

ELECONÓMICO

SEMANARIO DE LA EMPRESA Y EL TURISMO DE BALEARS



El alcalde de Palma, Jaime Martínez, mantuvo una interesante conversación con María Cruz Rivera, directora territorial de CaixaBank en Balears. Foto: Pilar Pellicer

La falta de vivienda asequible, a debate

Govern balear y Ajuntament de Palma, junto a promotores y constructores, explicaron las medidas adoptadas para fomentar la construcción de pisos en el Mallorca Real Estate Summit celebrado el pasado día 16 en el Castillo Hotel Son Vida **P 2 a 25**



▲ Pedro Álvarez Ondina.



▲ Jesús Cano mantuvo una interesante conversación con el arquitecto Ramón Esteve.



▲ Jesús Cano, director de Elle.

La falta de vivienda y el sector del lujo, a debate

Hubo coincidencia general entre Govern, Ajuntament de Palma, promotores y constructores en explicar las medidas adoptadas para fomentar la construcción de pisos asequibles

R.E.
Fotos: Pilar Pellicer

El problema de la falta de vivienda centró la quinta edición del Mallorca Real Estate Summit que se celebró el pasado jueves, 16 de abril en el Castillo Hotel Son Vida. El Ajuntament de Palma y el Govern de les Illes Balears aprovecharon la ocasión para recordar las acciones emprendidas para incrementar la oferta de vivienda asequible. Tanto Jaime Martínez, alcalde de Palma, como José Luis Mateo, conseller d'Habitatge, Territori i Mobilitat, pusieron en valor el trabajo realizado y aseguraron que muy pronto se comenzarán a notar los resultados. Constructores y promotores pusieron el foco en la falta de agilidad administrativa y reclamaron un gran acuerdo político que se extienda más allá de una legislación. El lujo, la importancia del diseño o la sostenibilidad fueron algunos de los asuntos tratados en la jornada.

El Mallorca Real Estate Summit contó con el patrocinio del Ajuntament de Palma, CaixaBank, KPMG, Miele y Terraza Balear part of Gunni & Trentino. Ejercieron de partners de la jornada Almacenes Femenías, Estel, TQ Eurocredit, Jardins Tramuntana, Sestel Builders, Dig Investment,

Domus Vivendi Group, Grupo Tecnitasa y el Castillo Hotel Son Vidal. Audi Center Palma y Ravanetto fueron empresas colaboradoras.

La jornada fue organizada por El Económico, Borbalán y Mallorca Architecture & Design (LLAD).

La primera ponencia, a cargo de Pedro Álvarez Ondina, economista del departamento de Planificación Estratégica de CaixaBank Research, analizó el momento actual y destacó que es "embarullado". Explicó que "el conflicto con Irán dificulta las previsiones" y aseguró que "la duración del conflicto será determinante para analizar sus consecuencias". Álvarez Ondina destacó la importancia del incremento del precio del petróleo y del gas. El econo-

mista de CaixaBank Research alertó del peligro de la inflación y auguró una subida de tipos de interés, en función de la evolución del conflicto.

Álvarez Ondina, centrándose

Pedro Álvarez, de CaixaBank Research, catalogó de 'embarullado' el momento actual

ya en el mercado inmobiliario, fue claro, directo y didáctico. "La demanda está en máximos desde 2007 y la oferta no acaba de despegar. Es evidente que hay un déficit de vivienda importante y que la presión alcista a los precios es grande", explicó. Indicó que las compra-

ventas han retrocedido a nivel nacional y que los extranjeros han reducido compras. Además, señaló que la demanda, en general, se ha estabilizado, pero a niveles muy altos.

Jesús Cano, nuevo director editorial de Decoración en Hearst España y máximo responsable, entre otras publicaciones, de Elle Decor, realizó una más que interesante ponencia sobre '¿Qué es el lujo?'. Cano explicó que odia la palabra lujo y que intenta no usarla. En todo caso, explicó que "la calidad, la innovación y la creatividad deben estar presentes en el lujo". Cano se posicionó a favor de los viajes más pausados, "en tren o barco", y se sinceró para explicar que "para mí es un lujo ir en taxi a trabajar".

Cano, al acabar su ponencia, no abandonó el escenario para mantener una interesante conversación con el arquitecto Ramón Esteve amparados por el título 'En busca de la armonía'.

Ramón Esteve fundó su estudio en 1991, recordó que "solo son 35 personas", que son un grupo reducido y señaló que su lema es 'Espacios donde apestezca vivir'. En este sentido, Esteve no dudó en señalar que el objetivo de un buen diseño es que la gente viva bien. El arquitecto, interrogado por Cano sobre la influencia del Mediterráneo, fue contundente. Manifestó que es "mucho" y puso también en valor "la vida mediterránea". De igual manera, sobre la luz, Esteve fue claro al distinguir entre la luz natural y la artificial. "La luz natural es fundamental", señaló.

El Estudio de Ramón Esteve cuenta con un significativo departamento de 'Arquitectura y bienestar'. Esteve, que se declaró un amante de la arquitectura vernácula, señaló que "hay mucho talento y pocas oportunidades en la arquitectura actual". Criticó el exceso de normativa y apuntó que algunas atentan contra la creatividad.

'Palma en evolución: financiación, suelo y soluciones



▲ El alcalde de Palma, Jaime Martínez, contestó a las cuestiones que le planteó María Cruz Rivera.

para el reto demográfico' fue el título de la conversación entre el alcalde de Palma, Jaime Martínez y María Cruz Rivera, directora territorial de Caixa-Bank en Balears.

Rivera constató con datos el incremento demográfico y Martínez explicaba que, además de la agilización de los urbanizables, "lo principal es generar confianza". El alcalde explicó que hay miles de viviendas vacías e indicó que el Ajuntament "tiene herramientas para que salgan al mercado", si bien precisó que "Madrid debe ayudar" y apuntó a la necesidad de contar con una ley antiocupación o una Ley de Arrendamientos Urbanos moderna.

Martínez destacó que la agilización administrativa es una de las prioridades del Ajuntament y recalcó el valor de las Entidades de Certificación Urbanística (ECU) para la agilización de licencias.

Martínez repasó las acciones realizadas por el Ajuntament de Palma y aseguró que los resultados del trabajo municipal se verán con inmediatez y que se incrementará el parque de viviendas públicas y comen-



▲ Óscar Carreras, José Luis Mateo, Climent Olives, Daniel Arenas y el moderador Javier del Hoyo.



▲ Beatriz Menéndez-Valdés y Fernando Martínez.

zarán a construirse un buen número de pisos a precio limitado o protegidos por parte de

la iniciativa privada.

