

blanco

El Libro  
Blanco  
de la consultoría  
inmobiliaria

2017

La Asociación de Consultoras Inmobiliarias agradece a sus asociados la colaboración en la preparación y edición de este libro, por su aportación de datos y experiencias que hacen que su contenido sea un fiel reflejo de la realidad del sector inmobiliario actual.

Del mismo modo, queremos agradecer su participación a todas las empresas que han aportado su visión del mundo de la consultoría inmobiliaria, así como a aquellas que han contribuido a mostrar el trabajo de nuestros asociados mediante su experiencia como clientes de los mismos: Axiare, Sopra Steria, Agilent, UBS, Vodafone España, Dazia Capital y Rockspring.

Por último, extender los agradecimientos a todos aquellos que han trabajado en la redacción, diseño y edición de este Libro Blanco 2017, así como a Pablo Amargo por sus increíbles ilustraciones. Sin ellos habría sido imposible el magnífico resultado final que hoy tenemos en nuestras manos.

Introducción	4
Encuesta. Datos extraídos	10
Casos de éxito	20
Qué es ACI	58
Asociados	66



1

## La recuperación del sector inmobiliario en España, tras la crisis, es ya un hecho. No sólo en términos de inversión sino de los propios fundamentales.

Dos de los principios fundacionales de la Asociación de Consultoras Inmobiliarias (ACI) han sido dotar de transparencia y profesionalización al mercado inmobiliario español. Fruto de este compromiso, esencial para todos los socios de ACI, nace el Libro Blanco de la consultoría inmobiliaria que tiene hoy entre sus manos.

En él podrá encontrar todas las variables clave del sector de la consultoría inmobiliaria en España. Desde la evolución del propio mercado inmobiliario, definida por los acontecimientos y tendencias tanto a nivel nacional como internacional, hasta los nuevos aspectos que influyen en la actividad de las consultoras, y su contribución a la economía y la generación de empleo en nuestro país.

Para poder analizar cada una de estas áreas, hemos incluido una parte importante de *benchmark* de nuestros siete socios, junto a los mejores casos de éxito de diversos servicios que cada uno de ellos han prestado para compañías nacionales e internacionales. Sin duda, los resultados obtenidos han sido muy significativos y han servido como reconocimiento a la labor de las consultoras, además de situar el mercado inmobiliario español en el punto de mira de inversores, medios de comunicación y de la sociedad en general.

Podemos comenzar el año 2017 afirmando que la recuperación del sector inmobiliario en España, tras la crisis, es ya un hecho. No sólo en términos de inversión -donde se han

registrado cifras récord en los últimos tres ejercicios- sino de los propios fundamentales, impulsados por la recuperación económica y de la demanda de servicios y productos inmobiliarios. En todo este proceso, el papel de las consultoras inmobiliarias ha sido clave.

Lo que hemos logrado hasta el momento tiene aún más mérito si analizamos el contexto vivido. 2016 ha pasado a la historia de España como el año en el que estuvimos más de diez meses sin Gobierno, con lo que ello supuso en términos de incertidumbre. A ello hay que sumar otros hitos, de marcado perfil político y económico a nivel global, que han sembrado de dudas a los mercados e inversores. Me refiero a la salida del Reino Unido de la Unión Europea, y cuyos verdaderos efectos veremos este año; la elección de Donald Trump como nuevo Presidente de Estados Unidos; el “no” de Italia a la reforma constitucional del país; o a la crisis inmigratoria que sufre Europa y las amenazas a la seguridad de los ciudadanos que han estado definiendo la agenda informativa de los medios durante todo el pasado año, generando uno de los mayores debates sociales nunca vividos y afectando la estabilidad de los mercados.

### Claves del sector inmobiliario en 2016

Si miramos específicamente al sector inmobiliario, 2016 ha dado buena muestra de la creciente demanda de nuevos activos y del cambio paulatino en el perfil de los inversores. Si en 2015, las SOCIMIs fueron los claros protagonistas del sector, en 2016 éstas han mantenido un papel relevante pero compartido con otros inversores de un marcado perfil internacional.

Del mismo modo, la escasez de producto prime propició que durante el pasado año viéramos, además de las habituales operaciones de oficinas o *retail*, otro tipo de operaciones con activos más alternativos

o en zonas geográficas distintas a Madrid y Barcelona, que no obstante siguen siendo indiscutiblemente las principales receptoras de inversión.

Junto a ello, también se ha ido recuperando la demanda de ocupantes. Así, hemos visto numerosos movimientos de oficinas por parte de grandes compañías nacionales y multinacionales, que han aprovechado para incorporar las *new ways of working*, creando espacios no sólo para trabajar sino para lograr un entorno más productivo y dinámico capaz de atraer y retener al mejor talento. Ello ha puesto en valor, sin duda, la sostenibilidad y eficiencia energética de los edificios, volviendo a reactivar a su vez la actividad de rehabilitación.

Esta dinámica en la demanda también se ha observado en *retail*, fruto del tirón del consumo, o de logística e industrial, donde el auge del *e-commerce* está propiciando una auténtica revolución.

Todo ello ha repercutido sin duda en la actividad de las consultoras inmobiliarias, que cada vez ofrecen servicios de mayor calidad y un asesoramiento estratégico adaptado a las necesidades de clientes con perfiles muy diversos. Del mismo modo, se ha puesto en valor a los profesionales del sector, que cada vez cuentan con una mejor formación teórico-práctica y manejan con soltura las nuevas tecnologías.

Desde la Asociación esperamos que este Libro Blanco dé cuenta de todos estos cambios que ha vivido el sector en el último año, aportando un mayor conocimiento y solidez a su papel clave en la economía y la sociedad en general.

Ricardo Martí-Fluxá.  
Presidente de ACI

## # Tendencias 1

# Urbanismo y gentrificación

La sostenibilidad se ha convertido  
en un factor imprescindible.

# Igualmente ha recibido un fuerte impulso inversor la restauración y rehabilitación de barrios, antes marginales, que han experimentado un rápido proceso de gentrificación.

Según datos de la ONU, en el año 2050 el 66% de la población mundial vivirá en áreas urbanas. Este crecimiento de la densidad de población presentará, sin duda, nuevos retos en la planificación de las grandes ciudades. Con el espectacular aumento de la población, la sostenibilidad se ha convertido en un factor imprescindible para el futuro de estas urbes.

Con el concepto de "ciudades verdes" se engloba, en palabras de la FAO, a aquéllas que cuentan con capacidad de recuperación, autosuficiencia y sostenibilidad social, económica y ambiental. Resulta innegable que este es el modelo de ciudad al que se debe aspirar, por lo que desarrollar recursos que faciliten la funcionalidad y eficiencia de áreas urbanas será clave en los próximos años.

Además, factores como el continuado aumento de la esperanza de vida en nuestra

sociedad han sido claves. Estamos ante un fenómeno que está impulsando la inversión en activos inmobiliarios alternativos, como el sector sanitario, el hotelero y de ocio. Como ejemplo cabe hacer referencia al recién anunciado centro médico, orientado a la mejora del estilo de vida saludable desde el concepto de medicina preventiva, que se ubicará en la quinta torre del madrileño Paseo de la Castellana. Proyecto que ha recibido el nombre de Caleido.

Igualmente ha recibido un fuerte impulso inversor la restauración y rehabilitación de barrios, antes marginales, que han experimentado un rápido proceso de gentrificación. Esto implica una importante transformación urbana que sin duda revierte muy positivamente en las condiciones de vida de los ciudadanos. Ejemplos como el barrio de la Latina o Lavapiés en Madrid, o de Poblenou en Barcelona evidencian esta tendencia.



re-



Restauración  
Rehabilitación  
Retomar  
Recuperar

Sostenibilidad



2

Enero de 2017

Para ACI es muy importante la opinión que los clientes de sus asociados tienen sobre los servicios que estos les brindan. Sus necesidades son una prioridad y para conocerlas y valorarlas se ha distribuido una encuesta entre los principales directivos y empresarios del sector inmobiliario, así como entre empresarios de cualquier otro sector que hayan acudido a los servicios de la consultoría inmobiliaria.

En torno a un centenar de estos clientes han colaborado manifestando su percepción y grado de satisfacción con el asesoramiento profesional recibido.

Las principales conclusiones a las preguntas formuladas son:

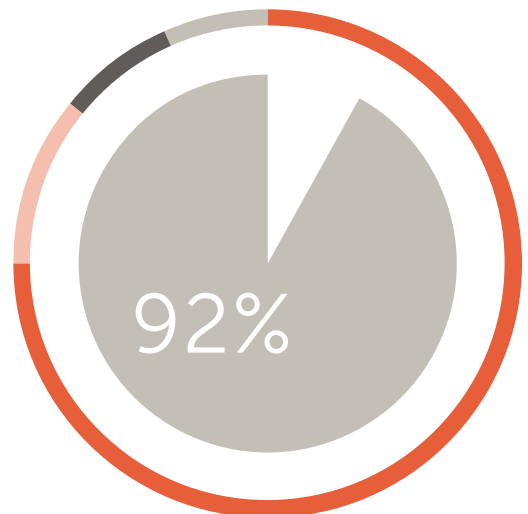
**1. ¿A qué rama de actividad pertenece su empresa?**

El 70% de los encuestados se dedica al sector de los servicios inmobiliarios, siendo esta la rama de actividad más representativa. Le siguen la intermediación inmobiliaria (10%), la construcción (7%) y las Administraciones Públicas (6%).

**2. ¿Ha contratado los servicios de una consultora en el último año?**

El 92% ha contratado los servicios de una consultora en el último año.

- Sector de los servicios inmobiliarios
- Intermediación inmobiliaria
- Construcción
- Administraciones Públicas



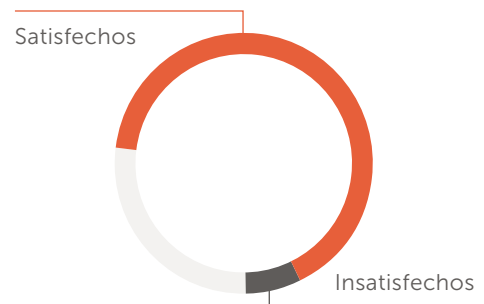
### 3. ¿Qué servicios de una consultora inmobiliaria ha contratado?

La mitad de los encuestados han solicitado servicios de agencia de oficinas y de valoraciones y tasaciones. Por frecuencia de contratación, los servicios más habituales (en respuesta múltiple) han sido:

52%	Agencia de oficinas
49%	Valoraciones y tasaciones
35%	Due diligence
33%	Arquitectura y diseño
31%	Inversión
28%	Gestión de activos
25%	Consultoría y calificación energética
24%	Comercialización de centros comerciales
22%	Project management
21%	Comercialización residencial
16%	Agencia industrial
11%	Urbanismo
10%	Corporate finance
10%	Gestión integral de proyecto
9%	Deuda y financiación
9%	Gestión de grandes patrimonios
8%	Asesoramiento en compra residencial
8%	Optimización de activos
5%	Global workplace solutions
5%	Tenant representation

### 4. ¿Cuál ha sido su grado de satisfacción con el servicio prestado?

El 66% afirma estar satisfecho o totalmente satisfecho con el servicio recibido. Tan solo el 7% se declara poco o nada satisfecho.



**En respuesta múltiple, 3 de cada 4 encuestados destacan el asesoramiento y conocimientos técnicos de los consultores como beneficio de contratar una consultora.**

#### 5. ¿Cuáles son los principales beneficios de contratar a una consultora?

En respuesta múltiple, 3 de cada 4 encuestados destacan el asesoramiento y conocimientos técnicos de los consultores como beneficio de contratar una consultora.

- 74% Asesoramiento y conocimientos técnicos
- 40% El acceso a portfolio de inmuebles muy amplio y de calidad
- 34% El ahorro de tiempo
- 24% La transparencia a la hora de hacer gestiones
- 17% La mayor seguridad jurídica
- 9% El ahorro económico

#### 6. ¿Qué criterios se tienen en cuenta a la hora de elegir a una consultora?

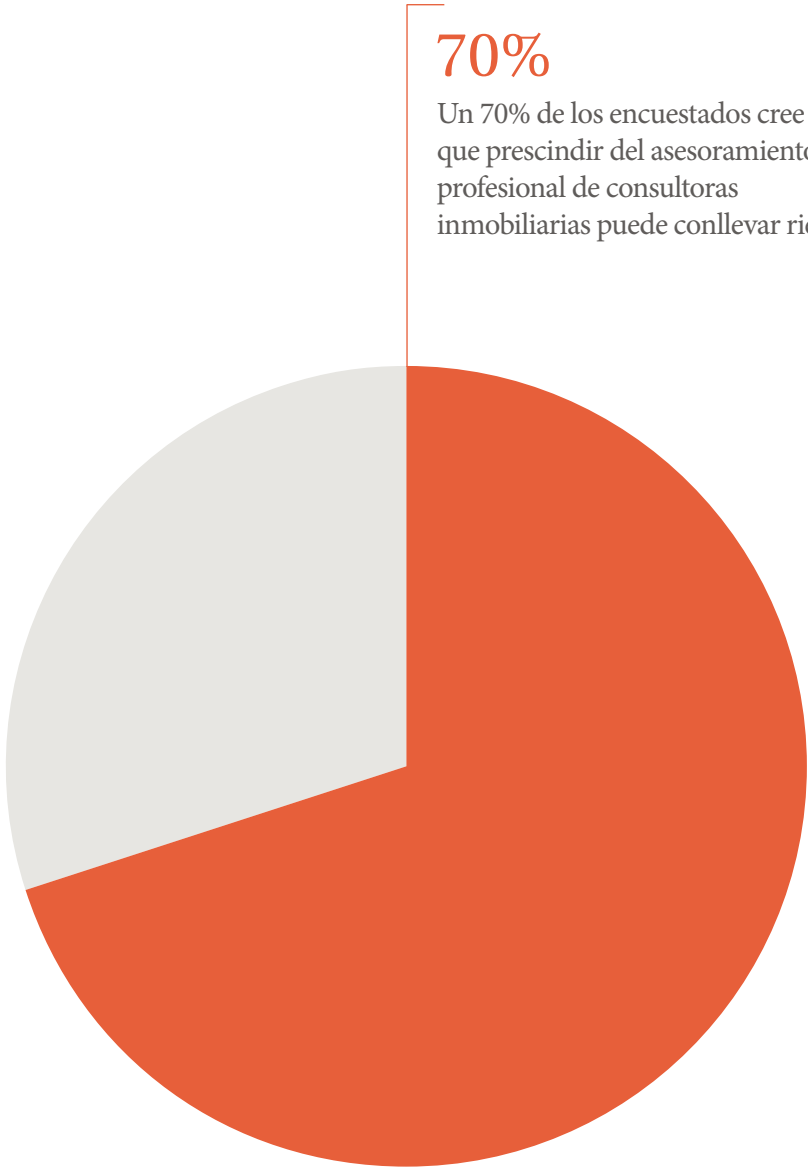
En respuesta múltiple, 3 de cada 4 encuestados prestan atención al *expertise* de los consultores y más de la mitad al conocimiento del mercado y la legislación vigente de los mismos.

