

INFORME DEL MERCADO INMOBILIARIO. CBRE. REAL ESTATE MARKET OUTLOOK ESPAÑA 2019



- Taller de trabajo es una metodología de trabajo en la que se integran la teoría y la práctica.
- Se caracteriza por la investigación, el aprendizaje por descubrimiento y el trabajo en equipo que, en su aspecto externo, se distingue por el acopio (en forma sistematizada) de material especializado acorde con el tema tratado teniendo como fin la elaboración de un producto tangible.
- Un taller es también una sesión de entrenamiento. Se enfatiza en la solución de problemas, capacitación, y requiere la participación de los asistentes.

24 de enero de 2019

Marketing inmobiliario y estudios de mercado.

- En 2019 se prevé la incorporación de entre 300.000 y 350.000 m² de nueva SBA con la inauguración de entre 5 y 10 nuevos centros comerciales
- La baja oferta en el mercado logístico español continúa propiciando la puesta en marcha de nuevos desarrollos. En la Zona Centro, alrededor de 720.000 m² se encuentran en construcción y en Barcelona, 318.000 m²

El crecimiento de la economía española, por encima de la tendencia europea, está impulsando una mayor demanda para el sector inmobiliario. La intensa demanda, a pesar de la entrada de producto nuevo, impulsará el crecimiento de las rentas prime de oficinas hasta situarse en torno a los 36 €/m²/mes (un 6,6% interanual) en Madrid y los 26,5 €/m²/mes en Barcelona (un 4%). Tanto la demanda como los precios de la vivienda experimentarán una ralentización en el crecimiento a lo largo del año, mientras que la inversión residencial se mantendrá fuerte. Tras un año récord, el sector hotelero experimentará crecimientos en 2019 aunque de forma más moderada

En 2019 se prevé un comportamiento del mercado inmobiliario español en línea con la actividad registrada en 2018. El volumen de inversión seguirá siendo alto a lo largo de este ejercicio, tras un 2018 que ha vuelto a batir récords con más de 20.000 millones de euros invertidos, un 56% más que en 2017. Al menos así se desprende del Outlook Inmobiliario de 2019 elaborado por CBRE, primera firma internacional de consultoría y servicios inmobiliarios, y presentado en el marco de Tendencias Inmobiliarias, evento anual que reúne a los principales líderes del sector.



En este sentido, el sector inmobiliario español continuará siendo atractivo en 2019, en especial para el inversor extranjero, en base a la fase madura en la que se encuentra el ciclo -aunque menos adelantado que en otros países europeos-, y al crecimiento de la economía española, que es aún mayor en las grandes ciudades, lo que está impulsando una mayor demanda para el sector inmobiliario. Esta mayor demanda, a su vez, impulsará al alza las rentas y precios, en particular en el mercado residencial y de oficinas, y favorecerá un buen ritmo de expansión del sector retail, que se sustentará en la evolución positiva del consumo y el turismo. Por su parte, las yields se mantendrán en general estables excepto quizás en el pujante sector logístico, donde podrían bajar ligeramente por la alta demanda. El actual ciclo económico, además, impulsa el dinamismo de los mercados de capitales y deuda, lo que se refleja en la mejora de condiciones y en la llegada de nuevos prestamistas al mercado español.

“En un escenario global en el que se prevé una moderación del crecimiento económico, España seguirá mostrando una mayor inercia y dinamismo que los países de su entorno, al menos en 2019 y buena parte del 2020” ha comentado Adolfo Ramírez-Escudero, presidente de CBRE España. “Las oportunidades siguen existiendo y tanto yields como capital values son competitivos respecto a los registrados en gran parte de los países europeos”, ha añadido.

Ante este escenario, el mercado de oficinas se mantendrá muy dinámico, especialmente el mercado de ocupantes, y se espera registrar niveles de contratación por encima de la media de los últimos años. Durante 2018 en Madrid la contratación de oficinas alcanzó los 541.000 m² de superficie total, pasando a ser la segunda mejor cifra desde el año 2009. Así, las previsiones de creación de empleo en sectores que demandan espacios de oficina hacen prever que la contratación aumentará en 2019, pudiendo incluso superar las 550.000 m². Por su parte en Barcelona, los niveles de contratación se situaron por encima de los estimados a principios de 2018. En total se contrataron 388.000 m² siendo el segundo mejor año en contratación desde 2006, y es de esperar que los niveles de contratación seguirán siendo elevados durante 2019.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN Y PREVISIÓN

Según ha explicado Lola Martínez Brioso, directora de Research de CBRE, “cada vez observamos una mayor demanda de espacios de mayor calidad y la implantación de nuevas formas de trabajo, que fomenten la flexibilidad, la productividad y la atracción de talento. En este sentido, el auge del coworking ha provocado una intensa actividad para las empresas que ofrecen este tipo de servicios. En 2018 han llegado a suponer el 9% y el 12% de la contratación en Madrid y Barcelona respectivamente, y en 2019 veremos nuevos players como My Mondays o Twisttt que se sumarán a los ya conocidos WeWork, Regus o Utopicus”.



Dado que se espera que la demanda se mantenga elevada, y a pesar de la entrada de nuevo producto al mercado, las rentas seguirán creciendo durante el 2019. En Madrid, se estima que la renta prime cerrará el año en torno a los 36 €/m²/mes, siendo uno de los mercados europeos donde más crecerá la renta prime. En cuanto a Barcelona, más avanzada que Madrid en el ciclo de rentas, se espera un crecimiento más moderado, situándose a finales de año alrededor de los 26,5 €/m²/mes.

El sector retail experimentará de nuevo expansión en 2019, de acuerdo con las previsiones que apuntan a que los principales indicadores del retail mantendrán la tendencia de crecimiento moderado, en concreto, el consumo privado lo hará al 1,9% y 1,5% en 2019 y 2020, mientras que las ventas minoristas se estabilizarán en un 1,5% tanto en 2019 como en 2020. Por otro lado, la expansión de los retailers estará concentrada sobre todo en los segmentos especializados (deporte, hogar, belleza, etc.) y menos en el segmento de la moda.

“El mercado de la inversión, por su parte, se mantendrá en cotas altas, aunque sin repetir el volumen récord del año pasado” ha añadido Martínez Brioso. Cada vez más fondos institucionales están activos en el sector High Street y, aunque sigue habiendo escasez de producto, se prevé que el año 2019 sea de nuevo un año muy intenso en inversión. Mientras, el sector de los centros comerciales podría registrar un volumen de inversión en torno a 1.600 millones de euros en 2019 impulsada por la reactivación de la promoción de centros comerciales. Actualmente existen 16 proyectos en construcción con 560.000 m² de SBA y la previsión es que en los próximos años aumente el número de aperturas. Para 2019 se prevé la inauguración de entre 5 y 10 nuevos complejos, sumando entre 300.000 y 350.000 m² de nueva superficie alquilable.

Para el sector logístico se prevé un año muy activo tanto en el mercado de alquiler como en el de inversión. “Sin duda el sector logístico español se ha convertido en uno de los más demandados en los últimos años tanto por parte del mercado de ocupantes como por el mercado de inversión, alentado por la rápida evolución del comercio electrónico, y son precisamente los retailers a través de operadores 3PL los que estarán más activos en 2019 demandando amplios espacios de calidad” ha destacado la directora de Research de la compañía.

En este sentido se esperan altos niveles de contratación al igual que adquisiciones de suelo destinado al desarrollo de nuevos proyectos. En concreto, en la Zona Centro se encuentran 720.000 de m² de superficie logística bajo construcción con previsión de incorporarse al mercado en 2019, de los que el 60% son desarrollos a riesgo. Mientras, en Cataluña, la elevada demanda ha dado lugar a que la superficie disponible actual sea de tan solo un 2,5% sobre el stock total, si bien hay cerca de 318.000 m² en construcción con entrega prevista en el 2019 y de los que el 41% son proyectos a riesgo.



EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN Y PREVISIÓN

El volumen de inversión en el sector logístico continuará en niveles altos, que podría alcanzar una cifra aproximada de 1.250 millones de euros a cierre de año. La compresión de yields unido a cierta expectativa de cambio de ciclo, posiblemente traerá consigo un incremento de producto en el mercado, tanto de portfolios que cumplen su periodo de inversión, como single assets que buscarán retornos antes de maduración aprovechando el creciente interés en el producto logístico.

El sector de la vivienda en 2019 seguirá evolucionando de forma positiva gracias a que la mejora de las variables macroeconómicas y una mayor liquidez de los mercados están impulsando la compra de vivienda y la inversión residencial, si bien este crecimiento será menos intenso que en 2018 debido al aumento de la tasa de esfuerzo para el acceso a la vivienda, las expectativas sobre el endurecimiento de las condiciones de financiación y un entorno económico algo más incierto. Con todo, el número de compraventas anuales mantiene la senda de crecimiento iniciada a finales de 2013. En concreto, la estimación para 2019 es de 625.000 unidades, lo que indica la continuidad del crecimiento de la demanda, aunque en tasas más moderadas. Por su parte, el precio de la vivienda se sitúa a nivel nacional todavía lejos de máximos alcanzados en 2008 y, en línea con la evolución de la demanda, las proyecciones sobre precios apuntan a una moderación en el crecimiento, en torno a un 4% en 2019.

Adicionalmente, en el mercado de inversión residencial, tras un fuerte crecimiento en 2018, todo apunta a la continuidad en la tendencia expansiva en este segmento como consecuencia del aumento en el número de inversores y la capacidad de compra. Según Lola Martínez, “el perfil de la demanda de inversión residencial es un reflejo de la transformación de este segmento del mercado. Si hace una década la demanda de activos residenciales estaba dominado por patrimonios privados nacionales, en la actualidad son los vehículos de inversión, los fondos institucionales o las aseguradoras - participado en muchos casos por capital extranjero- los actores más activos en este segmento”.

En cuanto al sector hotelero, si bien será difícil lograr los volúmenes de inversión registrados en los últimos 2 años, se espera un buen rendimiento de la inversión hotelera a lo largo de 2019. Es previsible que se dé una suave ralentización del crecimiento de algunos mercados urbanos como Madrid y unos niveles de rentabilidad similares a los alcanzados en 2018 en los principales destinos vacacionales como Cataluña, Canarias, Costa del Sol o Baleares. Mientras tanto, continuaremos viendo mucha actividad, tanto por parte de operadores hoteleros en su estrategia de extender a España nuevas marcas y conceptos, como por parte de inversores en busca de mayor rentabilidad.

El mercado de los activos inmobiliarios alternativos se posiciona como uno de los segmentos con mayor atractivo para los inversores. “Impulsado por la evolución socio-demográfica y por las necesidades sociales, los inversores en activos



alternativos están encontrando rentabilidades interesantes en segmentos por lo general muy estables y contra-cíclicos” ha mencionado Martínez Brioso, que añade que “este mercado se encuentra todavía en un momento de incipiente desarrollo en España donde los actores buscan un rápido posicionamiento dentro del sector”.

En esta línea, el número de inversores en productos alternativos continúa aumentando, y actualmente vemos tanto vehículos de inversión como gestores de activos nacionales entrando en este mercado, a diferencia de los años anteriores en los que los fondos internacionales lideraban el mercado. En concreto, en el sector de geriátricos, los inversores están yendo de la mano de grandes operadores internacionales en expansión, buscando la obtención rápida de cuota dentro del mercado, mientras que la dinámica en el sector de las residencias de estudiantes parece estar tendiendo hacia un crecimiento más orgánico, donde la compra individualizada de activos o el desarrollo de proyectos están adquiriendo un mayor peso.



Real Estate Market Outlook España 2019

El apetito inversor por el inmobiliario español continuará fuerte en 2019

- ***El crecimiento de la economía española, por encima de la tendencia europea, está impulsando una mayor demanda para el sector inmobiliario***
- ***La intensa demanda, a pesar de la entrada de producto nuevo, impulsará el crecimiento de las rentas prime de oficinas hasta situarse en torno a los 36 €/m²/mes (un 6,6% interanual) en Madrid y los 26,5 €/m²/mes en Barcelona (un 4%)***
- ***En 2019 se prevé la incorporación de entre 300.000 y 350.000 m² de nueva SBA con la inauguración de entre 5 y 10 nuevos centros comerciales***
- ***La baja oferta en el mercado logístico español continúa propiciando la puesta en marcha de nuevos desarrollos. En la Zona Centro, alrededor de 720.000 m² se encuentran en construcción y en Barcelona, 318.000 m²***
- ***Tanto la demanda como los precios de la vivienda experimentarán una ralentización en el crecimiento a lo largo del año, mientras que la inversión residencial se mantendrá fuerte***
- ***Tras un año récord, el sector hotelero experimentará crecimientos en 2019 aunque de forma más moderada***

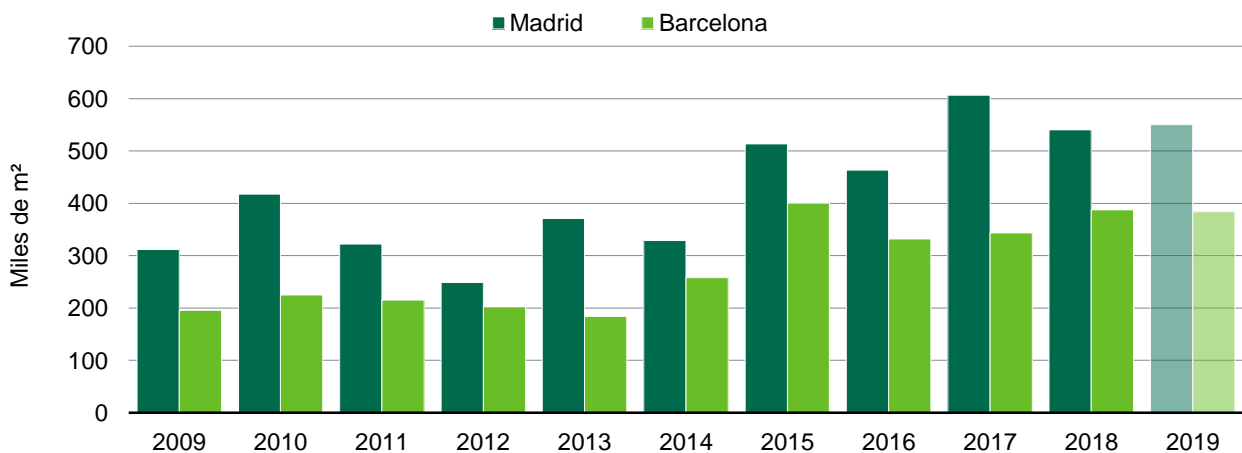
Madrid, 23 de enero de 2019 – En 2019 se prevé un comportamiento del mercado inmobiliario español en línea con la actividad registrada en 2018. El volumen de inversión seguirá siendo alto a lo largo de este ejercicio, tras un 2018 que ha vuelto a batir récords con más de 20.000 millones de euros invertidos, un 56% más que en 2017. Al menos así se desprende del **Outlook Inmobiliario de 2019 elaborado por CBRE**, primera firma internacional de consultoría y servicios inmobiliarios, y presentado en el marco de Tendencias Inmobiliarias, evento anual que reúne a los principales líderes del sector.

En este sentido, el sector inmobiliario español continuará siendo atractivo en 2019, en especial para el inversor extranjero, en base a la fase madura en la que se encuentra el ciclo -aunque menos adelantado que en otros países europeos-, y al crecimiento de la economía española, que es aún mayor en las grandes ciudades, lo que está impulsando una mayor demanda para el sector inmobiliario. Esta mayor demanda, a su vez, impulsará al alza las rentas y precios, en particular en el mercado residencial y de oficinas, y favorecerá un buen ritmo de expansión del sector retail, que se sustentará en la evolución positiva del consumo y el turismo. Por su parte, las yields se mantendrán en general estables excepto quizás en el pujante sector logístico, donde podrían bajar ligeramente por la alta demanda. El actual ciclo económico, además, impulsa el dinamismo de los mercados de capitales y deuda, lo que se refleja en la mejora de condiciones y en la llegada de nuevos prestamistas al mercado español.

“En un escenario global en el que se prevé una moderación del crecimiento económico, España seguirá mostrando una mayor inercia y dinamismo que los países de su entorno, al menos en 2019 y buena parte del 2020” ha comentado **Adolfo Ramírez-Escudero, presidente de CBRE España**. “Las oportunidades siguen existiendo y tanto *yields* como *capital values* son competitivos respecto a los registrados en gran parte de los países europeos”, ha añadido.

Ante este escenario, el **mercado de oficinas** se mantendrá muy dinámico, especialmente el mercado de ocupantes, y se espera registrar niveles de contratación por encima de la media de los últimos años. Durante 2018 en Madrid la contratación de oficinas alcanzó los 541.000 m² de superficie total, pasando a ser la segunda mejor cifra desde el año 2009. Así, las previsiones de creación de empleo en sectores que demandan espacios de oficina hacen prever que la contratación aumentará en 2019, pudiendo incluso superar las 550.000 m². Por su parte en Barcelona, los niveles de contratación se situaron por encima de los estimados a principios de 2018. En total se contrataron 388.000 m² siendo el segundo mejor año en contratación desde 2006, y es de esperar que los niveles de contratación seguirán siendo elevados durante 2019.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN Y PREVISIÓN



Según ha explicado **Lola Martínez Brioso, directora de Research de CBRE**, “cada vez observamos una mayor demanda de espacios de mayor calidad y la implantación de nuevas formas de trabajo, que fomenten la flexibilidad, la productividad y la atracción de talento. En este sentido, el auge del coworking ha provocado una intensa actividad para las empresas que ofrecen este tipo de servicios. En 2018 han llegado a suponer el 9% y el 12% de la contratación en Madrid y Barcelona respectivamente, y en 2019 veremos nuevos players como My Mondays o Twistt que se sumarán a los ya conocidos WeWork, Regus o Utopicus”.

Dado que se espera que la demanda se mantenga elevada, y a pesar de la entrada de nuevo producto al mercado, las rentas seguirán creciendo durante el 2019. En Madrid, se estima que la renta prime cerrará el año en torno a los 36 €/m²/mes, siendo uno de los mercados europeos donde más crecerá la renta prime. En



Nota de Prensa



cuanto a Barcelona, más avanzada que Madrid en el ciclo de rentas, se espera un crecimiento más moderado, situándose a finales de año alrededor de los 26,5 €/m²/mes.

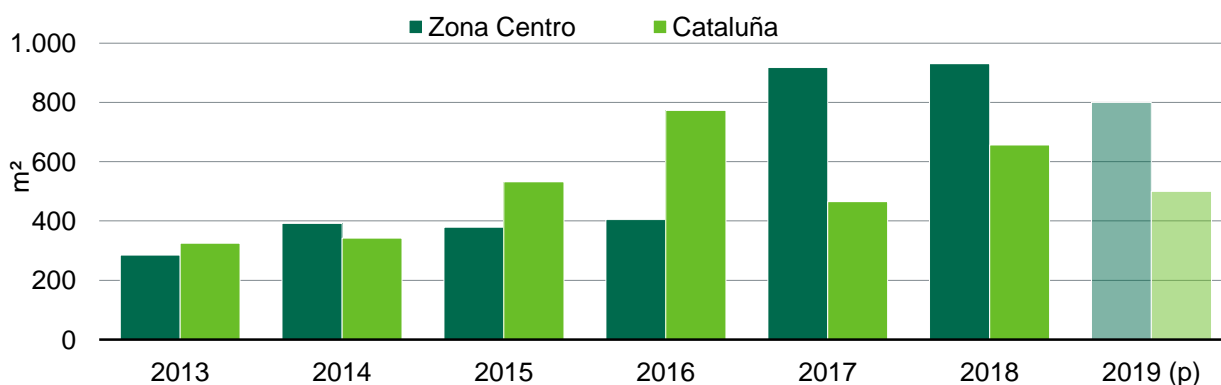
El **sector retail** experimentará de nuevo expansión en 2019, de acuerdo con las previsiones que apuntan a que los principales indicadores del retail mantendrán la tendencia de crecimiento moderado, en concreto, el consumo privado lo hará al 1,9% y 1,5% en 2019 y 2020, mientras que las ventas minoristas se estabilizarán en un 1,5% tanto en 2019 como en 2020. Por otro lado, la expansión de los retailers estará concentrada sobre todo en los segmentos especializados (deporte, hogar, belleza, etc.) y menos en el segmento de la moda.

“El mercado de la inversión, por su parte, se mantendrá en cotas altas, aunque sin repetir el volumen récord del año pasado” ha añadido Martínez Briosó. Cada vez más fondos institucionales están activos en el sector High Street y, aunque sigue habiendo escasez de producto, se prevé que el año 2019 sea de nuevo un año muy intenso en inversión. Mientras, el sector de los centros comerciales podría registrar un volumen de inversión en torno a 1.600 millones de euros en 2019 impulsada por la reactivación de la promoción de centros comerciales. Actualmente existen 16 proyectos en construcción con 560.000 m² de SBA y la previsión es que en los próximos años aumente el número de aperturas. Para 2019 se prevé la inauguración de entre 5 y 10 nuevos complejos, sumando entre 300.000 y 350.000 m² de nueva superficie alquilable.

Para el **sector logístico** se prevé un año muy activo tanto en el mercado de alquiler como en el de inversión. “Sin duda el sector logístico español se ha convertido en uno de los más demandados en los últimos años tanto por parte del mercado de ocupantes como por el mercado de inversión, alentado por la rápida evolución del comercio electrónico, y son precisamente los retailers a través de operadores 3PL los que estarán más activos en 2019 demandando amplios espacios de calidad” ha destacado la directora de Research de la compañía.

En este sentido se esperan altos niveles de contratación al igual que adquisiciones de suelo destinado al desarrollo de nuevos proyectos. En concreto, en la Zona Centro se encuentran 720.000 de m² de superficie logística bajo construcción con previsión de incorporarse al mercado en 2019, de los que el 60% son desarrollos a riesgo. Mientras, en Cataluña, la elevada demanda ha dado lugar a que la superficie disponible actual sea de tan solo un 2,5% sobre el stock total, si bien hay cerca de 318.000 m² en construcción con entrega prevista en el 2019 y de los que el 41% son proyectos a riesgo.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN Y PREVISIÓN



El volumen de inversión en el sector logístico continuará en niveles altos, que podría alcanzar una cifra aproximada de 1.250 millones de euros a cierre de año. La compresión de yields unido a cierta expectativa de cambio de ciclo, posiblemente traerá consigo un incremento de producto en el mercado, tanto de portfolios que cumplen su periodo de inversión, como *single assets* que buscarán retornos antes de maduración aprovechando el creciente interés en el producto logístico.

El **sector de la vivienda** en 2019 seguirá evolucionando de forma positiva gracias a que la mejora de las variables macroeconómicas y una mayor liquidez de los mercados están impulsando la compra de vivienda y la inversión residencial, si bien este crecimiento será menos intenso que en 2018 debido al aumento de la tasa de esfuerzo para el acceso a la vivienda, las expectativas sobre el endurecimiento de las condiciones de financiación y un entorno económico algo más incierto. Con todo, el número de compraventas anuales mantiene la senda de crecimiento iniciada a finales de 2013. En concreto, la estimación para 2019 es de 625.000 unidades, lo que indica la continuidad del crecimiento de la demanda, aunque en tasas más moderadas. Por su parte, el precio de la vivienda se sitúa a nivel nacional todavía lejos de máximos alcanzados en 2008 y, en línea con la evolución de la demanda, las proyecciones sobre precios apuntan a una moderación en el crecimiento, en torno a un 4% en 2019.

Adicionalmente, en el mercado de inversión residencial, tras un fuerte crecimiento en 2018, todo apunta a la continuidad en la tendencia expansiva en este segmento como consecuencia del aumento en el número de inversores y la capacidad de compra. Según Lola Martínez, “el perfil de la demanda de inversión residencial es un reflejo de la transformación de este segmento del mercado. Si hace una década la demanda de activos residenciales estaba dominado por patrimonios privados nacionales, en la actualidad son los vehículos de inversión, los fondos institucionales o las aseguradoras - participado en muchos casos por capital extranjero- los actores más activos en este segmento”.

En cuanto al **sector hotelero**, si bien será difícil lograr los volúmenes de inversión registrados en los últimos 2 años, se espera un buen rendimiento de la inversión hotelera a lo largo de 2019. Es previsible que se dé una suave ralentización del crecimiento de algunos mercados urbanos como Madrid y unos niveles de rentabilidad similares a los alcanzados en 2018 en los principales destinos vacacionales como Cataluña, Canarias, Costa del Sol o Baleares. Mientras tanto, continuaremos viendo mucha actividad, tanto por parte de



Nota de Prensa



operadores hoteleros en su estrategia de extender a España nuevas marcas y conceptos, como por parte de inversores en busca de mayor rentabilidad.

El **mercado de los activos inmobiliarios alternativos** se posiciona como uno de los segmentos con mayor atractivo para los inversores. “Impulsado por la evolución socio-demográfica y por las necesidades sociales, los inversores en activos alternativos están encontrando rentabilidades interesantes en segmentos por lo general muy estables y contra-cíclicos” ha mencionado Martínez Brioso, que añade que “este mercado se encuentra todavía en un momento de incipiente desarrollo en España donde los actores buscan un rápido posicionamiento dentro del sector”.

En esta línea, el número de inversores en productos alternativos continúa aumentando, y actualmente vemos tanto vehículos de inversión como gestores de activos nacionales entrando en este mercado, a diferencia de los años anteriores en los que los fondos internacionales lideraban el mercado. En concreto, en el sector de geriátricos, los inversores están yendo de la mano de grandes operadores internacionales en expansión, buscando la obtención rápida de cuota dentro del mercado, mientras que la dinámica en el sector de las residencias de estudiantes parece estar tendiendo hacia un crecimiento más orgánico, donde la compra individualizada de activos o el desarrollo de proyectos están adquiriendo un mayor peso.

Para más información:

CBRE

burson cohn & wolfe
bcw

También puedes seguirnos en:



Acerca de CBRE:

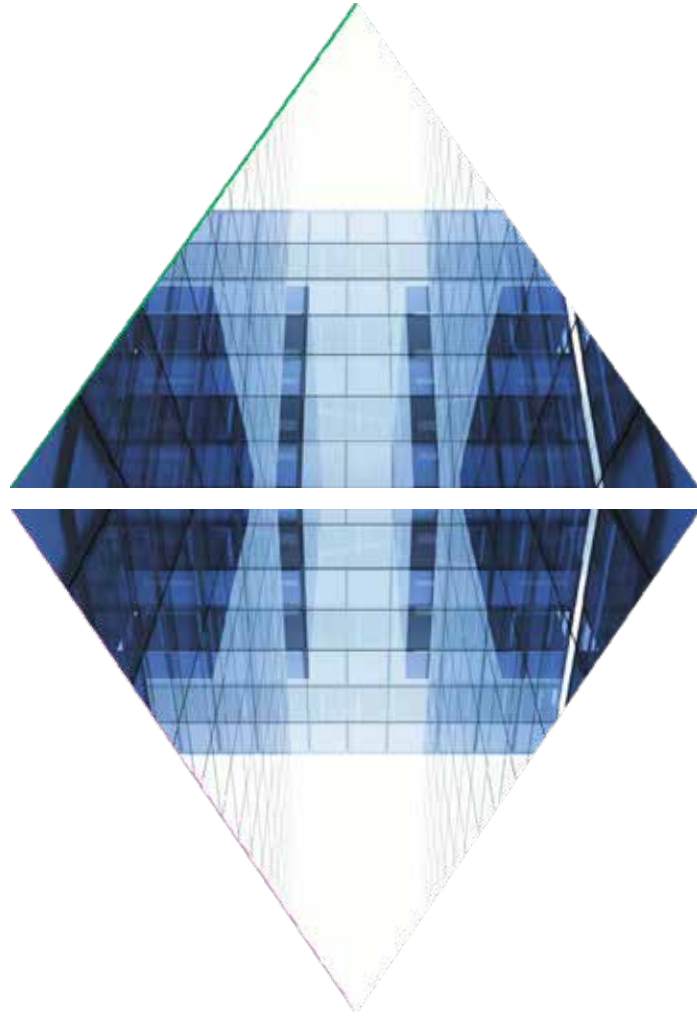
CBRE, con sede central en Los Ángeles, es la compañía de consultoría y servicios inmobiliarios líder a nivel internacional. Cuenta con más de 80.000 profesionales en más de 450 oficinas en todo el mundo (excluyendo filiales). En España está presente desde 1973, donde ofrece servicios inmobiliarios a través de 8 oficinas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Málaga, Sevilla, Zaragoza y Palma de Mallorca).

