por anunciar sus productos. Lo más importante para los usuarios es tener la información más completa posible sobre el piso que les interesa, así como todo el material gráfico posible: fotos, visitas virtuales que permiten "pasearse" por la vivienda, mapa de si-

tuación de la misma, etcétera. ¿La clave para que el portal tenga éxito? "Un escrupuloso respeto por el usuario", afirma Encinar.

"Es difícil no caer en la tentación de hacer una página web para los clientes, que al fin y al cabo son los que pagan. Pero lo importante es la calidad para el usuario", concluye.

Lucía Martín ♦ [lmartin@gyj.es](mailto:lmartin@gyj.es)

Para más información:

• [www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com)



### La innovación, todo un reto

Evidentemente, no basta con tener una buena página; la innovación es importante. Hay que seguir aportando nuevos servicios. Por ejemplo, Idealista ha desarrollado un sistema para los que quieren alquilar: cuando llega un anuncio al portal de una casa que reúne las condiciones de la vivienda que necesitan, se les remite, en tiempo real, un SMS al móvil con la descripción de la oferta. En la imagen, varias páginas webs.