

## Ignacio Martos: “El sector ha entrado en una fase de normalidad. La especulación y los grandes movimientos de precio quedaron atrás”

**Madrid. 25 de febrero de 2016.** – El presidente de Tinsa, Ignacio Martos, afirmó hoy en el 2º Encuentro del Sector Inmobiliario celebrado en la escuela de negocios IESE y patrocinado por Tinsa y Aguirre Newman, que el sector inmobiliario ha entrado en una fase de normalidad, en la que los precios se han ajustado de forma relevante y en la que todo apunta a que evolucionarán de manera positiva.

“El año 2015 hemos visto por fin asomar incrementos de precios. La especulación y los grandes movimientos de precio ya quedaron atrás. El mercado está con ganas y creemos que habrá oportunidades”, afirmó Martos, que ejerció de moderador en una sesión sobre la influencia de los nuevos hábitos de vida en el sector inmobiliario.

En este contexto, el director general para el sur de Europa de Homeaway, Juan Carlos Fernández, destacó cómo plataformas como la suya favorecen que los propietarios mejoren la rentabilidad de sus viviendas al alquilarlas como viviendas vacacionales. “Las cifras varían dependiendo de las ubicaciones, pero las viviendas de Homeaway tienen unos ingresos medios anuales de 13.000 euros por una media de seis semanas de alquiler”, señaló el responsable para el Sur de Europa de Homeaway. Según sus cifras, el 30% de las viviendas de su plataforma, unas 400.000, son inversiones gestionadas por empresas profesionales que cobran una comisión por la gestión.

Fernández se mostró partidario de que exista una regulación, “pero una regulación razonable”. Negó que su fórmula se reduzca a ser una mera competencia de los hoteles. “Las personas viajan por distintos motivos. El 83% de nuestros usuarios son familias, la media edad está entre 35 y 45 años y la estancia media son siete días. Nuestros parámetros son distintos a los de los hoteles”, afirmó.

Según el directivo de Homeaway, el 80% de la demanda en España se concentra en el litoral mediterráneo y en las islas, aunque la zona que más está creciendo en términos porcentuales es la cornisa cantábrica. “España es el tercer destino más solicitado de nuestra plataforma”, aseguró Fernández.

Luis Pereda, presidente ejecutivo de Grupo Lar, se refirió en su intervención a cómo la tecnología ha mejorado la experiencia de compra y ha ampliado las posibilidades de información para inquilinos y propietarios de centros comerciales. “Todo el mundo entra con un móvil al centro comercial y ese visitante es un centro de información en movimiento que aporta datos al minuto, Sabes qué le gusta, por dónde pasa, qué recorrido hace en el centro

comercial, qué está mirando... Eso es información que puedes utilizar en beneficio del retailer y eso, al final, redundará en beneficio del propietario, que cobra una parte de lo que él vende,

Preguntado sobre la repercusión del *e-commerce* en el comercio a pie de calle y en los activos logísticos, Pereda alertó sobre las falsas impresiones que se pueden generar respecto a las oportunidades en el sector derivadas de este fenómeno. "El comercio electrónico ha introducido mucha complejidad en la logística, La gente se piensa que tener una nave es tener un alquiler a largo plazo, como un bono en el que el colateral es una multinacional. Lo que muchos no saben es que el plazo medio de alquiler de obligado cumplimiento de una nave es inferior a cinco años. Eso quiere decir que la seguridad para el inversor no son las cláusulas del contrato, sino la calidad del activo que está detrás", afirmó Pereda. "Si la nave no tiene las especificaciones adecuadas, referentes a anchuras, proximidad a un puerto seco y otros muchos, no va a tener garantizada la ocupación por ningún contrato".

Por su parte, Pedro Díaz Yuste, director de Negocio del Sector Financiero de Google España, afirmó que más que ir hacia un mundo en el que el comercio electrónico desbanque al tradicional lo que ya es una realidad es que la gente primero busca online aunque luego compre offline. "Las empresas no tienen más remedio que tener una presencia online relevante. No sólo un página web, sino estar donde está el usuario (redes sociales, Youtube...). No sé si el *e-commerce* releva al físico, pero está claro que la información es cada vez más relevante en el comercio tradicional", afirmó.

Entre las tendencias tecnológicas que podrían acabar afectando a la configuración de las ciudades, Díaz Yuste se refirió al coche autónomo. "Hoy las ciudades están pensadas para llegar en coche a cualquier sitio. Llegas donde sea y aparcas. Con un coche autónomo no lo necesitas. Te bajas cerca, vas andando a tu destino y el coche se va a aparcar donde sea con la orden de que vuelva a por ti a ese mismo sitio a la hora prefijada. O, por qué no, se va a repartir mercancía y te sacas unos eurillos. Que todo esto sea una realidad depende del desarrollo de la tecnología y la información", apuntó Díaz Yuste.

#### [Acerca de Tinsa \(@Tinsa\)](#)

Tinsa es la compañía líder en el mercado de la tasación en España y el referente en el asesoramiento inmobiliario en el mercado residencial. Realiza valoraciones tanto con metodología nacional (ECO) como internacional (RICS, IVS y EVS), y para múltiples finalidades: hipotecaria, contable, expropiatoria, compraventas o herencias, entre otras.

Los servicios de Tinsa se completan con la oferta de otras sociedades de su grupo empresarial: Taxo, especializada en valoraciones de bienes muebles, y Tinsa Certify, la empresa líder en la emisión de certificados energéticos.



Tinsa comenzó su proceso de internacionalización en 1999 y cuenta actualmente con oficinas en Portugal, Argentina, Chile, México, Perú y Colombia.

Contacto para los medios de comunicación:

**Susana de la Riva**

Directora de Comunicación y Marketing

[susana.delariva@tinsa.com](mailto:susana.delariva@tinsa.com)

91 372 7769 / 629 42 66 03