Los servicios de CBRE se prestan desde los siguientes departamentos: A&T Industrial, A&T Oficinas, Asset Management, Building Consultancy, Corporate Finance, Cross Border, Debt Advisory, Fondos de Inversión, Global Corporate Services, Hoteles, Inversiones Institucionales, Patrimonios Privados, Residencial, Retail, y Valoraciones. CBRE ha sido incluida en el ranking Best Workplaces España 2017 como una de las 50 mejores empresas para trabajar en España y la única del sector inmobiliario en todo el ranking. Más información en www.cbre.com y www.cbre.es.

CBRE es socio fundador de la ACI, Asociación de Consultoras Inmobiliarias.

CBRE

cbre.es



REAL ESTATE MARKET

OUTLOOK

2019

CBRE

PÁGINA 5

ECONOMÍA

El PIB español crecerá un 2,4% en 2019, considerablemente por encima de la mayoría de los países del área del euro

La evolución de la economía española indica una extensión de la fase alcista del ciclo iniciada en 2013. El crecimiento en España para los próximos años es muy similar al de 2018: por encima de la tendencia europea pero menor que 2017. La inflación irá gradualmente en descenso, al compás de la evolución del precio del petróleo, y se situará en un 1,0% a finales de este año. Es probable una subida progresiva de los tipos de interés a largo plazo en 2019 pero este aumento será un fenómeno cíclico y no un ajuste estructural, volviendo a bajar cuando el ciclo actual llegue a su fin.

PÁGINA 13

INVERSIÓN

Sectores no tradicionales y gestión activa para incrementar valor de los activos, al alza

Las positivas perspectivas del sector permiten predecir otro año más de alta actividad. El apetito de los inversores extranjeros sigue siendo muy fuerte, existiendo capital institucional con interés en todos los sectores, no solo en los tradicionales de oficinas y retail. El inversor, sobre todo extranjero, se abre a la diversificación y a los sectores no tradicionales, cada vez más convencido de que es la estrategia adecuada para conseguir sus objetivos. Sin embargo, encontrar oportunidades ajustadas al perfil de riesgo y liquidez de cada inversor es el reto en este momento del ciclo.

PÁGINA 19

FINANCIACIÓN

Los mercados de capitales y deuda mantienen su dinamismo, lo que se refleja en la mejora de condiciones y en la llegada de nuevos prestamistas

Sigue mejorando la disponibilidad y los términos de deuda en España, y sigue aumentando el número y la variedad de prestamistas potenciales. Los prestamistas empiezan a considerar proyectos de reposicionamiento, activos alternativos y activos ubicados en zonas más periféricas (siempre que se pueda demostrar que existe demanda) e incluso, en raras ocasiones, la adquisición de suelo.

PÁGINA 24

OFICINAS

Rentas en ascenso en un contexto de desequilibrio entre oferta de calidad y demanda

Considerando el volumen de demanda en el pipeline pensamos que el mercado se mantendrá muy dinámico. Aunque no es fácil de prever, es muy posible que 2019 registre niveles de contratación por encima de la media de los últimos cinco años. Los operadores de espacios flexibles por su parte seguirán su expansión a buen ritmo. La escasa oferta de calidad y el recorrido al alza de rentas que aún se prevé continuará animando la promoción y rehabilitación de nuevos proyectos.

PÁGINA 32

RETAIL

El sector del retail pasa a una fase de crecimiento más moderada

Se espera que el sector retail experimentará crecimiento de nuevo en 2019, aunque será a niveles más moderados. La expansión de los retailers estará concentrada en los segmentos especializados (deporte, hogar, cosmética, F&B, etc.) y menos en el segmento de la moda. La expectativa es que la inversión será de nuevo intensa en 2019, pero no alcanzará los volúmenes récord de 2018. El output en promoción de centros comerciales está incrementando y en 2019 habrá un aumento en el número de aperturas.

PÁGINA 44

RESIDENCIAL

Tanto la demanda como los precios de la vivienda experimentarán una ralentización. La inversión residencial continuará creciendo por el fuerte apetito de los inversores.

En 2019 la demanda y los precios de la vivienda continuarán creciendo, aunque de forma menos intensa que el año anterior. El aumento de la tasa de esfuerzo para la adquisición de vivienda, las expectativas sobre el endurecimiento de las condiciones de financiación y un entorno económico más incierto van a condicionar esta evolución.

PÁGINA 55

MERCADOS ESPECIALIZADOS

Fuerte demanda de residencias de estudiantes y geriátricos si bien los segmentos vinculados a la movilidad urbana y el sanitario-hospitalario continúan experimentado un importante dinamismo

Los inversores tradicionales están viendo en los activos alternativos una buena oportunidad para diversificar sus carteras.

PÁGINA 38

LOGÍSTICA

El sector logístico continuará con un elevado nivel de actividad en 2019

Esperamos un año 2019 muy activo tanto en mercado de ocupantes como en mercado de inversión. Se esperan altos niveles de contratación al igual que adquisiciones de suelo destinado al desarrollo de nuevos proyectos. El volumen de inversión continuará en alto nivel motivado por un incremento de producto en el mercado logístico.

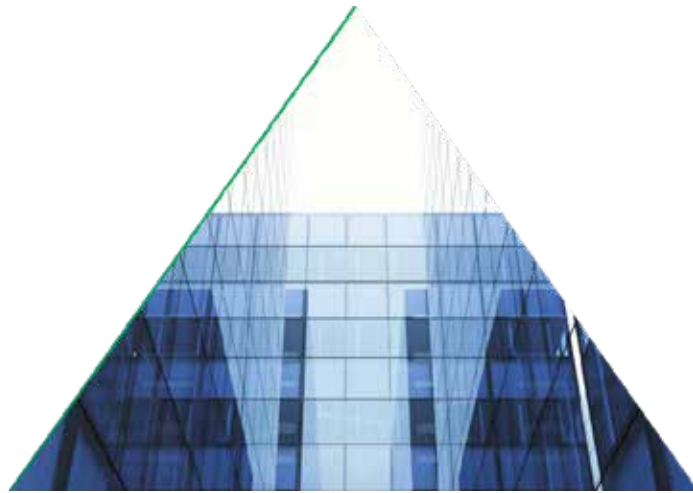
PÁGINA 50

HOTELES

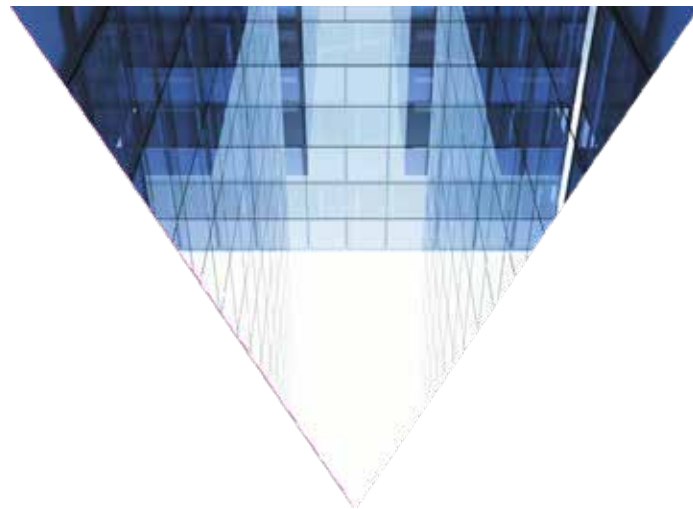
El mercado español crecerá en 2019 a menor ritmo que en años anteriores

En 2019 el mercado turístico español frenará su crecimiento de años anteriores, principalmente por la caída en la demanda como consecuencia de la recuperación de mercados competidores como Egipto o Turquía. Seguirá el crecimiento, aunque ligeramente menor, de algunos mercados urbanos como Madrid, Valencia, Sevilla o Málaga. Los niveles de rentabilidad serán similares a los alcanzados en 2018 en los principales destinos vacacionales como Cataluña, Canarias, Costa del Sol o Baleares





ECONOMÍA



En 2019 España continuará creciendo a mayor ritmo que la mayoría de los países de Europa, en una prolongación de la fase alcista del ciclo de la economía iniciada a finales de 2013.

RESUMEN

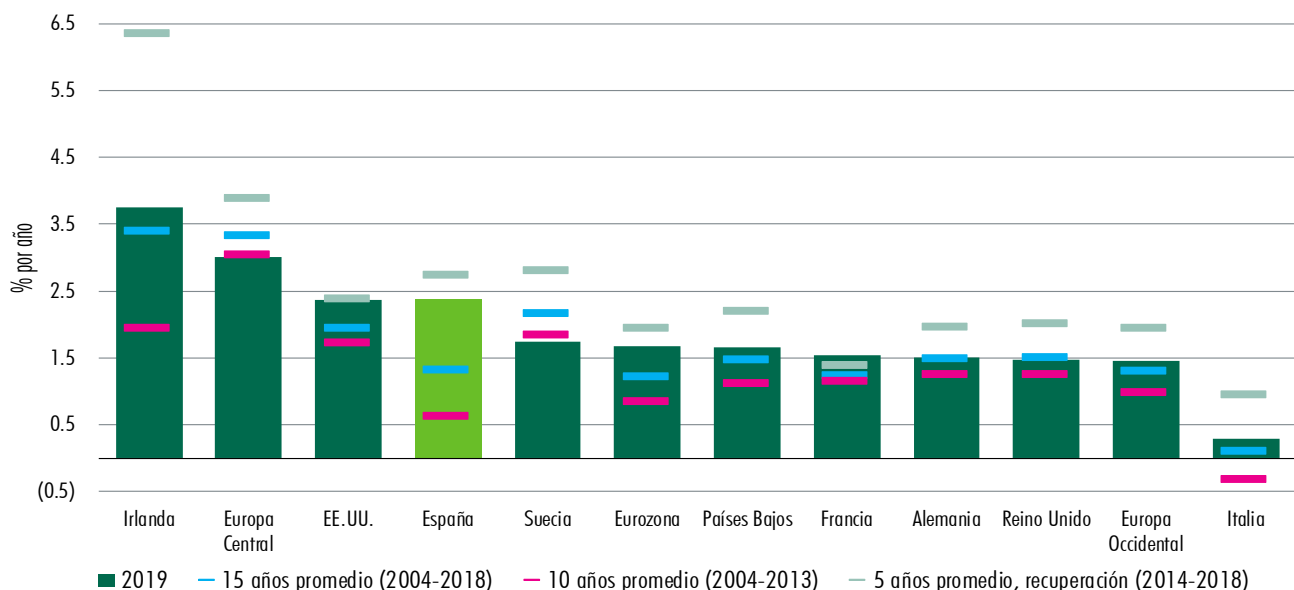
- La economía española mantuvo la inercia expansiva en 2018. Se espera un crecimiento más suave, pero por encima de la tendencia europea, para los próximos años
- Se prevé una moderación de la inflación en 2019 conducida en gran medida por el descenso de los precios del petróleo, y un repunte gradual en 2020 sustentado por una mayor evolución positiva de su componente subyacente
- Ajuste lento de los tipos de interés a corto plazo y subida gradual de los tipos a largo plazo (10 años) en 2019
- Los riesgos se mantienen a la baja pero es importante observar la evolución de la políticas económicas en EE.UU., la situación cambiante acerca las negociaciones del Brexit y la actual fragmentación parlamentaria a nivel nacional

2018 EN PERSPECTIVA

La economía española mantuvo una importante inercia expansiva en 2018. En el 3T del año el PIB creció en el entorno de los dos primeros, un 0,6% intertrimestral, y para el 4T nuestras estimaciones (CBRE House View) apuntan a una tasa similar, en concreto del 0,65%. La estabilidad del crecimiento de la economía española a lo largo de este año contrasta con la notable desaceleración en el conjunto de la zona euro, donde el crecimiento de la actividad ha experimentado un importante declive (0,6 pp menos) en comparación con 2017¹.

El mercado laboral ha continuado creando empleo en un ritmo de avance razonable en el transcurso de 2018. Con todo, la creación neta de puestos de trabajo ha propiciado descensos adicionales en la tasa de paro, que podría situarse según el Banco de España en torno de un 14,5% a finales de 2018.

CRECIMIENTO DEL PIB. COMPARACIÓN 2019 CON LOS ÚLTIMOS 15 AÑOS



Fuente: CBRE Research

¹ Según nuestras estimaciones (CBRE House View), se prevé que el PIB en la zona euro crezca un 1,9% en 2018, indicando pues un ligero debilitamiento.

Por lo que respecta a los precios de consumo han experimentado un significativo incremento a lo largo de 2018, impulsados principalmente por el componente energético. No obstante, a partir del 3T se ha empezado a observar una notable ralentización, en consonancia con la reciente evolución del precio del crudo, que indica un claro abaratamiento. En diciembre el IPC cerró en el 1,2% desde el 1,7% del mes anterior. La tasa de inflación media anual en 2018 fue del 1,7%, tres décimas porcentuales menos que el año anterior, y la subyacente fue del 0,9%, inferior al 1,1% del año anterior.

ENTORNO INTERNACIONAL

Por un lado, el entorno internacional actual presenta una combinación de crecimiento económico razonablemente bueno unido a una baja presión inflacionista. Por otro lado, existe una percepción generalizada de los crecientes factores de riesgo para la evolución positiva de la economía mundial que impactaría negativamente en las economías europeas, incluyendo la española. Estos factores de riesgo incluyen:

- Una posible escalada de disputas comerciales entre EE.UU. y China
- Una fuerte desaceleración en los mercados emergentes
- Un aumento de las tasas de interés en EE.UU.
- Una posible curva de rentabilidad de EE.UU invertida, con los rendimientos de los bonos a corto plazo por encima de los de a largo plazo
- Correcciones recientes del mercado de valores

En nuestra opinión, si bien es probable que la economía mundial crezca más lentamente en 2019, los riesgos enumerados son indicadores de una desaceleración que se produciría en 18 meses o más (alrededor del 2T de 2020) y no son, en sí mismos, fuentes de una inminente y notable ralentización económica.

Asimismo, el efecto de la actual incertidumbre en torno al Brexit y el buen desempeño de la economía estadounidense, que aceleró en 2018, serán determinantes para la confianza económica y empresarial en Europa y España en el corto plazo.

En 2018, y en comparación al conjunto de la zona euro, la economía española ha mantenido la inercia expansiva, evitando un notable debilitamiento



CRECIMIENTO ECONÓMICO EN ESPAÑA

Nuestras proyecciones (CBRE House View) acerca de la economía española indican una extensión para los próximos años de la fase alcista del ciclo iniciada en el último tramo del año 2013. Los factores sobre los que se sustenta esta evolución positiva en el corto plazo son principalmente el mantenimiento de los tipos de interés en niveles bajos en términos históricos, el fortalecimiento de la situación económica de las empresas y hogares y el reciente descenso en el precio del petróleo.

En conjunto, estos factores habrían de permitir que la economía española siga expandiéndose en 2019 a ritmos superiores a la tendencia de los últimos 15 años y a niveles similares de los últimos 5 años. En concreto, prevemos que el PIB español crecerá en torno al 2,4% en 2019, lo cual es 0,1 pp menos que en 2018 y 0,3 pp que el promedio de la fase alcista del ciclo económico (2013-2018).

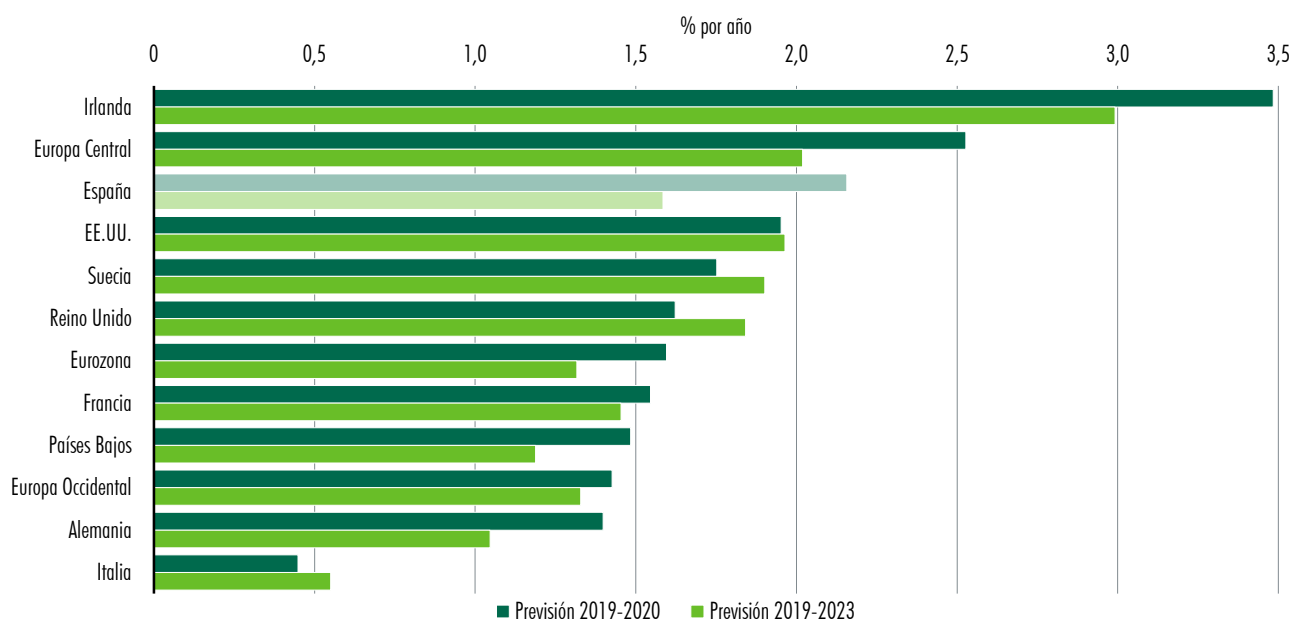
Si consideramos el crecimiento para los próximos 2 y 5 años, las previsiones de la economía española son razonablemente positivas, situándose aún por encima de la tendencia de la mayoría de los países de su entorno.

Mientras que la economía española registrará un crecimiento de un 2,2% para el periodo 2019-2020 y un 1,6% para el periodo 2019-2023, los países de la zona euro experimentarán un ritmo más moderado, en concreto de un 1,6% y 1,3% respectivamente.

No obstante, también se espera que la evolución positiva de la economía española para los próximos años ocurra dentro de una senda de gradual desaceleración debido, entre otros factores, al descenso de la proporción de la renta de los hogares que se destina al consumo y la atenuación progresiva de los efectos expansivos de la política monetaria que hará que las condiciones financieras empiecen a convertirse en menos favorables para el gasto de los actores privados.

La previsión de crecimiento del PIB para los dos próximos años es similar al de 2018: por encima de la tendencia europea pero menor que 2017

CRECIMIENTO DEL PIB PARA LOS PRÓXIMOS 2 Y 5 AÑOS, 2019-2020 Y 2019-2023



Fuente: CBRE Research

TIPOS DE INTERÉS E INFLACIÓN

La evolución futura a corto plazo para la inflación está siendo influenciada en el contexto europeo por dos fuerzas opuestas. Por un lado, la creciente rigidez del mercado laboral debería impulsar aumentos salariales y de precios. Por el otro, la moderación de los precios de consumo actúa como factor de reducción de la inflación.

Además en el contexto español, la evolución de la inflación para los próximos dos años se verá progresivamente afectada por la caída de su componente energético al compás del descenso del precio del petróleo hasta tender a anularse a partir del 2T de 2019 y por el repunte gradual de su componente subyacente (esto es, excluyendo precios de los alimentos y bienes energéticos) debido a la ampliación paulatina de la brecha de producción como consecuencia del mantenimiento de ritmos de avance del PIB por encima de su tasa potencial.

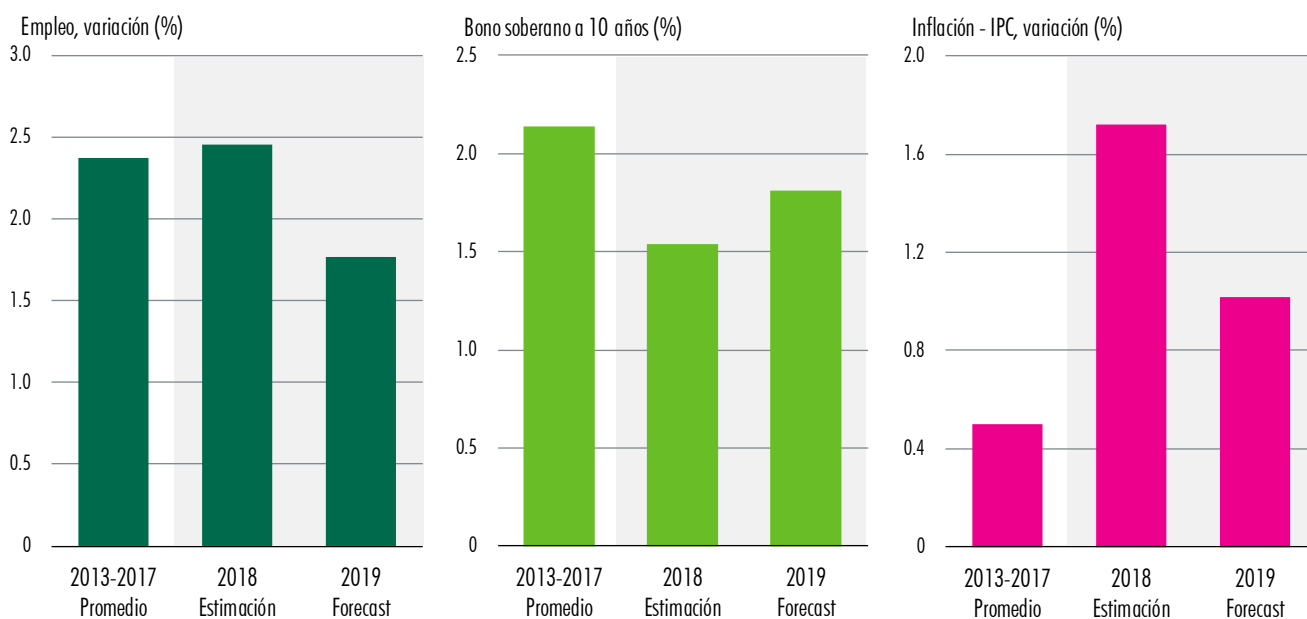
Como resultado de esas tendencias, se espera que la inflación en España se moderará en 2019 en 0,7 puntos porcentuales (pp) hasta el 1,0%, antes de repuntar levemente en 2020 al 1,4%.

La política acomodaticia del BCE finalizará en 2018 pero con la inflación en descenso y el desempleo aún alto en algunos países de Europa, no habrá prisa por normalizarla. Esto significa que no habrá una reversión de dicha política durante varios años y que los tipos de interés a corto plazo se mantendrán en cero hasta al menos el 2T de 2019, con sólo aumentos graduales a partir de entonces.

Es probable que los tipos de interés a largo plazo empiecen a subir en 2019 más en respuesta a los aumentos de los intereses a largo plazo de los Estados Unidos que a los de corto plazo de Europa, pero este aumento será un fenómeno cíclico y no un ajuste estructural que podría llevarles de nuevo a niveles anteriores a la crisis financiera mundial. Esto significa que los tipos a largo plazo volverán a bajar cuando el ciclo económico actual llegue a su fin.

Una tendencia similar se espera en España: ajuste lento de los tipos de interés al corto plazo y subida gradual del bono soberano en 2019. Es probable además que los tipos a corto y largo plazo descenden en la mitad de 2020, si como se espera, los tipos en EE.UU. caigan en respuesta a una desaceleración de su economía. En concreto, la visión interna de CBRE estima que el bono soberano español aumentará en 2019 en 0,3 pp hasta el 1,8% y empezará a moderarse en la segunda mitad de 2020, alcanzado el 1,6% a finales de 2021.

TENDENCIAS DE FACTORES MACROECONÓMICOS CLAVE



Fuente: CBRE Research

RIESGOS DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

La evolución de la economía española presenta algunos riesgos a la baja que proceden sobre todo del entorno internacional. Este es el caso del riesgo acerca de los efectos de las políticas económicas en EE.UU. sobre las condiciones financieras globales y, en particular, sobre las economías emergentes. Asimismo, persiste el riesgo de una hipotética escalada de las medidas proteccionistas que podrían frenar la inversión empresarial e, indirectamente, debido a la complejidad de las interrelaciones, no se podría descartar que afectase las exportaciones europeas y españolas. Además, existen riesgos en la elevada volatilidad que el precio del petróleo está experimentando, pues constituye un factor adicional de incertidumbre acerca de la evolución de los precios de consumo. Por último, es importante considerar las tensiones financieras asociadas al desenlace del Brexit y a la incertidumbre presupuestaria en Italia, pues alguno de los escenarios posibles podría comportar consecuencias muy severas en el mercado financiero del área del euro, principal destino exportador de la economía española.

A nivel nacional, la actual fragmentación parlamentaria genera incertidumbre sobre el curso de las políticas económicas, y en particular, sobre la adopción de

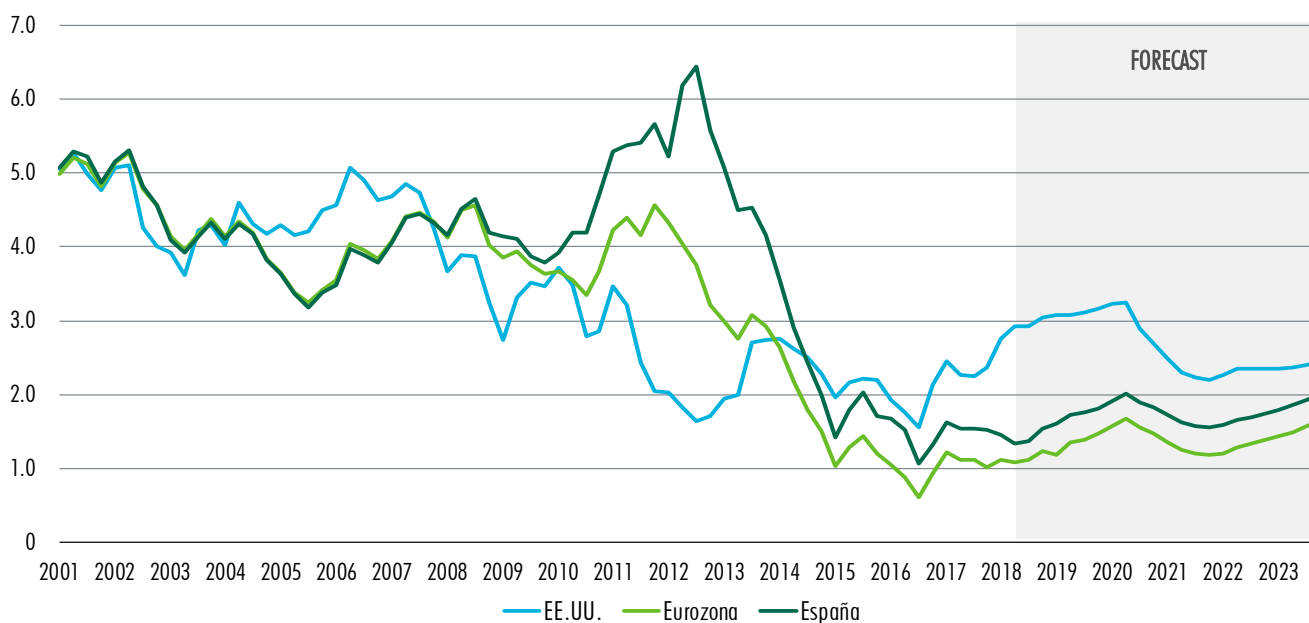
reformas que aumenten el potencial crecimiento de la economía. Además, un posible repunte de la incertidumbre y tensión política en Cataluña podría afectar adversamente el crecimiento económico en 2019.