- 73% El *expertise* de los consultores
- 58% El conocimiento del mercado y la legislación vigente
- 37% El tipo de activos a los que tienen acceso
- 28% Los precios de los servicios
- 26% La presencia internacional
- 23% La experiencia con otros clientes del sector
- 15% El amplio portfolio de servicios

#### 7. ¿Qué media de ahorro supone la contratación de una consultora?

La mayor parte de los encuestados desconocen el ahorro económico derivado de la contratación de una consultora. Uno de cada 10 hacen referencia a un ahorro estimado de entre el 10% y el 15% mientras que los demás dan respuestas diversas como por ejemplo:

- > No lo hago por ahorro sino por calidad del resultado
- > No lo hago por ahorro sino por falta de capacidad
- > No siempre hay un ahorro



## La mitad de los encuestados contrata los servicios de una consultora inmobiliaria en casi todas sus operaciones.

### 8. ¿Cree que el no contratar el asesoramiento profesional de una consultora inmobiliaria puede conllevar riesgos?

Casi el 70% de los encuestados cree que prescindir del asesoramiento profesional de consultoras inmobiliarias puede conllevar riesgos mientras que solo el 18% cree que pocos o ningún riesgo.

50%	A veces
17%	Sí, por supuesto
14%	Seguramente
10%	No
8%	Poco

### 9. ¿En cuántas de las operaciones inmobiliarias que realiza contrata los servicios de una consultora?

La mitad de los encuestados contrata los servicios de una consultora inmobiliaria en casi todas sus operaciones y el 13% lo hace siempre. Menos del 10% lo hace pocas veces o nunca.

27%	De vez en cuando
49%	En casi todas
13%	En todas
9%	Pocas veces o nunca



## # Tendencias 2

# Digitalización y *big data*

Grandes volúmenes de información que facilitan la creación de modelos económicos capaces de predecir necesidades y demanda de consumidores.

# La consolidación de los *millennial* en las grandes ciudades también ha traído cambios en los hábitos de consumo.

El mundo se encuentra inmerso en la era de la conectividad, sin duda marcada por el auge de la inteligencia artificial (IA), la realidad virtual, la realidad aumentada, el *big data* y el internet de las cosas. La disrupción tecnológica presenta un amplio abanico de oportunidades que aplicar a todos los sectores, desde la medicina a las finanzas, pasando por supuesto por el sector inmobiliario.

El concepto de *big data* hace referencia al manejo y gestión de grandes, y cada vez mayores, volúmenes de información, lo que facilita la creación de modelos económicos capaces de predecir las necesidades y demanda de consumidores. Se trata por tanto de una de las disciplinas con mayor perspectiva de futuro y que resultará de gran utilidad a las empresas. Dentro del ámbito inmobiliario, la aplicación del *big data* contribuirá a la dinamización del mercado para todo tipo de consumidores, desde el ciudadano en busca de vivienda propia hasta los grandes inversores. Gracias a la precisión de la información segmentada, la toma de decisiones estará fundamentada en conclusiones concretas y focalizadas. De acuerdo con lo expuesto en un informe de Telefónica<sup>1</sup>, existen compañías que han logrado reducir en un 70% sus fallos de funcionamiento y en un 30% los costes de mantenimiento gracias a las técnicas predictivas basadas en *big data*.

El consumidor, por su parte, muestra un interés creciente ante todas estas nuevas posibilidades que la tecnología nos brinda. Así, en un informe de Microsoft<sup>2</sup> se establece que, en Europa, el

34% de la población está interesado en aquellas tecnologías que permiten difuminar las líneas entre lo real y lo digital. El mismo estudio también señala que el 47% de europeos utiliza o muestra un claro interés por el uso de *apps* que registran sus hábitos y actividades.

La consolidación de los *millennial* en las grandes ciudades también ha traído cambios en los hábitos de consumo, entre los que cabe destacar la irrupción de la llamada economía colaborativa. Dentro de ésta se encuadran dos fenómenos que proyectarán una clara influencia en la planificación urbana, que son el coche compartido y el alquiler temporal (muchas veces, efímero) de inmuebles a través de medios digitales. Las cifras resultan incontestables: la inversión mundial en plataformas de este tipo se multiplicó por siete entre 2013 y 2015, de acuerdo con un estudio de la CNMC<sup>3</sup>. Según una encuesta de la UE<sup>4</sup>, el 36% de los españoles con edades comprendidas entre los 25 y los 39 años utilizan este tipo de aplicaciones

<sup>1</sup> Fundación Telefónica, *La Sociedad de la Información en España 2015*, 2016.

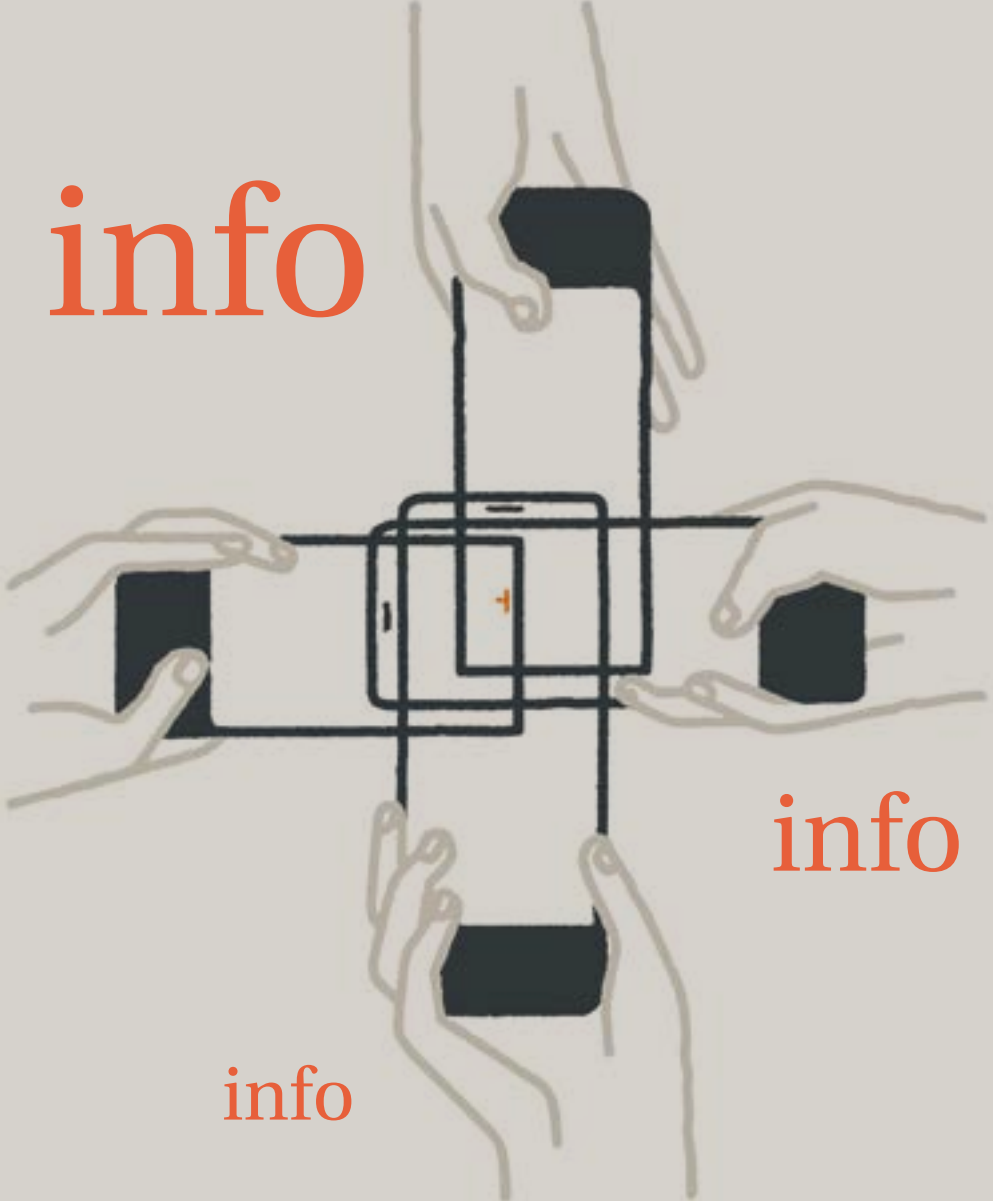
<sup>2</sup> Microsoft, *Digital Trends 2015: The evolution of digital consumer experiences*, 2015.

<sup>3</sup> Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, *Conclusiones preliminares sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa*, 2016.

<sup>4</sup> Comisión Europea, *Flash Eurobarometer 438 Report: The Use of Collaborative Platforms*, 2016.

info

info



info

info



3

**AGUIRE NEWMAN**  
**AXIARE**



# 1. Cliente,

Axiare Patrimonio SOCIMI, S.A. cotiza en el Mercado Continuo de la Bolsa de Madrid desde el 9 de julio de 2014. La compañía es una de las primeras SOCIMIs que se ha establecido en España y cuenta con la experiencia en el negocio inmobiliario que reúne su equipo gestor.

# 2. Descripción de la situación y antecedentes,

La sociedad fue constituida para invertir en el mercado inmobiliario con un plan de gestión patrimonial concebido en el largo plazo y en la actualidad ofrece un vehículo con buenas rentabilidades para aquellos inversores que apuesten por la recuperación del sector inmobiliario español.

La estrategia de creación de valor de la compañía está basada en la gestión activa de su portfolio y en el reposicionamiento de la cartera de propiedades. La actividad inversora de Axiare Patrimonio está enfocada a la adquisición de oficinas Clase A o con potencial de serlo, en los centros y distritos de negocio más demandados de Madrid y Barcelona, así como a plataformas logísticas en los principales corredores de distribución, y a superficies comerciales en zonas consolidadas de España.

### 3. Objetivos: tras la decisión de colaboración, expectativas del proyecto\_

Una vez tomada la decisión de colaboración con Aguirre Newman, entre los objetivos prefijados se consideraron: la gestión eficaz durante las obras con atención a inquilinos que permanecían en la transición, el ahorro de costes operativos y una cobertura multidisciplinar.

### 4. Líneas de actuación: estrategias y tácticas desarrolladas\_

Con el objetivo de implementar el valor predefinido en el plan de negocio de AXIARE, Aguirre Newman pasó a gestionar, aplicando su metodología y *know how*, un portfolio de siete activos con distintos usos: el Edificio Tucumán, adquirido durante el primer semestre de 2015; una cartera compuesta por tres edificios de oficinas y un parque de medianas que entraron a formar parte de la cartera de la SOCIMI en la segunda mitad del 2015; el edificio de oficinas sito en Don Ramón de la Cruz, 84; y otro edificio de oficinas sito en la calle Sagasta, 31 – 33.

### 5. Resultados: logros, beneficios\_

Entre los beneficios obtenidos desde el comienzo de la relación, destacaron los siguientes:

- Un control financiero y contable diario, basado en una buena planificación y ejecución, lo que es fundamental para cualquier compañía inmobiliaria.
- La optimización de los contratos de servicios, tras ajustar presupuestos a través de un dimensionamiento óptimo de los alcances, y realizar un análisis en profundidad de los costes susceptibles de ser recuperados por la propiedad.
- La coordinación de la desimplantación de varios inquilinos, imprescindible para acometer la remodelación integral de algunos de nuestros edificios.
- La renegociación de varios contratos de arrendamiento en términos muy satisfactorios para la compañía.
- La aplicación de soluciones eficientes e innovadoras a los diversos problemas técnicos que se fueron encontrando en los edificios gestionados por Aguirre Newman. Para ello, se implementó una excelente política de comunicación con los usuarios sobre las incidencias detectadas y un programa de trabajos propuesto para su solución.

Axiare: “Para nosotros ha sido de mucha ayuda su buen trabajo en la transición desde una gestión muy tradicional de algunos de los activos adquiridos al tipo de gestión que demanda una compañía como la nuestra”

## 6. Testimonio del cliente: breve entrevista

**Fernando Arenas**  
Director Inmobiliario Axiare

¿Por qué decidió acudir a una consultora inmobiliaria para acometer este proyecto?

Axiare Patrimonio es una SOCIMI que cuenta con una estructura de *asset management* y *staff* muy contenida. Nuestra estrategia pasa por externalizar, entre otras tareas, el *property management* de nuestra cartera de activos. Aguirre Newman ofrece una cobertura multidisciplinar y cuenta con profesionales especializados en diferentes aspectos del negocio inmobiliario. Cada especialista nos ayuda desde su respectiva área y nos facilita la información necesaria para la toma de decisiones en cuestiones estratégicas.

¿En qué les ha ayudado concretamente?

Dentro del área de Property Management, Aguirre Newman es responsable de implementar la gestión integral en un total de siete activos con distintos usos. Para nosotros ha sido de mucha ayuda su buen trabajo en la transición desde una gestión muy tradicional de algunos de los activos adquiridos al tipo de gestión que demanda una compañía como la nuestra.



¿Qué valor añadido les ofreció el contar con los servicios de esta consultora?

Entre otros aspectos, para proyectos como el nuestro, donde el aporte de valor para incrementar el retorno a nuestros inversores es vital, es necesaria la cobertura de una organización con un equipo multidisciplinar como el de Aguirre Newman, capaz de cubrir todo el ciclo inmobiliario. Además, cuenta con profesionales con una larga trayectoria en sus trabajos, a los que conocemos bien y en los que confiamos porque siempre nos han proporcionado un servicio de calidad.

¿Qué resultados obtuvo?

Se logró un control financiero y contable diario, basado en una buena planificación y ejecución; una optimización de los contratos de servicios, ajustando presupuestos a través de un dimensionamiento óptimo de los alcances; la coordinación de la desimplantación de varios inquilinos; la renegociación de varios contratos de arrendamiento en términos muy satisfactorios para la compañía; y la aportación de soluciones eficientes e innovadoras para los diversos problemas técnicos que hayamos podido encontrar en los edificios que gestionan para nosotros. ▮

¿Por qué recomendaría a otras compañías contar con los servicios de una consultora inmobiliaria?

Creemos en nuestro modelo de negocio y estamos convencidos de que la externalización de ciertos servicios añade un mayor valor a nuestra compañía y a sus accionistas, aportando, por un lado, flexibilidad ante volúmenes de negocio que varían en el tiempo, además del *know how* que las consultoras inmobiliarias atesoran por su exposición a una amplia variedad de clientes y de sectores dentro de lo inmobiliario; y por otro, no cabe olvidar los diferentes servicios que proporcionan a lo largo del ciclo de vida de la inversión en activos inmobiliarios. En el caso concreto del servicio de *property management*, resulta fundamental que el gestor reúna los recursos necesarios para cubrir adecuadamente los aspectos técnicos y los contables, y que esté al día de la evolución del mercado.