Uno de los paneles más esperados contaba con un título

muy sugerente: 'Buscando el equilibrio en Balears. De la regulación a la comercialización'. No lo tenían fácil ni el Conseller d'Habitatge, Territori i Movilitat del Govern, José Luis Mateo, ni Climent Olives, presidente de la Asociación de Constructores, ni Óscar Carreras, presidente de Proinba, ni Daniel Arenas, presidente de Abini, ni Javier del Hoyo, responsable del área fiscal de KPMG y moderador del panel. Como si de un chiste se tratara, estaban reunidos un político, un constructor, un promotor y un comercializador para buscar un consenso

que favorezca a todos. La pregunta común fue '¿Cómo afecta la crisis internacional a la producción de vivienda en Balears?' Olives fue claro al afirmar que "subiría el precio aunque por ahora pueden mantener los plazos previstos". En la misma línea, Carreras dijo que como promotores "las viviendas de precio limitado solo subirán

Jaime Martínez repasó las diferentes iniciativas llevadas a cabo por el Ajuntament de Palma

el IPC y mantendrán los precios del resto de coste mientras no aumenten los costes de construcción". Arenas, experto en el mercado internacional, afirmó que "el mercado alemán, que compra casi el 50% de la oferta en Balears, se muestra más cauto en momentos de crisis". Sin embargo, consideró que Mallorca pide salir beneficiada de la situación, especialmente en el caso de los alquileres de vivienda a largo plazo por la seguri-

Continúa en la página siguiente ▷

Miele

Miele – the perfect partner for your **premium residential projects.**



Miele Project Business

Head of Projects Spain: Álvaro Palomino
alvaro.palomino@miele.com
+34 600 993 377 · www.miele.es





▲ Luis Díaz, delegado en Balears y responsable del área de lujo de Tecnitasa, respondió a las diferentes cuestiones que le planteó Paula Serra, editora de El Económico.

Viene de la página anterior ▷

dad que ofrece. Le tocaba el turno al conseller, quien no escuchó el bulto y expresó que “desde la Administración debemos escuchar, ser conscientes y tomar medidas de manera inmediata”. Reclamó coordinación entre todos los sectores afectados y “revisar precios cuando sea posible”. Olives se mostró satisfecho con las palabras del Conseller, pero le resultan insuficientes y reclamó una mayor participación del Gobierno central, al que le pidió “que fuera más práctico que en la anterior crisis”. Carreras, por su parte, incidió en un hecho fundamental, “hace 10 años no había burbuja inmobiliaria y tampoco se creó una reserva de suelo para poderla utilizar en

José Luis Mateo anunció una nueva Ley de Vivienda y una nueva Ley de Urbanismo

una situación como la actual” y pidió que “se agilicen los trámites administrativos y se siga ayudando al cliente final en la compra de viviendas asequibles”. En la misma línea, Arenas consideró que las ECU, entidades privadas destinadas a agilizar trámites burocráticos, “son una buena iniciativa para reducir plazos”. Mateo apostó por la redacción de una nueva Ley de Vivienda y una nueva Ley de Urbanismo y explicó que “con las actuaciones en marcha y los proyectos residenciales previstos a corto plazo se pondrá en el mercado un parque de unas 1.200 viviendas públicas”. Javier del Hoyo les propuso que esperaran del próximo año y Carreras contestó que “sería muy bueno que la vivienda desapareciera de la agenda política, querría decir que la situación mejora”.

Olives, por su parte, se refirió a que “en el año 2007 se visaron proyectos para 15.000 viviendas y quince años después solo hay proyectos para 4.000”. Arenas puso la nota humana, “hay que buscar soluciones, no culpables” y Mateo acabó afirmando que “no se toparán los alquileres ni se hará de Mallorca una zona tensionada. Se crearán más viviendas a precios asequibles y destinadas preferentemente a residentes”. En resumen, tal vez no encontraron el equilibrio deseado, pero es evidente que todos están de acuerdo en seguir trabajando para conseguirlo.

Tras un panel tan intenso, el diálogo entre Beatriz Menéndez-Valdés, directora de Veltaro Hospitality de Blasson Property Investments, y Fernando Martínez, socio responsable de turismo en KPMG, puso sobre la mesa la actualidad del mercado hotelero en Balears. Desde Veltaro se dedican “a la compra de hoteles para reubicarlos en el mercado, añadiéndoles valor mediante un rebranding o un aumento de categoría”, como explicó Menéndez-Valdés. Martínez, profundo conocedor del mercado balear, le preguntó si todavía hay productos de lujo por descubrir en el mercado

balear. “No es fácil, aunque siempre hay joyas por descubrir”, según Beatriz. Ellos no solo compran el hotel, lo gestionan. “Veltaro es más una gestora que un fondo. Identificamos un activo para saber si es una operación interesante, buscamos inversores si es necesario y estructuramos todo el proceso, incluyendo el gestor que opere el establecimiento y su marca”. Fernando Martínez insistió en que “España es el mejor mercado de Europa y Mallorca lo

“Hay dos mercados, el tradicional y el ecosistema del lujo o prime”, explicó Luis Díaz, de Tecnitasa

mejor de España”. Y ambos coincidieron en que “las rentabilidades que se pueden esperar invirtiendo en Balears no son las mismas que haciéndolo en mercados con un mayor riesgo.” Menéndez-Valdés apuntó para acabar la posibilidad, cada vez más cierta, de que Rosewood Hotels, la hotelera de ultralujo que nos falta en la isla, se instale a corto plazo en Mallorca.

Paula Serra y Luis Díaz conver-



▲ El director general del Club de Mar, José Luis Arrom, y el arquitecto César Jiménez de Tejada hablaron de la reforma del Club.

saron sobre una cuestión muy simple: ‘¿por qué todo el mundo tiene los ojos puestos en Balears’. La respuesta es tan evidente como extensa. Díaz, experto de Tecnitasa en el sector del lujo, explicó que “hay dos mercados, el tradicional y el ecosistema del lujo o prime”. El primero está afectado por la coyuntura y el segundo se considera más una inversión y tiene un comportamiento más pausado y con más posibilidades a nivel global. “Madrid ya juega en la liga de París y Londres, mientras que Balears lo hace en la de la Costa Azul y Miami”, según Díaz. Más de un tercio del mercado prime en España se concentra en Balears, donde se llega a precios extraordinarios. Serra incidió en el detalle de que “el lujo ya no es el mármol ni los metros cuadrados, sino conceptos difíciles de cuantificar como la energía, el bienestar o la calma que puede ofrecer una vivienda”. Según Díaz, “Balears seguirá siendo el referente del mercado inmobiliario de lujo en los próximos cinco años”.

Pero el lujo también hay que pagarlo y si de financiación se trata, la tradicional la lidera CaixaBank y la alternativa TQ Eurocredit. Omar García, de

CaixaBank, y Raimon Serra, de TQ Eurocredit, respondieron a las preguntas de Pep Verger, director de El Económico. Ambas financiaciones no solo son compatibles, sino que son complementarias. No compiten y participan en fases diferentes de cada proyecto. “La alternativa está más en las fases de arranque y dirigida a empresas, no a consumidores finales”, según Serra, mientras que CaixaBank tiene unos requisitos que García marca como líneas rojas para su entidad, “seguridad urbanística, producto, track record demostrables y una adecuada aportación de equity”. Distintas visiones para un mismo objetivo: conseguir sacar adelante los proyectos urbanísticos que se proponen.