TENDENCIAS PARA EL SECTOR INMOBILIARIO

Considerando este entorno económico se pueden extraer las siguientes tendencias para el sector inmobiliario, que se analizarán con mayor detalle en el resto de las secciones:

- El crecimiento de la economía española, que es aún mayor en las grandes ciudades, está impulsando una mayor demanda para el sector inmobiliario
- Esta mayor demanda para el sector inmobiliario impulsará al alza las rentas y precios, en particular en el mercado residencial y de oficinas. Esta demanda también favorecerá un buen ritmo de expansión del sector retail en los mercados españoles, sustentada en la evolución positiva del consumo y el turismo
- El impacto de la subida de tipos de interés a largo plazo prevista, moderada y gradual, no debería suponer un desafío para los precios inmobiliarios para buena parte de 2019, al menos.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y FORECAST DE LA YIELD DEL BONO SOBERANO A 10 AÑOS, 2001-2023



Fuente: CBRE Research

OUTLOOK

La evolución futura de la economía española para los próximos años indica una extensión de la fase alcista del ciclo iniciada a finales de 2013. En concreto, prevemos que el PIB español crecerá un 2,4% en 2019, considerablemente por encima de la mayoría de los países de su entorno. Además, la evolución de la inflación en 2019 se verá progresivamente afectada por la caída de su componente energético al compás del descenso del precio del petróleo, hasta tender a anularse a partir del 2T. Como resultado, se espera que la inflación en España se situará alrededor de un 1,0% a finales de este año. La subida gradual y moderada de los tipos de interés a largo plazo que se prevé no afectarán significativamente a las yields en 2019. Dicho aumento, en cualquier caso, será un fenómeno cíclico como respuesta a los aumentos de los intereses a largo plazo de los Estados Unidos y no responden a un ajuste estructural. Eso significa que los tipos a largo plazo volverán a bajar cuando el ciclo económico actual llegue a su fin.







INVERSIÓN

El año 2019 es el sexto año desde el inicio de la recuperación. El ciclo se encuentra ya en una fase madura, pero menos adelantado que en otros países europeos. Ello, unido a un crecimiento económico por encima de la mayor parte de los países del entorno, mantiene a España en el foco inversor internacional.

RESUMEN

- En 2018 el volumen de inversión en el mercado inmobiliario volvió a batir récords con más de 20.000 millones de euros invertidos (+56% interanual), incluyendo operaciones corporativas o 12.000 millones (+5%) excluyéndolas.
- La inversión en hoteles y residencial en alquiler desbancó a las oficinas y el retail. En logístico el interés también es altísimo pero la escasez de producto frena la actividad.
- La previsible subida de tipos como consecuencia de la normalización de la política monetaria del BCE será gradual y moderada. Preveemos que las yields se mantengan estables en 2019 así como en buena parte de 2020, con ligera presión a la baja en el producto logístico más prime.
- Diversificación es una palabra clave para definir la estrategia de buena parte de los inversores, sobre todo extranjeros.
- En el momento del ciclo actual, el reto es encontrar las oportunidades que se ajustan al perfil del inversor.

LA INVERSIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO ESPAÑOL PULVERIZA RECORDS ANTERIORES

Al igual que en Europa e igualmente impulsada por operaciones corporativas, en 2018 la inversión en el sector inmobiliario español alcanzó, por 5º año consecutivo, niveles récord. La cifra, ligeramente superior a los 20.000 millones de euros, de los que casi 8.000 millones corresponden a operaciones corporativas, es un 56% superior a la del año pasado.

Entre las más importantes operaciones de esta categoría destacan la oferta pública de adquisición por parte de Colonial de Axiare para, junto con Merlin, liderar el sector de oficinas, o la compra de Hispania y Testa por parte de Blackstone que, con estas compras, se ha posicionado como líder en el segmento hotelero y residencial en alquiler en España.

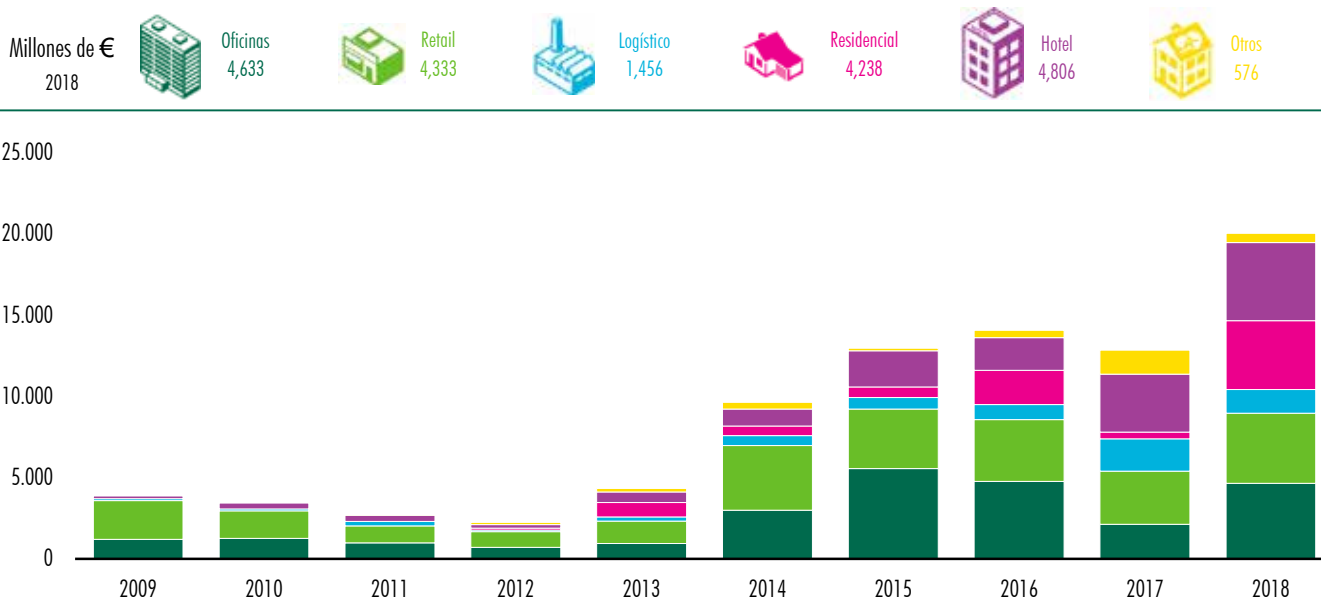
La actividad ha sido intensa en todos los sectores, destacando especialmente la desplegada en el sector residencial en alquiler: más de 4.000 millones de euros han sido invertidos en este sector, si bien la palma se la lleva el sector hotelero, con casi 5.000 millones.

Si bien Madrid y Barcelona son centros de interés constante, los altos precios y la escasez de producto ha hecho virar a otros destinos a un número creciente de inversores en busca de oportunidades y rentabilidades más altas, destacando Valencia, Sevilla, Bilbao, Baleares, Canarias, Málaga, etc. Fuera de Madrid y Barcelona, la inversión en el sector inmobiliario ha ascendido a 10.760 millones de euros en 2018.

La inversión extranjera directa ascendió a 11.800 millones de euros, un 61% del total, un porcentaje similar al del año 2017 pero por encima del 45% que supuso en 2016. Las socimis invirtieron unos 5.000 millones, un 25% del total, correspondiendo el resto a inversión nacional. El inversor extranjero, por tanto, sigue muy interesado en el sector inmobiliario español. Por país de procedencia, los fondos e inversores norteamericanos superaron a los europeos, ya que representaron casi la mitad del total invertido en 2018. Entre los europeos, británicos y franceses destacan sobre el resto. Al capital asiático, por el contrario, le ha resultado complicado encontrar en España los activos trofeo de gran volumen que tradicionalmente ha buscado. No obstante, se aprecia un cambio en su estrategia en favor de conseguir una mayor diversificación de sus inversiones en Europa.

La inversión en hoteles, residencial en alquiler y en el sector logístico alcanzaron récords históricos

VOLUMEN DE INVERSIÓN INMOBILIARIA EN ESPAÑA POR SECTORES



Fuente: CBRE Research

CAMBIO EN LA POLÍTICA MONETARIA. PRIME YIELDS ESTABLES EN EL CORTO PLAZO

En un escenario global en el que se prevé una moderación del crecimiento económico, España, cuya economía salió más tarde de la anterior crisis, seguirá mostrando una mayor inercia y dinamismo que los países de su entorno, al menos en 2019 y buena parte de 2020. Por otra parte, 2019 es el año marcado por el BCE para el inicio de la normalización de la política monetaria. Sin embargo, la subida de tipos que se prevé en cualquier caso, será gradual y moderada, dado que la ralentización de la economía y la evolución de la inflación en la zona euro desaconsejan subidas rápidas y/o pronunciadas.

En un contexto de aún bajos tipos de interés, bajas rentabilidades de los bonos soberanos en Europa y alta volatilidad e incertidumbre en los mercados financieros, el sector inmobiliario español continuará siendo atractivo en 2019. Las oportunidades siguen existiendo y tanto *yields* como *cap values* son competitivos respecto a los registrados en gran parte de los países europeos.

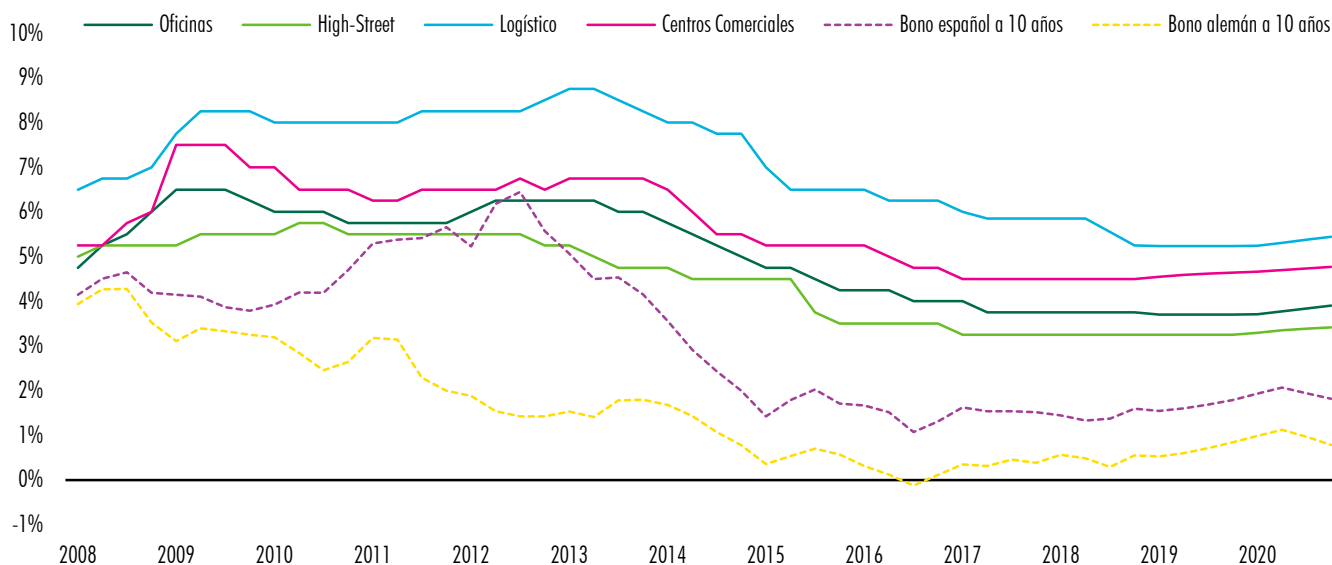
Eventualmente, aunque la subida de tipos estimada se trasladara a las *yields*, el gap existente es suficientemente amplio como absorber parte del impacto de la subida de tipos sin que ello necesariamente implique una subida de las *yields* en los próximos meses.

Además, hay otros factores como disponibilidad de capital (que sigue siendo abundante), márgenes crediticios (que aunque suban los tipos en los niveles previstos seguirán siendo bajos) y expectativas de ingresos futuros (gracias al crecimiento de rentas) que también influyen a la baja en las *yields*.

Salvo sorpresas, y bajo las premisas anteriores, prevemos estabilidad en las *yields* en los entornos actuales para el próximo año, con cierta presión a la baja en el pujante sector logístico. Ya en 2020-2021 los modelos apuntan a una subida ligera, en un contexto de tipos superiores a los actuales y menor crecimiento económico. Si, como es de esperar, las autoridades monetarias reaccionan entonces para estimular de nuevo la economía, ese repunte revertiría su tendencia para volver a caer ligeramente de nuevo.

España seguirá ofreciendo en 2019 oportunidades interesantes con yields y cap values competitivos en el contexto europeo

EVOLUCIÓN DE LAS RENTABILIDADES PRIME VS BONOS



Fuente: CBRE Research

LA ACTIVIDAD CONTINUARÁ SIENDO ALTA

El anuncio de la salida al mercado de algunos grandes portafolios hace prever que el volumen de inversión seguirá siendo alto el año próximo. Entre las operaciones que han dado el pistoletazo de salida y que, si avanzan correctamente, se fraguarán en 2019, figuran la venta de Neinver, con una cartera de 600.000 m² de superficie comercial, por 500 millones de euros, o la venta de portfolio de inmuebles propiedad de El Corte Inglés valorada en más de 1.500 millones de euros.

Por otra parte, veremos fondos y socimis sacar a la venta activos no estratégicos. Un ejemplo puede ser Blackstone desprendiéndose de los inmuebles de oficinas de Hispania, entre otros. Es de prever que tanto fondos como socimis, una vez cumplidos sus plazos y objetivos de inversión, podrían empezar a desinvertir activos de forma selectiva.

Bajo una premisa de estabilidad, en el lado de la demanda seguiremos viendo un amplio abanico de inversores muy activos en el mercado español. En este sentido entre los recién llegados se cuentan Amundi, Starwood, JT Real Estate o AEW estrenándose en el sector retail que han protagonizado operaciones sonadas en 2018, así como otros que están estudiando la forma de entrar. La incertidumbre del Brexit, asimismo puede ser también una oportunidad para desviar a un mayor número de inversores, especialmente asiáticos, a otros países como España.

LA DIVERSIFICACIÓN Y LA GESTIÓN ACTIVA GANAN ENTEROS

En el lado de la demanda, podemos afirmar que hay inversores institucionales activos estudiando todos los sectores, dejando atrás los tiempos en que sólo invertían en oficinas o retail. El inversor, sobre todo extranjero, ya no mira tanto un sector concreto sino el activo. Por ello, las operaciones se estudian activo a activo y los procesos de venta se ralentizan. Los inversores analizan las oportunidades con un objetivo cada vez más común: diversificar carteras e invertir en activos no tradicionales, convencidos de que esa estrategia les ayudará a conseguir sus objetivos.

En este sentido vemos menor especialización en sectores concretos que antaño, al tiempo que el sector logístico y sectores alternativos como residencias de estudiantes, residencias de la 3ª edad y residencial en alquiler, se encuentran entre los activos más buscados. La demanda de producto core es alta, pero la falta de producto en este segmento actúa como freno. Ello hace también que el inversor institucional cambie su foco hacia producto *core plus* y *value add*. En la fase del ciclo actual, la posibilidad de generar valor e incrementar la calidad y la rentabilidad de los activos a través de una gestión activa es clave.



Edificio Planeta, Barcelona.-Adquirido por Blackstone en verano 2018 (€200 MM), ha sido la mayor operación por volumen de 2018 en el mercado de oficinas de España.

Para la consecución de retornos en el tramo más alto de la escala la promoción se perfila como la mejor, si no la única, opción. En este sentido, la actividad en la compra de suelo para promoción en 2018 ha sido extraordinaria, contabilizando casi 2.000 millones de euros invertidos adicionales, casi el doble de lo registrado el año anterior. Las operaciones de compra de suelo logístico así como residencial, para promoción en alquiler o no, y rehabilitaciones con cambio de uso, se han sucedido en los últimos meses.

Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Zaragoza, Málaga, Alicante, Granada, etc.... se encuentran en la lista de las ciudades más demandadas.

Si bien en general se puede afirmar que hay más inversores que producto, el reto es encontrar el producto adecuado que encaje en el perfil del inversor y los retornos exigidos, dado el punto de madurez del ciclo en que nos encontramos.

OUTLOOK

Esperamos un comportamiento del mercado en 2019 en línea con el registrado en 2018: en un contexto económico de crecimiento, aunque más moderado que en años anteriores, el apetito inversor, en especial extranjero, continuará fuerte. Las *yields* se mantendrán en general estables excepto quizás en el pujante sector logístico, donde podrían bajar aún ligeramente por la alta demanda. Los sectores "tradicionales" seguirán en el radar de los inversores, con especial atención a oficinas, donde la subida de rentas se intensifica gracias a la mejora de la calidad y la gestión óptima de los activos. El inversor, sobre todo extranjero, se abre a la diversificación y a los sectores no tradicionales, cada vez más convencido de que es la estrategia adecuada para conseguir sus objetivos. Sin embargo, encontrar oportunidades ajustadas al perfil de riesgo y liquidez de cada inversor es el reto en este momento del ciclo.





FINANCIACIÓN

Impulsado por el ciclo económico, los mercados de capitales y deuda mantienen su dinamismo, lo que se refleja en la mejora de condiciones y en la llegada de nuevos prestamistas al mercado español.

RESUMEN

- Siguen mejorando la disponibilidad y los términos de financiación en España
- Aumentan el número y la variedad de prestamistas potenciales. Clara señal de la madurez del mercado, el número de fondos privados de deuda aumenta, permitiendo que los inversores institucionales sigan activos en el sector, pero como prestamistas en vez de como inversores y, por tanto, a un menor nivel de riesgo)
- La competencia entre prestamistas ha impulsado que los márgenes para financiar activos “prime” lleguen a niveles tan ajustados como el 1.20%

FUNDAMENTALES

España sigue estando en el foco de inversores y prestamistas mientras que siguen calculando cuánto más durará el actual ciclo económico. Sin embargo, cualquier precaución se basa principalmente en la intuición, ya que los datos siguen siendo muy positivos. Los precios reflejan máximos si bien están respaldados por un fuerte crecimiento del PIB y el empleo, un incremento importante del precio de la vivienda y una demanda vigorosa que está permitiendo el crecimiento de rentas (especialmente en los sectores de oficinas y logística) en un contexto de falta de nuevos desarrollos significativos. El consenso es que España, que comenzó su recuperación más tarde que otros mercados, todavía tiene camino por recorrer.

Sin duda, los inversores extranjeros siguen invirtiendo de forma clara y decidida, mostrando su confianza en que hay tiempo suficiente para llevar a cabo sus planes de negocio. Dejando de lado un shock sistémico a nivel global, a la mayoría de inversores no les preocupan las señales de fin-de-ciclo provenientes de EEUU y el Reino Unido. Muchos estiman que incluso si se produjera una recesión en EEUU, no necesariamente produciría una recesión en Europa.

MERCADO DE DEUDA

El número y la variedad de prestamistas potenciales sigue aumentando. Muchos bancos alemanes que abandonaron el mercado después del último ciclo han regresado. Signo de la madurez del mercado, han surgido una variedad de fondos privados de deuda que permiten a los inversionistas institucionales, previamente enfocados en invertir a través de fondos propios, a continuar invirtiendo en el sector, pero a precios de repercusión más bajos.

Muchos de estos fondos se centran en nichos específicos del mercado, enfocándose en tipologías de activos o perfiles de riesgo selectos. Entre otros se incluyen préstamos para financiar la promoción de activos alternativos, como residencias de estudiantes, residencias de ancianos y vivienda en alquiler. Como son tipologías de activos relativamente nuevas en España, hay sitio para fondos de deuda, ya que muchos prestamistas locales están poco familiarizados con estos activos. Los préstamos puente también son cada vez más comunes en el mercado.

Dicho esto, la banca nacional sigue financiando una gran parte de las operaciones pequeñas y medianas que dominan el mercado. Además, los bancos europeos con una larga presencia en España continúan financiando agresivamente los activos *core*.

Dado el momento del ciclo los prestamistas intentan encontrar el punto medio entre ser competitivos y cautelosos. Por un lado, el buen comportamiento del mercado y la mayor competencia hacen que los márgenes disminuyan y despierte el interés en una mayor variedad de activos, muchos de los cuales eran previamente difíciles de financiar. Los prestamistas ahora consideran proyectos de reposicionamiento, activos alternativos y activos ubicados en zonas más periféricas (siempre que se pueda demostrar que existe demanda) e incluso, en raras ocasiones, la adquisición de suelo.

Por otro lado, la mayoría de los prestamistas creen que es probable que se produzca una corrección de mercado durante la vida de los préstamos que están cerrando ahora. Como tal, muchos no se desvían más allá de ciertos niveles de LTV. Los bancos españoles son bien conocidos por los altos niveles de amortización que requieren. Incluso, muchos prestamistas "agresivos" creen que es menos arriesgado asumir el riesgo de construcción en ubicaciones "prime" que financiar activos secundarios.

En general, los términos de financiación son conservadores. A pesar de que una mayor competencia ha presionado los márgenes a la baja, los prestamistas han mantenido la disciplina con respecto al apalancamiento. Sólo ahora se empieza a ver bancos que consideran permitir deuda mezzanine en segunda posición de sus préstamos senior de 55% -65% LTV. Además, se pone mayor énfasis en el track record tanto del activo como del sponsor. Por último, aunque queda tiempo, los bancos con conscientes de los requisitos de Basilea IV, que comenzarán a aplicarse en 2022.

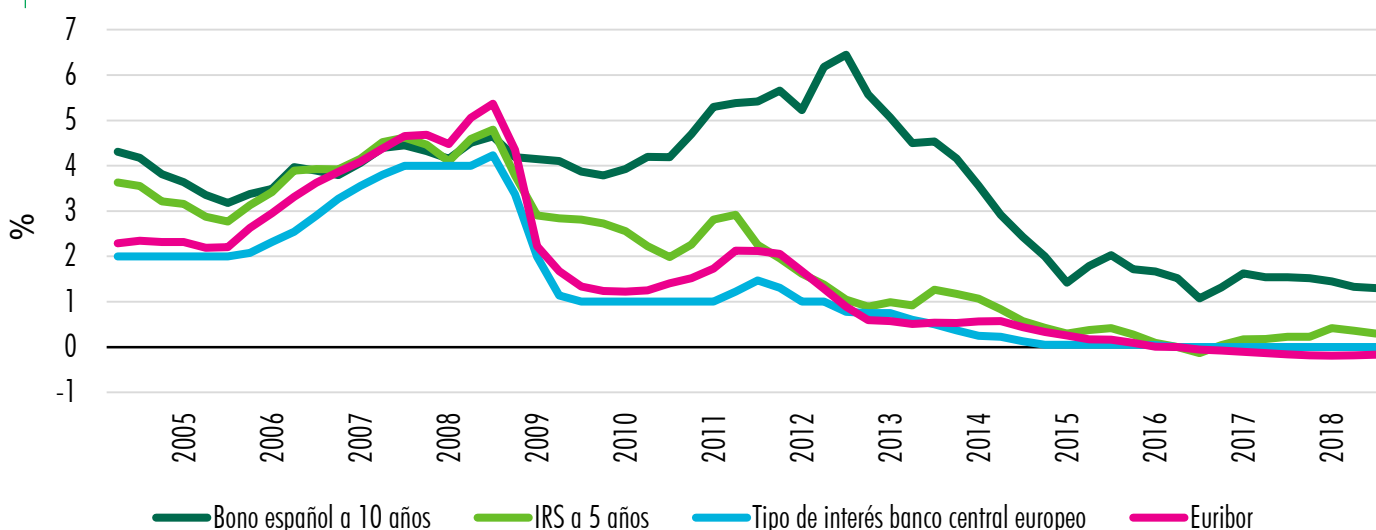
La demanda prestamista es muy fuerte en casi todas las clases de activos, con la posible excepción de los centros comerciales, que se encuentran bajo presión negativa debido al aumento del comercio electrónico y otros cambios sociales. No obstante, si cuenta con un plan de negocio creíble, respaldado por datos de mercado y la involucración de un operador experimentado, los prestamistas continúan mostrando interés en financiar una amplia variedad de centros en los niveles y términos adecuados.