**BNP PARIBAS REAL ESTATE**  
**SOPRA STERIA**



# 1. Cliente\_

Sopra Steria, multinacional francesa, es el líder europeo en transformación digital. Presenta una de las carteras comerciales más completas del mercado: consultoría, integración de sistemas, edición de *software* y Business Process Services. Sopra Steria aporta una respuesta global a los retos de desarrollo y competitividad de las grandes empresas y organizaciones.

En España, Sopra Steria ha alcanzado un volumen de facturación de 107 millones de euros, y cuenta con 2.650 profesionales repartidos entre diez centros de trabajo en todo el país.

## 2. Descripción de la situación y antecedentes\_

En España, la primera toma de contacto del equipo de BNP Paribas Real Estate con Sopra Steria (por aquel entonces denominada Sopra Group Informatica) se realizó en el año 2009.

Sopra Steria requería de un inmueble de 4.500 m<sup>2</sup> para establecer su sede en Madrid.

Desde el año 2004, Sopra Steria venía desarrollando su actividad en España en un centro de producción ubicado en la calle Alcalá. En 2009, tras un incremento exponencial de su facturación, Sopra Steria decidió apostar por su imagen; de ahí surgió la necesidad de una sede corporativa representativa.

## Objetivos: tras la decisión de colaboración, expectativas del proyecto\_ 3.

A finales de 2009, la búsqueda se concluyó con la firma de cuatro plantas en el parque empresarial Isla Manoterías, entonces propiedad de BAMÍ. La operación se realizó con el asesoramiento de BNP Paribas Real Estate.

Tras la conclusión de dicha operación, Sopra Steria pasó a depositar plenamente su confianza en el grupo BNP Paribas Real Estate y a solicitar su asesoramiento en sus procesos inmobiliarios. Así, se fijó como objetivo que la consultora acompañara a su cliente en su expansión de manera exitosa por España, en un total de diez ubicaciones: Madrid (tres localizaciones), Bilbao, Valencia, Sevilla, Barcelona, Vitoria, Santander, Alicante.

## Líneas de actuación: estrategias y tácticas desarrolladas\_ 4.

El modelo de negocio de Sopra Steria se basa en proyectos que le encargan sus clientes. Al depender su crecimiento de la continuidad de los proyectos ganados y del otorgamiento de otros nuevos, sus compromisos inmobiliarios tienen que adaptarse totalmente a esa fluctuación del negocio. BNP Paribas Real Estate ha entendido perfectamente la problemática inmobiliaria de Sopra Steria, y por ello le ofrece distintos modelos de arrendamiento que se adaptan a las necesidades del momento. Así, BNP Paribas Real Estate se apoya en los centros de negocios y en los propietarios de oficinas tradicionales, pero también plantea soluciones mixtas en las que los propietarios aportan una mayor flexibilidad en los servicios al inquilino y en las modalidades de contrato. BNP Paribas Real Estate, gracias al conocimiento del negocio de su cliente y a su excelente relación con su interlocutor principal, consigue anticiparse a la necesidad inmobiliaria y darle la mejor respuesta.

## 5. Resultados: logros, beneficios\_

Desde el inicio de su colaboración con Sopra Steria, BNP Paribas Real Estate ha venido adaptando sus servicios a las necesidades de su cliente y al contexto económico; le ha asesorado en los procesos de renegociación de renta durante la crisis económica y ha buscado las mejores opciones para absorber su crecimiento en todo el territorio español.

# 6.

## Testimonio del cliente: breve entrevista

**Maryline Romain**  
Dirección Logística y Compras  
Sopra Steria en España

¿Por qué decidió acudir a una consultora inmobiliaria para acometer este proyecto?

Porque desde Sopra Steria creemos que cada empresa es especialista en su sector y que cada una tiene que optimizar su tiempo y su trabajo.

Mis funciones dentro de Sopra Steria abarcan multitud de problemáticas. Para gestionarlas en tiempo y hora, tengo que apoyarme en varios equipos externos, especializados cada uno en su campo. En lo que se refiere a nuestras necesidades inmobiliarias, una consultora inmobiliaria es obviamente mi *partner* principal.

¿En qué les ha ayudado concretamente?

- En tener una visión clara del mercado inmobiliario en todo el territorio español: zonas del mercado de oficinas, características de cada una de ellas, perfil de propietarios, situación del mercado y capacidad negociadora, etc.
- En ayudarnos a trasladar, con el rigor y la seriedad del grupo BNP Paribas, la realidad del mercado inmobiliario y sus tendencias a nuestra sede central en Francia.
- En tener la certeza de conseguir las mejores condiciones a la hora de negociar.
- En ganar tiempo en todo el proceso. Las necesidades inmobiliarias de Sopra fluctúan de manera casi permanente. Eso nos obliga a tener tiempos de reacción muy cortos. BNP Paribas Real Estate conoce nuestra filosofía, nuestros requisitos de búsqueda, nuestras condiciones de negociación, nuestros procedimientos a la hora de firmar, etc.
- Nos ha evitado que las posibles tensiones del tira y afloja de las negociaciones tengan repercusiones sobre la posterior relación entre arrendador y arrendatario.

## Sopra Steria: “BNP Paribas Real Estate nos ha permitido adelantarnos a los acontecimientos, dejándonos margen de maniobra para la toma de decisiones. Su conocimiento *off-market* ha sido un verdadero plus en varias ocasiones”

¿Qué valor añadido les ofreció el contar con los servicios de esta consultora?

Además de cumplir con todo lo esperado, BNP Paribas Real Estate nos ha permitido adelantarnos a los acontecimientos, dejándonos márgenes de maniobra para nuestra toma de decisiones. Ese conocimiento *off-market* ha sido un verdadero plus en varias ocasiones, al ser una ayuda para la toma de decisiones de primer orden.

¿Qué resultados obtuvo?

Tenemos en BNP Paribas Real Estate un *partner* real, que tiene un conocimiento completo de las necesidades inmobiliarias de Sopra Steria. Nuestros asesores están alerta, nos comunican las informaciones del mercado que son de nuestro interés y se adelantan a nuestras necesidades. Además, BNP Paribas Real Estate nos ofrece una cobertura nacional, puesto que presta sus servicios tanto en grandes ciudades como Barcelona y Valencia como también en otras con menor actividad inmobiliaria como Vitoria o Santander.

¿Por qué recomendaría a otras compañías contar con los servicios de una consultora inmobiliaria?

Por las razones comentadas inicialmente: porque apoyándonos en especialistas, obtenemos mejores resultados, en mejores plazos. Es una relación *win-win*.

**CBRE**  
**AGILENT**



# 1. Cliente

Agilent, empresa del sector tecnológico y con presencia en más de cien países, decidió en 2003 externalizar sus servicios de *facility management* en EEUU, con el objetivo de estandarizar todos aquellos servicios que no son su *core business*.

# Descripción de la situación y antecedentes

CBRE inició un contrato de cinco años con Agilent para cubrir su necesidad de profesionalizar los servicios al ocupante y conseguir además una reducción de costes.

En 2004, y gracias a los buenos resultados aportados por CBRE, decidió expandir el contrato a Europa y Asia y 5 años después, en 2009, se renueva el contrato, al haber conseguido por parte de CBRE la estandarización y definición de los SLAs o niveles de servicio, así como la implementación del modelo de *outsourcing* en las tres regiones.



## 3. Objetivos: tras la decisión de colaboración, expectativas del proyecto\_

La segunda generación de contrato de *facility management* se inició en 2009, y posteriormente, en 2014, se anunció la división de Agilent en dos empresas independientes: Agilent y Keysight. De esta manera, el cliente plantea dos nuevos retos: dividir todos los servicios de *facility management* en las dos empresas y actuar como *partner* en un tema de gran relevancia estratégica. Los objetivos, por tanto, quedaron establecidos de la siguiente manera:

- Separación de todos los servicios de *workplace*, tanto a nivel físico como a nivel de presupuesto
- Lanzamiento de la nueva marca
- Nuevos presupuestos
- Lanzamiento del nuevo cliente

## Líneas de actuación: estrategias y tácticas desarrolladas\_ 4.

En línea con los objetivos propuestos, y a lo largo de toda la colaboración de CBRE y Agilent, y posteriormente tras la división del cliente en Agilent y Keysight, la consultora se centró en tres aspectos clave sobre los que desarrollar su estrategia: reducción de costes, innovación y gestión de servicios críticos.

## 5. Resultados: logros, beneficios\_

Previo a la división de Agilent en dos compañías, y a pesar de la situación de crisis económica, CBRE consiguió reducir los costes en un 22%, implementó la herramienta de gestión FMP y se amplió el *scope* de servicios incluyendo los servicios críticos.

Una vez realizada la división, CBRE pasó a ser considerado como un *partner* para Keysight, tal y como lo describe el propio cliente: "CBRE es un socio importante que ha contribuido de manera estratégica a que Keysight Technologies alcance sus objetivos financieros y operacionales, a la vez que nos ha ayudado a mantener e incluso mejorar la experiencia del empleado. Nuestra colaboración es un claro diferenciador para nuestro desarrollo de negocio y nos está permitiendo realizar inversiones más estratégicas en aras del crecimiento de la compañía".

Agilent: “Buscábamos un *partner* estratégico para las cien oficinas que tenemos en el mundo”

## 6. Testimonio del cliente: breve entrevista\_

Agilent

¿Por qué decidió acudir a una consultora inmobiliaria para acometer este proyecto?

Se trata en este caso de un proyecto de *facility management* donde buscábamos estandarización, procesos, ahorros de coste y un *partner* estratégico para las cien oficinas que tenemos en el mundo.

¿En qué les ha ayudado concretamente?

Además de lo añadido en el punto anterior, nos ayudaron en la separación que sufrió la empresa, dividiéndose en dos nuevas empresas.

¿Qué valor añadido les ofreció el contar con los servicios de esta consultora?

Conocimiento y experiencia además de conseguir nuestros objetivos estratégicos de implementación de tecnología y ahorros de costes.

¿Qué resultados obtuvo?

Reducción de un 22% de costes en la gestión de todos nuestros servicios generales.

¿Por qué recomendaría a otras compañías contar con los servicios de una consultora inmobiliaria?

Porque nos ha permitido situar el Departamento de Servicios Generales en una posición estratégica de la empresa.

**CUSHMAN & WAKEFIELD**

UBS



# 1.

## Cliente

UBS Asset Management Global Real Estate & Private Markets (UBS) ha escogido a Cushman & Wakefield como compañero de viaje en algunos de sus proyectos, durante más de 15 años. Con sus más de 25 años de experiencia en España, C&W ha conseguido convertirse en referente de consultoría inmobiliaria gracias a un verdadero enfoque al cliente basado en el entendimiento, la adaptación y una sólida estrategia de servicio integrado en busca de valor a través del inmobiliario.

# 2.

## Descripción de la situación y antecedentes

World Trade Center Almeda Park se desarrolló en dos fases, años 2003 y 2008. UBS compró la primera fase ya comercializada por C&W y decidió mantenerlo como agente si bien fue al finalizar la segunda fase (2008) cuando UBS tomó un rol mucho más activo en la gestión del Business Park, encargando a C&W primero la gestión de la recién adquirida segunda fase y posteriormente la totalidad del parque en el año 2009.

# 3.

## Objetivos: tras la decisión de colaboración, expectativas del proyecto

Se trataba de diseñar un proyecto que consiguiera atraer a diferentes empresas en una concepción diferente del espacio para trabajar: un parque empresarial formado por varios edificios como un único espacio.

## Líneas de actuación: estrategias y tácticas desarrolladas\_ 4.

Con una visión general del parque, se analizaron conjuntamente y en detalle, las necesidades e inquietudes de las 5.000 personas que lo ocupaban y de potenciales arrendatarios, y se compararon con las tendencias en gestión de edificios y parques empresariales alrededor del mundo, a las que C&W accede a través de la red mundial, además de un profundo conocimiento del mercado de oficinas global y local.

Para las mejoras en los servicios del parque, UBS contó con la colaboración del equipo de Project Management & Consultancy, que en permanente coordinación con Asset Services y Business Space Agencia planificaron e instalaron las nuevas áreas de servicios para arrendatarios, tales como un gimnasio, sala interactiva, servicio de recogida de lavandería, lavado ecológico de coches, iniciativas de RSC, entre otros.

Otras áreas de colaboración fueron el *project monitoring* de las obras de los arrendatarios donde ha habido *capital contributions* como parte de los incentivos del contrato de arrendamiento y servicios de diseño y *construction management* para aquellos arrendatarios donde UBS ha ofrecido un paquete completo que incluía la realización de las obras.

Por su parte, Retail Agencia ha colaborado con gran éxito en el alquiler de los espacios comerciales de WTCAP entre ellos: la ampliación de Dibar, antes Cuinaria, tres locales a Universitas, un local a Over Alquiler de Coches y el recientemente inaugurado Terra Gourmet, su tercer restaurante en Cornellá.

Gracias al profundo conocimiento del WTCAP durante los años de comercialización y gestión, en 2014 UBS confió en el equipo de Capital Markets la venta de los edificios 6 y 8 del parque empresarial que fueron adquiridos por Merlin Properties.

## Resultados: logros, beneficios\_ 5.

A día de hoy World Trade Center Almeida Park es un proyecto muy exitoso que ha conseguido atraer y retener empresas como Panasonic, Luxótica, Puma, Cofidis, Colt y Axa entre otros, bajo el paraguas del 'UBS Concept'. Se trata de una concepción diferente del espacio para trabajar, donde la prioridad son los arrendatarios y que, en coordinación con el área de Asset Services, ha conseguido consolidar el parque con estrategias novedosas.

La estrategia ha satisfecho tanto las necesidades de los ocupantes como la de los propietarios, ya que ha atraído, consolidado y retenido arrendatarios, que se sienten unidos e identificados con el parque, y siempre manteniendo las rentas.

C&W ha sido la consultora más premiada por UBS Asset Management en Europa. Con una dura competencia a lo largo de este tiempo, UBS Asset Management, siguiendo un proceso independiente, serio y transparente, durante cinco años consecutivos ha sido premiado a C&W con dos primeros puestos, dos segundos puestos y un tercero.

UBS Global Real Estate: “El equipo de C&W ha sido muy proactivo a la hora de proponer iniciativas para convertir nuestros activos en edificios de uso fácil”

## 6. Testimonio del cliente: breve entrevista\_

**Jesús Silva**  
Head of Iberia, UBS Global Real Estate

¿En qué les ha ayudado concretamente?