El director general de Gunni & Trentino, José Manuel Moreno y el arquitecto director de Manuel Burgos Arquitectura y Diseño, Manuel Burgos, conversaron

La financiación alternativa, explicó Raimon Serra, de TQ Eurocredit, va dirigida a empresas

junto al CEO de Borbalán, Bernat Vidal sobre ‘Marbella-Mallorca’. Moreno y Burgos expusieron cómo se inició The Sky Marbella, un proyecto que consiste en una promoción de 16 viviendas de lujo en la Costa del Sol. “Ha sido un reto singular por las dimensiones del proyecto, ha sido el más grande de nuestra carrera, por el momento, hemos podido materializar 360 grados con todas las categorías de proyectos”, afirma Moreno. Por su parte, Burgos expuso que “no es habitual entrar en una fase tan temprana a trabajar con los promotores y ojalá se pudiese hacer más porque facilita mucho todo el proceso de diseño, de control de los límites



▲ Toni Ballester, Álvaro Palomino, Daniel Romero, Lourdes Vázquez mantuvieron un interesante debate moderado por Paula Serra.



▲ Susanna Mander, global director of brand expansion de Meliá Hotels International.

de los materiales que se van a utilizar y de los costes”.

El Club de Mar fue otro de los temas centrales de la jornada. Su director general, José Luis Arrom y el arquitecto que lo diseñó, César Jiménez de Tejada explicaron sus orígenes hasta su remodelación. Arrom contó que “el proyecto nace de unas familias con la intención y voluntad de poner en el mapa al sector náutico de Balears”. Mientras que Jiménez de Tejada añadió que “el Club de Mar se se plantea inicialmente como una infraestructura híbrida que se inocular a través del contexto que le rodea. Esta infraestructura viene a disolver un límite que existía tradicionalmente que era el antiguo club, una sociedad privada y que de alguna manera era un tapón entre la ciudad y el mar”.

Sussana Mander, global director of Brand Expansión de Meliá Hotels International contó el funcionamiento de los proyectos de branded residences y los diferentes tipos que existen, en primer lugar aquellas residencias que se encuentran dentro del hotel frente a las que están fuera, “prácticamente es pasar del vivir aquí a pertenecer aquí. Vender una residencia con marca es vender un valor totalmen-



▲ José Luis Mateo, conseller d'Habitatge, Territori i Mobilitat; Paula Serra, editora de El Económico; Marga Prohens, presidenta del Govern; Carmen Serra, presidenta del Grup Serra; Llorenç Galmés, presidente del Consell de Mallorca, y Bernat Vidal, CEO de Borbalán, al finalizar la jornada.



▲ Raimon Serra y Omar García mantuvieron una interesante conversación sobre financiación que fue moderada por Pep Verger, director de El Económico.

que la marca diferencia la propiedad”.

La mesa ‘Construyendo el futuro’ estuvo compuesta por el propietario y CEO de Estel, Toni Ballester; el head of project business Iberia de Miele, Álvaro Palomino; el director general de Almacenes Femenias, Daniel Romero y el studio manager de Jardins Tramuntana, Lourdes Vázquez, en esta ocasión fue Paula Serra quien moderó el panel de debate. Ballester defendió que “de cada vez la eficiencia energética será más importante. Tenemos la suerte de vivir en Europa que somos

será la eficiencia en el futuro, no obstante, Romero expuso que el futuro es la construcción industrializada “nosotros nos hemos preparado para el futu-

Ballester, de Estel, defendió que la eficiencia energética será de cada vez más importante

ro. Creemos que el futuro va hacia la construcción industrializada”. En línea a la sostenibilidad Vázquez explicó el cambio del paisajismo “no tenemos que

elemento que solo ocupa este espacio lo tenemos que entender como una infraestructura verde que viene referida a todos los elementos que nosotros introducimos dentro del proyecto y que están pensados para cumplir una función”. Palomino añadió que “más allá de los avances tecnológicos que van a ir llegando, el reto es a nivel estético. Ahora los electrodomésticos están expuestos y ahí es donde está el reto, crear un diseño duradero, que pasen 20 años y no pasen de moda”.

Bernat Vidal entrevistó a Mariana Muñoz, fundadora de



▲ Marga Prohens inició su intervención alabando la figura de Luis Martín.

toria, la puesta en marcha de la firma y la posterior venta. Fue en 2010 cuando dos socios le propusieron abrir la tienda como un proyecto monomarca y con el objetivo de vender 600.000 euros el primer año, aunque superaron el millón. A lo largo del tiempo pasó de solo vender muebles de exterior a encargarse de todo el interiorismo. “En un momento nos pidieron un piloto de una promoción que contaba con unos materiales increíbles, suelos de piedra natural, mucha madera, era proyecto que te inspiraba. Al ver la cocina era horrorosa y ahí nació querer hacerlo todo integral. Le estábamos haciendo un favor, éramos un solucionador de problemas”.

La presidenta del Govern, Marga Prohens, fue la encargada de clausurar el Mallorca Real Estate Summit. Aseguró que es evidente que existe “la necesidad de poner en el mercado más vivienda asequible para la gente de aquí” y destacó que el cambio normativo era fundamental. Explicó las medidas que ya ha adoptado el Govern, aseguró que se aumentará en un 50% el parque actual de vivienda pública y recordó también que no hay una solución mágica para solventar el problema.



▲ Mariana Muñoz, fundadora de Terraza Balear, explicó su trayectoria al hilo de las preguntas de Bernat Vidal. te diferente y hay que entender los grandes líderes de lo que



▲ José Manuel Moreno, director general de Gunni & Trentino, y el arquitecto Manuel Burgos dialogaron sobre Marbella y Mallorca. Bernat Vidal ejerció de moderador de la animada charla. entender el paisajismo como un Terraza Balear, sobre su trayec-



▲ Cecilia Sagrera, Toni Ballester, Carlos Saez y Raquel Ochoa acudieron al Castillo Hotel de Son Vida en representación de la empresa de ingeniería Estel.



▲ Natalia Seoane y Enrique Fajardo de Sestel Buildings también asistieron al Mallorca Real Estate Summit.



▲ Lourdes Vázquez y Andrea Herrero fueron las representantes de Jardins Tramuntana en la jornada.



▲ Jesús Rodríguez, Filip Hansen, Mariana Chacón, Ramón Esteve, Jesús Cano y Alfonso Arbolí posaron juntos a la conclusión del Mallorca Real Estate Summit.



▲ Gori Jaume, Jerònima Jaume, Neus Tomàs y Daniel Romero, de Almacenes Femenías, no se perdieron el Mallorca Real Estate Summit.



▲ Luis Díaz, José Antonio Muro, Fidel Canales, Ana de la Fuente y Pedro López fueron la representación del grupo Tecnitasa, líder en el mercado nacional.



▲ Pedro Villalonga, Victoria Vega y María Lupotto fueron algunos de los representantes de TQ Eurocredit en la jornada.



▲ Elena Giménez, Mariana Muñoz, José Manuel Moreno, Manuel Burgos, Indiana Dormer, Matthias Rautenberg, Marian Gual y Ricard Pifarré formaron la delegación de Terraza Balear.

Ordenança per a la convivència cívica

NO FACIS ES BUROT



+ INFO

Consulta la nova
ordenança per al
foment de la
convivència i el
civisme a l'espai
públic de Palma



Ajuntament
de Palma

amorPROPI



▲ Pedro Álvarez Ondina, María José Sánchez, María Cruz Rivera, Margarita Seguí y Omar García fueron los representantes de CaixaBank en la jornada.