MERCADO DE CAPITALES

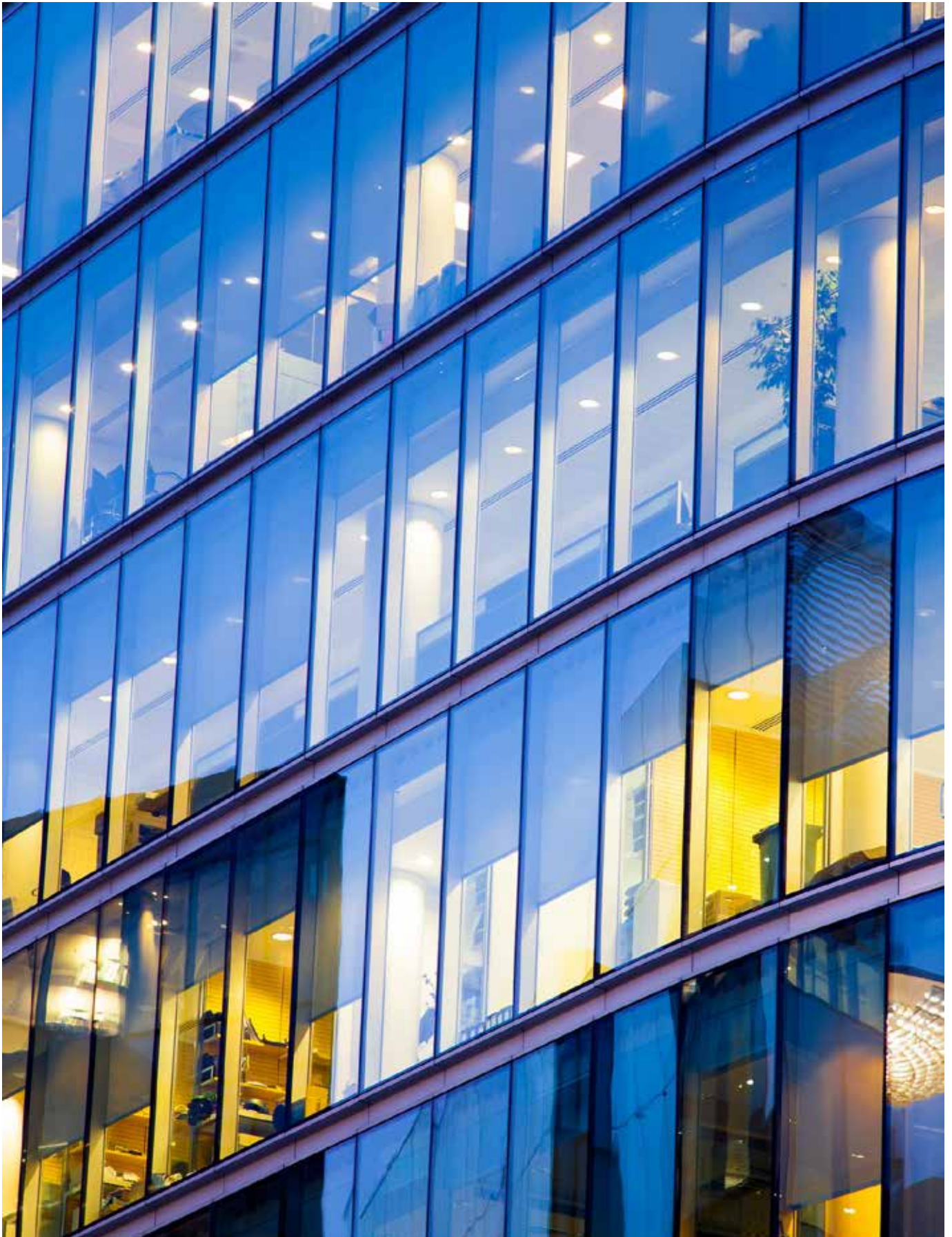
Durante 2018 se ha vivido una ralentización del mercado de capitales que ha impactado a varias empresas que tenían prevista su salida a cotización. Si bien se inauguró el año con el éxito de la OPA de Colonial sobre Axia y la vuelta a cotización de Metrovacesa, aunque teniendo que bajar los precios esperados, los siguientes intentos de cotización de Testa y Azora no llegaron a buen término debido a la falta de interés de los inversores internacionales, lo cual hizo que algunas otras empresa como Vía Célere o Haya, con planes de cotización retrasaran sus OPV. La cotización de las dos grandes Socimis (Merlin y Colonial) acaba 2018 a un precio similar al que empezaron 2018, demostrando su solidez frente a la evolución a la baja de IBEX 35.

Sin embargo, el mercado alternativo (MAB) ha seguido muy activo durante 2018, con 17 nuevas Socimis cotizadas. Además 2018 ha sido el año en el que varias Socimis españolas han empezado a cotizar en el Euronext, como alternativa al MAB. En total, las nuevas Socimis cotizadas suman unos 4.500 millones de euros en activos inmobiliarios. Con estas incorporaciones y teniendo en cuenta las exclusiones de cotización que se han producido, existen 63 socimis cotizadas con unos 16.000 millones de euros en activos. En 2018, se ha vivido la primera OPA entre socimis en el MAB protagonizada por Vitrubio y Única, esperamos que en el futuro se siga esta tendencia a la consolidación entre Socimis.

TIPOS DE INTERÉS – EVOLUCIÓN TRIMESTRAL



Fuente: CBRE Research







OFICINAS

Se prevé que las rentas continuarán subiendo en 2019, gracias a la continuidad en la creación de empleo en sectores que demandan espacio de oficinas, con los sectores servicios y tecnológico a la cabeza. Una demanda, por otro lado, selectiva, que busca el mejor espacio sin perder de vista el control de costes.

RESUMEN

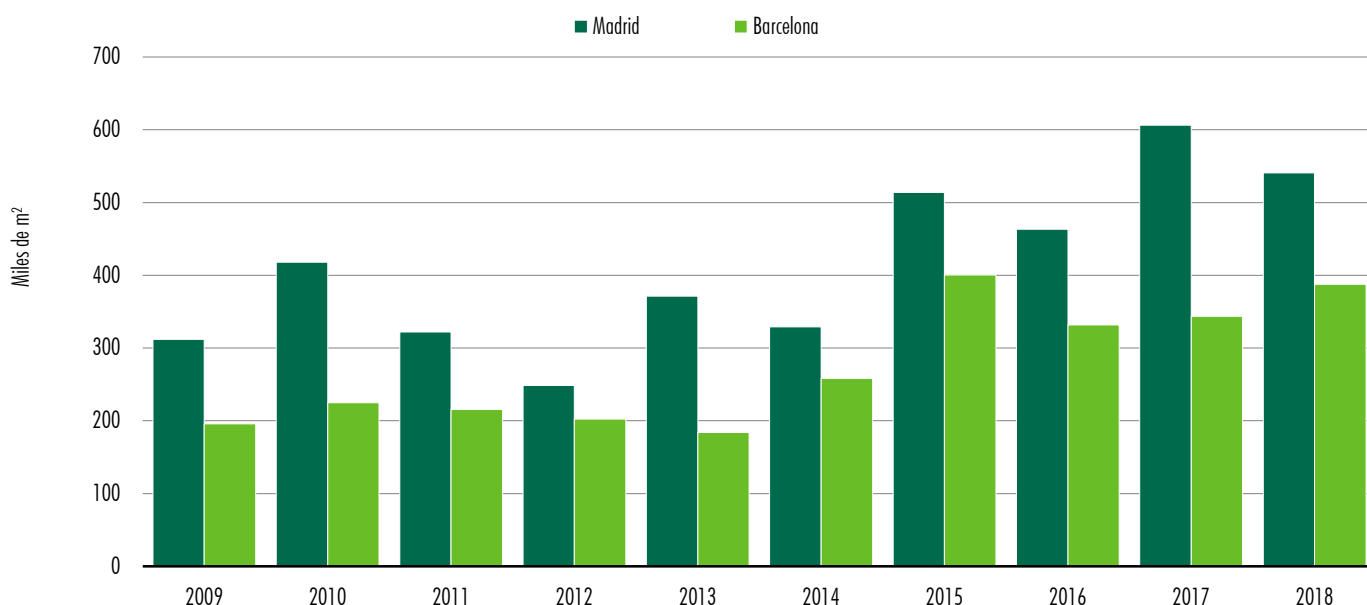
- La contratación de espacios de oficinas se mantuvo elevada en los mercados de Madrid y Barcelona durante el 2018, año en el que las empresas de espacio flexible han estado en plena expansión
- En Madrid se viene observando un aumento de la contratación por parte de empresas de servicios así como empresas tecnológicas. En Barcelona el espacio contratado por parte de empresas internacionales vs nacionales registró un récord en 2018
- Los cambios tecnológicos están modificando las necesidades de los ocupantes. Para darles respuesta siguen surgiendo nuevos proyectos, si bien por el momento el volumen en construcción no presenta riesgo de sobreoferta
- Las rentas de oficinas seguirán en ascenso, siendo Madrid una de las ciudades europeas donde más se espera que crezcan en 2019.

LA DEMANDA DE OFICINAS SE MANTIENE ELEVADA

La buena marcha de la economía se volvió a ver reflejada en el mercado de oficinas nacional durante 2018. La contratación se mantuvo alta, con empresas ampliando sus plantillas y, consecuentemente, sus necesidades de espacio.

Durante 2018 el mercado de oficinas en Madrid alcanzó los 541.000 m² de superficie contratada. Si bien esta cifra es menor que la de 2017, que tuvo un gran final de año como consecuencia de las grandes operaciones llevadas a cabo por parte del sector público, es la segunda mejor cifra desde el año 2008. Además del CBD, que sigue liderando la contratación, destaca el buen comportamiento que han registrado los submercados Central Secundario así como la A-1. En ambos casos, la contratación ha sido la mejor desde el año 2009. De cara a 2019, y dado el número y volumen de las operaciones en el pipeline, preveemos una contratación en torno a los 550.000 m², que podría ser incluso superior si la demanda del sector público se reactivara.

TAKE-UP OFICINAS



Fuente: CBRE Research



En Barcelona, una de las incógnitas a principios del 2018 era el impacto que podía tener la incertidumbre política. Sin embargo el mercado de oficinas se mantuvo ajeno, alcanzando una contratación que superó muy positivamente las expectativas. En total, se contrataron 388.000 m² de oficinas durante todo el año, un 13% más que en 2017, siendo, además, el segundo mejor año en contratación desde 2006, sólo por detrás de la cifra alcanzada en 2015. En el 2019 la demanda se mantendrá muy activa, con lo que es de esperar unos niveles de contratación similares a los de 2018.

PERFIL DEL INQUILINO

Con un 29% y un 24% respectivamente, las empresas del sector servicios y las del sector tecnológico fueron las que más espacios contrataron a lo largo del 2018 en el mercado madrileño. A su vez, la contratación de ambas es la que más aumentó respecto al año anterior. El sector público, que vivió una inusual actividad durante el 2017 representando el 20% del total de la contratación, volvió a replegarse en 2018, suponiendo sólo el 3%, una cifra más acorde a lo visto en los años anteriores. Por otro lado, en el mercado barcelonés, las empresas internacionales llevan desde 2014 muy activas. Entre 2014 y 2018 la contratación por parte de las empresas internacionales aumentó un 88% respecto al lustro anterior, 2009-2013, alcanzando durante el 2018 su máximo nivel. Durante el mismo tiempo, las empresas nacionales han aumentado su actividad un 53%.

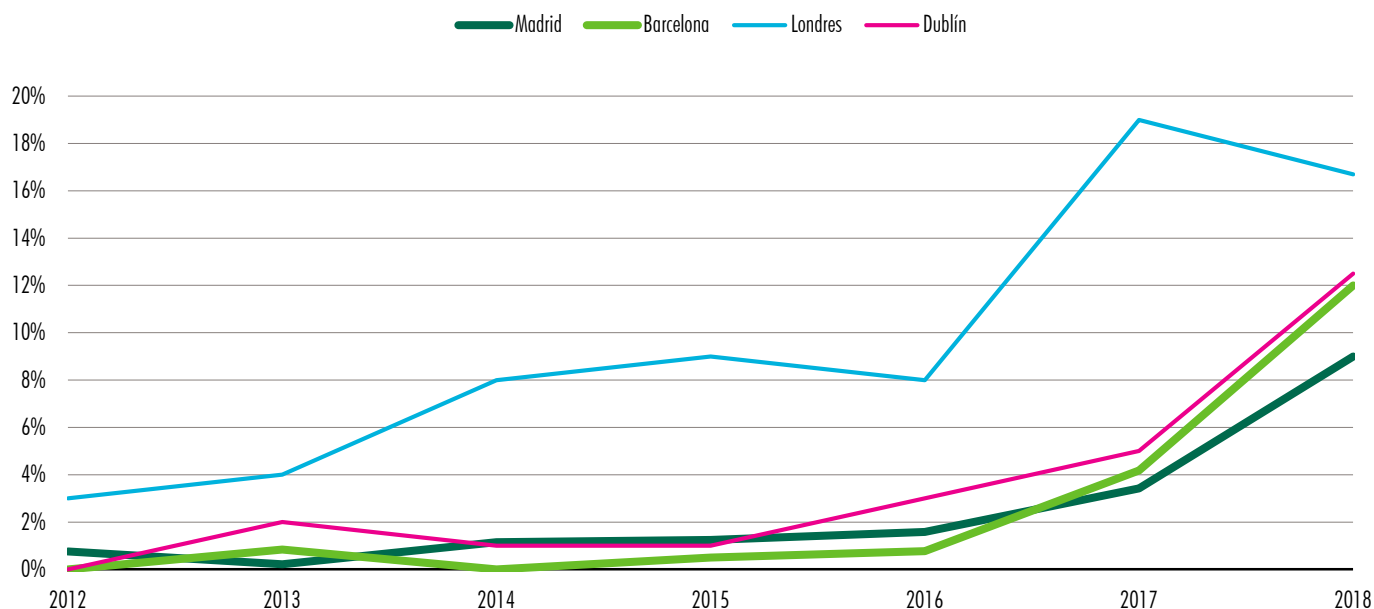
La demanda del sector servicios y tecnológicas crece en Madrid, mientras que en Barcelona la de empresas internacionales se sitúa en máximos

FLEX SPACES

Una de las tendencias destacadas a nivel mundial y que por supuesto ha llegado con fuerza también a Madrid y Barcelona, es la expansión de los operadores de espacios flexibles. Si bien este concepto no es nuevo, y en ciudades como Londres o Nueva York está implantado desde hace ya algunos años, el auge de estas empresas en España es relativamente reciente.

En 2018 la contratación por parte de empresas de espacio flexible supuso el 9% y un 12% de la contratación (en edificios exclusivos de oficinas) en Madrid y Barcelona, respectivamente. En 2019 seguirá habiendo gran demanda por parte de estas empresas; a los operadores ya conocidos, como WeWork, Regus o Utopicus hay que sumarle nuevos *players* a los que habrá que seguir muy de cerca, como My Mondays o Twisttt.

CONTRATACIÓN ESPACIOS FLEXIBLES SOBRE EL TOTAL DE LA CONTRATACIÓN



Fuente: CBRE Research

UN NUEVO CICLO

En este nuevo ciclo, la tecnología irrumpe con fuerza en todos los aspectos de la vida de las personas, y los espacios de trabajo no son una excepción. Al contrario, las empresas demandan de forma cada vez más generalizada espacios de mayor calidad e implantan nuevas formas de trabajo que fomenten la flexibilidad, la productividad y la atracción de talento. En este sentido, el 42% de la contratación en Madrid durante el 2018 fue en edificios de grado A, esto es, edificios de calidad alta, llegando a alcanzar el 69% de la contratación en aquellas operaciones de más de 5.000 m² de superficie. En el mercado barcelonés, a pesar de que la demanda tiene esa misma necesidad, la contratación en edificios de grado A representa tan solo el 26% como consecuencia de la falta de producto, problema que arrastra desde hace ya varios ejercicios. Al igual que en Madrid, esta demanda de espacios de calidad aumenta cuando mayor es la demanda, representando el 54% de la contratación en operaciones de más de 5.000 m² de superficie.

AUMENTA EL NÚMERO DE PROYECTOS DE NUEVA CONSTRUCCIÓN

Durante la crisis la actividad promotora en el mercado de oficinas se mantuvo en niveles muy bajos, algo lógico en el contexto del mercado de aquel momento. Es a partir de 2014 y 2015 cuando las previsiones de recuperación de rentas en las dos principales ciudades españolas que, a diferencia de las principales capitales europeas, aún se encontraban en mínimos, animó a algunos propietarios a acometer la reforma de edificios que se habían quedado obsoletos, a fin de sacar partido de la recuperación de precios que se podía entrever. De esta manera, desde el 2014 al 2018 se reforman en el mercado madrileño un total 590,000 m² de oficinas, destacando el CBD con un total de 310,000 m² reformados. En este sentido, las Socimis han tenido un papel muy relevante, ya que han ayudado a actualizar y modernizar un stock de oficinas que se estaba quedando obsoleto.



Edificio OM ∞ , actualmente en construcción, propiedad de Torre Rioja

Con un stock que no llega a los 13 millones, actualmente hay en el pipeline de oficinas 689.000 m² de los que 304.000 m² ya están en construcción/rehabilitación. De esta superficie actualmente en construcción, 247.000 m² se encuentran actualmente disponibles, concentrándose el 64% de esta superficie disponible fuera de la M-30, especialmente en el mercado de la A-2. Si bien se siguen rehabilitando edificios de oficinas, la obra nueva ya supera a la rehabilitación entregándose en 2019 más superficie nueva que rehabilitada.

En Barcelona la falta de espacios disponibles de calidad para su ocupación inmediata ha dado lugar al aumento de los prealquileres, suponiendo un 21% de la contratación total durante el 2018. En total, el año pasado se entregaron 167.000 m² de oficinas, de los cuales 108.000 m² fueron de nueva construcción. Actualmente hay en el pipeline un total de 467.000 m² de los que ya hay en construcción 170.000 m². El 22@-FM es claramente el mercado más activo, con muchas transacciones de suelo en los últimos dos años y 344.000 m² en el pipeline. Dado que esta falta de espacios disponibles de calidad sigue siendo evidente en el mercado barcelonés, es de esperar que esta tendencia se mantenga a lo largo del 2019.

La exigencia de espacios de calidad unido a las previsiones de subida de rentas sigue estimulando la rehabilitación de edificios y la promoción de obra nueva

RENTAS EN ASCENSO

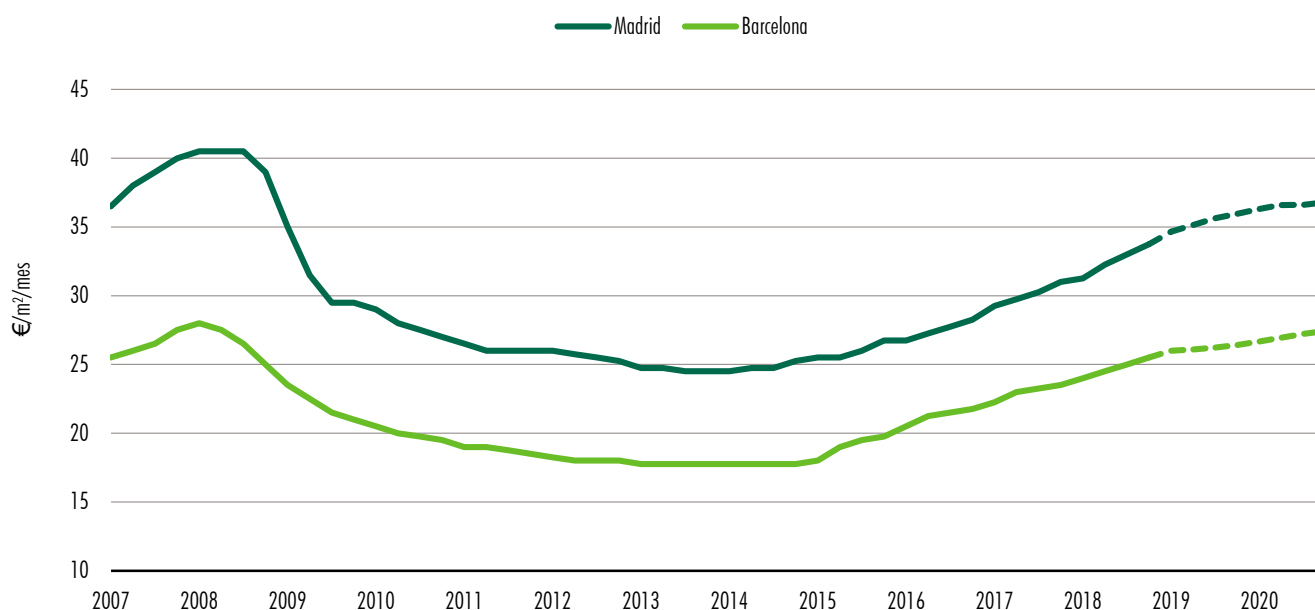
A lo largo del 2018 los buenos niveles de demanda en conjunción con la escasez de espacios de calidad siguieron impulsando las rentas al alza. La renta prime en Madrid CBD aumentó un 8,9% durante el 2018, hasta alcanzar los 33,75 €/m²/mes, mientras que en Barcelona llegó hasta los 25,50 €/m²/mes, un incremento del 8,5% en el mismo periodo. Este aumento en las rentas durante el 2018 se extendió a casi todas las zonas de ambos mercados. Desde que Madrid y Barcelona registraran el mínimo durante el anterior ciclo en 2013, la renta prime en ambas ciudades ha crecido un 38% y un 46% respectivamente.

Si la contratación se mantiene en los niveles previstos, la escasez de oferta de calidad en las zonas más demandadas seguirá presionando al alza las rentas, especialmente en los edificios de Grado A, ya que los nuevos proyectos no suponen riesgo de sobreoferta. En Madrid, se estima que la renta prime cerrará el año entorno a los 36,00 €/m²/mes, siendo uno de los mercados europeos donde más crecerá la renta prime. Además de en el CBD, la renta prime también crecerá en otros submercados, aunque a un menor ritmo

El mercado de oficinas de Madrid será en 2019 uno de los mercados europeos donde más crezca la renta prime

En cuanto a Barcelona, más avanzada que Madrid en el ciclo de rentas, se espera un crecimiento más moderado en la renta prime, situándose ésta a finales de año alrededor de los 26,50 €/m²/mes. A diferencia de Madrid, es muy probable que la renta prime aumente en otros submercados al mismo ritmo que en el CBD. Este sería el caso del 22@-FM, donde la calidad de los nuevos edificios en construcción permite un aumento en las rentas en tanto que la demanda sigue elevada.

EVOLUCIÓN DE LAS RENTAS PRIME



Fuente: CBRE Research



Edificio Pórtico en Campo de las Naciones, Madrid. Adquirido por Amundi Immobilier. CBRE actuó como asesor para el vendedor Union Investment.

INVERSIÓN

Durante el año 2018 la inversión en el sector de oficinas alcanzó los 4.633 millones de euros (+119% interanual), incluyendo operaciones corporativas como las protagonizadas por Colonial con la adquisición de Axiare y por Blackstone con Hispania, y 2.541 millones de euros (+20%) excluyéndolas. Casi la totalidad del volumen invertido se ha repartido entre Madrid (3.538 millones) y Barcelona (947 millones), mientras que otros mercados como el valenciano o el andaluz han atraído inversión por 149 millones de euros.

La falta de producto a la venta fue durante el 2018 y seguirá siendo en 2019 la nota dominante, sobre todo el que interesa al inversor *core* o *core plus*. A pesar de ello, hay muchos inversores buscando oportunidades, como demuestra las oportunidades *off-market* que se están analizando actualmente.

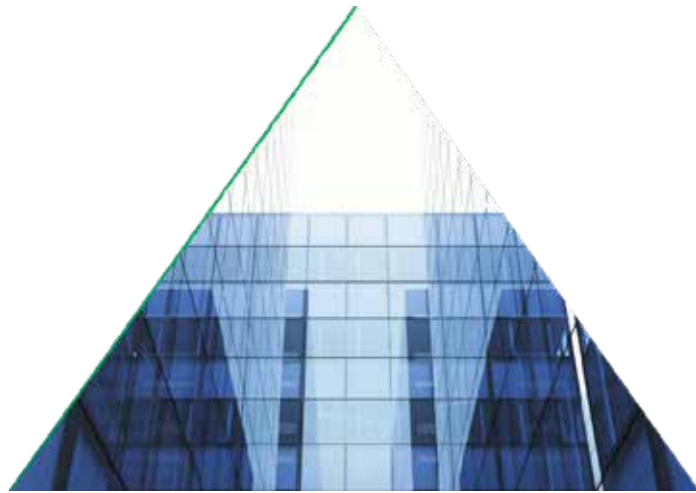
También vemos inversores dispuestos a entrar en proyectos tanto en *forward-purchase* como *forward-funding*, fruto de esta escasez de oportunidades de inversión en edificios existentes.

Las rentabilidades teóricas prime en el CBD del mercado madrileño siguen en mínimos de 3,75%. En Barcelona, tras un final de 2017 marcado por la inestabilidad política, las rentabilidades teóricas prime subieron hasta alcanzar el 4,25%, volviéndose a recuperar a finales del 2018 como consecuencia de la recuperación de confianza por parte de los inversores en este mercado. A cierre del 2018, éstas se sitúan en 3,80%, lo que supone un mínimo histórico para el mercado barcelonés. De cara al 2019 se espera estabilidad en el CBD de ambos mercados, sin embargo, puede haber compresión en mercado como la A-1 y CS en Madrid o Centro Ciudad y 22@-FM en Barcelona.

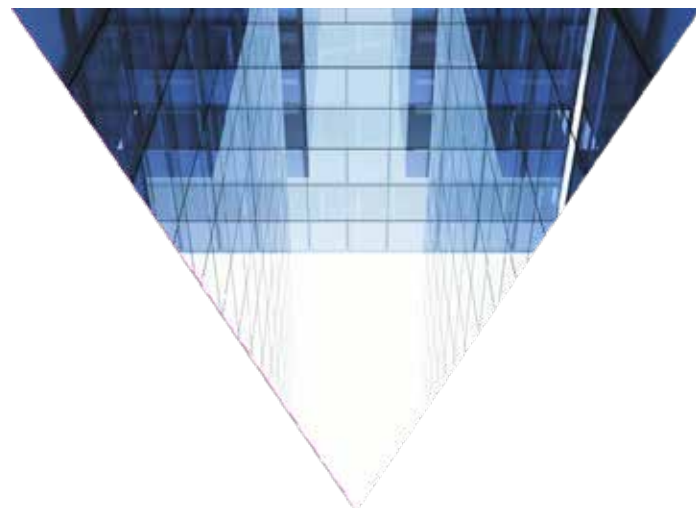
OUTLOOK

En 2019 el mercado de ocupantes se mantendrá muy dinámico por lo que se espera registrar niveles de contratación por encima de la media de los últimos cinco años. Los operadores de espacios flexibles seguirán su expansión a buen ritmo. La escasa oferta de calidad y el recorrido al alza de rentas que aún se prevé continuará animando la promoción y rehabilitación de nuevos proyectos.





RETAIL



El año 2019 promete ser otro año positivo para el sector retail, aunque su crecimiento será más moderado que en años pasados.

RESUMEN

- Con una tasa de paro en descenso es de prever que el consumo continuará creciendo, aunque con una intensidad menor que en años anteriores
- Los retailers mantendrán planes de expansión muy comedidos y reajustarán su red de locales con cierres, consolidación de tiendas y aperturas estratégicas
- El e-commerce volverá a crecer con mucha fuerza e impulsará la omnicanalidad, que será el formato que hará financieramente viable operar online y offline
- El mercado de inversión se mantendrá en cotas altas, aunque sin repetir el volumen récord del año pasado

EL CONSUMO Y LAS VENTAS CRECERÁN CON MODERACIÓN EN 2019

Los indicadores del retail han vuelto a ser positivos en 2018 aunque, después de varios años de crecimiento fuerte, el ciclo expansivo ha entrado en una fase más madura. Las ventas minoristas aumentaron un 0,8% en 2018 (hasta noviembre), gracias a un buen último trimestre, pero también lastradas por el estancamiento de las ventas del equipamiento personal, que decrecieron un -0,7% (hasta noviembre), en contraste con los otros sectores que tuvieron crecimientos positivos.

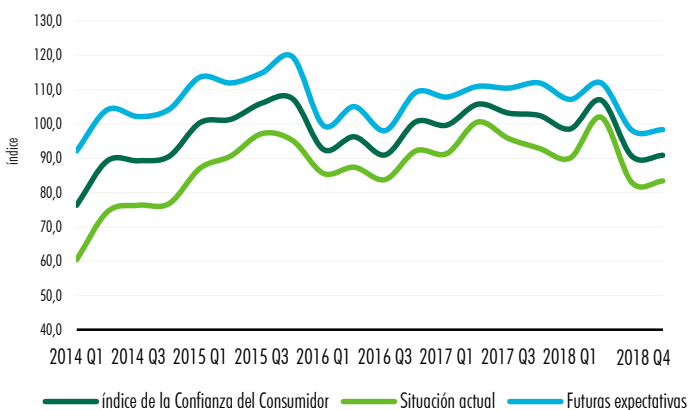
El turismo se mantuvo en 2018 en los niveles altísimos que se lograron en 2017 (82 millones de visitantes), superando los datos hasta noviembre en un 0,7%, e incrementando el gasto por turista. El Indicador de la Confianza del Consumidor, que también se encontraba en niveles récord, se ha moderado y desde septiembre 2018 se mueve en niveles de principios de 2016, reflejando una opinión moderadamente positiva de los españoles respecto a la economía.