El equipo de C&W ha demostrado ser muy proactivo a la hora de proponer iniciativas para aumentar el valor de nuestros activos gestionados por ellos. No sólo desde un punto de vista técnico de estrategias de ahorro de costes y políticas de sostenibilidad, sino también para convertir nuestros activos en edificios de uso fácil.

¿Qué valor añadido les ofreció el contar con los servicios de esta consultora?

Nos ha proporcionado servicios, experiencia, respuestas rápidas y un equipo unificado con buena visión del proyecto, lo que produce altos niveles de satisfacción en nuestros inquilinos y facilita la retención de nuestros activos.

La confianza en la calidad de sus servicios es absoluta y por ello son nuestros colaboradores de forma regular.

¿Por qué recomendaría a otras compañías contar con los servicios de una consultora inmobiliaria?

C&W no es un proveedor de servicios tradicional. La obsesión por los detalles, donde no sólo importa el cuánto sino también el cómo y el cuándo, su anticipación a las necesidades del cliente y su implicación antes, durante y después de los proyectos hacen que más que un colaborador externo parezca un departamento más de tu propia compañía.

¿Ha desarrollado otros proyectos con esta misma consultora?

La estrategia de búsqueda de valor de C&W se extendió durante 2016 con el apoyo a UBS en la *due diligence* comercial y técnica en la operación de compraventa del edificio de oficinas de Aribau 192-198, un activo arrendado principalmente a Roca Junyent, ubicada al lado del *prime* Avenida Diagonal de Barcelona.

El caso se ha repetido confiando de nuevo en C&W como agente exclusivo para los actuales procesos de venta de Vallsolana Garden Business Park en Sant Cugat del Vallés (Barcelona) y del Centro Comercial Metromar en Sevilla, además de varias operaciones en Portugal, Italia y Escocia entre otros países de Europa.

C&W ha llegado a gestionar hasta 17 activos del portfolio de UBS en España que incluye centros y parques comerciales, oficinas y naves logísticas: actualmente destacan la gestión de WTCAP, Vallsolana, Cornerstone y el Parque Comercial Vista Alegre.

JLL

HEADQUARTERS VODAFONE ESPAÑA





# 1.

## Cliente

Vodafone España forma parte del Grupo Vodafone, una de las compañías de telecomunicaciones más grandes del mundo por ingresos. La compañía proporciona un abanico completo de servicios de telecomunicaciones unificadas, incluidas comunicaciones de voz, datos móviles y banda ancha. La sede de Vodafone España se localiza en Madrid.

# 2.

## Descripción de la situación y antecedentes

Vodafone se localizaba en dos ubicaciones en Madrid (Isabel Colbrand, 22 de 45.000m<sup>2</sup> y Avenida de Europa, 1 de 21.500m<sup>2</sup>) y necesitaba unificar su sede. Así, inicialmente se plantearon tres alternativas: quedarse en las mismas ubicaciones, construir un edificio nuevo en el que consolidar a todos sus empleados o moverse a un edificio existente.

**Vodafone España:**  
“JLL se involucró en el proyecto desde el principio para conocer no sólo los objetivos sino los motivos del proyecto”

### Objetivos: tras la decisión de colaboración, expectativas del proyecto\_

Como medida estratégica, Vodafone decidió consolidar ambas localizaciones en un solo emplazamiento y realizar la búsqueda de un edificio ya construido. Todo esto repercutiría en un ahorro importante de costes para la multinacional.

Una vez tomada la decisión de salida para consolidar sedes, JLL puso en marcha la búsqueda de la nueva sede. Los principales retos del proyecto fueron los siguientes:

- Búsqueda en el mercado de Madrid de localizaciones potenciales, ya fuesen edificios existentes o de nueva construcción.
- Renegociación del contrato de alquiler con la nueva propiedad y con las previas de cara a efectuar una salida lo más beneficiosa posible para Vodafone.

Finalmente, Vodafone consolidó sus dos localizaciones en un único edificio de 55.000m<sup>2</sup>: el elegido fue el edificio de oficinas ubicado en Avenida de América, 115. Se trataba de un activo ubicado en una arteria principal de Madrid, con buenas comunicaciones y enorme visibilidad desde ambos sentidos de la vía. Se revisó la normativa urbanística del activo y se negoció con la propiedad la reforma de las fachadas y la creación de un patio interior que finalmente dio consistencia al activo.

Tétris, departamento de Diseño y Construcción de JLL, resultó designado por Vodafone como la empresa que realizaría la obra de acondicionamiento del activo a las necesidades de Vodafone y posterior implantación de las oficinas del cliente en el activo.

### Líneas de actuación: estrategias y tácticas desarrolladas\_

Finalmente, el proyecto de reacondicionamiento e implantación se desarrolló en un período de 22 semanas; se trata de un tiempo récord teniendo en cuenta la superficie y envergadura del proyecto.

Tétris/JLL trabajaron de la mano del cliente desde la conceptualización inicial del proyecto, pasando por la readaptación de las fachadas, hasta llegar al diseño e implantación en última instancia de las oficinas.

La mudanza de los empleados se hizo en un único momento, de tal forma que las nuevas ubicaciones del personal se plantearon según las necesidades presentes y futuras de Vodafone, planteadas desde un punto de vista de *workplace strategy*.

### Resultados: logros, beneficios\_

Este proyecto ha dado la oportunidad a Tétris de continuar trabajando con Vodafone, proveyendo servicios de diseño y construcción de las nuevas oficinas alrededor de España. En total, se trata de más de quince proyectos realizados en 2016 y más de ocho para 2017.

La sede de Vodafone en Madrid ha recibido la certificación Leed Platino gracias a las medidas de sostenibilidad implantadas en el activo desde su inicio, centradas en un diseño y una construcción sostenibles: climatización y reducción del consumo eléctrico.

# 6.

## Testimonio del cliente: breve entrevista\_

**Gonzalo Delgado**  
Group Property Strategy Manager Vodafone

¿Por qué decidió acudir a una consultora inmobiliaria para acometer este proyecto?

Éste era, sin duda, el proyecto inmobiliario más importante para la compañía en los últimos años y una gran oportunidad para el futuro.

Por primera vez, íbamos a consolidar nuestras oficinas en Madrid en una sola ubicación, dentro del proyecto de transformación de la compañía. El proyecto tenía que permitirnos adaptarnos a una nueva forma de trabajar, ser una muestra de las soluciones que ofrecemos al mercado y aportar los beneficios económicos necesarios para poder llevarlo a cabo.

Dada la trascendencia y complejidad del proyecto, decidimos confiar en una consultora que nos pudiera ofrecer su experiencia y conocimiento del mercado, así como ayudarnos a valorar las diferentes alternativas que había disponibles.

¿En qué les ha ayudado concretamente?

La consultora se involucró en el proyecto desde el principio para conocer no sólo los objetivos sino los motivos del proyecto. Colaboró con nosotros en el análisis de diferentes opciones en el mercado ya que estuvimos considerando construir, promover o alquilar, así como gestionar los contratos vigentes en aquel momento. Para cada escenario, se necesitaban considerar todos los ángulos del proyecto y no sólo el componente financiero.

¿Qué valor añadido les ofreció el contar con los servicios de esta consultora?

La consultora nos ofreció su conocimiento de mercado, un equipo perfectamente preparado y los contactos necesarios para la operación.

A pesar de ser una gran compañía y contar con recursos internos propios, consideramos que la experiencia y conocimiento de la consultora nos enriquecerían y ayudarían a alcanzar los ambiciosos objetivos del proyecto, que era realmente complejo.

JLL nos aportó una visión externa completamente objetiva, nos presentó opciones que nosotros no habíamos considerado por nosotros mismos y estuvo presente desde la concepción hasta el final del proyecto, incluyendo la adaptación del edificio para nuestro uso en un proyecto realmente innovador.

¿Qué resultados obtuvo?

Desde nuestro punto de vista se alcanzaron todos los objetivos que inicialmente teníamos:

- Encontrar la ubicación adecuada.
- Obtener un contrato financieramente viable y compatible con los contratos vigentes en aquel momento.
- Ajustar los plazos a nuestras necesidades.
- Realizar la implementación de los espacios de trabajo para permitirnos la transformación de la compañía hacia las nuevas formas de trabajo, así como mostrar la aplicación práctica de las soluciones que ofrecemos en el mercado.

¿Por qué recomendaría a otras compañías contar con los servicios de una consultora inmobiliaria?

Nosotros estamos convencidos del valor añadido de las consultoras inmobiliarias para empresas como la nuestra.

Como he indicado anteriormente, la experiencia y equipos con los que cuentan permiten complementar el conocimiento de los equipos internos (si se cuenta con ellos) para obtener unos resultados mejores de los que podríamos alcanzar por nosotros mismos. Su acceso a inversores, operaciones fuera del mercado, así como el conocimiento tanto del mercado actual como de nuevos desarrollos inmobiliarios, son motivos suficientes para confiarles nuestros proyectos.

**KNIGHT FRANK**  
**DAZIA CAPITAL**



# 1. Cliente

Dazia Capital es una empresa dedicada a la adquisición, rehabilitación y revitalización de edificios residenciales en los principales centros urbanos, incluyendo Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza, Málaga, Sevilla y Bilbao. Su enfoque es residencial o de uso mixto, con superficies desde 1.000 m<sup>2</sup> a 10.000 m<sup>2</sup> aproximadamente.

La empresa se sitúa en Madrid, concretamente en la Calle Alfonso XII, 32, 2<sup>º</sup> Izquierda.

## Descripción de la situación y antecedentes\_ 2.

El cliente disponía de una promoción de once exclusivas viviendas de dos y tres dormitorios en el Triángulo del Arte, en Madrid (Jardines del Paseo del Prado, 46). Todos los inmuebles disponían de acabados de excepcional calidad y magníficas vistas al Jardín Botánico. Además, disponen de las últimas tecnologías en climatización, electricidad y fontanería a fin de conseguir la mayor comodidad de sus habitantes.

Para la construcción de estas viviendas, se rehabilitó la estructura de Paseo del Prado, 46 de manera integral, incluyendo su emblemática fachada de ladrillo con balconadas de forja, que data del año 1907. Además, se rehabilitó la escalera protegida original de madera y se instaló un ascensor con una cabina de lujosos acabados.

Dado el rasgo de exclusividad de esta promoción de viviendas, Dazia Capital solicitó los servicios de Knight Frank ya que esta operación requería de un conocimiento especializado y años de experiencia.

## Objetivos: tras la decisión de colaboración, expectativas del proyecto\_ 3.

El proyecto buscaba gestionar la venta del 100% de las viviendas de nivel medio-alto, pues por la especialización, en las compañías inmobiliarias es difícil llevar a cabo todas las actividades "in house". Además, se tenía como objetivo obtener asesoramiento en herramientas de marketing y publicidad, así como en atención a clientes.

## Líneas de actuación: estrategias y tácticas desarrolladas\_ 4.

La estrategia de venta se basó en alcanzar un conocimiento de la zona, locales, servicios y evolución histórica del precio de viviendas del mismo segmento. Para ello, Knight Frank puso en práctica su conocimiento y experiencia en este tipo de operaciones. Además, su marca comercial fue un factor positivo que ayudó a la venta de las viviendas.

## 5. Resultados: logros, beneficios\_

Tras contar con el asesoramiento y profesionalización de Knight Frank se consiguió vender la totalidad de las viviendas de nivel alto, medio-alto.

## 6. Testimonio del cliente: breve entrevista\_

**Leticia Pérez Márquez**  
Real Estate Manager, Dazia Capital

¿Por qué decidió acudir a una consultora inmobiliaria para acometer este proyecto?

Decidimos acudir a Knight Frank por su equipo profesional y marca comercial. Estos dos aspectos nos ayudarían en la venta de la promoción de viviendas, pues los inmuebles respondían a un nivel alto, medio-alto.

¿En qué les ha ayudado concretamente?

En la atención a clientes, público interesado, formalización de las operaciones, seguimiento y atención a los compradores. Además, hemos obtenido un asesoramiento en herramientas de marketing y publicidad, que nos ayudará en la gestión de operaciones futuras.



## Dazia Capital: “Decidimos acudir a Knight Frank por su equipo profesional y marca comercial, que nos ayudarían en la venta de la promoción de viviendas”

¿Qué valor añadido les ofreció el contar con los servicios de esta consultora?

*Know-how* y experiencia en la venta de viviendas de nivel alto, medio-alto. Es importante conocer el sector y tener experiencia en él, valores que tuvimos en cuenta para contar con los servicios de Knight Frank.

¿Qué resultados obtuvo?

La venta del 100% de la promoción.

¿Por qué recomendaría a otras compañías contar con los servicios de una consultora inmobiliaria?

Uno de los grandes valores que aportan las grandes consultoras inmobiliarias es su especialización. Las compañías inmobiliarias tratamos de realizar todas las operaciones nosotros mismos, pero en ocasiones es difícil llevar a cabo todas *“in house”*. En estos casos, la solución es fácil, pues debemos apoyarnos en una consultora inmobiliaria, que nos ayudará a conseguir la venta de viviendas.

SAVILLS  
ROCKSPRING



# 1.

## Cliente,

El cliente, un fondo gestionado por Rockspring, buscaba la venta de varios activos: se trataba de una serie de locales ubicados en la Marina de Puerto Banús, en Marbella (Málaga). Así, los servicios prestados por Savills consistirían en el asesoramiento a Rockspring en la venta de los locales como cartera.

# 2.

## Descripción de la situación y antecedentes,

Los locales comerciales como producto de inversión atraen el interés de todo tipo de inversores de perfil patrimonialista que buscan invertir en activos refugio con un elevado nivel de liquidez. Los inversores buscan ubicaciones *prime* (Top 5 de capitales de provincia en España), buenos operadores, rentas de mercado y contratos sólidos.

En el caso de Puerto Banús, dadas sus especiales características por su ubicación (micro-mercado) y el volumen de inversión (muy grande para privados y algo pequeño para inversores institucionales), había que elegir la estrategia adecuada.

# 3.

## Objetivos: tras la decisión de colaboración, expectativas del proyecto,

El fondo gestionado por Rockspring aspiraba a cerrar la venta de cinco locales comerciales ubicados en la Marina de Puerto Banús cuya superficie total alcanzaba los 578 m<sup>2</sup> y estaban alquilados a Guess, La Martina, Royal House, La Venezia y Villa Padierna.