▲ Francisco Javier Cervilla Lozano, Alicia Labrador y Álvaro Palomino representaron a Miele en la quinta edición del Mallorca Real Estate Summit.



▲ El arquitecto Ramón Esteve, el director de Elle Decoración Jesús Cano y Alfonso Arbolí, managing director en Cano Estudio.



▲ Raül Ceamanos, Ramón Ruiz, Ignacio del Río, Ana Lluc Compte, Vanessa Sarrà, Javier del Hoyo, Ander López y Fernando Martínez de KMPG también asistieron al evento.



▲ La terraza del Castillo Hotel Son Vida acogió un Finger food & networking al acabar el Mallorca Real Estate Summit.



▲ Audi Center Palma es una de las empresas colaboradoras del Mallorca Real Estate Summit. Colocó dos vehículos Audi en la entrada del Castillo Hotel Son Vida.

HOMENAJE

Reconocimiento a Luis Martín: El Mallorca Real Estate Summit, rindió un pequeño homenaje a Luis Martín, que fuera durante años presidente de la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Balears y que falleció el pasado septiembre. Su viuda, Antònia Suárez y su hijo José Luis Martín recibieron una placa de homenaje a Luis. La presidenta del Govern, Marga Prohens, dedicó unas palabras a Luis Martín y dijo que era "coherente, libre y valiente" y añadió que "era una voz experta, sin demagogia y sin populismo". Prohens inci-



dió también "en la necesidad de poner en el mercado más vivienda asequible para la gente de aquí". Aseguró que "cambiar el marco normativo era fundamental para favorecer y priorizar la construcción de nueva vivienda". En la imagen, Paula Serra, editora de El Económico y directora general de Medios Audiovisuales del Grup Serra, la presidenta del Govern Marga Prohens, Antònia Suárez, José Luis Martín, Mariana Muñoz, fundadora de Terraza Balear, y Bernat Vidal, CEO de Borblán.

“No existe una solución única a la falta de vivienda”

Fernando Martínez, de KPMG, explica que el problema es estructural, que históricamente el incentivo fiscal a la compra se acaba trasladando al precio y que topar los precios no es adecuado

Fernando Martínez, socio responsable de KPMG Abogados en Balears, asegura que el problema de la falta de vivienda es estructural, que la solución no es única y explica que el incentivo fiscal a la compra se acaba trasladando al precio. Además, indica que topar los precios de alquiler no contribuye a disminuir el problema, sino que incrementa las dificultades.

¿Tiene solución la falta de vivienda en Balears?

Desde mi punto de vista tiene solución parcial, pero no inmediata. El problema es estructural: territorio limitado, presión demográfica y turística, y una oferta rígida. El gran problema es que no existe una solución única sino que deben coordinarse medidas que lleven a una solución y eso exige una posición estable desde el punto de vista político, no estar sujetos a cambios radicales de criterio en función del gobierno de la comunidad o ayuntamientos principales.

¿Vivienda libre, a precio tasado o VPO?

La respuesta no es una de ellas en exclusiva, sino que debe darse una combinación de iniciativas que respondan a cada necesidad: absorber la demanda solvente con vivienda libre, trabajar en vivienda en propiedad a precio tasado o asequible para clases medias y promover el alquiler de VPO para aquellos que no puedan acceder a la compra de vivienda. Es un grave error considerar la VPO como forma de acceso a la compra de vivienda.

¿Es necesario incrementar el suelo urbano?

Hay que tomar una variedad de medidas para enfrentar un tema de tanta relevancia. No es posible solucionar un problema estructural sin adoptar soluciones estructurales y una de ellas es sin duda el incremento de suelos urbanos pero sin olvidar adoptar otras medidas como aumentos de altura, cambio de usos o regeneración de determinadas zonas. Sin



▲ Fernando Martínez explica que hay que tomar varias medidas para afrontar la falta de vivienda.

duda estas últimas medidas ayudarían pero la dimensión del problema exige soluciones adicionales que pasan por incremento de suelos.

¿Cómo debe incentivarse a los propietarios que mantienen viviendas vacías para que las alquilen?

Dado que la propiedad privada está reconocida como un derecho en la constitución, las medidas que se tomen, vengan de la ideología que vengan, deben respetar ese derecho. Se trata por tanto de conseguir que una persona que tiene derecho a la propiedad y a disponer de ella según su volun-

tad, mueva esa voluntad hacia el alquiler. Las medidas penalizadoras, además de cuestionables legalmente, llevan a desin-

“Las medidas penalizadoras llevan a desincentivar el alquiler”

centivar el alquiler ante la incertidumbre del propietario. Hay que promover medidas que ofrezcan garantías de cobro, soluciones rápidas y

efectivas en caso de impagos y ofrecer soluciones públicas a cuestiones que son públicas, como es la protección de familias vulnerables, que debe ser una prioridad, pero no dejar que la carga de esa protección recaiga casi en exclusiva en los propietarios de viviendas porque en ese caso se desincentiva absolutamente el alquiler.

¿Hay que incentivar fiscalmente la compra de viviendas? ¿De qué manera?

Hemos visto que históricamente el incentivo fiscal a la compra de vivienda se ha acabado trasladando al precio. No soluciona el problema de falta de

vivienda sino que, en general, lo empeora. Podría defenderse en casos muy puntuales, como primera vivienda y rentas medias, pero en general el problema de la vivienda debería resolverse por la vía del alquiler bien trabajado, asegurado e incentivado.

¿Debe toparse el precio del alquiler? ¿Cómo puede incentivarse un descenso en los precios?

No es una solución al problema sino que lo incrementa. Si a la inseguridad que ya siente el propietario se le suma un tope al alquiler lo normal es que la oferta se retraiga.

¿Es el alquiler vacacional culpable del incremento del

“Topar el precio no es una solución al problema, sino que lo incrementa”

precio del alquiler?

En determinadas zonas ya tensionadas puede llevar a un incremento del precio del alquiler por una percepción errónea de la rentabilidad esperada. La regulación de estas viviendas creo que ha tenido resultados positivos y en mi opinión está dejando de ser un factor relevante en el incremento del precio del alquiler.

¿Ha llegado el precio de la vivienda a su tope máximo?

El precio de la vivienda vendrá marcado principalmente por la capacidad de endeudamiento, que va ligada al incremento salarial. En ese sentido yo creo que estamos cerca de los máximos. Es cierto que para determinado tipo de vivienda la demanda extranjera es un factor relevante pero parece que también en ese ámbito del mercado estamos cerca, aunque no tanto, de tocar el límite. En todo caso, es una predicción muy difícil de hacer y acertar.

“El interiorismo requiere visión 360º y coherencia”

José Manuel Moreno, director general de Gunni & Trentino, indica que integrarse en el proyecto desde el inicio es imprescindible. Asegura que el balance de la fusión con Terraza Balear es extraordinario

José Manuel Moreno, director general de Gunni & Trentino, transpira pasión por su trabajo, es un enamorado del diseño y defiende con fervor la integración con Terraza Balear part of Gunni & Trentino.