Para los próximos dos años, las previsiones apuntan a que los principales indicadores del retail suavicen la tendencia de crecimiento apoyados en una tasa de paro que, moderándose la intensidad de creación de empleo, bajará al 14,1% en 2019 y 12,9% en 2020. En consonancia, el consumo privado disminuirá su crecimiento al 1,9% y 1,5% en 2019 y 2020, mientras que las ventas minoristas se estabilizarán en un 1,5% tanto en 2019 como en 2020.

MÁS CAUTELA EN LOS PLANES DE EXPANSIÓN DE LOS RETAILERS

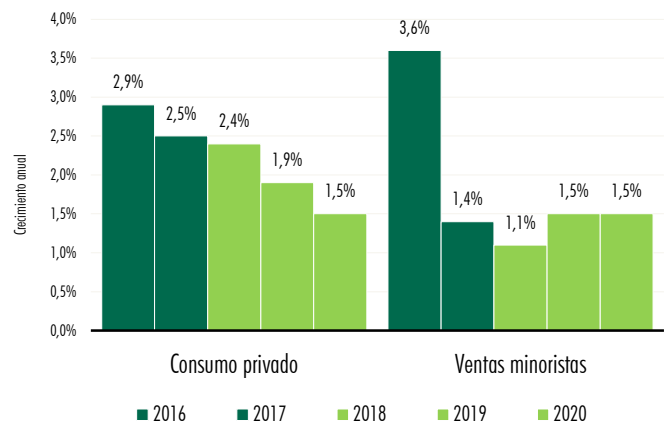
La buena marcha de la economía es un importante impulso para la expansión de los retailers y la actividad es palpable en una gran variedad de sectores de comercio. Además, gracias a la globalización del retail, muchos operadores extranjeros están dando el salto a España: en 2018 más de 25 nuevas marcas abrieron su primera tienda en España, entre otros

INDICADOR DE LA CONFIANZA DEL CONSUMIDOR



Fuente: CIS

PREVISIÓN CONSUMO Y VENTAS MINORISTAS



Fuente: INE, Oxford Economics/Banco de España (previsiones)



Fendi, Anthropologie, Lovisa, Chaumet y Miniso. No obstante, la gran mayoría de los comerciantes sigue un ritmo de expansión prudente y son muy pocos los que buscan abrir más de 15 nuevas tiendas al año.

CONSOLIDACION DE CENTROS COMERCIALES

En 2018 el sector de centros comerciales en España tuvo unos resultados muy similares al comercio minorista, con cifras de afluencia y ventas moderadas (ambos en torno al 1%), y donde la actividad expansiva de los retailers facilita la mejora de la ocupación media, pasando de 94,6% en 2017 al 95,4% en 2018 (hasta noviembre) de promedio en el portfolio de CBRE. El gasto por visitante también se sigue consolidando, subiendo de 11,8€ a 12,0€.

Los retailers del sector moda mantienen una estrategia de expansión muy reducida, entre otras razones por las decepcionantes cifras de ventas que experimentan desde hace algunos años. En el índice de CBRE, las ventas de moda disminuyeron un 0,2% hasta noviembre 2018. Como consecuencia se prevé que la expansión de muchos retailers de moda se realizará con pies de plomo en 2019 y que los procesos de comercialización serán más largos que en el pasado reciente.

Otros sectores sin embargo, se encuentran con un nivel de actividad muy alto, particularmente el deporte, el calzado deportivo, el hogar, la belleza y la restauración, cuyas ventas van viento en popa. Se prevé que estos mismos sectores también liderarán la expansión en 2019, tanto en centros comerciales como en High Street, impulsando una mayor especialización en la oferta del retail.

KPI'S DE CENTROS COMERCIALES

Ratio	2017	2018 (*)
Afluencia (var. anual/YTD)	+1,3%	+0,9%
Ventas (var anual/YTD)	+0,6%	+0,8%
Tasa de Ocupación	94,6%	95,4%
Gasto por visitante	11,8 €	12,0 €

Fuente: CBRE.¹ (*) 2018 datos hasta noviembre

¹ Datos basados en 30 centros comerciales gestionados por CBRE, con aprox 1,3 millones de m² de SBA.

OMNICALIDAD Y TRANSFORMACIÓN

El e-commerce mantendrá su alto ritmo de crecimiento y la expectativa es que el volumen del comercio electrónico crecerá en 2019 por encima del 25% mientras que su peso en el comercio minorista será del 5%. Las nuevas tecnologías han cambiado la forma de interactuar de la sociedad y el consumidor está conectado al mundo las 24h del día a través del smartphone. Elige el “on” y el “off” según le interese, y con su mentalidad omnicanal obliga a los retailers a trabajar su red de tiendas físicas y su oferta online con total complementariedad.

El enfoque de la omnicanalidad está en la actualidad en los procesos internos de los retailers, que se enfrentan a una transformación de gran magnitud. Tienen que adaptar toda su estructura empresarial a la omnicanalidad, que se está consolidando como el formato que permitirá que el binomio online-offline sea financieramente viable en el futuro.

Entre otros, la omnicanalidad está provocando cambios en la red de tiendas, con cada retailer buscando un punto óptimo entre el off y el on. Muchas cadenas han reducido ya algo su número de tiendas, pero su superficie total sigue alta debido a la tendencia de ocupar flagship stores. Para el futuro se espera más ajustes en la red de tiendas a medida que la cuota de mercado de las ventas offline decrezcan. Los retailers mantendrán las tiendas más rentables, ampliarán espacio en ubicaciones clave y prescindirán de los puntos de venta más secundarios. Parte de los locales también puede ser destinada a dar respuesta a las necesidades logísticas y jugar un papel en el diseño de la red de tiendas.

Y es que la red logística de los retailers también necesita una completa reconfiguración para adaptarse a los nuevos tiempos. Las crecientes exigencias de los consumidores, junto con los avances tecnológicos, dificultan adivinar cómo será el equilibrio futuro de los canales online y offline, pero está claro se requerirá más flexibilidad y más rapidez en las entregas, ya que el consumidor es cada vez más exigente en cuanto a los tiempos de entrega.

La omnicanalidad está produciendo una interacción mucho más intensa entre el sector logístico y el sector retail, ya que en ambos sectores el futuro es plenamente omnicanal, y la cadena de suministro ofrece amplias oportunidades para mejorar la competitividad de los retailers.

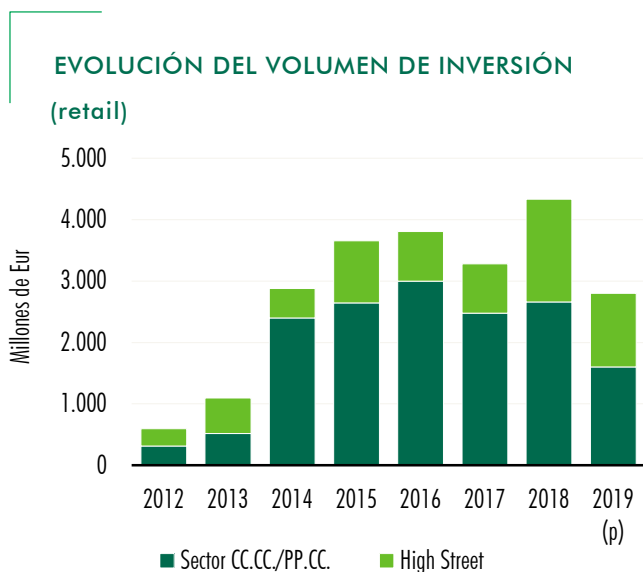
LA INVERSIÓN EN RETAIL MANTENDRÁ EL PULSO

En 2018 la actividad inversora en retail de nuevo superó las expectativas y cerró el año con un volumen de €4.300 millones, entre el sector de centros y parques comerciales (€2.650 millones) y High Street (€1.650 millones). Supone un récord histórico para el retail en su conjunto y es un 32% más que el volumen de 2017 (€3.300 millones), gracias al gran auge en la inversión en High Street, que representó el 39% de la total inversión en retail en 2018.

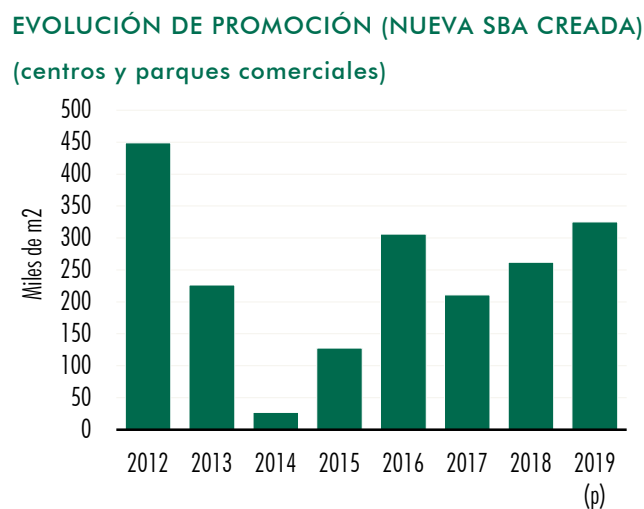
El volumen de inversión en el sector de centros y parques comerciales superó el volumen del 2017 en un 8% y desde 2014 la actividad es muy intensa. El año 2019 se vislumbra como otro año muy activo, con un pipeline visible de más de €600 millones en los primeros meses del año. No obstante, el espectro de inversores activos en este segmento de mercado se ha reducido algo, por lo que a pesar de existir niveles altos de oferta esperamos menos transacciones para 2019. En total, calculamos que el sector de centros comerciales podría registrar un volumen de inversión en torno a €1.600 millones en 2019.

La actividad en el mercado de inversión High Street anotó un récord absoluto en 2018, con un volumen total de €1.650 millones de euros, más del doble de 2017, gracias a varios portafolios de gran volumen, a la tendencia de *flagshipping*, y al interés en activos High Street a escala nacional fuera de Madrid y Barcelona. Cada vez más fondos institucionales están activos en el sector, y aunque el High Street mantiene su habitual escasez de producto, se prevé que el año 2019 será de nuevo un año muy intenso en inversión.

El output en promoción de centros comerciales está incrementando y en 2019 habrá un aumento en el número de aperturas.



Fuente: CBRE Research. (p) = previsión



Fuente: CBRE Research. (p) = previsión

EN 2019 AUMENTARÁN LAS INAUGURACIONES DE CENTROS COMERCIALES

La promoción de centros comerciales se está reactivando después de la crisis. Sin embargo, hasta la fecha, el número de nuevos centros está siendo muy modesto. El año pasado el output volvió a ser limitado y se inauguraron tres centros comerciales y cinco parques comerciales con una SBA total de 262.000 m², destacando Torrecárdenas, Torre Sevilla y Finestrelles.

Actualmente existen 16 proyectos en construcción con 560.000 m² de SBA y la previsión es que en los próximos años aumente el número de aperturas. Para el 2019 se prevé la inauguración de entre 5 y 10 nuevos complejos, sumando entre 300.000 y 350.000 m² de nueva SBA. Las aperturas más importantes serán Lagóh (Sevilla), Open Sky (Torrejón de Ardoz) y Torre Village (Zaragoza).

Además de la llegada de nuevos proyectos, muchos centros existentes están volcados en la renovación y/o ampliación de sus instalaciones y oferta comercial para incorporar las nuevas tendencias del consumo, como por ejemplo Garbera (San Sebastián) e Intu Xanadú (Arroyomolinos).

OUTLOOK

Se espera que el sector retail de nuevo experimentará crecimiento en 2019, aunque será a niveles más moderados. La expansión de los retailers estará concentrada en los segmentos especializados (deporte, hogar, etc.) y menos en el segmento de la moda. La expectativa es que la inversión será de nuevo voluminosa en 2019, pero no alcanzará los volúmenes récord de 2018. El output en promoción de centros comerciales está incrementando y en 2019 habrá un aumento en el número de aperturas.

ALNU 515391

7

22G1

2.6m
8'6"

IC
87





LOGÍSTICA

2019 será otro positivo año para el sector, con una elevada actividad que se verá reflejada tanto en el mercado de alquiler como en el de inversión

RESUMEN

- La demanda permanece muy activa en toda España con previsión de continuar en el mismo tono a lo largo de 2019. El consumo y el comercio on-line son los principales detonantes
- Gran interés en la puesta en marcha de nuevos proyectos y en el desarrollo y compra de suelo logístico destinado a tal fin
- La baja disponibilidad en Cataluña y otras plazas logísticas está poniendo presión al alza en las rentas, no así en la Zona Centro donde actúa como freno a la incorporación de nueva superficie
- La actividad inversora continúa muy alta. Es de prever que el incremento de producto en el mercado traerá consigo un volumen de inversión alto, posiblemente similar al de 2018

EL SECTOR LOGÍSTICO ESTÁ DE MODA

El sector logístico español es uno de los más activos en los últimos años, tanto por parte del mercado de ocupantes como por el mercado de inversión. La rápida evolución del comercio electrónico ha sido uno de los principales factores que ha tenido una gran repercusión en el positivo comportamiento del sector. Como consecuencia, la necesidad de recortar los plazos de entrega al cliente final está dando lugar a un creciente interés por las plataformas cercanas a las ciudades. También las plataformas logísticas XXL de ámbito nacional están siendo muy demandadas en todos los mercados logísticos españoles. Sin embargo, la escasez de este tipo de naves hace que la contratación dependa en parte de los proyectos llave en mano o pre-alquileres, sobre todo en los mercados de la Zona Centro y Cataluña.

En 2018 se ha registrado una contratación logística en torno a 1.9 millones de m² incluyendo ciudades como Valencia, Zaragoza, Sevilla y Málaga, además de Cataluña y la Zona Centro, lo que supone un incremento del 16% respecto a 2017. Como es habitual la Zona Centro fue la que registró la mayor actividad con 931.000 m² de contratación, por encima de la alcanzada en 2017, y supuso otro nuevo récord. Por su parte Cataluña se anotó 656.000 m², lo que supone un 41% más que en 2017, siendo la segunda mejor cifra alcanzada desde 2008. En 2019 se espera aún una actividad elevada en ambas plazas, pudiendo registrarse en torno a 750.000 – 800.000 m² en la Zona Centro y 450.000 – 500.000 m² en Cataluña. Los retailers a través de operadores 3PL son los que estarán más activos en 2019, demandando grandes superficies de calidad cuya escasez se verá contrarrestada por la incorporación de grandes proyectos.

Las capitales de provincia que más destacaron fueron Valencia, Sevilla y Zaragoza. Las dos primeras registraron ligeros incrementos de la contratación respecto a 2017 con 233.600 m² y 63.850 m² respectivamente.

Zaragoza sin embargo, alcanzó una contratación muy superior, con 81.190 m² respecto a los 25.300 m² del año anterior. La falta de oferta en Plaza está dirigiendo la demanda hacia zonas como Malpica y Villanueva donde se registraron las operaciones de mayor superficie. Málaga sin embargo, continua con bajos niveles de actividad registrando tan solo 5.800 m². La escasez de oferta es uno de los principales motivos que impide satisfacer la demanda que existe por parte de los operadores. En 2019, se espera que continúe el buen ritmo de la contratación en Valencia, Zaragoza y Sevilla.



BOOM DE PROYECTOS LOGÍSTICOS EN LA ZONA CENTRO Y FUERTE REACTIVACIÓN DEL SUELO

El descenso de superficie disponible, junto con la obsolescencia del mercado logístico español, está dando lugar a un boom de proyectos logísticos en determinadas zonas. A partir de 2014, con el comienzo de la recuperación económica, empezó a reactivarse la compraventa de grandes pastillas de suelo destinadas al desarrollo de nuevos proyectos logísticos, sobre todo en la Zona Centro, y esta tendencia se ha mantenido en los últimos años. Aquí actualmente nos encontramos con nada menos que 720.000 de m² de superficie logística bajo construcción con previsión de incorporarse al mercado en 2019, de los que el 60% son desarrollos a riesgo. Del total, alrededor del 50% se localizan en el eje A-2, repartiéndose el resto entre los ejes A-4 y A-42. Algo llamativo esto último, puesto que en años anteriores la promoción se centraba principalmente en el Corredor del Henares. Sin embargo, los promotores han visto las posibilidades de desarrollo en estos dos últimos ejes y ahora están apostando fuerte por zonas como Illescas, Ontígola, Seseña y Getafe.

En Cataluña, la elevada demanda ha dado lugar a que la superficie disponible actual sea de tan solo un 2,5% sobre el stock total. En el segundo arco tan sólo hay 38.000 m² disponibles mientras que en el primer arco la situación es realmente preocupante, puesto que no hay ninguna nave logística disponible.

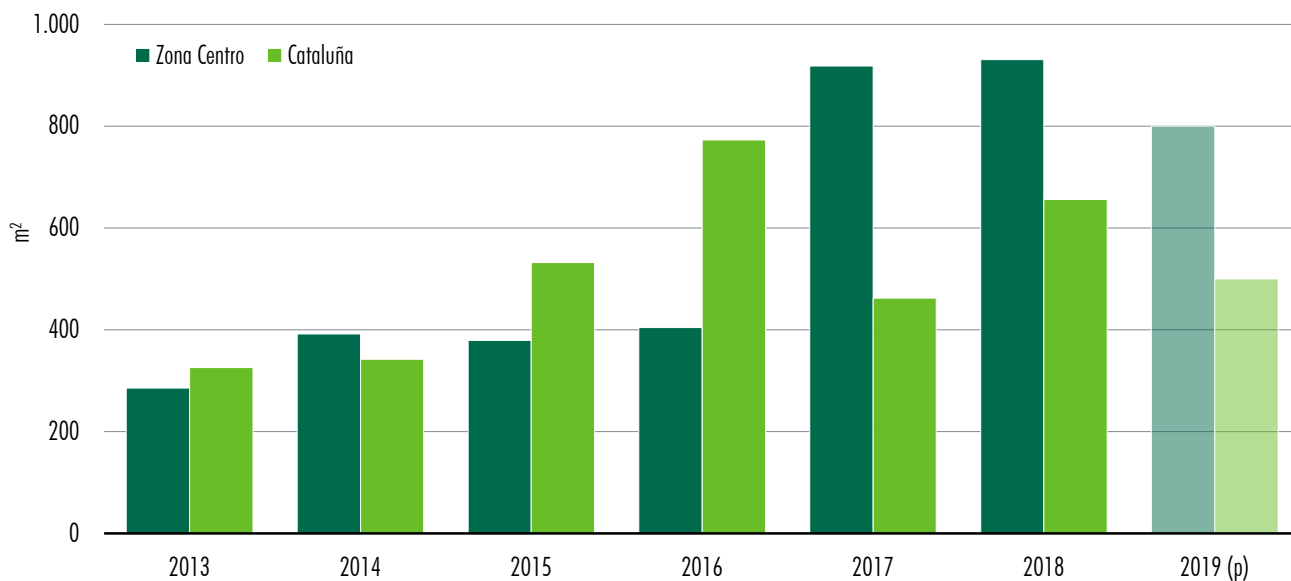
La escasez de suelo en esta zona está limitando mucho la puesta en marcha de nuevos desarrollos. En los últimos años se ha promovido suelo logístico y se han realizado algunas adquisiciones de parcelas destinadas a la promoción de nuevas plataformas, principalmente en el segundo arco. En la actualidad hay alrededor de 318.000 m² en construcción con entrega prevista en 2019, la mayor parte localizados en el 2º arco, de los que el 41% son proyectos a riesgo.

En Sevilla se observa interés en el desarrollo de suelo logístico, lo que está permitiendo la puesta en marcha de algunos proyectos que se incorporarán al mercado de 2020 en adelante, con algún llave en mano previsto para 2019.

Zaragoza también está muy demandada por los operadores logísticos, sobre todo Plaza y Villanueva, aunque hay baja disponibilidad de producto de calidad. Por ello está creciendo el interés en desarrollo de grandes pastillas de suelo, con el objetivo de poner en marcha nuevos activos. Se espera un repunte de la contratación en 2019 con la entrega de nuevos proyectos.

En ciudades como Málaga y Valencia, dónde la superficie disponible es limitada, se están promoviendo grandes superficies de suelo logístico destinadas al desarrollo de nuevas plataformas, tal es el caso del Megahub de Andalucía previsto para finales de 2019 y, en el caso de Valencia, los suelos adquiridos por ejemplo en Cheste, Sagunto y Picasent.

EVOLUCIÓN DE LA CONTRATACIÓN Y PREVISIÓN



Fuente: CBRE Research

ESTABILIDAD DE RENTAS EN ZONA CENTRO Y ALZA EN EL RESTO

Durante 2018 en la Zona Centro no se produjeron aumentos perceptibles en las rentas salvo en algunas localizaciones. La paulatina incorporación de nuevos proyectos está dando lugar a la estabilización de las rentas, tendencia que muy probablemente continuará a lo largo de 2019. En Cataluña sin embargo, la entrega de nueva superficie de momento no está siendo suficiente para satisfacer la elevada demanda, por lo que la oferta disponible continúa disminuyendo hasta volverse crítica en el 1er y 2º arcos. Como consecuencia las rentas en estas zonas han subido en 2018 y se prevé continúen haciéndolo en 2019.

Respecto a la renta prime, se cumplieron las expectativas al alza previstas para 2018 en Cataluña, registrando una subida del 8% respecto al año anterior hasta alcanzar los 7,00 €/m²/mes, al igual que para la Zona Centro donde la renta prime aumentó un 5% hasta los 5,50 €/m²/mes. Para 2019 se espera un incremento de aproximadamente un 4% en Cataluña hasta alcanzar los 7,25 €/m²/mes, no así en la zona Centro donde la renta prime permanecerá estable en los 5,50 €/m²/mes.

En el resto de ciudades en general la falta de oferta de inmuebles de calidad junto con la elevada demanda incrementaron las rentas en torno a un 10%. De no salir nueva superficie logística en mercados como Sevilla, Valencia o Zaragoza, será difícil que se produzca un giro de tendencia en las rentas durante el próximo ejercicio.

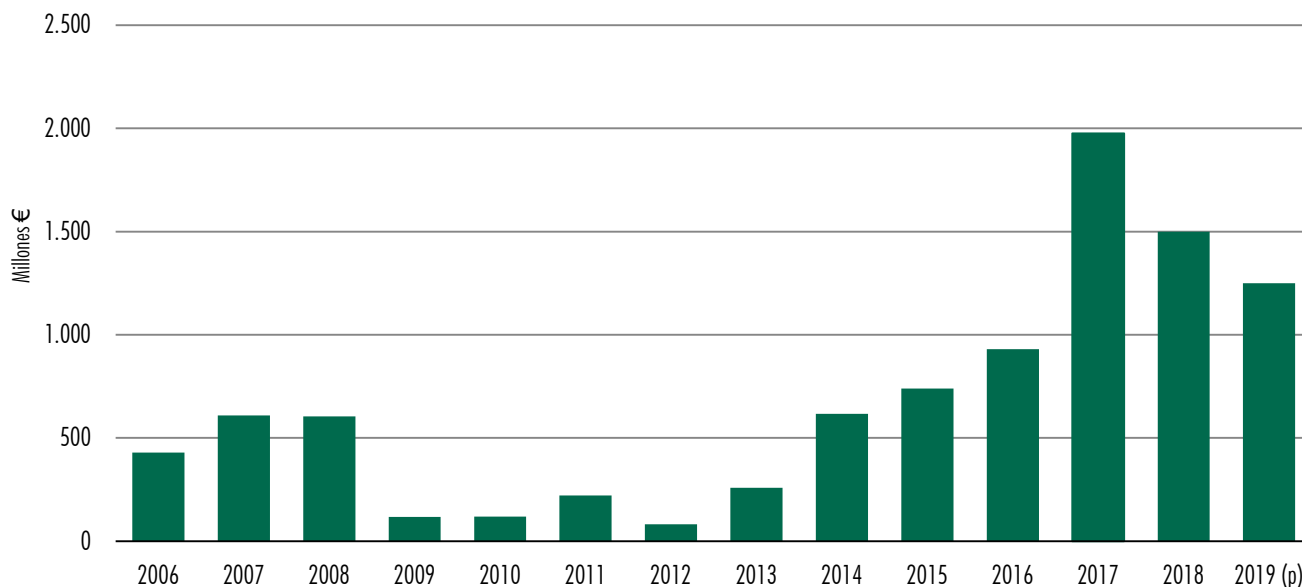
LOS NUEVOS DESARROLLOS: OBJETIVO DE LOS INVERSORES

Los €1.500 millones alcanzados en volumen de inversión en 2018 demuestra que el sector industrial y logístico continúa estando en el punto de mira de los inversores en España. En esta cifra ha tenido un peso importante la compra de activos de los portfolios de Axiare, Neinver y Lar que ha supuesto cerca del 50% de la inversión total realizada durante 2018. Los inversores internacionales han estado muy activos, principalmente los provenientes de EEUU y Reino Unido. Además, algunos fondos que anteriormente invertían en otros sectores ahora están mostrando un alto interés en el mercado logístico.

Por otra parte, en 2018 ha continuado el interés en la inversión de proyectos a riesgo. La escasez de oferta de calidad ha sido un obstáculo para los inversores en años anteriores, sin embargo ahora los fondos de inversión, socimis e inversores privados ven como una oportunidad los nuevos desarrollos que están en marcha, muchos de ellos con certificaciones medioambientales Leed o Bream.

La alta actividad compradora durante 2018 ha dado lugar a que las rentabilidades prime continúen comprimiéndose hasta el 5,25% en Madrid y Barcelona frente al 5,85% de 2017 y el 6,25% de 2016. Esperamos una ligera compresión de las yields en los primeros meses de 2019 que se estabilizará con el incremento de producto disponible en el mercado el resto del año.

VOLUMEN DE INVERSIÓN LOGÍSTICA EN ESPAÑA Y PREVISIÓN



Fuente: CBRE Research

Para el año 2019 se espera un volumen de inversión similar al de 2018. La compresión de yields, unido a cierta expectativa de cambio de ciclo, posiblemente traerá consigo un incremento de producto en el mercado, tanto de portfolios que cumplen su periodo de inversión, como *single assets* que buscarán retornos antes de maduración, aprovechando el creciente interés en el producto logístico.

Al igual que sucedió en 2018, continuará el interés por invertir en toda España. Ciudades como Valencia, Málaga, Sevilla y Bilbao atraerán a los inversores además de la Zona Centro y Cataluña.

El mercado de 2019 estará liderado principalmente por estrategias *core* y *core plus*. Por otra parte, los *fondos value add* también tendrán presencia en el mercado con operaciones de rehabilitación y promoción inmobiliaria.

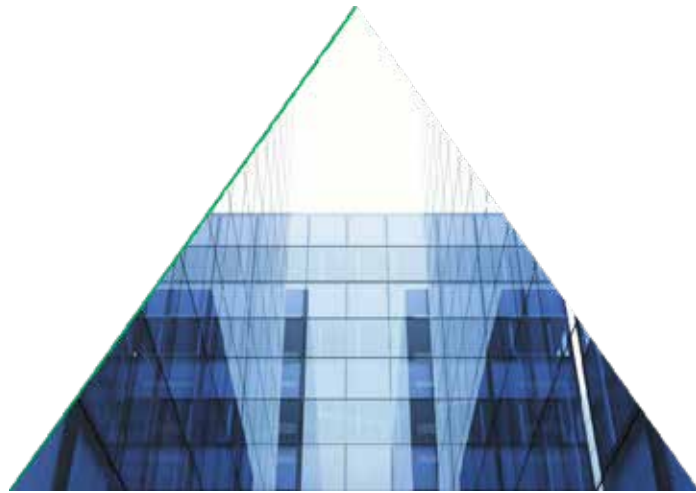
El capital procederá principalmente de China, Singapur, Corea del Sur, EE.UU. y Europa (Francia, Reino Unido y Alemania) mientras que las socimis seguirán teniendo un papel importante en el sector logístico.