## Líneas de actuación: estrategias y tácticas desarrolladas\_4.

La estrategia de venta se basó en varios aspectos:

- Se realizó un *research* intensivo de comparables de renta y venta en Puerto Banús para justificar:
  - Evolución de las rentas en la zona
  - Recorrido de las rentas de los locales
  - Recorrido en precio
  - Demanda de operadores
  - Demanda inversora

Por la tipología del micro-mercado, la información no resultaba fácil de obtener y por ello requirió un trabajo a medida, que se desarrolló de la siguiente manera:

- Se planteó cuál sería la estrategia más adecuada: Venta como cartera o venta individualizada. La decisión fue la de venta de cartera ante el riesgo de no poder vender los locales peor ubicados dentro de la cartera y como medida para minimizar los tiempos de venta.
- Se buscó colaboración en la búsqueda de fuentes de financiación.
- Se llevó a cabo un marketing extensivo a varios niveles aprovechando los recursos locales e internacionales de Savills:
  - Contacto personal con todos los inversores activos en España: Fondos, Family Office Españoles, Inversores Latinoamericanos, SOCIMIs, Mutualidades. Para ello utilizamos todos los recursos del equipo de Capital Markets: equipo de Inversión Oficinas, Retail y Patrimonios Privados.
  - Colaboración con nuestro equipo de Inversión Retail pan-europeo, *cross border* y oficina asociada en Marbella para llegar al mayor número posible de inversores, fundamentalmente los de ámbito local.
  - Contacto con banca privada al objeto de llegar a más patrimonios privados.

## Resultados: logros, beneficios\_5.

Tras el desarrollo de todas las acciones, se obtuvieron varias ofertas por el inmueble, procedentes de inversores de distinto perfil. A ello siguió la negociación y cierre de la transacción en los plazos marcados por el cliente a un precio que superó las expectativas iniciales.

El comprador final fue un vehículo formado por varios inversores privados para poder acceder a ese volumen de inversión, asesorados por Nmas1.

## Rockspring Iberia: “El apoyo del equipo de Research de Savills fue clave a la hora de establecer el racional de venta”

### 6. Testimonio del cliente: breve entrevista\_

**Sir John Thompson**  
Bt, MRICS  
Director Rockspring Iberia

¿Por qué decidió acudir a una consultora inmobiliaria para acometer este proyecto?

Decidimos acudir a una consultora inmobiliaria por su capacidad de llegada al mayor número posible de inversores, ya que se trataba de un producto muy único por ubicación y volumen. Además, había que presentar el producto justificando muy bien los niveles de renta, precio y demanda inversora; todo ello exigía un *research* muy profundo dada la especificidad del producto.

¿En qué les ha ayudado concretamente?

En establecer la estrategia de marketing adecuada, selección del target de inversores, comercialización del producto y su venta en los mejores términos posibles en cuanto a plazo y precio.

¿Qué valor añadido les ofreció el contar con los servicios de esta consultora?

Decidimos acudir a Savills por su experiencia en este segmento, por su equipo de patrimonios privados, oficinas asociadas en la zona y estructura internacional. Además, el apoyo de su equipo de Research fue clave a la hora de establecer el racional de venta. Por último, somos muy exigentes en cuanto a los estándares de marketing y en este sentido Savills ofrecía un producto de gran calidad.

¿Qué resultados obtuvo?

La cartera se vendió en los plazos marcados al mejor precio posible, utilizando unos materiales de marketing de alta calidad.

¿Por qué recomendaría a otras compañías contar con los servicios de una consultora inmobiliaria?

Las grandes consultoras inmobiliarias ofrecen un servicio muy profesional, apoyándose en un profundo *research* y con materiales de marketing innovadores y de calidad. Su estructura internacional es clave para entender los flujos de capital y llegar a cada inversor activo en este mercado. Conocen el mercado y se apoyan en equipos muy experimentados que llevan haciendo esto muchos años.

## # Tendencias 3

# Transparencia

La creciente desconfianza de los usuarios, ante la ingente cantidad de información a la que acceden a diario, hace que demanden transparencia y honestidad por parte de las empresas y organizaciones con las que entablan relación.

# La mejoría en la transparencia resultará de vital importancia a nivel de reputación, pues vendrá a cumplir los deseos que los *stakeholders* vienen expresando en los últimos tiempos.

---

Con la irrupción de las nuevas tecnologías ha llegado también la creciente desconfianza de los usuarios, ante la ingente cantidad de información a la que acceden a diario. Es por ello que éstos reclaman y demandan transparencia y honestidad por parte de las empresas y organizaciones con las que entablan relación. En este contexto, cobra especial importancia que las compañías actúen responsablemente, puesto que desarrollan actividades públicas, así como que sus empleados actúen con honradez. Además, las nuevas tecnologías y el ya mencionado *big data* facilitan a los consumidores la demanda de mayor transparencia, y se convierten a su vez en el mejor método con que las empresas cuentan para alcanzarlo.

El sector inmobiliario ha sido frecuentemente acusado, con razón o sin ella, de ser opaco, y de no ofrecer información siempre completa o actualizada. El uso de estas nuevas tecnologías desempeñará un papel clave, ya que la disposición de informa-

ción correctamente filtrada contribuye a la mejora en la toma de decisiones. Además, esta mejoría en la transparencia resultará de vital importancia a nivel de reputación, pues vendrá a cumplir los deseos que los *stakeholders* vienen expresando en los últimos tiempos.

La transparencia hoy en día también se exige a nivel empresarial. Según un reciente estudio elaborado por Georgeson y Cuatrecasas Gonçalves Pereira<sup>5</sup>, las compañías -con las empresas cotizadas por delante- están experimentando numerosos cambios en la búsqueda de un mejor gobierno corporativo, una tendencia que aún cuenta con un largo recorrido por delante.

<sup>5</sup> Georgeson y Cuatrecasas Gonçalves Pereira, *El Gobierno Corporativo y los Inversores Institucionales Edición 2016*, 2016.





~~desconfianza~~





El valor de la consultoría  
inmobiliaria

Nuestra esencia:

# Liderando el sector. Creando valor.

La Asociación Española de Empresas de Consultoría inmobiliaria (ACI), fundada en 2013, reúne a las firmas líderes en consultoría inmobiliaria en España como son Aguirre Newman, BNP Paribas Real Estate, CBRE, Cushman&Wakefield, JLL, Knight Frank y Savills. Juntas representan más de un 90% del mercado.

Las firmas presentes en ACI emplean a más de 2.200 profesionales en España, entre empleos directos e indirectos, y más de 180.000 a nivel internacional, lo que refleja la importancia de este mercado en el sector inmobiliario.

El papel de ACI y sus socios es clave, y más en un momento de mercado donde la recuperación del sector debe ir aparejada al fortalecimiento de la transparencia y las buenas prácticas como elementos esenciales para su buen funcionamiento.

ACI tiene como fin principal contribuir a profesionalizar el mercado de la consultoría inmobiliaria en España para dotarlo de transparencia y buenas prácticas profesionales. Supone trasladar un modelo de éxito al mercado que ya están desarrollando otras asociaciones similares en Francia y Reino Unido.

# Nuestros valores son:

## Independencia

### La independencia es credibilidad

Nuestro carácter independiente nos aporta credibilidad y nos hace seguros de nosotros mismos. Tenemos talento, carácter y seguridad, pero eso no nos impide ser realistas y tener los pies en la tierra. Llevamos en este sector mucho tiempo y sabemos que no es fácil: requiere decisión, valentía y prudencia.

## Trabajamos por la transparencia

La transparencia de nuestras intenciones nos permite ser directos. Tenemos claro nuestro objetivo, por eso no nos gusta dar rodeos, sino hacer las cosas de forma abierta, simple y directa. Somos prácticos y naturales, nos gusta transformar los retos en algo fácil y sin complicaciones. Creamos valor.

## Prestigio y liderazgo

Nuestra experiencia y profesionalidad nos hacen ser líderes. Somos innovadores, ambiciosos y exigentes, nos gusta sacar lo mejor de nosotros para conseguir lo que nos proponemos.

## Juntos aportamos más

Somos positivos, pensamos en lo que tenemos y lo que está por llegar. Esto nos hace ser inquietos, enérgicos y decididos, trabajando de forma incansable por el progreso y la búsqueda de una evolución constante del sector y el mercado.

Transparencia

Liderazgo

Contribución

## # Tendencias 4

# *E-commerce*

El éxito del *e-commerce* es otro de los factores que reflejan la evolución del comportamiento del consumidor.

El éxito del *e-commerce* es otro de los factores que reflejan la evolución del comportamiento del consumidor. En un estudio elaborado por uno de nuestros socios<sup>6</sup> se confirman las nuevas tendencias: el 23% de los *millennials* declaran comprar más del 30% de sus compras por Internet, excluyendo alimentación. La comodidad en la entrega (42%), una oferta más amplia (42%) y un precio más conveniente (40%) son los factores que más peso tienen a la hora de inclinarse por esta tipología de compra.

Así, la innovación se ha convertido en una constante en el campo de la distribución. A modo de ejemplo, cabe destacar el primer envío de pedido por dron a un cliente en Europa realizado por el gigante de la distribución Amazon, en diciembre de 2016 en Londres.

Por otro lado, el hecho de que los productos resulten ahora más accesibles para todo el público, se ofrezcan en un menor tiempo de entrega y se hayan flexibilizado los cambios de última hora, ha supuesto la clara transformación del sector logístico y de su modelo operativo tradicional. Con la irrupción del *e-commerce*, la gestión de mercancías y el almacenaje eficientes resultan de vital importancia. Así, los espacios de almacenamiento se están gestionando en la actualidad de forma más innovadora, como por ejemplo a través del empleo de robots y vehículos teledirigidos, con el objetivo de lograr una fácil y ágil localización de productos.

<sup>6</sup> CBRE España, *Millennials: ¿son en realidad tan distintos?*, 2016.

Con la irrupción del *e-commerce*, la gestión de mercancías y el almacenaje eficientes resultan de vital importancia. Así, los espacios de almacenamiento se están gestionando de forma más innovadora.



# más accesible



menos  
tiempo

# A5

Nuestros asociados



Aguirre Newman  
BNP Paribas Real Estate  
CBRE  
Cushman & Wakefield  
JLL  
Knight Frank  
Savills

# Aguirre Newman

Para Aguirre Newman, el balance de 2016 no ha podido ser mejor, aunque el año empezaba con algunas incertidumbres, lo cierto es que ha habido una buena dinámica y ha sido un año muy positivo en general, y en el sector de la consultoría inmobiliaria ha habido una enorme actividad.

En Aguirre Newman hemos continuado ayudando a nuestros clientes en sus problemáticas y oportunidades inmobiliarias con una visión global que aúna todos los aspectos técnicos, comerciales, financieros y estratégicos en un mismo servicio con el objetivo de aportarles una solución integral.

Calle General Lacy, 23  
28045 Madrid  
+34 91 319 13 14  
asesores@aguirrenewman.es  
aguirrenewman.es

## Principales actividades en 2016

Durante el 2016 hemos consolidado el crecimiento de los años anteriores y además hemos conseguido crecer en todas las áreas y afianzar nuestra metodología de trabajo caracterizada por la integración de nuestros servicios (Agencia, Inversión, Gestión, Arquitectura, Consultoría, Corporate Finance, Valoraciones y Tasaciones, Urbanismo, y Asset Management) en cada uno de los mercados en los que operamos (oficinas, logístico e industrial, centros comerciales, retail, hoteles, residencial y usos alternativos), lo que nos permite ofrecer el mejor servicio con la mayor especialización.

Desde la división de **Agencia**, realizamos un asesoramiento especializado por sectores a propietarios y usuarios en todo lo relativo a la comercialización y optimización de las condiciones en sus activos inmobiliarios.

En el área de **Inversiones**, ofrecemos un asesoramiento en proyectos de inversión y desinversión de todo tipo de activos y portfolios inmobiliarios, basado en un exhaustivo análisis del mercado, financiero y técnico.

En **Gestión** optimizamos la gestión financiera, técnica, legal y operativa de cualquier tipo de activo o portfolιο inmobiliario, ofreciendo a nuestros clientes soluciones adecuadas que permitan incrementar el valor de sus inmuebles.

Por otro lado, en **Arquitectura** desarrollamos soluciones a medida en función de las necesidades de cada cliente, actuando como meros asesores en la concepción del espacio, desarrolladores del proyecto y/o ejecutores de las obras hasta la fase final de traslados y posterior mantenimiento.

En la división de **Consultoría** aportamos valor en la toma de decisiones inmobiliarias de carácter estratégico. Asesoramos en

procesos de optimización de activos, análisis de la deuda y operaciones con alta complejidad financiero-inmobiliaria.

Además en el área de **Corporate Finance**, tenemos amplia experiencia en identificación y ejecución de operaciones corporativas, así como en el diseño de estructuras de financiación para proyectos inmobiliarios.

Por otro lado, realizamos **Valoraciones y Tasaciones** de todo tipo de activos y portfolios inmobiliarios, basándonos en normas y métodos reconocidos internacionalmente.

Y desde el departamento de **Urbanismo** desarrollamos herramientas de planteamientos y gestión urbanística para optimizar, poner en valor y mejorar la rentabilidad de los inmuebles.

Por último, desde el área de **Asset Management**, diseñamos, constituimos y gestionamos vehículos de inversión y fondos inmobiliarios en sectores específicos de los mercados.

Con todos estos servicios, conseguimos dar a nuestros clientes un asesoramiento transversal, cubriendo todas las fases del ciclo inmobiliario para poder ofrecer la mejor solución y seguir siendo un referente en el ecosistema inmobiliario.

Para este año 2017, esperamos la estabilización del *comercial real estate* en los buenos niveles vistos en 2015 y 2016, un crecimiento de las ventas de residencial y un mercado de inversión marcado por una demanda muy activa.

Por parte de Aguirre Newman, en este ejercicio vamos a iniciar también relevantes proyectos estratégicos con los que estamos diseñando el futuro de nuestra Compañía con los que esperamos continuar afianzando nuestro liderazgo. Además este año destacamos la creación de Aguirre Newman digital, para liderar el proceso de transformación digital del sector en lo que se viene conociendo como Proptech.



## Santiago Aguirre, Presidente de Aguirre Newman

A lo largo de casi 30 años de trayectoria Aguirre Newman se ha convertido en una compañía líder y referente en el sector inmobiliario español y portugués, ha experimentado una evolución constante basada en una estrategia de crecimiento sostenido y en la aplicación de unos valores sociales y empresariales de los que nos sentimos especialmente orgullosos. Valores que se reflejan, por una parte, en el compromiso, conocimiento y esfuerzo constante de cada uno de los profesionales que han formado y forman parte de esta historia y, por otra parte, en la relación de confianza, trabajo y afecto labrada con nuestros clientes.

En Aguirre Newman estamos especializados en la creación de soluciones a medida para cualquier necesidad inmobiliaria, ofreciendo un asesoramiento integral diseñado para cada cliente, según los requisitos de cada proyecto. Una manera de trabajar en la que han depositado su confianza las principales compañías nacionales e internacionales, y que nos ha permitido alcanzar altos estándares de calidad y convertirnos en referente en nuestro sector.