El interiorismo de lujo ha cambiado mucho en los últimos años. ¿Cómo lo percibís vosotros?

El cambio más importante es que el interiorismo ha dejado de ser una fase más para convertirse en una parte estructural del proyecto desde el primer día. Cuando se incorpora desde el inicio –cuando todavía no hay nada construido, apenas un concepto– deja de ocupar el lugar de un proveedor para pasar a formar parte del equipo. Participa en las mismas reuniones que el promotor y la constructora, y todas las decisiones sobre materiales, acabados y la resolución de cada espacio se toman de forma coordinada. Así, no hay sorpresas al final, porque todo se ha pensado desde el principio de manera conjunta. Ese es el verdadero lujo: un proyecto en el que arquitectura, interiorismo, iluminación, paisajismo y detalle se conciben de forma integrada, con un único lenguaje y un único criterio de principio a fin.

Operáis en toda España -desde Madrid hasta Baleares, pasando por Marbella, Barcelona y otras ciudades-, y también desarrolláis proyectos a nivel internacional. ¿Cómo se manifiesta el lujo en cada territorio?

El lujo cambia de acento según el lugar, y nosotros nos adaptamos con precisión a cada mercado. Baleares tiende al lujo mediterráneo y esencial -materiales nobles, artesanía, textura, luz, lo que muchos llaman lujo silencioso-, muy conectado con el paisaje y lo atemporal. Marbella es más internacional y social; allí conviven el estilo resort, las branded resi-



▲ Moreno defiende que están en proceso de expansión y asegura que seguirán creciendo hacia nuevos mercados internacionales.

dentes y un cliente global que valora el equilibrio entre sofisticación y personalidad. Madrid es un lujo urbano: el cliente busca calma, privacidad, funcionalidad y un nivel de detalle muy alto. Barcelona combina una tradición artesanal extraordinaria con una sensibilidad de diseño singular y un cliente que aprecia especialmente la integración arquitectónica y la originalidad. Y más allá de las diferencias entre plazas, nuestra presencia internacional nos da algo muy valioso: la capacidad de leer el lujo residencial en clave global. Lo que observamos en mercados de

Latinoamérica, Estados Unidos o del norte de Europa lo incorporamos a nuestra propuesta en España, anticipando tendencias y enriqueciendo cada proyecto con una visión que va más allá del mercado local.

¿Qué aporta al proyecto contar con un partner que coordine e integre todo el interiorismo de principio a fin?

Aporta coherencia, control y tranquilidad. Cuando una sola entidad coordina todas las decisiones -cocinas, baños, armarios, carpintería a medida, superficies, mobiliario, iluminación, arte y estilismo-, el proyecto gana en claridad conceptual

y consistencia estética. Para el cliente, el verdadero lujo reside en la comodidad de contar con un único interlocutor que gestione íntegramente todo el proceso, evitando la complejidad de coordinar múltiples proveedores. Esa figura del coordinador de proyecto es el hilo conductor de todo el proceso creativo, y garantiza que cada decisión -sea cual sea la tipología del proyecto- responda a un mismo criterio de calidad y ejecución.

Han transcurrido tres años desde la alianza con Terraza Balear part of Gunni & Trentino. ¿Qué balance hace de esta integración?

El balance es extraordinariamente positivo. Este es el año de la integración total, aunque llevamos ya tiempo construyendo ese camino juntos. El resultado es una Terraza Balear mucho más fuerte: con servicios 360º globales y con capacidad para

generar valor en los dos sentidos.

¿Hacia dónde avanza Gunni & Trentino? ¿Cuáles son vuestros grandes objetivos de cara a los próximos años?

Nuestro futuro se articula en torno a tres pilares. El primero es la expansión y la globaliza-

“**Tenemos un equipo que cuida cada detalle con la misma exigencia”**

ción: seguiremos creciendo hacia nuevos mercados internacionales, ofreciendo en cada uno de ellos todos nuestros servicios integrales. Queremos llevar la marca a más rincones del mundo con la misma excelencia que nos define aquí. El segundo pilar es el **desarrollo de nuestra marca propia**. Seguiremos innovando en nuevas categorías de producto y acabamos de lanzar los Acabados 360º Sostenibles: una paleta curada de maderas y lacas, elaborada con materiales de origen responsable, que es compartida por todas las categorías -cocinas, baños, armarios, carpintería y superficies- y permite al cliente obtener coherencia estética total en cualquier proyecto. Y el éxito está en saber combinar nuestra marca propia con una selección rigurosa de las mejores firmas internacionales, porque esa convivencia es la que nos da un valor verdaderamente único. Y el tercer pilar, es la **excelencia en el servicio**. Llevamos más de 55 años en este sector, somos una empresa familiar que trabaja con pasión, cercanía y compromiso, y eso impregna todo lo que hacemos. El cliente tiene que sentir en cada fase del proyecto -no solo en el resultado final- que está en manos de un equipo que cuida cada detalle con la misma exigencia. Ahí está nuestro verdadero diferencial.

“**Es fundamental el desarrollo de nuestra marca propia”**

abordar cualquier tipo de proyecto -viviendas de lujo, promociones de gran envergadura, hoteles o proyectos de cualquier estilo y escala- con la solvencia financiera para afrontar cualquier reto en cualquier mercado. La integración se ha basado en reconocer y potenciar lo mejor de las dos marcas. Ha sido una fusión natural, construida desde la escucha de la cultura local, de las personas y de los procesos internos. El talento y la metodología desarrollada en Terraza Balear se están exportando al resto del grupo, impulsando una mejora transversal en toda la compañía. Sus equipos locales tienen hoy un rol claramente nacional, y eso es exactamente lo que buscábamos: que la integración

María Cruz Rivera, directora territorial de CaixaBank en Balears, entiende que el papel fundamental de la entidad es acompañar al cliente, asesorarlo y ofrecerle el mejor servicio. **CaixaBank aprobó en 2025 la concesión de financiación a particulares de Balears por valor de 1.404 millones de euros, un 43,1% más que un año antes. La entidad concedió hipotecas a particulares por un importe de 1.022 millones de euros, un incremento del 46,3%, mientras que el resto fueron crédito al consumo. ¿Cuáles son las perspectivas de CaixaBank para 2026?**

Venimos de un 2025 muy dinámico en Balears, en el que hemos podido acompañar a muchas familias en la compra de su vivienda. De cara a 2026, esperamos seguir en esa línea,



Nuestro papel es acompañar, asesorar y ayudar al cliente a elegir la mejor opción”

aunque con una evolución más equilibrada. La demanda continúa siendo sólida en Balears, ahora bien, también somos muy conscientes del gran reto que siendo el acceso a la vivienda. Tal y como señalan los análisis de CaixaBank Research, la oferta sigue siendo insuficiente y el gran reto hoy no es la demanda, sino generar suficiente oferta para dar respuesta a las familias. Por eso, nuestro foco está en seguir acompañando a las personas que necesitan financiación y asesoramiento para comprar su vivienda así como a los empresarios con proyectos que incrementen la oferta a precios asequibles.