OUTLOOK

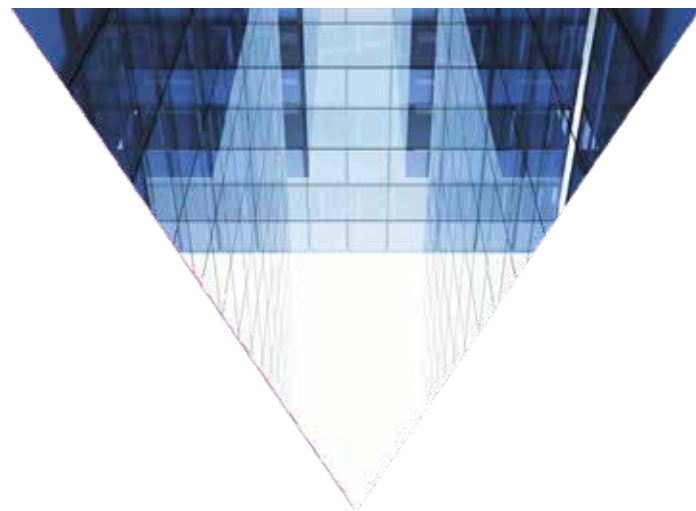
Esperamos un año 2019 muy activo tanto en mercado de ocupantes como en mercado de inversión. Se esperan altos niveles de contratación al igual que de adquisición de suelo destinado al desarrollo de nuevos proyectos.

El volumen de inversión continuará registrando niveles elevados gracias al incremento de producto en el mercado logístico.





RESIDENCIAL



Tanto la demanda como los precios de la vivienda experimentarán una ralentización de su crecimiento a lo largo de 2019. La inversión residencial continuará creciendo por el fuerte apetito de los inversores.

RESUMEN

- La evolución de la demanda de vivienda en 2018 sugiere una continuidad de la tendencia al crecimiento en 2019, aunque de forma menos intensa
- La construcción de vivienda nueva se mantiene en niveles significativamente bajos. El crecimiento de la actividad no va a suponer un cambio sustancial en la dinámica del mercado.
- El volumen del mercado de inversión residencial (4.270M€ en 2018 incluyendo operaciones corporativas) refleja la expansión y la profesionalización de un segmento tradicionalmente liderado por los pequeños patrimonios privados
- La incertidumbre normativa y política podría afectar en el corto plazo el actual dinamismo del segmento de inversión residencial.

CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

En 2018 el segmento residencial ha continuado evolucionando de forma muy positiva. La mejora de las variables macroeconómicas y una mayor liquidez de los mercados continuaron impulsando la compra de vivienda y la inversión residencial.

MODERANDO LA INTENSIDAD

La intensidad de la demanda efectiva de vivienda mantiene la senda de crecimiento iniciada a finales de 2013. Según el Ministerio de Fomento, el número anualizado de transacciones de compraventas cerradas alcanzó en 3T 2018 las 573.000 operaciones, lo que supone una tasa de incremento del 11% interanual. Las proyecciones para finales de 2018 (585.000 unidades) y 2019 (625.000 unidades) indican la continuidad del crecimiento de la demanda, aunque en tasas más moderadas.

CONSTRUCCION EN MINIMOS

La vivienda de segunda mano continúa liderando el mercado, 90% de las transacciones cerradas, como resultado de la moderada construcción de obra nueva. El volumen de unidades entregadas continúa situándose en mínimos históricos y los indicadores adelantados (visados de obra nueva) indican que el volumen de producción para los próximos 18 meses (96.500 unidades anualizadas a Octubre 2018) continuará siendo muy inferior a la media de unidades terminadas en los años 90 (264.000 unidades/año).

La intensa reducción en el número de promotores durante la crisis y los dilatados plazos para la construcción de obra nueva son dos de los factores que más están impactando en la respuesta del sector a las necesidades de la demanda. En los mercados donde la demanda está siendo más dinámica (grandes ciudades y zonas costeras), la disponibilidad del suelo y la evolución de los costes de construcción pueden comenzar a generar cuellos de botella en la producción de vivienda nueva.

DESACELERACIÓN DE LOS PRECIOS

Pese a la intensa demanda y el repunte experimentado en los últimos meses, el precio de la vivienda no está creciendo de forma intensa a nivel nacional (7,2% variación i.a. 3T 2018) y se sitúa todavía lejos de los máximos alcanzados en 2008. En línea con la evolución de la demanda, las proyecciones sobre precios apuntan a la moderación en el crecimiento para 2019 (en torno a un 4% hacia 4T 2019).

El tensionamiento de los ratio de accesibilidad a la vivienda y el posible agotamiento de la demanda solvente (principalmente de reposición) son algunos de los factores que explican la desaceleración del crecimiento tanto de la demanda como de los precios.

REPUNTA LA TASA DE ESFUERZO

Pese a los favorables tipos de interés, la tasa de esfuerzo financiero repunta ligeramente (del 30,9% en julio 2017 al 32,1% en julio 2018) como consecuencia de la moderada evolución de los salarios (rentas de los hogares) y el crecimiento de los precios de la vivienda. La esperada reforma de la ley hipotecaria -que asigna buena parte de los gastos de transacción a las entidades de crédito- podría generar un aumento sobre los costes de financiación y el consiguiente endurecimiento de la accesibilidad a la vivienda entre los hogares con mayor dependencia del crédito hipotecario.

Los precios de la vivienda crecerán en 2019 en torno a un 4%, algo menos que el año anterior.

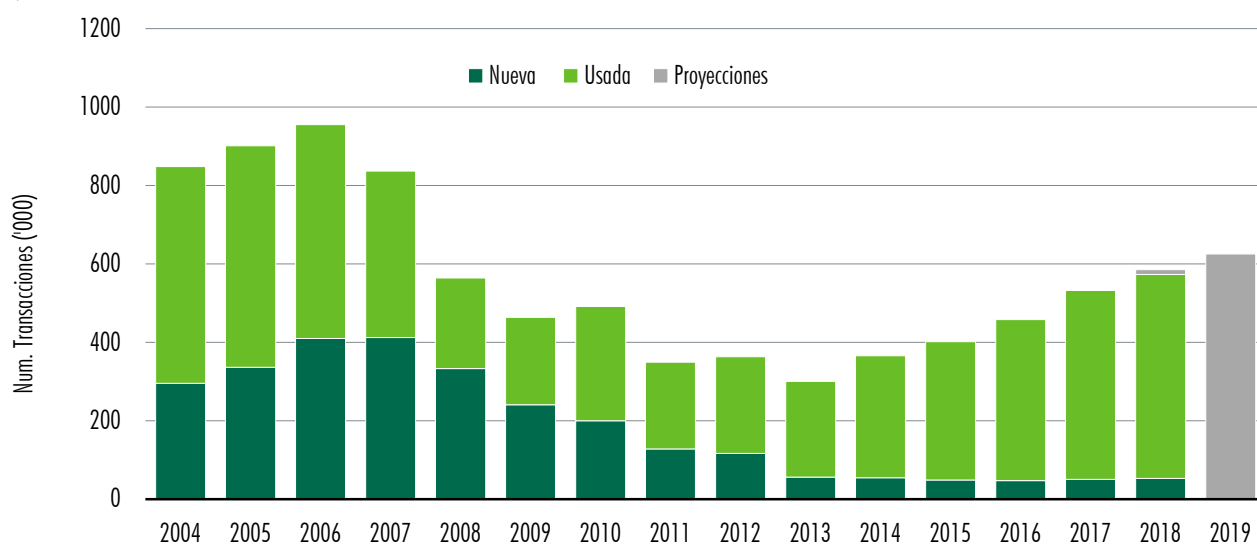
AUMENTO DEL CREDITO HIPOTECARIO

Desde el inicio de la recuperación las necesidades de financiación hipotecaria se han mantenido relativamente bajas, lo que sugería la solvencia de buena parte de la demanda. En el 3T 2018, el número de hipotecas constituidas anualmente para la adquisición de vivienda representan el 44% de las transacciones de vivienda cerradas, lejos del 57% registrado en 1T 2008, de lo que se deduce que una buena parte de la demanda de los últimos años responde a hogares con capital suficiente para asumir la compra. No obstante, el intenso crecimiento de crédito hipotecario (15% i.a en 3T 2018) y el repunte de la cuantía hipotecaria media (6% i.a. en el 3T 2018) sugieren una tendencia al alza en las necesidades de financiación de los hogares.

LA EXPANSION DEL ALQUILER

El mercado de vivienda evoluciona a distintas velocidades. En las localizaciones más consolidadas comienzan a registrar niveles equivalentes a los de antes de la crisis. En los distritos de Centro (Madrid) o Ciutat Vella (Barcelona) los precios registrados en el 2T 2018 se sitúan en niveles similares a los de 2007. El intenso crecimiento del mercado de alquiler en estas dos ciudades, donde los alquileres han aumentado un 45% en ambos casos en los últimos 4 años (T3 2018/3T 2014), está suponiendo un fuerte revulsivo para el segmento de la demanda residencial en inversión

EVOLUCION TRANSACCIONES DE VIVIENDA Y PROYECCIONES



Fuente: CBRE Research a partir de Ministerio de Fomento



DINAMISMO DEL MERCADO DE INVERSION

Una parte de la demanda de vivienda tiene su origen en los inversores institucionales que han comenzado a diversificar sus carteras de activos. El mercado de inversión residencial ha experimentado en 2018 un crecimiento importante - superando los 4.270M€. La dinámica del mercado sugiere la búsqueda de un posicionamiento rápido a través de la adquisición de volumen de unidades. Las operaciones corporativas como la compra de Testa por Blackstone (Tropic Real Estate Holding; 1.850M€) o la construcción de un nuevo vehículo entre CBRE GI, Madison y Azora (750M€) son los ejemplos más significativos de la búsqueda de una cuota significativa en el mercado español entre grandes inversores internacionales.

Por su parte, la inversión directa en activos residenciales muestra también una tendencia expansiva. En 2018 la inversión directa superó los 898 M€ lo que supone más del doble el volumen invertido en 2017 (422M€). Si bien es cierto que el volumen de inversión residencial ha estado muy condicionado por las compras de grandes carteras de activos en rentabilidad -i.e. Testa (Caixabank) y grandes proyectos llave en mano (“*built to rent*”) -i.e. Vivenio (Aquila), el incremento del número de operaciones (52 en 2018 vs 30 en 2017) confirma el apetito institucional por el segmento residencial.

El perfil de la demanda de inversión residencial es un reflejo de la transformación de este segmento del mercado. Si hace una década la demanda de activos residenciales estaba dominado por patrimonios privados nacionales, en la actualidad son los vehículos de inversión (i.e. Socimis), los fondos institucionales o las aseguradoras - participados en

muchos casos por capital extranjero- los actores más activos en este segmento. El aumento del número de inversores y el cambio de perfil de la demanda está generando operaciones de mayor volumen.

La rentabilidad media medida (“*Gross Yield*”) varía de forma significativa dependiendo de la localización, la tipología de activo, la estructura de la operación o el perfil del comprador. No obstante, la rentabilidad de los activos residenciales se sitúa en torno al 3,5-4% para los mejores activos en los mercados más consolidados de Madrid y Barcelona.

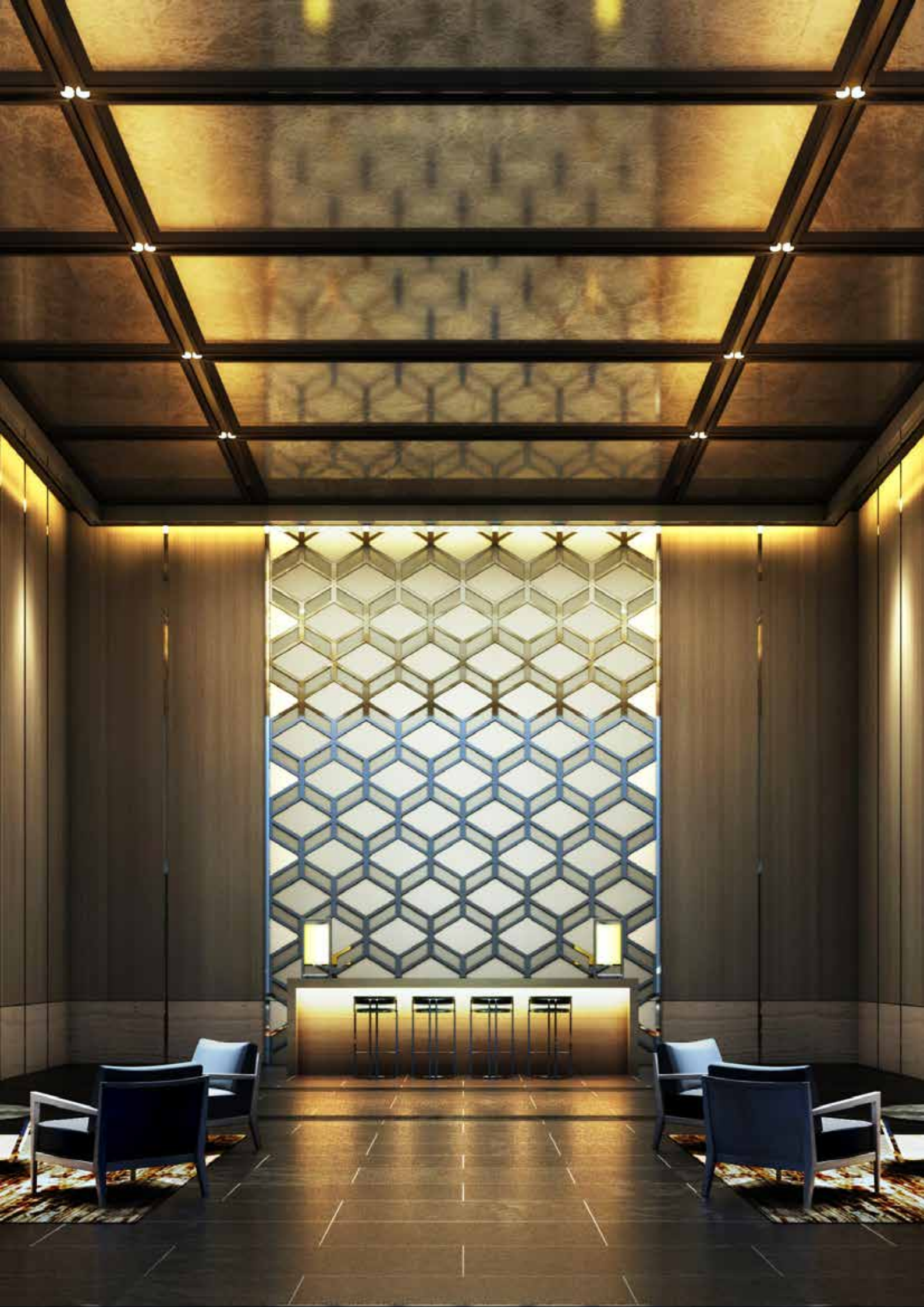
La escasez de producto adecuado a las necesidades del sector (normalmente vivienda en altura en un único desarrollo) está generando un incremento de las operaciones llave en mano (“*built to rent*”). Estas operaciones permiten al promotor diversificar sus retornos y al inversor adaptar el activo a las especificaciones del mercado. Por el momento, no se observan descuentos significativos en los precios cerrados en este tipo de operaciones dadas las expectativas de los promotores sobre la evolución de los precios en el mercado minorista.

Las perspectivas para 2019 continúan apuntando a la existencia de apetito inversor por el activo residencial. No obstante, los cambios regulatorios y los mensajes del Gobierno están generando una importante incertidumbre en el mercado. La aprobación del real decreto ley 21/2018 de 14 de diciembre reformando la actual Ley de Arrendamientos Urbanos (LAU) y que amplía de 3 a 5 años (7 en el caso de propietarios institucionales) el plazo en los contratos de alquiler, supone un cambio importante en las expectativas de los inversores y puede llegar a afectar al mercado de inversión en los próximos meses.

OUTLOOK

En 2019 la demanda y los precios de la vivienda continuarán creciendo, aunque de forma menos intensa que el año anterior. El aumento de la tasa de esfuerzo para la adquisición de vivienda, las expectativas sobre el endurecimiento de las condiciones de financiación y un entorno económico más incierto van a condicionar esta evolución.

El mercado de inversión residencial creció con fuerza en 2018. Las perspectivas apuntan a la continuidad en la tendencia expansiva en este segmento como consecuencia del aumento en el número de inversores y la capacidad de compra.





HOTELES

A pesar de la recuperación de algunos mercados competidores, 2018 cerró con buenas cifras para el sector turístico español y con récord de inversión inmobiliaria en el sector hotelero

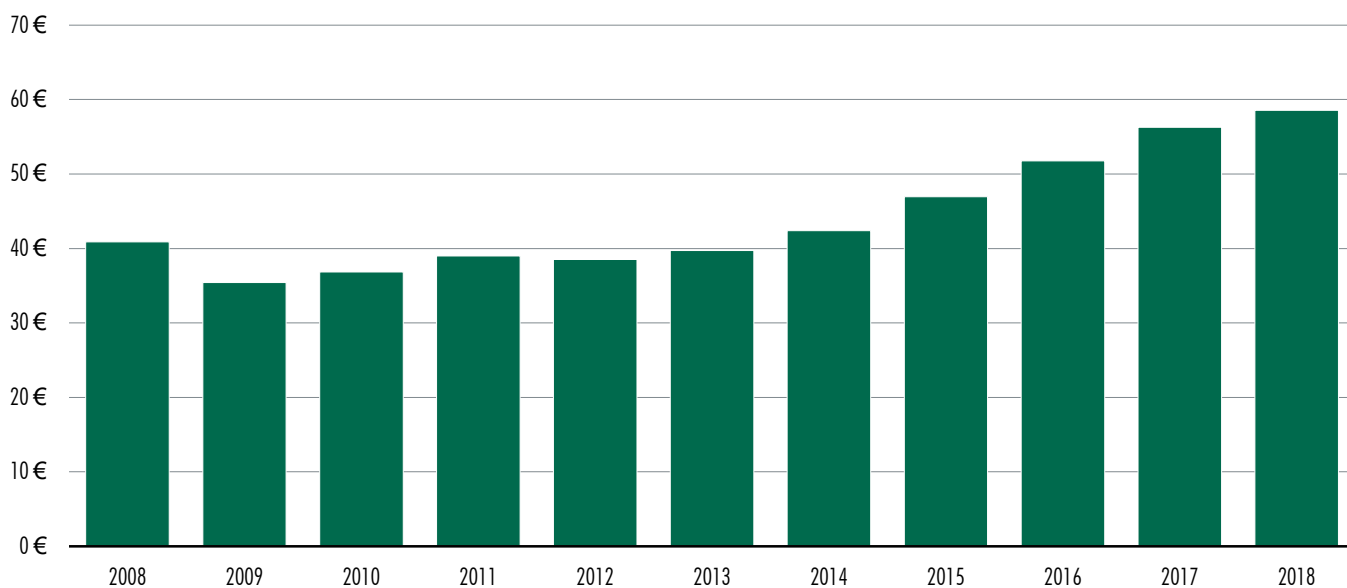
RESUMEN

- Según INE, de enero a noviembre de 2018, España recibió aproximadamente 78,4 millones de turistas, lo que supone un aumento del 0,7% respecto al mismo periodo del 2017
- A pesar de haber descendido, Reino Unido y Alemania se mantienen como principales emisores de turistas. Les sigue Francia que aumentó ligeramente.
- El gasto de los turistas internacionales aumenta un 2,8% respecto al mismo periodo del 2017
- Récord de inversión inmobiliaria en el sector hotelero durante el 2018, que alcanzó los 4.806 millones de euros, un 35% más que en el año anterior

EL MERCADO ESPAÑOL SE MANTIENE FUERTE PESE A LA RECUPERACIÓN DE MERCADOS COMPETIDORES

Como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, el mercado turístico de España tuvo otro año extraordinario en 2018. Según el INE, de enero a noviembre España recibió aproximadamente 78,4 millones de turistas extranjeros, lo que supone un leve incremento del 0,7% respecto al mismo periodo del 2017. Si bien estas cifras son muy positivas y podrían suponer un nuevo récord de turistas a cierre del 2018, la recuperación de mercados turísticos competidores como Egipto y Turquía, hace que el crecimiento del turismo se haya ralentizado.

EVOLUCIÓN DEL REVPAR – PROMEDIO ANUAL NACIONAL



Fuente: INE



Hotel Villa Magna, en el Paseo de la Castellana de Madrid, adquirido por el grupo mexicano RLH Properties

Un año más, Reino Unido y Alemania siguen siendo los países con mayor número de turistas a pesar de haber descendido un 2% y un 4,7% respectivamente respecto al mismo periodo del año pasado. Este descenso, que en cifras supone una pérdida de casi 890.000 turistas, se ha visto compensado con un aumento por parte de turistas procedentes, sobre todo, de Estados Unidos (+10,9%), Portugal (10,2%), Países Bajos (+3,5%) o Italia (+3,0%), así como de otros países europeos (+6,6%) del mundo (+4,4%), haciendo del mercado turístico español un mercado más diversificado que en años anteriores.

Los buenos resultados del sector del turismo, a pesar de la recuperación de otros países competidores, pone de relieve el atractivo de España como destino turístico nº 1

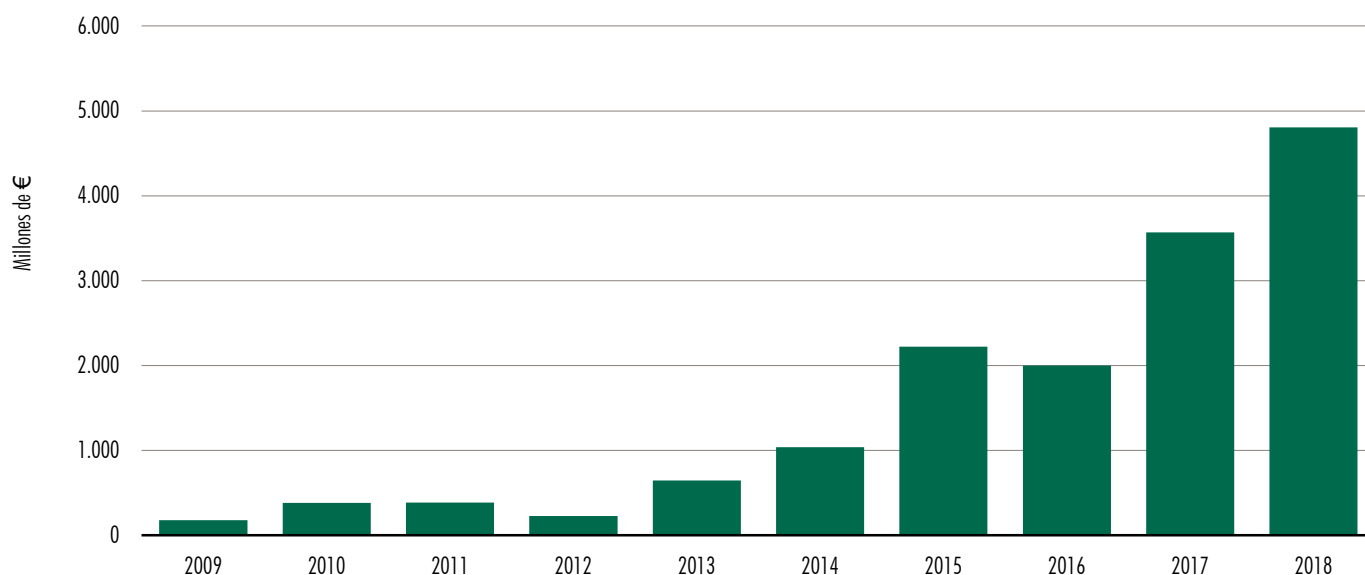
Las comunidades autónomas que más turistas atrajeron durante el 2018 hasta el mes de noviembre volvieron a ser Cataluña (-0,8%), Baleares (-0,1%) y Canarias (-3,6%). Estas comunidades autónomas se han visto afectadas por la pérdida de turistas británicos y alemanes en favor de otros destinos alternativos que hacen competencia con España en turismo vacacional. Sin embargo, este descenso se ha visto compensado con el crecimiento de algunos mercados urbanos como Madrid, Valencia, Sevilla o Málaga, lo que ha supuesto un aumento de turistas en la Comunidad de Madrid (+6,9%), la Comunidad Valenciana (+3,0%), Andalucía (+1,2%), y otras comunidades autónomas (+5,5%).

El gasto realizado por los turistas extranjeros asciende hasta noviembre a 84.811 millones de euros, un 2,8% más que en el mismo periodo del año pasado. Los turistas del Reino Unido, a pesar de haber descendido en número, aumentaron su gasto medio un 4,82%, lo que supone un aumento de su gasto en total en España en un 2,8%. En cuanto a los alemanes, a pesar de haber aumentado también el gasto medio un 2,42%, hasta noviembre gastaron un 2,4% menos que en el mismo periodo de 2017.

RÉCORD DE INVERSIÓN HOTELERA

El año 2018 se cierra con un nuevo récord de inversión en hoteles en España, con una cifra de más de 4.800 millones de euros. Esta cifra representa un aumento del 35% interanual. Las regiones que alcanzaron los mayores volúmenes de inversión fueron las Islas Canarias, Baleares, Andalucía y Cataluña. En 2018, las transacciones más importantes han sido la adquisición de Hispania por Blackstone, cuya cartera hotelera se estimó con un valor aproximado de 1.700 millones de euros y la compra del Hotel Villa Magna en Madrid por parte del grupo mexicano RLH Properties y por el que desembolsaron 210 millones de euros.

VOLUMEN DE INVERSIÓN HOTELERA EN ESPAÑA



Fuente: CBRE Research

BUENAS PERSPECTIVAS DE CARA AL 2019

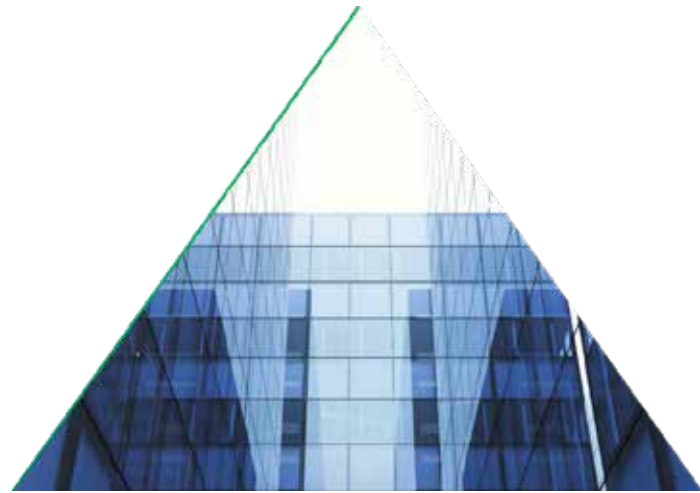
Esperamos un 2019 positivo, con una suave ralentización del crecimiento de algunos mercados urbanos como Madrid y unos niveles de rentabilidad similares a los alcanzados en 2018 en los principales destinos vacacionales como Cataluña, Canarias, Costa del Sol o Baleares. Seguiremos viendo mucha actividad, tanto por parte de operadores hoteleros en su estrategia de extender a España nuevas marcas y conceptos tanto por parte de inversores en busca de mayor rentabilidad.