Parte de nuestro éxito se debe a que siempre hemos puesto el beneficio del cliente por encima del nuestro y eso nos ha dado una calidad mejor que la de nuestros competidores.

Hay tres aspectos muy importantes a los que contribuimos las consultoras. En primer lugar, tenemos una tecnología y un conocimiento del mercado que normalmente no tienen otros actores que no son especialistas. En segundo lugar, proveemos al mercado de transparencia y seguridad, haciéndolo más atractivo y contribuyendo a bajar los precios, ya que cuanto más transparente y más profesional es el mercado, menos riesgos tienen que tomar los inversores. Y por otra parte, pensamos que a largo plazo hay una serie de sectores dentro del mercado inmobiliario que todavía tienen que profesionalizarse, nosotros somos capaces de ayudar a hacer más eficientes una serie de inmuebles que hoy en día no se consideran.

Aguirre Newman apuesta de manera permanente por una actitud proactiva y flexible para adelantarnos y atender a los nuevos retos de nuestro mercado y de nuestros clientes. La potenciación de nuestra estrategia comercial global y de cercanía a nuestros clientes junto con la sofisticación continua de nuestros perfiles y servicios constituyen nuestros ejes de actuación esenciales. De esas grandes líneas se derivan aspectos concretos como nuevos servicios, geografías a cubrir, nuevos canales de comunicación con nuestros clientes, nuevas metodologías, digitalización, etc. Se trata de continuar ayudando a nuestros clientes en sus problemáticas y oportunidades inmobiliarias con una visión global que aúna todos los aspectos técnicos, comerciales, financieros y estratégicos en un mismo servicio con el objetivo de aportarles una solución integral.

# BNP Paribas Real Estate

BNP Paribas Real Estate, una de las principales consultoras de servicios inmobiliarios a nivel internacional, ofrece una gama completa de servicios que abarca el ciclo completo de vida de un inmueble: Promoción, Transacción, Consultoría, Valoración, Property Management e Investment Management.

En España BNP Paribas Real Estate se centra en los servicios de Transacción, Consultoría, Valoración, Property Management e Investment Management.

BNP Paribas Real Estate aporta a sus clientes conocimiento local a una escala global en 37 países con alrededor de 180 oficinas y 3.800 empleados (en 16 con delegación propia y en 21 gracias a su red de alianzas).

En España BNP Paribas Real Estate cuenta con oficinas en Madrid, Barcelona y Valencia así como una amplia red de colaboradores distribuidos en todo el territorio español que permite dar un servicio a nivel nacional.

BNP Paribas Real Estate es una compañía del grupo BNP Paribas.

Calle Génova, 17  
28004 Madrid  
+34 91 454 96 00  
[informacion.realestate@bnpparibas.com](mailto:informacion.realestate@bnpparibas.com)  
[realestate.bnpparibas.es](http://realestate.bnpparibas.es)



## Principales actividades en 2016

A lo largo del 2016 hemos realizado con éxito numerosas actividades apoyándonos en nuestra amplia cartera de servicios. Nuestros especialistas en inversión han prestado servicios de asesoramiento para la compra/venta de activos a empresas como BBVA, AXIARE, Día, entre otras, así como las principales SOCIMIs y Family Offices.

En cuanto a la intermediación, nuestros equipos han asesorado a numerosas empresas españolas y extranjeras en la búsqueda de inmuebles que se adapten a sus expectativas y necesidades como por ejemplo las oficinas de Sopra, Quirón, Allianz, Samsung Mutua, las naves de Mediapro, Nintendo, Alfil Logistics, los locales de Papa Johns, Lego o Sport Zone.

Nuestro profundo conocimiento de los mercados locales nos ha permitido realizar numerosas valoraciones de diferentes activos como el portfolio de supermercado Leclerc, de diferentes fondos de inversión o activos financiados por ING y CaixaBank. También hay que destacar el trabajo de nuestra línea de negocio de Property Management a través de la que gestionamos grandes portfolios patrimoniales maximizando su ocupación y rentabilidad. En el último año hemos incrementado un 10% la superficie en gestión con mandatos para SAREB, Mercury, MGS o Banca March entre otros.

En BNP Paribas Real Estate sabemos el compromiso que tenemos con nuestros clientes, con nuestros colaboradores y con la sociedad. Por eso, continuamos trabajando para construir una oferta de productos y servicios globales y a la vez innovadores y para reducir el impacto ambiental y favorecer el desarrollo y compromiso de nuestra actividad a fin de convertirnos en un actor principal del sector inmobiliario.



## Jesús Pérez, Presidente de BNP Paribas Real Estate en España

El grupo BNP Paribas Real Estate cuenta con más de 3.800 empleados que proporcionan a sus clientes una amplia experiencia y conocimiento de los mercados. Este conocimiento, combinado con nuestra fuerte presencia internacional nos permite dar respuesta global a nuestros clientes.

En España lleva prestando sus servicios desde hace casi 30 años con una amplia presencia territorial, ofreciendo a sus clientes servicios globales a través de tres líneas de negocio: Advisory (servicios de Transacción, Valoración y Consultoría), Property Management e Investment Management. Contamos, en todas ellas, con expertos capaces de ofrecer apoyo y orientación especializada en el mercado inmobiliario.

En el último año, hemos fortalecido el área de inversión con nuevas incorporaciones de profesionales especializados en diferentes segmentos capaces de dar un soporte global a nuestros clientes. Así, a lo largo de 2016, hemos asesorado a diversas compañías del sector inmobiliario en más de 350 transacciones de alquiler y venta representando 1,2 millones de m<sup>2</sup>, hemos cerrado operaciones de inversión por un volumen cercano a los 300 millones de euros, hemos valorado cerca de 3,5 millones de m<sup>2</sup> y en la actividad de Property Management hemos gestionado más de 1 millón de m<sup>2</sup> de activos propiedad de clientes que han confiado en nuestra capacidad.

Uno de los elementos diferenciales de nuestros servicios es, sin duda, el trabajo de coordinación con las otras líneas de negocio del Grupo BNP Paribas en España, donde nuestra oferta de servicios globales del Grupo BNP Paribas representa una ventaja estratégica adicional y diferencial para nuestros clientes.

Nuestro objetivo es continuar desarrollando y mejorando nuestras actividades ofreciendo una amplia oferta de servicios globales desde transacciones, asesoría, *due diligence* técnica, agencia, etc. Queremos dar una respuesta glo-

bal a las necesidades de los clientes como actor clave de referencia en el mercado. Por ejemplo, en 2016, hemos desarrollado un nuevo servicio dedicado a solucionar las exigencias de revisión de la eficiencia energética en los activos, trabajando para clientes como Merlin, GMP, El Corte Inglés, Metrovacesa.

El mercado inmobiliario exige la integración de la innovación en la estrategia empresarial en busca de una mayor eficiencia y eficacia. De esta manera, para BNP Paribas Real Estate la innovación constante estimula el ingenio y la creatividad, indispensables para mejorar la calidad del servicio al cliente.

En un sector tan dinámico y altamente competitivo como el inmobiliario, nuestro perfil corporativo, propio de nuestra condición de ser una de las unidades de negocio del mayor Banco en Europa, nos lleva a satisfacer las necesidades de nuestros clientes con una respuesta global, junto con la cercanía de nuestros equipos, que con su cualificación aportan el rigor y la máxima garantía en la ejecución de los encargos.

Impulsamos una cultura de responsabilidad y de integridad en la que involucramos a todos los empleados de BNP Paribas Real Estate para promover de manera sostenible la actividad del grupo y garantizar un impacto positivo sobre la sociedad. Nuestro compromiso con la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es otro patrón de trabajo constante puesto que se trata de una verdadera palanca para la innovación y el rendimiento para nuestros clientes y empleados. Para ello, desde el grupo BNP Paribas Real Estate procuramos la máxima promoción de RSC para dibujar un nuevo desarrollo sostenible con el que convertimos en un actor clave dentro del mercado inmobiliario.

Deseamos satisfacer a nuestros clientes y colaboradores a través de productos y servicios inmobiliarios innovadores, creadores de valor que contribuyan al desarrollo sostenible de nuestra sociedad y generando una relación de confianza a largo plazo con nuestros clientes. Agradecemos la confianza de todos los que habéis colaborado con BNPPRE y confiamos en contar con vuestra confianza en nuevas oportunidades.

# CBRE

CBRE, con sede central en Los Ángeles, es la compañía de consultoría y servicios inmobiliarios líder a nivel internacional. Cuenta con más de 70.000 profesionales en más de 300 oficinas en todo el mundo. En España está presente desde 1973, donde ofrece servicios inmobiliarios a través de ocho oficinas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Sevilla, Málaga, Zaragoza y Palma de Mallorca).

CBRE asesora a los clientes a lo largo de todo su ciclo inmobiliario a través de soluciones integradas y a medida de cada cliente: Investor Leasing, Valoraciones, Optimización de Activos, Arquitectura, Energía y Sostenibilidad, Project Management, Gestión de Activos, Corporate Finance, Deuda y Financiación, Cross Border, Inversiones, Global Workplace Solutions y Gestión de Grandes Patrimonios. Además, todos estos servicios se ofrecen de forma transversal a los productos de Oficinas, Industrial y Logística, Retail, Hoteles y Residencial.

CBRE ha obtenido el Premio Euromoney 2016 a la mejor consultora inmobiliaria a nivel global. En 2013 CBRE fue incluida, por tercera vez, en el listado Fortune de las compañías más admiradas y es la única del sector inmobiliario que forma parte del último índice Fortune 500.

Edificio Castellana 200  
Paseo de la Castellana, 202. Planta 8  
28046 Madrid  
+34 91 598 19 00  
spain.marketing@cbre.com  
cbre.com

## Principales actividades en 2016

El balance de 2016 arroja unas cifras más que positivas para un sector que continúa creciendo. Además, las perspectivas para 2017 se mantienen optimistas, auspiciadas por el crecimiento económico, que rondará el 2,5%.

2016 también ha supuesto un año de éxitos para CBRE ya que hemos gestionado propiedades por valor de 10 millones de metros cuadrados en España. Hemos sido líderes en logística e industrial con una cuota de mercado de más del 30% en transacciones y del 50% en inversión, gestionando más de 2 millones de metros cuadrados en nuestro país. Lo mismo ha ocurrido en el sector de oficinas, con 90.710 m<sup>2</sup> intermediados en Madrid y 35.684 en Barcelona.

Este año, en el que se ha consolidado la recuperación del sector inmobiliario, el suelo ha vuelto a ser atractivo para los inversores. Por este motivo, la división de residencial y suelo de CBRE ha representado una parte importante de nuestro negocio en los últimos meses con más de 1.200 activos de obra nueva a nivel nacional.

El sector del *retail* también está viviendo un nuevo ciclo expansivo empujado por el consumo y por el interés de las marcas en nuestro país. En lo que a centros comerciales se refiere, las ventas comparables se incrementaron en 2015 y se han consolidado en 2016, donde las mismas aumentaron un 2,3%. Esta mejora ha supuesto un incremento significativo del gasto medio por visitante en los 26 centros comerciales gestionados por CBRE, llegando a los 11,9 € en 2016.

Asimismo, a través de nuestra división GWS (Global Workplace Solutions), ofrecemos

soluciones inmobiliarias que impulsen el negocio de nuestros clientes. En este sentido, hemos avanzado en el desarrollo de un nuevo concepto de oficinas basado en espacios polivalentes, funcionales, saludables y confortables que se desarrollan desde nuestras áreas de Workplace y Design&Build. Además, este ha sido también el año de consolidar nuestro liderazgo en Facility Management, tras la adquisición en 2015 de la división dedicada a las soluciones para espacios de trabajo de Johnson Controls.

Otra de nuestras áreas más destacadas es la de Capital Markets y Corporate Finance, donde hemos mantenido una posición de liderazgo indiscutible tanto en el número de operaciones como en el volumen asesorado. En este sentido, desde CBRE hemos participado en algunas de las operaciones más importantes que se han realizado en España como el asesoramiento a Merlin Properties en la fusión de la parte residencial de Testa con la parte residencial de Metrovacesa o la venta de Diagonal Mar a Deutsche Bank.

De cara a los próximos años, vamos a continuar incidiendo en la importancia de la integración de servicios como valor diferencial y como la principal estrategia para generar valor. También afrontamos con fuerza uno de los grandes retos del sector, su digitalización. Por ello, estamos desarrollando nuevos proyectos que respondan a todas las inquietudes y retos que nos están planteando nuestros clientes: la virtualización de los espacios, la realidad aumentada, la automatización de las valoraciones o el desarrollo de nuevos espacios. El futuro del sector inmobiliario será digital y en CBRE estamos decididos a liderar esta transformación



## Adolfo Ramírez-Escudero, MRICS Presidente CBRE España y Presidente de Capital Markets para Europa Continental

CBRE nació en 1773. Desde entonces, hemos sido testigos y parte activa de la transformación del sector inmobiliario. Desde la formación de las grandes urbes hasta la incipiente llegada de las ciudades inteligentes, nuestra firma ha estado presente en prácticamente todos los rincones del mundo buscando soluciones y dinamizando un sector –el inmobiliario– que es clave para la economía de cualquier país.

En estos años, la labor que desarrollamos en CBRE ha cambiado enormemente. Lejos queda la pura intermediación. A medida que el entorno se ha vuelto más complejo, más interconectado y más competitivo, los servicios que ofrece CBRE se han ido sofisticando y, lo más importante, integrando. Actualmente, ya no valen las soluciones aisladas, porque los problemas a los que se enfrentan los clientes son eminentemente complejos y con múltiples variables interrelacionadas. Ahora, es fundamental estudiar la necesidad en su globalidad teniendo en cuenta una gran cantidad de parámetros, y dar con una solución que implique a distintas áreas y geografías. Solamente así, lograremos generar auténticas ventajas competitivas para nuestros clientes. Esa es nuestra filosofía: “*Build on Advantage*”.

En nuestra empresa somos capaces de acompañar al cliente a lo largo de todo el ciclo inmobiliario. Por dar un ejemplo, si hoy un cliente necesita una oficina, podemos encontrar el espacio que se adecúe a sus necesidades, negociar el contrato, diseñar su lugar de trabajo, asesorar en temas de sostenibilidad y *workplace*, construirlo y buscar financiación sin olvidarnos de su mantenimiento y su *facility management*. Es decir, damos la solución que el cliente necesita, que además se beneficia de otras ventajas como tener un solo interlocutor o un importante ahorro de costes.

Pero no sólo es importante el qué, sino también el cómo, y esto implica contar con los más altos estándares de calidad, transparencia y profesionalidad, y con la mejor información del mercado. En este sentido, en CBRE nos guiamos por los valores que nos definen: respeto, integridad, servicio y excelencia. Estos son los puntos cardinales que marcan el rumbo de nuestro día a día para los más

de 70.000 profesionales que formamos parte de esta compañía.