Todo parece apuntar a que el conflicto en Oriente Próximo provocará un incremento de los tipos de interés. ¿Afectará a la compra de viviendas? ¿Cómo perjudicará al cliente particular?

Es verdad que el contexto internacional introduce incertidumbre, sobre todo por su impacto en la energía y en la inflación y podría provocar que los tipos de interés se incrementen. No sabemos cuál va a ser el impacto final de la situación geopolítica en la economía pero el sector financiero está sano y por tanto, va a poder a ser parte de la solución y no contribuir al proble-



▲ Rivera explica que CaixaBank acompaña, asesora y ayuda a cada cliente a elegir la opción.

“La demanda continúa siendo sólida en Balears”

María Cruz Rivera, directora territorial de CaixaBank en Balears, es consciente del reto que supone para los jóvenes el acceso a la vivienda. Destaca que la entidad quiere ser partner del sector promotor en un momento clave

ma, como ha dicho nuestro CEO Gonzalo Gortázar hace pocos días. Aun así, estamos viendo que la demanda de vivienda sigue siendo fuerte. Hay una necesidad real de vivienda, especialmente en zonas tensionadas como Balears, y eso hace que el mercado siga activo. Nuestro papel aquí es acompañar, asesorar bien y ayudar a cada cliente a elegir la opción que mejor se adapte a su situación, con prudencia y visión a largo plazo.

¿Seguirán facilitando el acceso de los jóvenes a los préstamos hipotecarios?

Sí, sin duda. El acceso de los jóvenes a la vivienda es uno de

los grandes retos, y somos muy conscientes de las dificultades que tienen hoy en día. De hecho, hay un gran número de jóvenes que se acercan a nuestras oficinas solicitando asesoramiento (importe, cuotas... plazos) para intentar comprar su vivienda. Por eso estamos trabajando en soluciones que faciliten ese acceso, y en Balears es especialmente relevante la colaboración público-privada, como la hipoteca joven impulsada junto al Govern Balear con ayudas para jóvenes de entre 18 y 35 años y familias de Balears. Desde que se puso en marcha el programa, en CaixaBank hemos finan-

ciado cerca de 290 hipotecas para jóvenes a través de este convenio.

¿Tienen los promotores facilidades para acceder a financiación?

Desde CaixaBank queremos ser un partner del sector promotor en un momento clave. Sabemos que sin más oferta no se va a resolver el problema de acceso a la vivienda, y por eso seguimos apoyando proyectos sólidos y viables. Al mismo tiempo, el sector está viviendo una transformación importante. La falta de mano de obra cualificada es una realidad, y está afectando directamente a los ritmos de construcción. En

este contexto, creemos que la industrialización de la vivienda va a ser parte de la solución. Permite construir de forma más eficiente y dar respuesta a esa escasez de recursos. También será necesario avanzar en el plano normativo para adaptarse a estos nuevos modelos. Es un camino que ya ha empezado.

La gran mayoría de hipotecas se firman hoy a tipo fijo. ¿Se prolongará en el tiempo esta circunstancia?

La preferencia por el tipo fijo tiene mucho que ver con la tranquilidad que aporta a las familias sin estar sujetos a fluctuaciones en los tipos de interés. En los últimos años, más del 85% de las hipotecas de CaixaBank concedidas en Balears fueron a tipo fijo. En CaixaBank llevamos más de una década apostando por este tipo de financiación, y actualmente, en torno al 40% de nuestra cartera hipotecaria está a tipo fijo. Esto refleja nuestro compromiso con soluciones financieras transparentes y seguras.

Es habitual que las entidades bancarias ofrezcan el 80% del valor del inmueble. ¿Es siempre así?

El 80% es una referencia habitual porque ayuda a mantener un equilibrio entre acceso a la financiación y prudencia. Actualmente, nuestros clientes pueden acceder a hipotecas con una financiación de entre el 80% y el 90% del valor del inmueble, dependiendo de su



En los últimos años, más del 85% de las hipotecas del banco fueron a tipo fijo”

perfil financiero y sus necesidades. Además, ofrecemos opciones de bonificación y una gestión flexible, tanto en nuestras oficinas como a través de canales digitales.

Ante el dilema de comprar o alquilar, ¿qué conviene más?

Depende de cada situación personal. Pero si vemos que la falta de oferta y los elevados precios de los alquileres están empujando a muchas personas hacia la compra pero para ello es necesario contar con un ahorro previo, ya que esto permite afrontar los gastos iniciales. Consideramos clave concienciar sobre la importancia del ahorro a la hora de planificar la adquisición de una vivienda.

“La promoción de vivienda asequible es una pieza clave”

Jaime Martínez explica las medidas de Cort para paliar la crisis habitacional. Al plan de choque se suman, entre otros proyectos, los PRE, que prevén 8.000 pisos, la mitad a precio limitado

El alcalde de Palma Jaime Martínez, arquitecto de profesión, explica con detalle las medidas impulsadas por el Ajuntament para paliar el problema de la vivienda.

¿Qué principales medidas ha activado el Ajuntament de Palma para solventar el problema de la falta de viviendas?

Hemos impulsado un conjunto amplio de medidas orientadas a agilizar la construcción de vivienda en Palma. Hemos puesto en marcha un plan de choque que permitirá la construcción de más de 1.000 viviendas asequibles en la ciudad. Este plan ya ha empezado a dar sus primeros resultados: la primera fase implicará la construcción, con inicio previsto este junio, de 166 viviendas

“**El plan de choque permitirá construir más de 1.000 viviendas asequibles”**

de alquiler a precio limitado en las calles Bisbe Arnau Albertí e Isabel Villena, en los barrios de Camp Redó y Son Ferragut. Y de forma paralela, ya estamos trabajando en una segunda fase del plan, que permitirá la construcción de 807 viviendas adicionales también a precio limitado en siete solares municipales. Asimismo, hemos implantado en Palma las Entidades de Colaboración Urbanística, que permiten reducir los tiempos de tramitación de licencias a una media de un mes o incluso menos. Todo ello se complementa con las medidas impulsadas por el Govern en su ley de emergencia habitacional, que permiten aumentar la oferta de vivienda a través de fórmulas valientes como el cambio de uso de locales a vivienda o la división de viviendas existentes. En esta misma línea, cabe destacar también la



▲ Martínez explica las medidas adoptadas en materia de vivienda.

figura de los Proyectos Residenciales Estratégicos, de los que ya hay siete previstos en Palma -Son Puigdorfilá, Son Güells, Son Ximelis, Son Cladera Nord, Cas Pastors, Can Fontet y Son Toells- y que permitirán la construcción de alrededor de 8.000 viviendas, más de la mitad de ellas con algún grado de protección, teniendo también en cuenta que el 15% de cada uno de estos desarrollos debe ser cedido al Ayuntamiento para VPO. A estas iniciativas se suman otros proyectos relevantes previstos en Palma, como la construcción de 139 viviendas dotacionales en el edificio de la antigua prisión o el desarrollo de Son Busquets. Del mismo modo avanza

la modificación del Plan Especial de Son Dameto, que está pendiente de aprobación definitiva y permitirá 60 viviendas más en Palma, o del PRI de Ses Fontanelles, cuya aprobación inicial ya se ha llevado a cabo y

“**En la Reserva Estratégica de Son Bordoy se harán 750 viviendas”**

donde se prevén más de 430 viviendas. Estos proyectos se acompañan también de la Reserva Estratégica de Suelo de Son Bordoy, donde está pre-

vista la construcción de 750 viviendas, de las cuales hasta 500 pueden ser protegidas o a precio tasado.