Cadenas hoteleras nacionales seguirán con sus planes de desinversión para reducir deuda y generar recursos para invertir en nuevos destinos, tecnología y marcas. Adicionalmente algunos fondos de *private equity* podrían vender parte de sus carteras una vez han concluido sus estrategias de reposicionamiento de activos hoteleros iniciada años atrás. Si bien será difícil alcanzar los volúmenes de inversión registrados en los dos últimos años, esperamos un buen comportamiento de la inversión inmobiliaria hotelera a lo largo del año 2019.

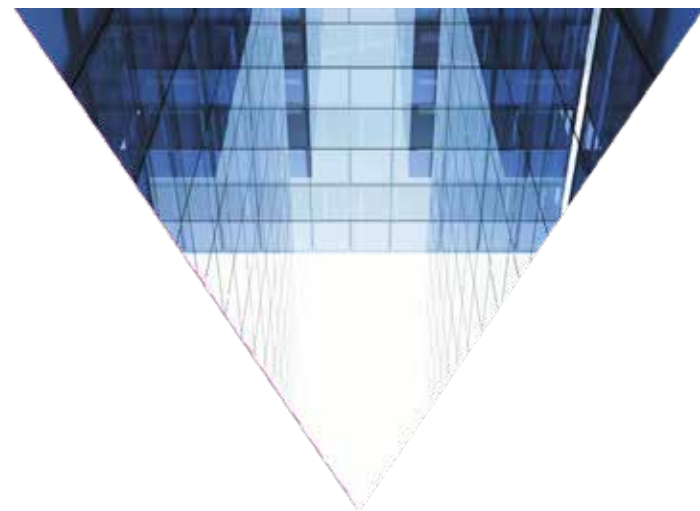
OUTLOOK

En 2019 el mercado español seguirá creciendo aunque a tasas más moderadas que en años anteriores. Anticipamos que los mercados vacacionales, a pesar del resurgimiento de mercados competidores, van a seguir fuertes y los mercados urbanos van a seguir creciendo con una suave ralentización de este crecimiento. Se espera un buen comportamiento de la inversión inmobiliaria hotelera, aunque difícilmente se alcanzarán las cifras registradas en años anteriores.





MERCADOS ESPECIALIZADOS



Los inversores tradicionales están viendo en los activos alternativos una buena oportunidad para diversificar sus carteras. Las operaciones en este mercado suelen fundamentarse en la asociación entre inversores (PropCo) y operadores (OpCo).

RESUMEN

- El mercado de inversión en activos inmobiliarios alternativos en España continúa creciendo. En 2018 las residencias de estudiantes y geriátricos han sido los sectores que han experimentado un mayor dinamismo
- El número de inversores en productos alternativos continúa aumentando. Si en los últimos años han sido los fondos internacionales los que han liderado el mercado, actualmente comenzamos a ver tanto vehículos de inversión como gestores de activos nacionales entrando en este mercado.
- En el sector de geriátricos, los inversores están yendo de la mano de grandes operadores internacionales en expansión, buscando la obtención rápida de cuota dentro del mercado.
- La dinámica en el sector de las residencias de estudiantes, parece estar tendiendo hacia un crecimiento más orgánico, donde la compra individualizada de activos o el desarrollo de proyectos están adquiriendo un mayor peso.

DINAMISMO DEL MERCADO

El mercado de los activos inmobiliarios alternativos se posiciona como uno de los segmentos con mayor atractivo para los inversores. Impulsado por la evolución socio-demográfica (envejecimiento de la población, aumento de la esperanza de vida, etc.) y por las necesidades sociales, los inversores en activos alternativos están encontrando rentabilidades interesantes en segmentos por lo general muy estables y contra-cíclicos.

Este mercado se encuentra todavía en un momento de incipiente desarrollo en España donde los actores buscan un rápido posicionamiento dentro del sector.

El perfil de la demanda responde al del tándem compuesto por inversores institucionales – principalmente extranjeros- (PropCo) con músculo financiero soportando un plan de expansión de grandes operadores (OpCo) con experiencia contrastada en el sector. La oferta, por otro lado, está compuesta principalmente por pequeños patrimonialistas privados o agregadores de mercado que consiguen generar volumen creando carteras de activos. La tipología de operaciones en este mercado tienden a ser muy variadas, no obstante por el momento las compras corporativas de operadores con volumen tienden a primar sobre la adquisición directa de activos.

Las operaciones corporativas sugieren un estado de desarrollo incipiente de mercado. En una primera fase, los inversores buscan el posicionamiento rápido a través de un operador existente. Una vez establecidos, tienden a desarrollar, en una segunda fase, una estrategia de crecimiento orgánico a través de la compra individualizada de activos.

Bajo la denominación genérica del mercado inmobiliario de productos alternativos se engloban una variedad de sectores muy diferentes y definidos por una dinámica y unos *drivers* particulares. El elemento clave que engloba la diversidad de activos es la importante transformación de la demanda. Los estudiantes buscan espacios para interactuar, las familias demandan servicios que mantenga la calidad de vida de los dependientes, etc. En este sentido los operadores requieren espacios donde el diseño esté al servicio de las necesidades de las personas, lo que supone en muchos casos la transformación de los modelos de negocio tradicionales. La operativa en la prestación de los servicios es, por tanto, un elemento clave para la inversión ya que afecta de manera significativa en última instancia al valor y la viabilidad en el medio plazo del activo inmobiliario.

¹ CBRE EMEA Investor Intentions Survey 2018; based on 350 respondents



En 2018 CBRE ha registrado algo más de 20 operaciones en el conjunto del mercado de activos alternativos. La mayoría de estas operaciones se han concentrado en residencias de estudiantes y tercera edad y responden a la tipología de compra corporativa. La opacidad de muchas de las operaciones hace difícil la estimación del volumen de este mercado.

RESIDENCIAS DE LA TERCERA EDAD

El envejecimiento de la población española, el aumento de la esperanza de vida y una oferta muy limitada (3,2 camas asistenciales por cada 100 habitantes frente a las 5 recomendadas por el WHO) son algunos de los factores que apuntan a al actual desequilibrio y el potencial de este sector de mercado.

En los últimos 18 meses el mercado ha estado liderado por la entrada de grandes actores internacionales como DomusVi u Orpea (Francia) asociados con fondos de inversión. Si en el caso de DomusVI la consolidación como líder del mercado en España vino de la mano de PAI Partners y la compra de operadores nacionales (Geriatros y SAR Quavita), en el caso de Orpea el fondo canadiense CPPIB ha sido el socio financiero en la adquisición de Sanyres.

La estrategia en ambos casos ha sido la compra de operadores locales y un rápido posicionamiento en términos de cuota de mercado.

En 2018 la dinámica del mercado ha continuado en esta línea de la mano tanto de actores internacionales como nacionales. Operadores como Korian o Armorea (La Saleta) han realizado diversas operaciones corporativas buscando un posicionamiento en el mercado español. Mientras, gestores como HealthCare Activos (de la mano de Oaktree) han expandido de forma significativa su cartera de activos a lo largo de este año.

Las operaciones en el sector de residencias de la 3ª Edad responden al perfil de adquisiciones corporativas sobre operadores con una cartera significativa de centros en explotación. La compra de Esgra Residencias (8 centros) por parte de La Saleta o la adquisición de Seniors por parte de Korian –líder europeo de residencias-, son algunos ejemplos de esta tendencia. En la mayoría de los casos, las operaciones se completan con operaciones de Sale and Leaseback sobre los activos inmobiliarios (i.e. Primonial REIM sobre la cartera de Esgra). Las perspectivas para 2019 apuntan a la continuidad en el proceso de consolidación de grandes grupos operadores a través de operaciones corporativas.

RESIDENCIAS DE ESTUDIANTES

Las expectativas de crecimiento de este mercado se basan en una demanda nacional en crecimiento, la movilidad impulsada por el Plan Bolonia (8 millones de estudiantes para 2020) y el saldo positivo en el flujo de estudiantes internacionales; España es junto a UK el único país que recibe más estudiantes erasmus de los que envía al exterior. La limitada y obsoleta oferta de plazas ha impulsado en los últimos tres años la entrada de grandes operadores internacionales como GSA o Greystar soportados por un músculo financiero sólido (GSA-F) o apoyados por fondos de inversión globales como CBRE-GI/AXA REIM. A lo largo de 2018 han comenzado a operar actores nacionales como Plenium Partners y Bankinter.

Si en 2017 estos actores se posicionaron en España a través de las compras de grandes carteras de operadores locales como RESA (Greystar) o NEXO (GSA), en 2018 la actividad del sector se ha dirigido hacia el desarrollo de nuevos centros. La falta de producto adaptado a las necesidades de la demanda en España está impulsando la promoción de residencias entre los operadores lo que pone de manifiesto la obsolescencia de parque. Existe un número importante de proyectos en construcción, es el caso de GSA/Nexo en 22@ Barcelona, Greystar en Bilbao y Málaga.

A diferencia del segmento de tercera edad, la tendencia en el mercado de residencias apunta hacia un crecimiento más orgánico. Las perspectivas apuntan hacia la creación de activos más flexibles y acordes con las necesidades de la demanda.

MERCADOS EN CRECIMIENTO

A lo largo de 2018, los segmentos vinculados a la movilidad urbana y el sanitario-hospitalario continúan experimentando un importante dinamismo. El cierre de operaciones como la compra por parte de BP de Kingbook Inversiones (65 estaciones de servicio), el control del 99% del accionariado de Saba por parte de CriteríaCaixa (1.175 estacionamientos gestionados) o la venta de la cartera de los 3 centros Quirón (a la patrimonialista GT3) son algunos ejemplos del interés de la demanda por esta tipología de activos.

En España las grandes cadenas de operadores han conseguido una cuota de mercado muy importante de la mano de inversores institucionales dispuestos a participar de la expansión del mercado

CONTACTOS

RESEARCH ESPAÑA

Lola Martínez Brioso

Directora de Research

+34 608 001 266

lola.martinez@cbre.com

Jaume Masip-Tresserra, Ph.D., Ph.D.

Director de Forecasting & Analytics

+34 627 588 609

jaume.masip@cbre.com

Concepción Mínguez

Departamento de Research

+34 626 456 129

concepcion.minguez@cbre.com

Alberto Román

Departamento de Research

+34 607 189 001

alberto.roman@cbre.com

Erik-Jan Buikema

Departamento de Research

+34 678 647 739

erikjan.buikema@cbre.com

GLOBAL RESEARCH

Richard Barkham, Ph.D.

*Head of Research, Americas
and Chief Economist, Global*

+1 617 912 5215

richard.barkham@cbre.com

[@RichardJBarkham](https://twitter.com/RichardJBarkham)

Neil Blake, Ph.D.

*Head of Forecasting
and Analytics, Global*

+44 207 182 2133

neil.blake@cbre.com

[@NeilBlake123](https://twitter.com/NeilBlake123)

Henry Chin, Ph.D.

*Head of Research,
Asia Pacific / EMEA*

+852 2820 8160

henry.chin@cbre.com.hk

[@HenryChinPhD](https://twitter.com/HenryChinPhD)

Spencer G. Levy

*Chairman of Americas
Research and Senior
Economic Advisor*

+1 617 912 5236

spencer.levy@cbre.com

[@SpencerGLEvy](https://twitter.com/SpencerGLEvy)

Jos Tromp

Head of Research, EMEA

+31 20 626 2691

jos.tromp@cbre.com

Para saber más sobre CBRE Research, o acceder a otros informes de mercado, puedes visitar Global Research Gateway en

www.cbre.com/research.

Disclaimer: Information contained herein, including projections, has been obtained from sources believed to be reliable. While we do not doubt its accuracy, we have not verified it and make no guarantee, warranty or representation about it. It is your responsibility to confirm independently its accuracy and completeness. This information is presented exclusively for use by CBRE clients and professionals and all rights to the material are reserved and cannot be reproduced without prior written permission of CBRE.

CBRE



**CURSO/GUÍA PRÁCTICA
DE
MARKETING
INMOBILIARIO
Y
ESTUDIOS DE MERCADO INMOBILIARIOS**





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	20
PARTE PRIMERA	21
El marketing inmobiliario y la creación del producto inmobiliario.	21
Capítulo 1. El producto inmobiliario atendiendo a la demanda.	21
1. Las necesidades de la demanda potencial de un producto inmobiliario.	22
a. El producto inmobiliario y el mercado.	23
b. Diseño y presentación del producto inmobiliario.	23
c. Competencia de otros promotores inmobiliarios.	23
d. Capacidad técnica y de producción para el producto inmobiliario previsto.	24
e. Capacidad financiera.	24
f. Canales de comercialización del producto inmobiliario.	24
2. Estrategia de suelo en el que promocionar.	25
3. Cálculos y estudios de rentabilidad inmobiliaria.	26
TALLER DE TRABAJO	28
El Marketing inmobiliario en internet (Inbound marketing).	28
TALLER DE TRABAJO	40
Esquemas. Las 4 P del marketing inmobiliario: (Producto, Precio, Plaza y Promoción).	40
PARTE SEGUNDA	52
Departamento de marketing de una promotora inmobiliaria.	52
Capítulo 2. El equipo comercial de promotora inmobiliaria	52
1. Uno sólo vende 1 piso. Un equipo de 2, vende 5 pisos.	52
2. El Jefe de Ventas de una Promotora Inmobiliaria: es más fácil vender que enseñar a vender.	59
TALLER DE TRABAJO.	64
Organigrama comercial de una empresa inmobiliaria.	64
1. La gestión comercial en la estructura de la empresa inmobiliaria.	64
Dirección de marketing o comercial	64
2. Funciones de dirección para la promoción y venta de inmuebles.	65
Planificación	65
Organización	65
Personal	65
Dirección	65
Control	66
a. Estrategia de productos inmobiliarios.	66
b. Estrategia publicitaria y promocional inmobiliaria.	67
Equipos de ventas y colaboradores externos.	67
Participación en la política de precios.	67
Investigación comercial.	67
3. Organización de la Dirección Comercial inmobiliaria.	68
a. Las formas de organización	68
b. Servicios de apoyo a la Dirección Comercial.	70
Servicio de Estudios Comerciales (SEC).	70



Servicio de Ejecución de Ventas (SEV).	71
TALLER DE TRABAJO	72
¿Cómo diseñar un producto inmobiliario?	72
1. Perspectiva comercial del producto inmobiliario.	72
2. Producto que encaje en la demanda inmobiliaria.	73
3. Diseño del producto inmobiliario.	73
4. Análisis de la competencia inmobiliaria.	74
5. Análisis realista de la capacidad de la promotora inmobiliaria para un producto inmobiliario.	74
6. Estimación del coste de marketing de un producto inmobiliario.	74
TALLER DE TRABAJO	76
La perspectiva comercial en la selección de suelo para promociones inmobiliarias.	76
1. Búsqueda y selección de suelo para una promoción inmobiliaria.	76
2. Determinar el tipo de suelo a adquirir.	77
a. Detalle del tipo de suelo de interés.	77
b. Información urbanística e inmobiliaria requerida.	77
c. Plan de negociación con presencia de la propiedad.	77
3. Estudio preliminar de rentabilidad.	78
TALLER DE TRABAJO	79
La perspectiva comercial en la concepción del producto inmobiliario.	79
1. ¿Cuáles son los factores de aprecio del producto inmobiliario?	79
a. Cualidades funcionales.	79
b. Relación precio/calidad.	80
c. Aprovechamiento de superficie y distribución.	80
d. Diseño exterior del inmueble. Fachadas.	80
d. Diseño interior del inmueble. Acabados.	80
e. Nombre de la promoción.	81
f. Reputación y marca de la promotora inmobiliaria.	81
2. Diseño y concepción del producto.	81
a. Fidelidad al estilo de la promotora inmobiliaria. Satisfacción de clientes anteriores.	82
b. Comparativa con competencia.	82
c. Tendencias de diseño inmobiliario.	82
3. Factores comerciales a considerar en la selección de promociones inmobiliarias.	82
a. Suelo. Zona y entorno.	82
b. Rentabilidad.	82
c. Mercado de zona. Demanda.	82
d. Concepción general del encaje de la promoción inmobiliaria en la zona.	83
TALLER DE TRABAJO.	84
¿Cómo establecer el precio correcto?	84
1. Precios en función del coste	84
2. Precios en función de un conocimiento superficial de la oferta	85
3. Precio adecuado y marketing de soporte.	86
TALLER DE TRABAJO	89
Planificación, comercialización y marketing de áreas industriales.	89
1. El Plan Director y precomercialización.	89



2. Comercialización de parques empresariales.	90
3. Innovación en el Plan Director y diferenciación para mejorar el marketing.	92
4. Comercialización y Marketing de áreas empresariales. Métodos.	92
5. Fases en la comercialización	93
Estudio de alternativas estratégicas de comercialización.	93
Elaboración del plan integral de comercialización.	93
Precomercialización de un área piloto.	94
Comercialización de un área piloto.	94
Precomercialización del resto del ámbito.	95
Comercialización del resto del ámbito.	95
6. Política de comunicación ajustada al marketing.	95
7. Clases de Marketing.	96
Caso práctico. El proceso de marketing de un área empresarial	97
TALLER DE TRABAJO.	99
Prima de riesgos y rentabilidad de suelo industrial (polígonos industriales y logísticos).	99
CHECK-LIST	101
Realización de un Plan director de comercialización relacionado con el plan de negocio y el estudio de rentabilidades (TIR / VAN)	101
Elaborar el Plan Director	101
Elaborar el Plan de Precomercialización	101
Elaborar el Plan de Comercialización	101
Establecer la estrategia de Comunicación	101
Elaborar el Plan de Marketing (incl. DAFO)	101
Elaborar la Cuenta de Resultados Previsional y estudio de rentabilidades (TIR / VAN)	101
PARTE TERCERA	102
Marketing mix inmobiliario.	102
Capítulo 3. Plan de Marketing y marketing mix (producto inmobiliario demandado, precio, publicidad).	102
• Política de productos.	102
• Política de precios.	102
• Política de fuerzas de venta.	102
• Política de publicidad, promoción y relaciones públicas.	102
TALLER DE TRABAJO	104
¿Qué es el marketing mix inmobiliario? Las "4Ps"	104
1. La función del marketing mix será la de lograr incrementar la satisfacción del cliente, para que éste vuelva a escoger el producto y además lo recomiende.	104
2. Las "4Ps"	106
Precio	106
Producto	106
Distribución	106
Promoción	106
3. Las 3P que se añadieron a las 4P.	106
Personal	107
Procesos	107
Presentación	107
TALLER DE TRABAJO	108



El estudio del mercado. Marketing estratégico: el plan de marketing. Marketing mix: precio, producto, promoción y distribución. _____ 108

1. El estudio del mercado _____	108
Precio _____	108
Clientes potenciales _____	108
Competencia _____	108
2. El mercado inmobiliario. _____	109
a. Tamaño del mercado _____	109
b. Estructura del mercado _____	110
c. Estructura del mercado _____	110
3. La clientela inmobiliaria. _____	111
¿Qué hay que saber de los clientes? _____	111
4. ¿Cómo y dónde encontrar información sobre el potencial cliente inmobiliario? _____	112
5. El producto inmobiliario. _____	113
6. ¿Cómo diferenciar el producto inmobiliario? La marca. _____	114
7. El precio _____	115
8. La publicidad inmobiliaria: dar a conocer el producto con un mensaje adecuado a los compradores inmobiliarios. _____	116

Capítulo 4. El marketing en el proceso de concepción de productos inmobiliarios. Características del producto inmobiliario. _____ 118

La importancia de los factores en el diseño y concepción del producto. _____	118
• Cualidades funcionales _____	118
• Relación de calidad _____	118
• Superficie y distribución _____	118
• Estética externa _____	118
• Estética interna _____	118
• Nombre _____	118
• Marca _____	118

TALLER DE TRABAJO _____ 121

Los factores que aseguran el éxito de un producto inmobiliario. _____	121
Factor suelo. _____	121
Factor rentabilidad. _____	122
Factor mercado/demanda. _____	122
Factor zona _____	122
Factor duración de promoción inmobiliaria. _____	122
Factor diseño del producto inmobiliario. _____	122
Factor financiación. _____	122
Factor planning de construcción. _____	122
Factor calidad de producto inmobiliario. _____	123
Factor precio _____	123

Capítulo 5. Técnicas de marketing inmobiliario según el producto. _____ 124

1. Para producto residencial _____	124
a. Demanda familiar _____	125
b. Demanda unipersonal _____	126
c. Segunda residencia _____	126
d. Tercera edad _____	127
e. Inversores _____	128
2. Para oficinas, industrias y locales comerciales _____	128
a. Producto industrial _____	128
b. Producto terciario (oficinas y locales) _____	128
c. Garajes y varios. _____	129



TALLER DE TRABAJO	130
¿Qué nos enseña un estudio previo de la demanda inmobiliaria?	130
Motivaciones de los compradores inmobiliarios.	130
Características del producto inmobiliario.	130
Características de la demanda inmobiliaria.	131
Capítulo 6. Los elementos que deciden la compra de una vivienda.	132
1. Introducción.	132
2. Primera residencia	133
Ubicación	133
Precio	133
Calidades de la vivienda	133
Transporte público	135
Proximidad al lugar de trabajo o estudios de los miembros del hogar.	135
3. Segunda residencia	135
Ubicación	135
Precio	135
Calidades de la vivienda	135
Climatización	135
Inversión.	136
4. Conclusión. La valoración de la postventa como imagen de marca.	137
Capítulo 7. La publicidad para dar a conocer el producto.	139
1. Introducción al ámbito publicitario.	139
2. Concentración en prensa.	141
3. Requisitos del anuncio en prensa.	141
4. La radio.	142
5. Requisitos de la cuña publicitaria en radio.	143
6. La visita, la clave de la venta.	144
7. El folleto.	144
8. Requisitos del folleto a entregar en la visita.	144
9. Las técnicas agresivas americanas.	145
10. La información por teléfono	146
TALLER DE TRABAJO	149
Caso práctico. ¿Cómo diseñar un folleto informativo de una promoción inmobiliaria?	149
1. Los datos técnicos figuran en el estudio de viabilidad de la promoción inmobiliaria.	149
2. Preparación de la documentación para ser adjuntada en folleto informativo.	150
Planos	150
Memoria de calidades.	150
Precios y condiciones de pago.	150
Documentación contractual y legal.	151
Diseño de la carpeta de presentación.	151
TALLER DE TRABAJO.	153
¿Hay alguna estrategia infalible para vender inmuebles? No.	153
TALLER DE TRABAJO	155



Las claves de un buen anuncio de venta de vivienda. _____	155
1. La descripción de la vivienda. _____	155
2. La foto de calidad. _____	155
3. El vídeo inmobiliario. El detalle al que no llega la foto. _____	155
4. Las redes sociales. _____	156
TALLER DE TRABAJO _____	157
El Home Staging en el marketing inmobiliario. Diferencias entre el Home Staging y el interiorismo. _____	157
1. ¿Qué es el home Staging? _____	157
2. Origen del Home Staging. _____	158
3. Diferencias entre el Home Staging y el interiorismo. _____	158
4. Ventajas del Home Staging. _____	159
5. Técnicas Home Staging. _____	160
a. Resaltar los puntos fuertes y minimizar los puntos débiles de un inmueble. _____	160
b. Consejos del Home Staging. _____	161
6. ¿Por qué es mejor que lo haga un profesional de Home Staging? _____	162
TALLER DE TRABAJO. _____	164
El dossier de ventas: la respuesta a todas las preguntas. _____	164
Dossier de información _____	164
Sobre la empresa. _____	164
Sobre la obra. _____	164
Sobre la oferta y la demanda. _____	164
Sobre la comercialización. _____	165
Sobre el producto. _____	165
Sobre la venta. _____	165
Fichas de venta inmobiliaria. _____	165
Postventa. _____	166
PARTE CUARTA _____	167
Marketing inmobiliario para comerciales. _____	167
Capítulo 8. Técnicas de marketing inmobiliario en relaciones personales. ___	167
1. La importancia del contacto personal. _____	167
2. El primer contacto: el decisivo. _____	169
3. No es caro: lo vale. _____	172
4. Una respuesta a cada "pero". _____	173
TALLER DE TRABAJO _____	177
Métodos de venta inmobiliaria para agentes inmobiliarios de la propiedad e intermediarios. _____	177
1. Método de comprensión del cliente inmobiliario. _____	177
a. Comprender al cliente inmobiliario identificando pros y contra. _____	177
b. Influir. _____	178
c. Match. _____	178
d. Actuar. _____	178
2. Modelo KANO _____	178
a. Los factores que diferencian un producto inmobiliario. _____	178



1. Factores lineales o normales. Las características de una marca inmobiliaria.	178
2. Factores indiferentes que no dan valor añadido al producto inmobiliario pero suponen un coste innecesario.	179
3. Factores imprescindibles o básicos para determinados clientes (ej. el golf en el turismo inmobiliario de lujo).	179
4. Factores de rechazo (los problemas de comunicación por el idioma con los clientes extranjeros: inseguridad y desconfianza).	179
b. Categorías del modelo Kano.	179
1. Calidad mínima requerida a un inmueble (Must be quality).	179
2. Calidad deseada (Performance).	179
3. Calidad atractiva o motivadora (Delighter).	180
4. Calidad indiferente (Indifferent).	180
5. Calidad unidimensional.	180
3. Método SPIN o XEROX aplicado a la intermediación inmobiliaria.	180
a. Situación. ¿Quién es el cliente inmobiliario y qué demanda?	181
b. Problema. El producto inmobiliario que ofrece resuelve el problema del cliente. ¡Escuche a su cliente antes de ofrecer nada!	181
c. Implicación. ¡Podríamos ayudarle con estos inmuebles!	181
d. Beneficio. El cliente inmobiliario descubre que este inmueble ofertado es la solución.	181
4. Método "conozca a su cliente" inmobiliario. Know Your Customer (KYC).	182
5. Método AIDA en la intermediación inmobiliaria.	183
a. Las fases que sigue un cliente en el proceso de decisión de compra.	183
b. Difícilmente se producirá una venta, si primero no se ha captado la atención del cliente.	183
c. Etapas del modelo AIDA en marketing y ventas.	183
1. Atención del cliente.	183
2. Interés	184
3. Deseo	184
4. Acción	185
5. La fidelización del cliente. El modelo NAICDASE.	185
d. El método AIDA en la estrategia de marketing digital inmobiliario.	186
e. Ejemplos prácticos del sistema AIDA en la intermediación inmobiliaria.	187
Atrae la atención del cliente/attention.	187
Generar un interés en el cliente/interest.	187
Convierte el interes en deseo/desire	187
Animar a actuar/action	187
6. Métodos de corrección de errores. Satisfacer a los clientes inmobiliarios insatisfechos.	188
Precio de la competencia.	188
No se ha cuidado al cliente inmobiliario.	188
Fallos del servicio de atención al cliente.	188
TALLER DE TRABAJO	190
Software inmobiliario, una solución al problema. Software CRM (Customer Relationship Management) en la intermediación inmobiliaria.	190
1. Qué es CRM: Customer Relationship Management y Software CRM en la intermediación inmobiliaria.	190
2. ¿Para qué sirve un Software CRM inmobiliario?	190
3. Características de un CRM inmobiliario.	191
4. Clase de CRM inmobiliario.	191
CRM Operativo	191
CRM Analítico	191
CRM Colaborativo	192
5. Ventajas y Beneficios de un sistema CRM inmobiliario.	192
TALLER DE TRABAJO.	193