Si hablamos de futuro, ¿qué nos depara? Lo cierto es que el mundo cambia cada vez más rápido y la incertidumbre se ha convertido en el *new normal*. Esto nos exige apostar fuerte por la innovación para encontrar respuestas creativas a preguntas imprevistas y para adelantarnos a la evolución del mercado. Con este propósito, hemos desarrollado nuevas soluciones como Investor Leasing Oficinas, que ayuda a propietarios a maximizar su inversión alineando sus intereses con los del ocupante, o en áreas como la sostenibilidad o el *workplace* para ayudar a nuestros clientes a responder de forma eficaz a los cambios normativos y contables. Asimismo, contamos con CBRE Valuation Advisory, una red de más de 180 profesionales especializados en valoración de diversas tipologías inmobiliarias. También hemos desarrollado nuevas prácticas profesionales, como Corporate Finance, Alternative Investments o Wealth Management, mientras que hemos completado nuestro portfolio con la compra e integración del servicio de Facility Management de Jhonson Controls. De igual forma, continuamos con nuestra expansión geográfica en España con un total de ocho oficinas (Madrid, Barcelona, Bilbao, Valencia, Sevilla, Marbella, Zaragoza y Palma de Mallorca).

Precisamente frente a la incertidumbre, ofrecemos a nuestros clientes el mejor conocimiento del mercado, gracias a los más de 1.100 profesionales que trabajan en nuestra red internacional de *research*.

Pero no podemos hablar de innovación sin mencionar las nuevas tecnologías. La irrupción de los dispositivos móviles, del internet de las cosas o el *big data* está transformando la sociedad. Distintos sectores como el del turismo o la banca ya han iniciado su transformación digital y ahora, los profesionales de la industria inmobiliaria, tenemos el reto de afrontarla también. Las ciudades son cada vez más inteligentes y la aglutinación de datos y su interpretación pueden contribuir enormemente a la toma de decisiones y a la optimización de la gestión de los inmuebles. Asimismo, elementos como la realidad virtual o aumentada, la inteligencia artificial o la implantación definitiva de la omnicanalidad son herramientas enormemente valiosas para nuestro sector. Por ello, en CBRE llevamos años trabajando en el desarrollo de soluciones digitales propias que nos permitan adelantarnos a un futuro que, sí o sí, será digital.

# Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield es líder global en servicios inmobiliarios y asesora a sus clientes para transformar la manera en que la gente trabaja, compra y vive. Los 43.000 empleados de la firma en más de 60 países proveen un profundo conocimiento local y global que aporta un valor significativo para ocupantes e inversores alrededor del mundo. Entre las mayores firmas de servicios inmobiliarios del mundo, los ingresos de C&W superan 5.000 millones de dólares en servicios como agencia, Asset Services, Capital Markets, Facilities Services (Branded C&W Services), Global Occupier Services, Investment Management (DTZ Investors), Tenant Representation, y Valuation & Advisory. En el año 2017 Cushman & Wakefield celebra el centenario de su fundación.

En España, donde Cushman & Wakefield cuenta con más de 25 años de experiencia, el negocio cubre toda la geografía española desde sus sedes centrales en Madrid (Ed. Beatriz, Jose Ortega y Gasset, 29, 6ª) y Barcelona (Passeig de Gràcia, 56, 7ª), con un equipo multidisciplinar de 215 profesionales.

José Ortega y Gasset, 29. 6ª planta  
28006 Madrid  
+34 91 781 00 10

Paseo de Gracia, 56. 7ª planta  
08007 Barcelona  
+34 93 488 18 81

[marketingspain@cushwake.com](mailto:marketingspain@cushwake.com)  
[cushmanwakefield.es](http://cushmanwakefield.es)



## Principales actividades en 2016

En Cushman & Wakefield buscamos transformar la manera en que las personas trabajan, compran y viven. En nuestros más de 25 años de experiencia en España hemos conseguido convertirnos en uno de los referentes de consultoría inmobiliaria gracias a un verdadero enfoque al cliente basado en el entendimiento, la adaptación y una sólida estrategia de servicio integrado en busca de valor a través del inmobiliario.

Los 43.000 empleados de la firma en más de 60 países proveen un profundo conocimiento local y global que aporta un valor significativo para ocupantes e inversores alrededor del mundo. Este conocimiento – que definimos como *market intelligence*–, así como nuestra capacidad de adaptación, nuestras redes globales de servicios específicos y nuestros equipos de trabajo especializados en los distintos sectores ha conseguido que nuestros clientes repitan constantemente su experiencia con diferentes líneas de negocio.

Aunque nuestra apuesta se enfoca en el *core business* (Industrial-logística, Oficinas y Retail), buscamos un equilibrio en el modelo de negocio entre lo transaccional y los servicios profesionales (Consultoría, Asset y Project Management y Valuation & Advisory), con el fin de garantizar una perfecta integración de servicios en el contexto de la orientación al cliente.

Un solo servicio multidisciplinar que cubre todas las especialidades y todos los sectores: Restauración, Lujo, Moda, Medios & Publicidad, Retail & Ocio, Almacenamiento, Tecnología y Telecomunicaciones, Manufactura, Educación & Innovación, Energía, Infraestructura & Sostenibilidad, Consultoría para el Sector Público, Transporte & Logística, Banca y Financieros, Data Centres, Legal/ Servicios profesionales, Distribución, Hospitality, Life Sciences, Aeropuertos & Puertos, Automoción, Educación, Energía (Oil & Gas), Atención sanitaria, Gobierno, Sin Animo de Lucro, entre otros sectores alternativos.



## Oriol Barrachina, Head of Spain, Cushman & Wakefield

Cushman & Wakefield es una gran marca, reconocida en el mercado español e internacional con una idiosincrasia propia, dentro de los tres líderes mundiales. Nuestros clientes son compañías que valoran más que un logo: el conocimiento, la confianza, la experiencia y también una cultura. Valoramos nuestra visión sobre lo que podemos ayudarles a conseguir y nuestro enfoque en atraer y retener al mejor talento, trabajando en los mejores proyectos y proporcionando los mejores resultados.

Queremos ser reconocidos como los mejores en lo que hacemos. Llevamos más de 25 años en España representando a todos los sectores y desde todas las líneas de negocio buscando la máxima transversalidad para aportar valor al cliente en todos los ámbitos.

Nuestro conocimiento del mercado local y global representa un verdadero valor añadido para ellos, así como nuestra capacidad de adaptación, nuestras redes globales de servicios específicos para ocupantes y propietarios, y nuestros equipos de trabajo especializados en los distintos sectores.

En la actualidad nos enfocamos en soluciones más que en servicios ¡y funciona! Prueba de ello es que nuestros clientes repiten constantemente con diferentes líneas de negocio. Aunque nuestra apuesta sigue siendo enfocarse en el *core business* (Industrial-logística, Oficinas y Retail) seguiremos buscando un equilibrio en el modelo de negocio entre lo transaccional y los servicios profesionales (Consultoría, Asset y Project Management y Valuation & Advisory), no solo para encontrar un balance con la recurrencia sino también para garantizar una perfecta integración de servicios en el contexto de la orientación al cliente.

Para alcanzar estos objetivos nos basamos en ideologías que constituyen nuestro ADN y moldean nuestro trabajo diario; el conocimiento real crea un valor significativo para nuestros clientes, la curiosidad descubre nuevas oportunidades, la fuerza y resiliencia de nuestra relación con nuestros clientes es esencial para el éxito, la diversidad de nuestro equipo fortalece la creatividad y nuevas ideas, nuestra creciente reputación nos convierte en singulares a la hora de retener el mejor talento en nuestro equipo; porque es ese talento el que sabe reconocer y transformar un proyecto.

Y todo esto se empaqueta dentro de un propósito: transformar la manera en la que las personas trabajan, compran y viven, que define nuestra constante intencionalidad de que nuestra aportación genere valor en la sociedad en la que la desarrollamos.

Operamos con modelos de trabajo con una gran metodología y rigor en los que toda nuestra aportación de valor es medible y en línea con la maximización de los objetivos de las empresas que acuden a contratar nuestros servicios. La consultoría inmobiliaria tiende así a una mayor profesionalización y transparencia poniendo en el centro del análisis multidisciplinar los objetivos del cliente. La intermediación por sí sola ya no aporta valor y la parte transaccional del negocio cada vez más debe estar íntimamente relacionada con todas las patas de valor de los llamados servicios profesionales, desde la Consultoría, la Valoración, el Project Management o el Workplace Strategy, por citar sólo algunos.

# JLL

JLL es una firma multinacional de servicios profesionales y gestión de inversiones especializada en el sector inmobiliario que opera desde hace más de 200 años. Entre sus clientes figuran las mayores empresas del mundo. Gracias a su amplia cobertura geográfica, JLL atiende las necesidades de sus clientes desde más de 280 oficinas distribuidas en más de 80 países en los cinco continentes, con un equipo de más de 60.000 profesionales que aplican la visión internacional de la firma para prestar servicios de alcance local personalizados.

En España está presente desde 1987, con tres oficinas en Madrid, Barcelona y Sevilla. El equipo, de más de 400 profesionales, está liderado por su CEO, Enrique Losantos, en estrecha coordinación con los equipos de la firma a nivel mundial para implementar en el mercado inmobiliario local las prácticas profesionales más sofisticadas y prestar servicios a la vanguardia de la industria.

Paseo de la Castellana, 79. 4ª planta  
28046 Madrid  
+34 91 789 11 00  
[marketing.spain@eu.jll.com](mailto:marketing.spain@eu.jll.com)  
[jll.es](http://jll.es)

## Principales actividades en 2016

Nuestra actividad se engloba en la industria inmobiliaria, con el objetivo de entender cómo funciona y saber cómo maximizar el valor de los activos o de las compañías mediante una gestión acertada de su componente inmobiliario. Esa es nuestra razón de ser.

El año 2016 ha sido un año de consolidación desde el punto de vista corporativo, pues en 2015 emprendimos una reorganización interna de nuestra oferta de servicios para situar al cliente en el centro del negocio. Un enfoque dentro del sector de la consultoría inmobiliaria que nos permite adaptar nuestros recursos y capacidades para dar soluciones específicas a las necesidades de nuestros clientes e incluso anticiparnos a la evolución natural del mercado.

De este modo, nuestros servicios quedan incorporados en dos grandes áreas según la tipología de cada cliente. Por un lado, el área de Investors, orientada a inversores, promotores y propietarios cuyo negocio principal se desarrolla en el sector inmobiliario. Y por el otro, el área de Corporate Solutions, enfocada a organizaciones, de cualquier actividad o perfil, interesadas en optimizar sus recursos inmobiliarios y afrontar las necesidades que les surgen en este ámbito. Además, de manera transversal, JLL completa su oferta a través de Tétris, el área de diseño y construcción.

A partir de esta disposición, nuestro catálogo de servicios se configura como el más completo y sofisticado del mercado.

Desde el punto de vista de Investors, dedicamos el tiempo que sea necesario para entender la filosofía y estrategia de nuestros clientes, de modo que podamos responder de forma eficaz cuando los ciclos de mercado generan la oportunidad de inversión. Patrimonios Privados, Agencia, Asesoría aplicada a la compraventa de activos, Property & Asset Management,..., son sólo algunos de nuestros servicios.

Del mismo modo, desde Corporate Solutions trabajamos estrechamente con las organizaciones para ayudarles en la toma de decisiones relacionadas con su componente inmobilia-

rio, porque sabemos que ese no es su negocio, pero sí es el nuestro. Una oferta de servicios que incluye la asesoría en transacciones, representación de inquilinos, gestión y administración de contratos de arrendamiento o *facility management*.

Además, hemos completado nuestra oferta con una serie de servicios de carácter financiero. Así, disponemos de un equipo de M&A especializado en el asesoramiento a clientes en una amplia gama de transacciones corporativas, que incluyen adquisiciones, ventas, *joint ventures*, búsqueda de capital o reestructuración de fondos, entre otros.

Por otro lado, el departamento de Debt Advisory consigue financiación para sus clientes en los términos más atractivos del mercado, y el equipo de Portfolio Advisory diseña estrategias de optimización y puesta en valor de los activos o deuda inmobiliaria para la optimización de cualquier cartera.

Por último, si algo ha marcado nuestra oferta en 2016 es la consolidación de la tecnología, la "utilización" del *big data* y su análisis como recursos fundamentales para la toma de decisiones. JLL destina anualmente un porcentaje muy considerable a la inversión tecnológica.

En esta línea, en 2017 el reto será optimizar este uso de los datos. Para ello, combinaremos el conocimiento inmobiliario del que ya disponemos con un enfoque novedoso de análisis cuantitativo. Esta combinación nos permitirá ser proactivos pudiendo ofrecer a los clientes desde una valoración completa hasta el análisis, medición y ejecución de riesgos financieros con colateral inmobiliario. Creemos que estos servicios integrales nos permitirán mejorar el asesoramiento a entidades financieras, gestoras de activos y aseguradoras, entre otros perfiles. Además, podremos identificar, evaluar, gestionar y ayudar a mitigar los riesgos financieros, regulatorios y de mercado que veremos en los próximos años.

En resumen, nuestra capacidad de combinar recursos y un alto grado de especialización financiera con el conocimiento inmobiliario nos posicionan de forma única en el mercado.



## Enrique Losantos, CEO de JLL

Los valores que rigen a JLL como consultora inmobiliaria se definen en tres conceptos: excelencia, trabajo en equipo y ética, siempre con el cliente como prioridad de nuestro negocio.

El cliente es el eje de nuestra actividad. Para ellos trabajamos mediante equipos expertos globales, manejando información consistente y fiable, asesorando de forma certera y honesta, adaptando las tendencias internacionales a los mercados locales e innovando y aplicando las nuevas tecnologías.

Estamos especialmente orgullosos de una forma de trabajar única y, sobre todo, de que así nos lo reconozcan nuestros clientes. La marca JLL se distingue por una cultura corporativa que abraza y promueve sólidos principios de negocio, donde la ética profesional está presente en todos los niveles. Las buenas prácticas son inherentes a nuestros valores, misión y objetivos, y guían todas nuestras relaciones en el mercado. Además, como parte de nuestro compromiso de crear valor real en un mundo que cambia constantemente, nos hacemos responsables del impacto social, ambiental y económico de nuestras operaciones.

El año 2017, además, es un año muy especial para JLL, porque cumplimos tres décadas de historia en España y estamos convencidos de que el futuro que nos aguarda será aún más emocionante. Han sido 30 años de dedicación a un mercado que ha atravesado diferentes etapas y que nos ha supuesto retos constantes, pero que hoy, al echar la vista atrás, podemos observar con orgullo porque hemos superado cada uno de ellos.

