



Jaime de Aspe Gil

Director Comercial y de Marketing –
División Inmobiliaria INSERSA

■ ■ ■ **Jaime** de Aspe Gil, responsable de la División Inmobiliaria de INSERSA, es licenciado en Gestión Comercial y Marketing por ESIC, Certificate en Marketing Management por la New York University, y Máster en Dirección de Empresas Inmobiliarias por el Instituto de Empresa. Pese a su optimismo con respecto a la actividad inmobiliaria en España, invita a la cautela, pues ni todas las zonas se están recuperando al mismo nivel y velocidad, ni la adquisición de vivienda es tarea fácil para muchas personas: “El nivel de ahorro exigido para afrontar la adquisición de una vivienda, los altos impuestos que las gravan, y la situación actual de los potenciales compradores en edad de adquirir una vivienda dificultan un escenario de pleno equilibrio de mercado”, asegura. Pone asimismo un énfasis especial en el alto grado de conocimiento y exigencia de los clientes, mucho más formados e informados, y con un criterio mucho más sólido a la hora de acometer la compra de una vivienda.

Redacción Ai
Fotos: INSERSA

La promoción inmobiliaria, en consonancia con la recuperación de la economía, está recobrando la salud a muy buen ritmo. ¿Cómo describiría la situación actual del sector?

En mi opinión, nos enfrentamos a un mercado incierto con claros y sombras dónde aún debemos mostrarnos cautos respecto a la recuperación del mercado inmobiliario en su totalidad. Por un lado, las tendencias en los principales indicadores macroeconómicos sugieren tasas de crecimiento positivas y evidentemente, eso es muy bueno para el mercado. Por otro lado, los datos que ofrecen

las principales empresas del sector pueden generar expectativas engañosas en cuanto a la situación real del mercado inmobiliario. Algunas de las localizaciones de referencia del territorio nacional como Barcelona, Madrid o algunas zonas costeras, registran mayores niveles de inversión y recuperación que el resto, debido principalmente a un sólido mercado internacional y a una gran concentración de población nómada.

El objetivo principal es buscar ese equilibrio sostenible entre la oferta y la demanda. El nivel de ahorro exigido para afrontar la adquisición de una vivienda, los

“El objetivo principal es buscar un equilibrio sostenible entre la oferta y la demanda”

altos impuestos que las gravan, y la situación actual de los potenciales compradores en edad de adquirir una vivienda dificultan un escenario de pleno equilibrio de mercado.

¿Cómo augura que evolucionará a corto y medio plazo?

Desde mi punto de vista, preveo un mercado a medio plazo similar al actual con algunos matices. Dado que el mercado inmobiliario es muy zonal, los mercados

“Nos encontramos ante un mercado cada vez más competitivo y transparente”

de vivienda de segunda mano y alquiler, así como los de obra nueva ubicados en las zonas más dinámicas, seguirán siendo muy atractivos para compradores e inversores por las posibilidades de negocio que éstos generan. Por otro lado, los desarrollos de vivienda en zonas de expansión contarán con un ciclo de venta más amplio, debido principalmente a la amplia oferta existente y a las fluctuaciones del precio de la misma.

¿Qué protagonismo tiene actualmente la actividad promotora dentro de una empresa multidisciplinar como INSERSA?

INSERSA, dentro de su plan estratégico de diversificación, ha encontrado en la división inmobiliaria y promotora un elemento adicional de valor para la compañía. Aunque es una división relativamente nueva, cuenta con un equipo altamente cualificado para la gestión y desarrollo de esta nueva área, buscando en cada momento la satisfacción de nuestros clientes a través de la localización

“Los mercados de vivienda de segunda mano y alquiler, así como los de obra nueva ubicados en las zonas más dinámicas, seguirán siendo muy atractivos”

“INSERSA ha encontrado en la división inmobiliaria y promotora un elemento adicional de valor para la compañía”

de nuestras promociones y la calidad de los procesos de gestión. Estos elementos nos permitirán consolidar nuestras bases e ir más allá de los ciclos de incertidumbre y recesión que sin duda, marcará el mercado.

¿Qué proyectos tienen ahora mismo entre manos, en marcha o previstos?