Guía de conversación en marketing inmobiliario telefónico. _____	193
Comprador: Al contado _____	196
TALLER DE TRABAJO. _____	198
Check-list de los pasos a seguir en el proceso de venta. _____	198
1. Aspectos generales de la actividad comercial inmobiliaria. _____	198
2. ¿Qué decir en la primera visita del cliente? _____	202
3. El momento del “sí compro”. _____	203
Capítulo 9. El Piso piloto: la clave del éxito. _____	206
1. ¿Por qué es tan decisivo el piso piloto? _____	206
2. ¿Por qué el piso piloto no puede ser la oficina de venta? _____	212
3. Oficinas centrales de venta. _____	213
4. Oficinas periféricas de ventas. _____	213
5. Oficinas móviles de venta. _____	213
Capítulo 10. Estructuración por fases de aproximación del cliente en la venta inmobiliaria: claves para el éxito. _____	215
1. La visita o presentación de la oferta inmobiliaria. _____	217
2. ¿Cómo efectuar la oferta _____	218
3. Tratamiento de las objeciones. _____	218
4. Remate de la venta y seguimiento del cliente. _____	219
5. Conclusiones _____	222
TALLER DE TRABAJO. _____	224
Argumentos de venta _____	224
Capítulo 11. La postventa. Entrega de viviendas y servicio al cliente: imagen de marca. _____	227
TALLER DE TRABAJO. _____	230
El servicio postventa inmobiliario _____	230
TALLER DE TRABAJO. _____	231
La postventa inmobiliaria, la gran asignatura pendiente. _____	231
Capítulo 12. La fidelización del cliente. _____	233
1. Vale más un cliente que una venta. _____	233
2. La fidelización según se la clase de promotora. _____	234
3. Ahorre de costes de comercialización. _____	236
4. Vender otros productos a los mismos clientes. _____	237
5. Indicadores de satisfacción y mercado. _____	237
6. Aumentar el valor añadido día a día. _____	238
Capítulo 13. El marketing en la promoción en comunidad y cooperativa. ____	240
1. Introducción. _____	240
2. ¿Por qué se vende mal y con margen de beneficio, frente a la gran demanda? ____	240
3. Cuando el ahorro no vence las dudas del futuro comunero. _____	241



4. El perfil de la demanda. Gran ciudad: cooperativa. Mediana: comunidad.	244
5. Ventajas e inconvenientes de las cooperativas y comunidades.	246
Capítulo 14. Consejos finales y resumen de conceptos.	249
Factores de compra	249
Lista de espera	249
Canales de venta	249
Clientes vendedores	250
Oficina de venta in situ	250
Piso Piloto	250
Vendedor competente consciente	250
Formación	250
Control de calidad	250
Horarios	251
Atención telefónica	251
Informarse de las necesidades	251
Venta en grupo	251
Precio	251
Seguimiento	251
La primera visita	252
Publicidad	252
Costes de comercialización	252
Honorarios de vendedores	253
Plan de medios	253
Control de resultados	253
Ratio de ventas	253
Posventa	253
Atención	253
Expectativas	254
SAT	254
Proceso burocrático-técnico	254
Fidelizar clientes	254
Fichero de clientes	254
Objetivo cero en insatisfacción	254
Entrega de llaves	255
Formulario de entrega de llaves	255
Incidencia	255
Manual de instrucciones	255
Estatutos reguladores de la comunidad de propietarios	255
Rectificación de servicio	255
Control del grado de satisfacción final del cliente	255
Interrelación del SAT con otros departamentos	255
Las responsabilidades del SAT	256
Revisión anticipada de la vivienda	256
Tratamiento de post-venta	256
Percepción final del cliente	256
CHECK-LIST	258
Desarrollar un programa de mejora de comercialización inmobiliaria.	258
1. Venta por objetivos.	258
2. Estructurar la venta. Decisión de venta personal.	258
3. Prospección de Clientes y técnicas de fidelización.	258
4. Técnicas de venta inmobiliaria.	259
5. Negociación y cierre en venta inmobiliaria.	260
PARTE QUINTA.	261



Publicidad en la compraventa de inmuebles. Reglas a respetar por el promotor	261
Capítulo 15. Publicidad en la compraventa de inmuebles.	261
1. Reglas publicitarias a respetar por el promotor	261
2. ¿Qué información es ilícita?	262
3. Medidas de protección que la normativa de consumidores y usuarios prevé para el comprador de vivienda.	262
4. Los anuncios, panfletos y en general todo folleto publicitario	266
TALLER DE TRABAJO	268
Los jueces ya han dicho mucho de los "folletos".	268
TALLER DE TRABAJO	271
Cuidado con los plazos de entrega que los jueces ya han dado disgustos serios.	271
TALLER DE TRABAJO	277
El régimen de las cantidades entregadas a cuenta de vivienda	277
Ley 20/2015, de 14 de julio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras (disposición final tercera) que deroga la Ley 57/1968.	277
CHECK-LIST	289
Principales estrategias de comercialización y marketing inmobiliario para llegar al cliente nacional y extranjero.	289
Análisis de las mejores herramientas de marketing para la promoción y ventas de los diferentes productos inmobiliarios turísticos.	289
Métodos que pueden utilizarse para fijar el precio de venta.	289
¿Cómo analizar los datos de mercado?: estudiar la oferta y demanda.	289
Actuales técnicas de investigación de mercado como base de la promoción y del proyecto con el fin de enfocar cada promoción al tipo de cliente.	289
¿Cómo establecer el mejor plan de Marketing y comunicación para captar y fidelizar clientes?	289
¿Qué debemos conocer sobre el usuario final y sus necesidades?	289
Canales de distribución	289
Servicio postventa	289
Formulas para llegar al público objetivo: comprador nacional y extranjero.	289
¿Cuáles son sus motivaciones al comprar y que demandan diferencias?	289
PARTE SEXTA.	290
Investigación del mercado inmobiliario	290
Capítulo 16. Investigación del mercado inmobiliario	290
1. Introducción: Una nueva actividad.	290
a. El porcentaje de intención de compra de la vivienda familiar.	291
b. La falta de adecuación de la oferta a las necesidades y posibilidades de esta demanda.	291
2. Los sistemas de información en el mercado inmobiliario	291
a. Información e investigación del mercado inmobiliario.	291
b. Datos fiables y objetivos.	292
c. Fuentes internas y externas de investigación del mercado inmobiliario.	292
3. La identificación de segmentos y la selección de públicos objetivos.	293



a. La estrategia comercial como fruto del estudio de marketing inmobiliario. _____	294
b. Siempre a corto y medio plazo en el mercado inmobiliario. _____	294
c. Estadística de la demanda inmobiliaria más análisis cualitativo de resultados. _____	294
d. La elección del solar clave en el estudio de marketing inmobiliario. _____	294
4. Estudio de la oferta inmobiliaria. _____	295
a. El estudio del mercado inmobiliario y el análisis de la competencia. _____	295
b. Clarificar la información que se necesita: tipología, plazo de entrega, precio, etc. _____	296
c. Estudio de la competencia. Simulación de compras y comparativas. _____	296
1. Superficie del producto inmobiliario. _____	296
2. Ritmo de ventas de la competencia. _____	297
3. Fechas de entrega. _____	297
5. Previsión de la demanda en el mercado inmobiliario _____	298
a. Conocer la demanda inmobiliaria. _____	298
b. El "universo" o muestra representativa. _____	298
6. Clases de encuestas. El muestreo. _____	299
a. Encuesta online y postal. _____	299
b. Encuesta telefónica _____	299
c. Encuesta personal. _____	299
d. El tamaño de la muestra. _____	300
e. El cuestionario. _____	300
7. Las listas de espera como fuente de información de la demanda inmobiliaria real. 302	
8. Resultados de marketing _____	303
a. Información del grado de cumplimiento de los objetivos durante la comercialización. ____	303
b. Descubrir los puntos fuertes de la promoción inmobiliaria para resaltarlos. _____	304
d. Valoración de la estrategia de comunicación. _____	304
e. Estudio de las fichas cliente elaboradas por los vendedores. _____	304
f. Control resumen de todas las visitas del mes. _____	304
9. Anticiparse a los movimientos cíclicos del mercado. _____	305
a. Análisis del mercado de los consumidores. Comportamiento del comprador. _____	305
b. Edad y nivel económico. _____	305
c. Ciclos económicos. _____	306
Capítulo 17. El comprador y la oferta _____	308
A. Clases de demanda en función de la necesidad. _____	308
1. Primera demanda. _____	308
2. Demanda familiar. _____	308
3. Demanda de tercera edad. _____	309
4. Residencial. _____	309
B. Clases de demanda según el colectivo. _____	309
1. Familiar. _____	309
2. Demanda unipersonal. _____	310
3. Segunda residencia. _____	311
4. Tercera edad. _____	311
5. Inversores. _____	312
TALLER DE TRABAJO. _____	313
¿Cómo garantizar el éxito en la promoción inmobiliaria _____	313
1. Como enfocar la oferta a la demanda _____	313
2. Factores diferenciadores de la demanda inmobiliaria: una decisión de grupo	



familiar. _____	315
3. Prever el tipo de comprador que se interesará en nuestro producto. _____	317
TALLER DE TRABAJO. _____	320
Técnicas de programación y previsión de ventas inmobiliarias. _____	320
1. Previsiones de ventas inmobiliarias. _____	320
Estudio de las ventas anteriores de productos inmobiliarios similares. _____	320
Estudio de los indicadores generales de la actividad económica. _____	320
Estudio del mercado potencial. (Estudio de demanda). _____	320
Estudio de la oferta actual en la zona sobre la que vamos a incidir. _____	320
Estudio de la situación general de las ventas de la competencia. _____	320
2. Indicadores de política comercial inmobiliaria. _____	320
a. Población _____	321
b. Capacidad económica. _____	321
TALLER DE TRABAJO. _____	323
Investigación y estudios de mercado inmobiliario. _____	323
1. Estudios de mercado de oferta y demanda, cualitativos y cuantitativos. _____	323
2. Categorías de estudios de mercado inmobiliarios. _____	325
a. Investigación de productos y servicios _____	325
b. Investigación del mercado _____	325
c. Investigación de las ventas _____	325
d. Investigación de la publicidad. _____	326
3. Fases de la investigación del mercado inmobiliario. _____	327
a. Definición precisa del problema inmobiliario a investigar. _____	328
b. Desarrollar el mejor procedimiento para obtener la información inmobiliaria. _____	328
c. Localizar la información inmobiliaria que necesitamos. _____	329
d. Precisar las técnicas de recogida de información inmobiliaria. _____	329
e. La interpretación de los datos inmobiliarios obtenido. _____	332
f. Resumen e informe con los resultados inmobiliarios. Informe para la dirección. Informe técnico. Informe sobre datos obtenidos. Informe persuasivo. _____	333
4. Partes del informe del mercado inmobiliario. _____	333
El informe técnico. _____	334
El informe persuasivo para el gran público. _____	334
TALLER DE TRABAJO _____	337
Los informes del Observatorio de vivienda y suelo del Ministerio de Fomento _____	337
1. Actividad de la construcción y de la promoción residencial. _____	337
2. Mercado de la vivienda. Precios y transacciones. _____	337
3. Mercado del suelo. Precios y transacciones. _____	337
4. Rehabilitación. _____	337
5. Alquiler de vivienda. _____	337
6. Financiación y acceso a la vivienda. _____	337
7. Créditos dudosos y lanzamientos. _____	337
8. Sector de la construcción. _____	337
TALLER DE TRABAJO _____	393
Modelo de estudio de demanda de vivienda _____	393
SISTEMÁTICA _____	394
Contenido _____	394
Actividad edificatoria general: _____	394



Cuantificación del mercado en número de promociones, número de viviendas en venta inicial y por vender. _____	394
Análisis y segmentación de la muestra: _____	394
Análisis del producto. _____	394
Análisis de los precios. _____	394
Análisis de comercialización y dinámica de ventas. _____	394
Análisis de financiación. _____	394
Ficha, fotografía y documentación comercial de las promociones. _____	394
Plano de localización de las promociones. _____	394
Cuadros tabulados de precios y características de comercialización y calidades _____	394
ÍNDICE DE ENCUESTA _____	394
1- Preliminares _____	394
Referente a la necesidad del estudio de demanda de vivienda _____	394
Objetivos del estudio de necesidad de vivienda de protección pública _____	394
Metodología empleada _____	394
2- Fuentes de información directa _____	394
Descripción de la encuesta realizada _____	394
Encuesta tipo _____	394
Resultados encuesta _____	394
Participación _____	394
Tablas resumen de resultados de la encuesta _____	394
Tabla de resultados de cada encuesta _____	394
Gráficos y comentarios de los resultados de la encuesta _____	395
Interpretación de los resultados de la encuesta _____	395
Conclusiones de la encuesta _____	395
3- fuentes de información indirectas _____	395
Análisis sociodemográfico de la localidad _____	395
Estudio poblacional _____	395
Construcción _____	395
El turismo residencial _____	395
4- conclusiones estudio de demanda _____	395
PARTE SÉPTIMA _____	454
Estudios de mercado inmobiliario. _____	454
Capítulo 18. El difícil acceso a la información inmobiliaria. _____	454
1. Ineficiencia informativa del mercado inmobiliario. _____	454
2. Factores microeconómicos que influyen en la oferta y demanda de activos inmobiliarios. _____	456
a. Factores que influyen en la demanda inmobiliaria. _____	456
• las características constructivas _____	456
• características de la propiedad _____	456
• características de localización. _____	456
b. Factores que influyen en la oferta inmobiliaria. _____	457
1. Aversión al riesgo y a la venta con minusvalías _____	457
2. Análisis del mercado de ocupación de inmuebles destinados a actividades económicas, primas de riesgo por el riesgo en los flujos de caja y valoraciones del mercado inmobiliario. _____	459
3. Metodología de investigación del mercado inmobiliario. _____	459
a. Modelos de investigación del ciclo inmobiliario. _____	459
b. Datos a investigar: nº de vivienda, ratio precio/vivienda/renta, financiación, etc. _____	460
Capítulo 19. Estudios de mercado inmobiliario. _____	461
1. Análisis del mercado: oferta y demanda. _____	461
Los estudios de mercado. Análisis de la oferta y la demanda. _____	461
Estudio de la oferta. Estudio de la competencia. _____	461
Estudio de la demanda. _____	461
Estudios de mercado. Departamento comercial/de márketing. _____	461
Producto inmobiliario que demanda el mercado. _____	461



2. ¿Qué es un estudio de mercado inmobiliario?	462
a. Utilidad del estudio de mercado inmobiliario.	462
b. Tipos de estudio de mercado inmobiliario.	462
> Estudio de viabilidad comercial inmobiliaria.	463
> Estudio de aprovechamiento urbanístico.	463
> Estudio económico-financiero de los ritmos de venta inmobiliarios.	463
c. Objetivos de los estudios de mercado inmobiliario.	463
d. ¿Son fiables los estudios de mercado inmobiliarios?	463
1. Censo, tipo de estadística y encuesta.	464
2. Indicadores de tendencias inmobiliarias.	464
3. Estrategia inversora en función del producto inmobiliario.	464
4. ¿Es vendible el producto que se puede promover? Diseño del producto inmobiliario.	465
Diseño óptimo del producto inmobiliario: adecuar el estudio técnico y comercial a las posibilidades del promotor inmobiliario.	465
5. ¿Por cuánto se puede vender?	466
Capítulo 20. Estudios de mercado inmobiliario.	468
1. ¿Qué es un estudio de mercado inmobiliario? Una radiografía del mercado inmobiliario de una zona.	468
2. ¿Para qué sirve un estudio de mercado inmobiliario?	468
3. ¿Quién está interesado en comprar un inmueble en esa zona?	468
a. Análisis socioeconómico de la demanda inmobiliaria (target group).	469
b. Análisis estratégico de la competencia inmobiliaria de la zona.	470
4. Ya sabemos quien está interesado, ahora vamos a segmentarlo por edades, capacidad financiera, etc.	470
5. Al promotor inmobiliario le interesa conocer el "nicho de mercado".	471
6. Fases de elaboración de un estudio de mercado inmobiliario.	472
a. Fase de lanzamiento.	472
Pruebas de concepto inmobiliario.	472
Pruebas del producto inmobiliario.	472
Expectativas del consumidor inmobiliario.	472
Investigación de estrategia publicitaria.	473
Pruebas de seguimiento del proyecto inmobiliario.	473
b. Fase intermedia.	473
c. Fase final de seguimiento.	473
7. Metodología del proyecto inmobiliario.	474
a. Definición del tipo de estudio de mercado inmobiliario a realizar.	474
b. Análisis previo de la situación inmobiliaria actual.	475
c. Análisis DAFO.	475
Debilidades.	476
Amenazas.	476
Fortalezas.	476
Oportunidades.	477
d. Definición de objetivos.	477
e. Fuentes de información disponibles.	477
f. Elección de la muestra.	477
g. Elección de técnicas (cuantitativas, cualitativas)	477
h. Recogida y elaboración de datos.	478
i. Interpretación de datos.	478
j. Elaboración y presentación del informe final.	478
TALLER DE TRABAJO	479
Técnicas y fuentes de información para la elaboración de su estudio de mercado	



inmobiliario en función de la procedencia de los datos y la tipología de la información.	479
1. Según la procedencia de los datos.	479
a. Fuentes primarias.	479
b. Fuentes secundarias.	480
2. Según la tipología de la información inmobiliaria a obtener.	482
a. Técnicas cuantitativas.	482
Encuestas.	483
Elección de la muestra.	483
Paneles.	483
b. Técnicas cualitativas.	483
Observación directa.	484
Entrevista en profundidad.	485
Reuniones en grupo.	485
CHECK-LIST	488
Desarrollar estudio de mercado en base a los siguientes puntos:	488
Análisis general del mercado inmobiliario.	488
Datos generales del área de estudio.	488
Información general.	488
Datos de la población.	488
Geografía municipal.	488
Accesos por carretera.	488
Accesos por transporte público.	488
Información socioeconómica. Estadísticas y tendencias.	488
Segmentación por zonas.	488
Análisis de viviendas de segunda mano y mercado de obra nueva. Datos de las promociones existentes a la venta y conclusiones.	488
Condiciones hipotecarias que ofrecen los bancos.	489
Hipótesis del perfil del cliente.	489
DAFO comercial	489
Fortalezas	489
Oportunidades	490
Amenazas	490
Análisis y evaluación de riesgos.	490
PARTE OCTAVA	492
Casos prácticos sobre elaboración de estudios de mercado inmobiliario.	492
TALLER DE TRABAJO	492
Fuentes de información de un estudio de mercado inmobiliario a efectos de localización y análisis de titularidades.	492
1. Expedientes municipales de licencias de obras	492
Información que vamos a obtener:	493
• memoria explicativa del tipo de obra	493
• plano de localización del solar	493
• planos de edificación –plantas, alzados, secciones, cimientos y saneamiento, etc.–	493
• presupuesto de ejecución material	493
• informes de los correspondientes técnicos municipales	493
2. Sistemas de geografía catastral. Sistemas de Información Geográfica (SIG) y Google maps.	493
Ventajas de los Sistemas de Información Geográfica (SIG)	494
• cartografía	494
• mapas	494
• datos de promotor, situación, número de viviendas, año y calificación del tipo de viviendas.	494
• datos urbanísticos.	494



3. Cálculo de edificabilidad en función de la superficie de los solares.	495
a. Precauciones con los datos de superficie en bruto. Computar cesiones en zonas nuevas.	495
b. En caso de edificios, destino de plantas bajas.	496
c. Tipología edificatoria, la morfología de edificación y tipo de promotores.	496
d. Datos urbanísticos de las fichas municipales.	496
e. Cambios urbanísticos que hacen más rentable la sustitución de edificios antiguos por nuevos.	497
4. Comprobar titularidades en base a Catastro y Registro de la Propiedad.	497
5. Anuncios en internet.	501
6. Entrevistas.	501
TALLER DE TRABAJO	503
Esquemas.	503
¿Cómo calcular la demanda del mercado inmobiliario? Fórmula de cálculo.	503
Clasificación y segmentación del mercado inmobiliario.	503
TALLER DE TRABAJO	513
Esquemas.	513
Investigación del mercado inmobiliario.	513
Comprender las necesidades de los consumidores como objetivo de una investigación de mercado inmobiliario.	513
TALLER DE TRABAJO	528
Esquemas.	528
Técnicas de investigación del mercado inmobiliario.	528
Técnica para elaborar pronósticos inmobiliarios.	528
Metodologías cuantitativas y cualitativas de los estudios de mercado.	528
Fases del proceso de una investigación de mercado.	528
Encuestas inmobiliarias.	528
TALLER DE TRABAJO	534
Modelo y esquemas de un estudio de mercado para una promoción inmobiliaria.	534
Situación de la promoción.	534
Tablas de promociones y promotores de la zona.	534
Ofertas inicial y actual para promociones.	534
Ofertas inicial y actual en base a tipologías.	534
Comparativa con promociones de la zona (ofertas iniciales y de ventas por tipologías).	534
Cuadros y gráficos de superficies.	534
Precios homogeneizados.	534
Precios unitarios.	534
Distribución de las ventas.	534
Calidades.	534
Fichas de promoción.	534
Modelo de encuesta.	534
TALLER DE TRABAJO	548
Metodología estadística de un estudio de mercado inmobiliario. Método hedónico.	
Caso aplicado a la evolución de precios de una ciudad española.	548
TALLER DE TRABAJO	569
Estudio de mercado inmobiliario de una gran ciudad española enfocado a la tipología de usuarios de oficinas para inversores extranjeros.	569
TALLER DE TRABAJO	576
Estudio de mercado inmobiliario de una gran ciudad española zonificando las áreas de oficinas para inversores extranjeros.	576



TALLER DE TRABAJO _____ 583

Estudio de mercado de gran capital con análisis de suelo disponible por zonas y barrios. Destinado a gran inversión extranjera inmobiliaria. _____ 583

TALLER DE TRABAJO _____ 590

Estudio de mercado inmobiliario regional de organismo público. _____ 590

1. Ámbito del informe. Marco normativo y coordinación _____ 590

2. Metodología, análisis y conclusiones del informe del mercado inmobiliario. ____ 590

3. Ámbito de estudio. _____ 590

4. Fuentes (registro, catastro, datos notariales, portales de internet, información APIs, anuncios en general). _____ 590

5. Periodo del estudio. _____ 590

TALLER DE TRABAJO _____ 728

Modelo de estudio de mercado inmobiliario a efectos catastrales. _____ 728

Análisis y conclusiones de los estudios de mercado inmobiliario que han servido de base para la redacción de la ponencia de valores. _____ 729

Aplicación de los estudios realizados a un número suficiente de fincas, al objeto de comprobar la relación de los valores catastrales con los valores de mercado. _____ 729

Datos Territoriales municipales. _____ 729

Situación socio-Económica _____ 729

Características principales de la dinámica demográfica del municipio. _____ 729

Datos Inmobiliarios (evolución del número de inmuebles y tasa de crecimiento medio en los últimos cinco años). _____ 729

Porcentaje de bienes inmuebles urbanos por uso (almacén-estacionamiento comercial, industrial, otros usos, residencial y suelo vacante). _____ 729

Datos de Mercado. _____ 729

Oferta del mercado de obra nueva y segunda mano en todos los segmentos inmobiliarios. 729

Descargas masivas de información de portales de Internet, datos de valores de tasación de observatorio catastral de mercado, OCMI y valores declarados de transmisiones, proporcionados por los notarios y registradores. _____ 729

Datos de tasación y valor declarado en escritura. _____ 729

Estudio de la oferta inmobiliaria de ámbito municipal. _____ 729

Expectativas de desarrollo inmobiliario conforme al planeamiento urbanístico. _____ 729

Detalle en función de suelo industrial (polígonos), suelo residencial, suelo de uso exclusivo comercial, plazas de garaje y aparcamientos, etc.). _____ 729

TALLER DE TRABAJO _____ 756

El estudio de absorción inmobiliaria como parte del estudio de mercado inmobiliario. _____ 756

1. ¿Qué es el estudio de absorción inmobiliaria? _____ 756

2. Precaución con los estudios de absorción inmobiliaria: se refieren al pasado. ____ 756

3. Ejemplo de informe en el que se analizan los tiempos medios de absorción de suelo finalista por ciudades y regiones. _____ 756

4. Ejemplo de informe de absorción neta de oficinas en zona prime en relación a la salida al mercado de nueva oferta. _____ 804

TALLER DE TRABAJO _____ 830

Ejemplo de Estudio de Mercado para una promoción inmobiliaria residencial. ____ 830

1. Productos y Precios _____ 830

• Estudios de oferta _____ 830

– Identificación y cuantificación _____ 830



- Programas, superficies y precios _____	830
- Ventas, ratios y matrices de posicionamiento _____	830
- Calidades _____	830
- El trabajo de campo _____	830
• Estudios de demanda _____	830

2. Tabla con la muestra considerada. Promoción inmobiliaria/promotora/situación/todo vendido/lista de espera/en venta. _____	831
Oferta inicial por promociones _____	831
Oferta inicial por tipologías _____	831
Oferta actual por promociones _____	831
Oferta actual por tipologías _____	831
Comparativo oferta inicial y ventas _____	831
Precios venta mínimo/medio/máximo _____	831
Precios unitarios € / m2 _____	831
Distribución de las ventas _____	831
Media actual por promoción _____	831
Meses vendiendo _____	831
Viviendas vendidas _____	831
Ritmo de ventas _____	831
Ritmo relativo _____	831
Posicionamiento _____	831
Matriz de posicionamiento uds/mes y precio/m2 _____	831
Calidades _____	831
Resumen de comercialización _____	831

TALLER DE TRABAJO _____ 852

Estudio de mercado residencial de un barrio de una gran ciudad. _____ 852

1. Caracterización del ámbito _____ 853

2. Tipología de zonas _____ 853

Zonas urbanas céntricas _____	853
Superficie _____	853
Población _____	853
Densidad (Hab./Ha.) _____	853

3. Datos socioeconómicos. Población extranjera. Procedencia población extranjera. Pirámide de población. Nivel de estudios. Estado civil. Tasa de actividad. _____ 853

4. Usos por número de inmuebles _____ 853

5. El número total de inmuebles en el ámbito y porcentaje de uso residencial. _____ 853

6. Inmuebles por año de construcción. _____ 853

7. Inmuebles por ubicación en planta. _____ 853

8. Datos de oferta/demanda. _____ 853

Oferta de compra-venta. _____	853
Oferta por tipología _____	853
Oferta por rango de superficie _____	853
Oferta por rango de precios _____	853
Oferta por tipología _____	853
Demanda por número de dormitorios _____	853
Demanda por rango de precios _____	853

9. Alquileres. Valor unitario en alquiler _____ 853

10. La rentabilidad bruta media (Gross yield) _____ 853



¿QUÉ APRENDERÁ?



- **Diseño y presentación del producto inmobiliario.**
- **Departamento de marketing de una promotora inmobiliaria.**
- **Plan de Marketing y marketing mix (producto inmobiliario demandado, precio, publicidad).**
- **Técnicas de marketing inmobiliario según el producto.**
- **Técnicas de marketing inmobiliario en relaciones personales.**
- **La fidelización del cliente.**
- **El marketing en la promoción inmobiliaria en comunidad y cooperativa.**
- **Investigación del mercado inmobiliario**



PARTE PRIMERA

El marketing inmobiliario y la creación del producto inmobiliario.

Capítulo 1. El producto inmobiliario atendiendo a la demanda.