La construcción de viviendas nuevas de carácter público puede paliar el problema, pero no será suficiente. ¿Qué más puede hacer el Ajuntament de Palma?

Los proyectos residenciales estratégicos han desbloqueado suelo urbanizable que se hubiese desarrollado en 15 o más años, y se hará entre tres y

“**Insistimos a Madrid en la necesidad de desbloquear Son Busquets”**

cinco años. En los próximos años se levantarán 8.000 nuevas viviendas en Palma, la mitad a precio limitado, protegidas, y a eso hay que sumarle nuevos equipamientos (colegios, centros de salud, deportivos, plazas...). La promoción de vivienda asequible es una pieza clave dentro de la estrategia municipal, que debe complementarse con otras medidas para dar una respuesta global.

¿Llegarán a verse viviendas en Son Busquets? ¿Es la mejor solución para este espacio?

Desde el Ajuntament hemos insistido de forma constante al Gobierno central en la necesidad de desbloquear el desarrollo de Son Busquets.

Fulgencio Coll, líder de Vox en Palma, declaró hace ya unas semanas que estaba decepcionado con el Ajuntament y el Govern porque no habían construido vivienda. ¿Qué le puede decir?

Todos los partidos políticos de la oposición, sin excepción, han contribuido con cero viviendas para paliar el déficit, incluido Vox. Le pediría a Ful-

gencio Coll que centre sus críticas hacia Madrid, en las leyes y planes que limitan nuestra acción, como la Ley Antiocupación, bloqueada en el Congreso, la necesaria modificación de la Ley de Arrendamientos Urbanos y el más que necesario plan estatal de vivienda, inexistente a día de hoy.

Uno de los eternos problemas es la lentitud municipal a la hora de tramitar licencias. ¿Son las Entidades de Colaboración Urbanística la solución? ¿Se recurrirá a la iniciativa privada en otras áreas?

La solución pasa, en gran medida, por la simplificación administrativa. Las Entidades de Colaboración Urbanística forman parte de este proceso. Se trata de una herramienta eficaz que mantiene siempre la capacidad de decisión final en manos del Ayuntamiento.

¿La prohibición total del alquiler vacacional es la solución a la falta de vivienda? ¿Contribuirá a bajar el precio del alquiler?

La decisión que hemos adoptado desde el Ajuntament -prohibir nuevas plazas de alquiler turístico en viviendas en todo

“**La solución pasa, en gran medida, por la simplificación administrativa”**

el término municipal- responde precisamente a esa visión global. Con esta modificación del Plan General, no solo impedimos el crecimiento de nuevas plazas ETV, sino que abrimos la puerta a una reducción progresiva de las existentes, al no permitir renovaciones ni traslados. Esto, junto con el refuerzo del control de la oferta ilegal, debería contribuir a liberar vivienda hacia el mercado residencial.

“El lujo es servicio”

Toni Ballester, fundador y CEO de Estel, destaca que acompañan al cliente en todo momento. Explica que la confianza no se construye solo en la obra, sino también en todo lo que viene después

Fundada en 1995 en Mallorca, Estel ha pasado de ser una ingeniería de telecomunicaciones a convertirse en un grupo multinacional con más de 3.000 profesionales y presencia en más de 20 países. En el marco de esta transformación, el grupo ha desarrollado dos divisiones orientadas al residencial de lujo: Estel Dome y Aquaquae.

El mercado inmobiliario de alto standing en Balears atrae a compradores internacionales cada vez más exigentes. ¿Qué viene a resolver Estel?

El comprador internacional de hoy es un perfil distinto al de hace una década. La tecnología le ha dado acceso a información que antes solo tenían los especialistas: compara materiales, entiende de sistemas, conoce estándares de confort de referencia mundial. Llega

“**El verdadero lujo es el confort sostenido en el tiempo”**

formado, con criterio propio y con expectativas muy precisas sobre domótica, eficiencia energética, conectividad y diseño. Una gran ubicación o una arquitectura impactante ya no son suficientes. Estel está para acompañar a ese cliente desde el primer momento. Trabajamos tanto con promotores como con clientes finales, y cada uno llega con objetivos y necesidades muy distintas. Esa diferencia la entendemos y la respetamos: nos adaptamos a lo que cada proyecto requiere, asumimos el rol que más valor aporta en cada caso y tratamos cada encargo como si fuera nuestro. No ejecutamos y nos vamos: recomendamos, anticipamos y nos implicamos hasta el final. Esa forma de entender el servicio, flexible en la forma, rigurosa en el fondo, es lo que nos hace relevantes en este segmento.

Han integrado Aquaquae en el grupo. ¿Qué significa eso



▲ Toni Ballester asegura que Estel ofrece asistencia técnica como parte natural de su propuesta.

en la práctica para un cliente residencial?

Significa que hoy ofrecemos un servicio verdaderamente integral para el residencial de lujo, desde todas las instalaciones de la vivienda hasta el diseño del interiorismo y posterior mobiliario final. El proceso también ha evolucionado. Antes de hablar de instalaciones, nos sentamos con el cliente a entender cómo quiere vivir: qué es importante para él, cómo va a utilizar cada espacio, qué atmósfera desea en cada estancia. Aquaquae, con más de veinte años diseñando interiores y seleccionando mobiliario de alta gama, aporta precisamente esa capacidad de escucha y de traducción creativa de las necesidades del cliente. Además, repre-

“**El comprador internacional de hoy es un perfil distinto al de hace una década”**

“**Una gran ubicación o una arquitectura impactante ya no son suficientes”**

sentamos en exclusiva en Balears marcas de referencia internacional como Boffi o ADL, sinónimo de diseño y calidad en el segmento más

en su casa, año tras año. Por eso hemos integrado Estel Sat, nuestro servicio de asistencia técnica, como parte natural de nuestra propuesta. Seguimos presentes cuando la obra ha terminado, cuidando y manteniendo los sistemas que hacen que una vivienda de alto standing funcione exactamente como debe. La relación con el cliente no acaba en la entrega. Porque, en este segmento, el lujo no lo definen únicamente los materiales, la tecnología o la firma del arquitecto. El verdadero lujo es el confort sostenido en el tiempo. Y ese confort es nuestra responsabilidad.

¿Hacia dónde va el sector y qué papel quiere jugar Estel en ese futuro?

Lo estamos viendo desde una posición privilegiada, porque llevamos décadas trabajando con los promotores y propietarios más exigentes de las islas y

“**Confianza no se construye solo en la obra, sino en todo lo que viene después”**

lo que estamos viendo es un cambio profundo en el perfil del comprador: más joven, más tecnológico y más exigente. Para el que la domótica o la eficiencia energética no son extras, sino condiciones. Vemos también transformaciones claras en el mercado: la consolidación del residencial de alto standing en el interior de las islas, no nueva, pero sí en escala y perfil de demanda, o la reconversión de pequeños hoteles en proyectos residenciales de alto nivel. Todo apunta a una redefinición del lujo y de lo que los clientes esperan de nosotros. Estel quiere estar a la altura de esa evolución. Seguiremos invirtiendo en conocimiento, integración de servicios y capacidad de acompañamiento a largo plazo. Porque aquí confianza no se construye exclusivamente en la obra, sino en todo lo que viene después.