Ahora comienzan los desafíos más importantes, que son siempre los que están por venir. Nos esperan años apasionantes dentro de la consultoría inmobiliaria. Años de cambios, de una nueva forma de trabajar en la cual la tecnología va a desempeñar un papel protagonista. El tradicional sector inmobiliario ha de dar un paso adelante y apostar por un mundo tecnológico que contribuirá a mejorar la transparencia del mercado. Al fin y al cabo, los protagonistas del sector buscan seguridad a la hora de tomar decisiones y correr el menor riesgo posible y para eso, resulta necesario contar con indicadores fiables, homogéneos y de referencia.

Mediante el correcto análisis de los datos es posible reducir el riesgo a la hora de dar el paso en operaciones de trascendencia para las compañías e inversores. Al igual que se habla de edificios inteligentes, en JLL queremos y defendemos que es necesario que haya un sector 'inteligente', que sea capaz de evaluar múltiples factores no sólo presentes sino también futuros. Gracias al *big data* aplicado a nuestra industria, podremos reducir el margen de riesgo y construir un sector más profesional y transparente.

Por tanto, podemos concluir que 2017 se presenta pleno de retos que afrontamos llenos de ilusión y orgullo por pertenecer a una compañía que tiene todo lo necesario para seguir triunfando en este mercado y que, además, dispone de las mejores armas para conseguirlo.

# Knight Frank

Knight Frank es la mayor consultora inmobiliaria privada del mundo. Nació como casa de subastas en Londres en 1896 y desde entonces presta servicios de consultoría inmobiliaria tanto en el ámbito residencial como comercial a nivel global.

Nuestra red global abarca más de 60 países, con un total de 413 oficinas y más de 14.000 profesionales inmobiliarios. Nuestra cultura corporativa está caracterizada por la rentabilidad, la innovación y el espíritu empresarial, factores que sin duda definen a la perfección nuestra compañía. La ventaja de ser una sociedad independiente es que no tenemos deuda, lo que nos permite anteponer los intereses de nuestros clientes.

En España, estamos presentes desde hace más de 25 años como firma de referencia. Nuestro *expertise* viene avalado por la generación de estudios de mercado líderes en el sector —entre los que se incluye The Wealth Report y Global Cities, así como una gran variedad de informes locales de cada segmento de mercado— que nos permiten adelantarnos a los acontecimientos.

Suero de Quiñones, 34  
28002 Madrid  
+34 91 788 07 00  
[contacto@es.knightfrank.com](mailto:contacto@es.knightfrank.com)  
[knightfrank.es](http://knightfrank.es)



## Nuestros servicios

Nuestra fortaleza como compañía se basa en un equilibrio en nuestras áreas de negocio, donde Residencial y Comercial suponen la misma importancia, a partes iguales.

### Residencial

Desde el área Residencial, ofrecemos servicios de consultoría tanto en compra como en venta, liderando el mercado residencial de lujo en Madrid. Entre nuestros clientes se encuentran tanto promotores que confían en nosotros para desarrollar proyectos residenciales *prime*, como los compradores potenciales de este tipo de producto, con un acceso sin igual a los grandes patrimonios (UHNWIs).

Además, contamos un área única en el mercado de Capital Markets Residencial. Un departamento especializado en compra-venta de suelo y edificios, así como de portfolios residenciales en rentabilidad.

### Comercial

El área comercial se divide en los productos y servicios que ofrecemos. Oficinas, *retail* (tanto centros comerciales como *High Street*) y logística son nuestros pilares fundamentales.

En cada uno de estos segmentos ofrecemos servicios de comercialización, gestión e inversión.

### Valoraciones

El área de valoraciones es una pata fundamental del negocio de Knight Frank en España. Con un equipo que cuenta con una amplia trayectoria en el mercado, el departamento de valoraciones realiza opiniones de valor tanto bajo metodología RICS como bajo normativa ECO. Valoramos los portfolios de las principales compañías inmobiliarias del país, así como todo tipo de activos: residencial, oficinas, *retail*, hoteles e industrial y logística.



## Humphrey White, Socio Director General de Knight Frank

Knight Frank ha avanzado mucho en los últimos años. Hemos crecido en número de oficinas -400 en todo el mundo-, en profesionales -8.000- y en servicios globales. Sin embargo, nuestro principal objetivo no ha cambiado. Seguimos queriendo ser los mejores en aquellos mercados en los que hemos escogido operar. La especialización es una de nuestras máximas.

Somos la única consultora inmobiliaria independiente, sin deuda. Eso nos otorga la autonomía necesaria para adoptar una visión que siempre es a largo plazo. Creemos en la construcción de relaciones duraderas, tanto con nuestros clientes como con nuestros empleados.

La calidad del servicio que ofrecemos, junto con nuestro innovador *research* y experiencia de cliente, es nuestro elemento diferenciador. Entendemos que el compromiso y la pasión que mostramos en todo lo que hacemos fructifican en un servicio excepcional al cliente.

Nuestros valores: innovación, compromiso, respeto, fidelización, colaboración e inspiración marcan la forma en la que llevamos a cabo nuestro negocio. Son, no solo nuestra seña de identidad sino lo que nos diferencia y hace únicos.

La consultoría inmobiliaria atraviesa uno de sus mejores momentos y creemos firmemente en ella. Transparencia y profesionalidad son dos valores que parecen haber calado en un sector aún en recuperación. Y es nuestra labor abanderar este movimiento hacia un sector mucho más especializado.

En definitiva, el inmobiliario forma parte de nuestro día a día y es uno de los grandes motores de la economía. La gente quiere sentirse inspirada por los lugares donde vive, trabaja o compra. Por lo tanto, nuestra ambición –y casi obsesión– es conectar a la perfección inmobiliario y personas.

# Savills

Savills plc. es una consultora inmobiliaria internacional que cotiza en la Bolsa de Londres. Fundada en 1855, la compañía ofrece asesoramiento a inversores, propietarios y usuarios mediante servicios personalizados adecuados a las necesidades de cada cliente. Con oficinas en Europa, América, Sudeste Asiático, África y Oriente Medio, Savills emplea a más de 30.000 personas a través de una red de 700 delegaciones y empresas asociadas en todo el mundo.

En España, Savills lleva más de 25 años ofreciendo asesoramiento altamente especializado en inmobiliario tanto a clientes nacionales como internacionales. La firma cubre todas las áreas relacionadas con el sector, desde Capital Markets, Valoraciones y Consultoría, Patrimonios Privados o Gestión de Inmuebles y Suelo, a Agencia de Oficinas, Workplace y Agencia de Retail High Street.

Madrid  
C/José Abascal, 45  
28003 Madrid  
+34 91 310 10 16

Barcelona  
C/Mestre Nicolau, 19  
08021 Barcelona  
+34 93 434 27 79

savillsspain@savills.es  
savills.es

## Principales actividades en 2016

Nuestra actividad este año ha girado en torno a intensificar la especialización de nuestros servicios además de adecuarnos a este momento de evolución del mercado. En inversión, nuestra apuesta por el lado comprador en un mercado caracterizado por la escasez de producto en los segmentos en los que somos expertos nos ha llevado, por una parte, a ganar cuota de mercado en áreas como consultoría en *retail*, un mercado muy especializado en el que mantenemos una posición fuerte en asesoramiento transaccional, y por otra, a posicionarnos como líderes en operaciones *off-market* en oficinas. La adquisición de Serrano, 73 y la Sede de IBM, en una operación corporativa por parte de Colonial o el proyecto de la compra de la Torre Glòries, por parte de Merlin ejemplifican claramente nuestra actividad en este sentido. Buscamos operaciones muy específicas en las que todas las partes queden satisfechas. Extendemos y adecuamos el *expertise* en inversión a los distintos perfiles de clientes, desde patrimonialistas, aseguradoras, SOCIMIs y fondos a patrimonios privados en operaciones de otro tamaño. En segmentos con buenas previsiones de inversión, como hoteles, suelo y alternativos, estamos dando pasos importantes de la mano de nuestra red internacional.

Entendemos que el objetivo de nuestra actividad es optimizar la rentabilidad para nuestros clientes, ya sean propietarios, usuarios, inquilinos, inversores o vendedores. Para ello, hay que ser muy ágil en un mercado que está cambiando.

Nuestros departamentos de Agencia, tanto Oficinas como de Retail High Street, han apuntalado este año el modelo de negocio boutique definido, centrado en estrategia, localizaciones específicas, servicio a medida, eficiencia y eficacia. Hemos participado en más de 24 mandatos en exclusiva o co-ex-

clusiva en las principales zonas de Madrid y estamos muy contentos por haber logrado los primeros mandatos en Barcelona tras solo un año con nuevo equipo en la ciudad.

Desde el punto de vista de las empresas usuarias de espacio, nuestro servicio de consultoría de espacios y obras, con más de 20 años de experiencia, ha tenido un año magnífico y complementa perfectamente el asesoramiento *tenant rep* que va ganando cada vez más peso en el mercado. Junto con el equipo global de Occupier Services de Savills, estamos además realizando un profundo trabajo de análisis por segmentos de actividad y ciudades especialmente interesante tras los resultados del Brexit en junio pasado.

Toda nuestra actividad se basa precisamente en un estricto trabajo de *research*. En este departamento hemos sumado al sólido equipo especializado en inversión y oficinas, analistas especializados en *retail* y hoteles.

Por otra parte, la actividad del departamento de Valoraciones, que supone alrededor de un tercio de nuestros ingresos, sigue a un ritmo de crecimiento excepcional gracias a la calidad del servicio y a la especialización necesaria en una parte tan crucial en la toma de decisiones relacionada con activos inmobiliarios. Aportamos a nuestros clientes informes efectivos y precisos, esenciales para una óptima estrategia inmobiliaria, siempre siguiendo estándares RICS.

Con todo ello, este año mantenemos la línea de crecimiento continuado iniciada en 2011 gracias a un equipo muy compenetrado internamente que cuenta con la confianza de nuestros clientes.



## Rafael Merry del Val, Presidente de Savills España

Nuestra filosofía de empresa tiene un punto de servicio artesanal, personalizado y emprendedor que creemos que reúne los factores más valorados por nuestros clientes.

Consideramos la consultoría inmobiliaria como aportación de valor mediante la combinación de conocimiento del mercado, experiencia, profesionalidad, y sobre todo, trabajo a medida que ponemos al servicio de cada una de las firmas y personas que confían en nosotros.

Con un equipo de dimensión equilibrada en España actualmente de unas 70 personas, todos los proyectos en los que participamos están dirigidos por nuestro ejecutivo número uno de cada especialidad, con experiencia media en el sector de entre 15 y 20 años. Esto permite a nuestros clientes aprovechar el *factor seniority* en un entorno en constante movimiento, a lo que sumamos el conocimiento compartido por los distintos departamentos y nuestra red internacional de expertos en diferentes segmentos y actividades inmobiliarias. De este modo, podemos proporcionar el servicio altamente especializado y a medida que define el formato boutique por el que hemos apostado en el mercado español.

Desde el comienzo, nuestro *core business* ha sido asesoramiento transaccional en inversión, especialmente fuerte en oficinas y *retail*. En los últimos años nos hemos posicionado además entre las primeras consultoras en consultoría estratégica y valoraciones en todos los segmentos. Nuestros equipos de Agencia Oficinas y Retail High Street se centran en las mejores zonas y producto *prime*. Tenemos muy claro que nuestro posicionamiento no es ser el más grande, sino el más eficiente en nuestros rangos de especialidad, ofreciendo agilidad, transparencia en los procesos, confianza, confidencialidad y un riguroso trabajo de análisis creo que muy apreciado.

En mercados inmobiliarios maduros, como los anglosajones o el alemán, la función de la consultoría inmobiliaria ya no necesita ser explicada al cliente. Convive con la función de otro tipo de firmas gracias a una especialización ya definida y profesionalizada que no es necesario defender, sino trabajarla con ganas. Una mayor especialización en segmentos y en actividades relacionadas con *real estate* será clave para satisfacer las expectativas de asesoramiento inmobiliario en un futuro no muy lejano en el mercado español y por eso en Savills apostamos por este camino.

## # Tendencias 5

# *Workplace strategy*

Con la irrupción de los *millennial* en el mercado laboral, el concepto del trabajo así como el perfil del trabajador han evolucionado notablemente.



El 64% de responsables de propiedad inmobiliaria empresarial observan entre sus plantillas un mayor deseo de aumentar la flexibilidad a través de la cartera inmobiliaria.

Una de las tendencias con mayor aceptación en el contexto de las *workplace strategies* es el *coworking*. Según señala el anteriormente mencionado informe sobre los *millennials*, España despunta en este ámbito, con 1.000 espacios registrados en nuestro país de los 7.800 existentes en todo el mundo. Un 77% de encuestados afirma que un buen diseño del lugar de trabajo tiene un impacto positivo en el personal de la compañía. Por otro lado, de acuerdo con otro informe de nuestros socios<sup>7</sup>, el 64% de responsables de propiedad inmobiliaria empresarial observan entre sus plantillas un mayor deseo de aumentar la flexibilidad a través de la cartera inmobiliaria.

Tal y como se ha señalado previamente, con la irrupción y posterior consolidación de los *millennial* en el mercado laboral, el concepto del trabajo así como el perfil del trabajador han evolucionado notablemente. Es por ello que hoy en día nos encontramos con organizaciones menos jerarquizadas, donde se busca y fomenta el trabajo en equipo, se apuesta por horarios más flexibles y se trata de implantar el teletrabajo. La disponibilidad de un espacio que facilite estas premisas se torna por tanto, más que necesaria, irrenunciable.

Los hechos hablan por sí solos. De acuerdo con un reciente estudio de uno de nuestros socios<sup>8</sup>, un espacio donde se adecúe el sistema de iluminación consigue un incremento del 5,5% en productividad; mejoras en la ventilación, un 5%; mejoras acústicas, un 6%; y contar con un puesto de trabajo "verde" frente a uno "tradicional" elevará la subida hasta el 16%. Así, recientemente se está observando cómo en la construcción de nuevos inmuebles, el concepto de sostenibilidad de las instalaciones está evolucionando paulatinamente hacia la noción de *wellness* de sus ocupantes: aplicar innovaciones que resulten beneficiosas para la salud y el bienestar de los empleados de las empresas, y por ende contribuyan a una mejora en la productividad de la compañía. En el caso de los edificios ya construidos, se está apostando por la rehabilitación, en aras de lograr entornos modernos y dinámicos, que permitan a sus ocupantes combinar trabajo y descanso.

<sup>7</sup> JLL, *La nueva era del coworking*, 2016.

<sup>8</sup> JLL, *Forget the Beanbags: here are the real workplace trends to steal from tech*, 2016.



# Flexibilidad

Editado y publicado por ACI,  
Asociación de Consultoras Inmobiliarias.  
Diseñado por KNOM Design S.L.  
Ilustrado por Pablo Amargo

**ACI**

El valor de la consultoría  
inmobiliaria