Como ya he comentado anteriormente, vemos en la localización de nuestras promociones y activos inmobiliarios un valor añadido para la consolidación de la división inmobiliaria de INSERSA. En la actualidad contamos con más de 250 unidades repartidas entre la Costa del Sol (Cala de Mijas) y Sevilla (Tomares), además de un proyecto en Minas de Riotinto (Huelva), localidad de origen de nuestra empresa.

¿Cuál es el perfil del cliente de vuestras promociones? ¿Cuál es su nivel de exigencia?

Nos encontramos ante un mercado cada vez más competitivo y transparente, donde nuestros clientes cuentan con un alto grado de conocimiento y exigencia del mismo. La localización de las parcelas, las calidades y diseños de los acabados, las dimensiones, las zonas comunes, el respeto por el medio ambiente, así como la preparación de nuestros equipos, se convierten en aspectos fundamentales en la decisión para la adquisición de una vivienda. Para lograr la plena satisfacción de nuestros clientes se convierte en una obligación contar con los mejores “partners” para el diseño, desarrollo, comercialización y gestión de nuestros proyectos.

“Debemos mostrarnos cautos respecto a la recuperación del mercado inmobiliario en su totalidad”



¿Existe una relación estrecha entre los ritmos de comercialización y la inversión en marketing y nuevas tecnologías en el sector inmobiliario actual?

Existen demasiadas variables de difícil control y gestión para encontrar un equilibrio óptimo en los ritmos de venta. Además de los requisitos tradicionales que sugieren un buen potencial de una promoción, en mi opinión y según nuestra experiencia, los ritmos de comercialización están altamente relacionados con la inversión realizada en marketing y nuevas tecnologías. En la actualidad, una buena estrategia en herramientas online, te proporciona información detallada acerca de los gustos y necesidades de los adquirentes de vivienda. En un mercado tan competitivo como es el actual, se hace necesario contar con esta información previa al diseño y desarrollo de cualquier proyecto para satisfacer las demandas de los clientes y lograr el éxito del proyecto.

¿Es muy difícil conseguir financiación para el promotor? En vuestro caso, ¿habéis acudido a fuentes de financiación tradicionales o alternativas?

Podríamos decir que las condiciones de acceso al crédito para el desarrollo de una promoción inmobiliaria se han vuelto más exigentes. Existe mayor transparencia en el mercado y, por ende,

“Para lograr la plena satisfacción de nuestros clientes se convierte en una obligación contar con los mejores “partners” para el diseño, desarrollo, comercialización y gestión de nuestros proyectos”

“Existen demasiadas variables de difícil control y gestión para encontrar un equilibrio óptimo en los ritmos de venta”

“Estamos reforzando la apuesta en el área de construcción de INSERSA para dar un mayor y mejor servicio en proyectos de edificación y rehabilitación”

hay un mayor conocimiento y control. Las entidades de crédito demandan un menor apalancamiento y una mayor exposición de las empresas para el desarrollo promotor para acceder a una financiación completamente necesaria para la evolución del sector.

En la otra línea de actividad de INSERSA de la que usted es participe, la construcción, donde llevan a cabo tanto obras para clientes públicos como privados, tiene un gran peso la edificación residencial. ¿Para qué clientes están realizando proyectos y cuáles son los más significativos?

INSERSA continúa desarrollando su actividad de construcción tal y como lo estaba haciendo, desarrollando proyectos tanto públicos como privados, de diversas características constructivas.

En la actualidad, estamos reforzando la apuesta en el área de

construcción de INSERSA para dar un mayor y mejor servicio en proyectos de edificación y rehabilitación de edificios singulares y viviendas de alto valor añadido. Contamos con varios proyectos en desarrollo en el ámbito privado y, recientemente, hemos realizado la rehabilitación integral de un edificio de oficinas en pleno centro de Madrid para una conocida Socimi.

Para concluir, ¿cuáles señalaría como las claves del éxito de INSERSA para el amplio currículo que atesora en edificación y promoción?

Las principales claves del éxito de INSERSA son su capacidad de adaptación a las necesidades de sus clientes, la alta cualificación de sus técnicos y la especialización de sus trabajadores, todo ello unido a su experiencia de 30 años en el mercado y a su gran solvencia económica. **Ai**

“Las condiciones de acceso al crédito para el desarrollo de una promoción inmobiliaria se han vuelto más exigentes”