Joan Nadal, fundador y CEO de Jardins Tramuntana, ha convertido su empresa de jardinería en todo un referente de arquitectura paisajística. Nadal, un enamorado de su trabajo, pone en valor el trabajo de Jardins Tramuntana.

¿Cómo ha evolucionado Jardins Tramuntana desde su fundación?

Desde su fundación en 1993, Jardins Tramuntana ha evolucionado de ser una empresa de jardinería a convertirse en un referente integral de arquitectura paisajística. Hemos ido incorporando una visión cada vez más estratégica y técnica, donde el paisajismo no solo responde a criterios de belleza, sino también a funciones ambientales, sostenibles y sociales. Inicialmente, nuestro trabajo se centraba en la selección de especies y en composiciones ornamentales para viviendas privadas. Con el tiempo, hemos integrado la infraestructura verde como parte de la arquitectura misma, entendiendo los espacios exteriores (jardines y terrazas) no solo como espacios decorativos, sino como sistemas que regulan microclimas, gestionan

“La arquitectura paisajística mejora la calidad de vida”

Joan Nadal, fundador y CEO de Jardins Tramuntana, defiende que la utilización de elementos locales es fundamental para la sostenibilidad de un proyecto

aguas pluviales, aumentan la biodiversidad y contribuyen al confort energético de las viviendas. Además, hemos adoptado herramientas de modelado digital que nos permiten visualizar y anticipar cómo evolucionará el jardín en distintas estaciones y años.

¿Qué es un proyecto de arquitectura paisajística?

Un proyecto de arquitectura paisajística es el diseño integrado de un espacio exterior

como un sistema ecológico y funcional, donde se coordinan variables ambientales, edáficas y biológicas para optimizar su rendimiento a lo largo del tiempo. Implica el análisis detallado de la topografía, microclimas, hidrología, suelo, biodiversidad y fenología de las especies, así como la selección de materiales y estructuras que condicionan la experiencia espacial y la sostenibilidad del entorno. El proyecto define cómo cada

elemento (vegetación, pavimentos, mobiliario y elementos hídricos) interactúa para modular temperatura, sombra, circulación del agua y conectividad ecológica, anticipando el crecimiento de la flora y su comportamiento estacional. De este modo, se concibe un espacio como un sistema dinámico vivo, donde la planificación técnica y el conocimiento botánico permiten que el paisaje evolucione de manera contro-

lada, eficiente y resiliente, integrando estética, funcionalidad y valor ambiental.

¿Un proyecto de arquitectura paisajística es para siempre?

Un proyecto de arquitectura paisajística no es inmutable, ya que los paisajes son sistemas ecológicos dinámicos sujetos a procesos de sucesión ecológica, fenología y cambios microclimáticos. Desde la perspectiva paisajística, el diseño esta-

“

Un proyecto de arquitectura paisajística no es inmutable”

blece estructuras, estrategias de plantación y configuraciones espaciales que guían la evolución del espacio, pero su permanencia depende de la gestión activa, el mantenimiento y la adaptación a nuevas condiciones ambientales o funcionales. El concepto del proyecto puede ser perdurable, pero su ejecución es resiliente y evolutiva.

www.femenias.com | @almacenes_femenias

EL ECONÓMICO
MALLORCA
REAL ESTATE
SUMMIT 2026

Projects built
to last

well-being · harmony · quality

Polígono Son Castelló
Via Asima, 1 | Tel. 971 430 484

almacenes
femenias

¿Qué representa el lujo en el paisajismo?

Para Jardins Tramuntana, el lujo en paisajismo se define por la calidad del diseño y la experiencia del espacio, no únicamente por el coste. Representa la armonía entre estética, funcionalidad y sostenibilidad, donde cada elemento (plantas, materiales, agua y circulación) está cuidadosamente planificado para ofrecer confort, exclusividad y un desarrollo controlado del paisaje. El lujo se traduce en la experiencia, en el conjunto de emociones y el equilibrio que uno encuentra al disfrutar de un espacio bien diseñado.

¿Está directamente relacionada la calidad de vida con la arquitectura paisajista?

Sí. La arquitectura paisajística mejora la calidad de vida al transformar los espacios exteriores en entornos funcionales, saludables y equilibrados. A través del diseño estratégico de vegetación, topografía y agua, un proyecto paisajístico modula la temperatura y la humedad, filtra contaminantes, reduce el ruido y genera sombra y confort, creando microclimas agradables.

¿Qué importancia tiene el mantenimiento en un proyecto de arquitectura paisajista?

Para Jardins Tramuntana el mantenimiento es un componente esencial en cualquier

proyecto de arquitectura paisajística, porque un diseño no se sostiene por sí solo. En arquitectura paisajística, el mantenimiento no es solo correctivo, sino predictivo y estratégico, anticipando el crecimiento de

las plantas y la dinámica del ecosistema para prolongar la sostenibilidad y el valor del proyecto a largo plazo.

¿Es imprescindible, debido a la sostenibilidad, la utilización de elementos de la tierra en la que se desarrolla el proyecto?

Así es. La utilización de elementos locales del suelo y del entorno es fundamental para la sostenibilidad de un proyecto de arquitectura paisajística. Incorporar suelo, piedras, materiales y especies adaptadas al clima y las condiciones edáficas locales permite que el paisaje se desarrolle de manera más resiliente, reduzca necesidades de riego y fertilización, y mantenga la estabilidad ecológica del espacio. Además, trabajar con elementos autóctonos favorece la conectividad con el ecosistema circundante, facilita la adaptación de la vegetación a la fenología y la dinámica natural, y minimiza la huella ambiental del proyecto. En términos técnicos, esta integración asegura que el diseño sea eficiente, duradero y coherente con el entorno, maximizando sostenibilidad y funcionalidad a largo plazo.

¿Hacia dónde camina Jardins Tramuntana?

Jardins Tramuntana mira hacia el futuro llevando nuestro concepto paisajístico más allá de nuestras fronteras, con proyectos en el norte de África y nuevas oportunidades internacionales. Combinamos diseños permanentes con paisajismo efímero, creando espacios que sorprenden, emocionan y se adaptan a cada contexto. Todo esto lo conseguimos gracias a nuestro equipo multidiscipli-



▲ Nadal explica que el mantenimiento es un componente esencial en cualquier proyecto de arquitectura paisajística.

“
**Combinamos
diseños
permanentes con
paisajismo efímero”**

nar altamente cualificado, siempre al día en innovación tecnológica y preparado para afrontar los retos del cambio climático. Cada proyecto está pensado para ser sostenible, funcional y visualmente impactante, ofreciendo experiencias únicas y de alta calidad, en cualquier lugar donde nuestros servicios sean requeridos.

TERRAZA
BALEAR | PART OF
GUNNI & TRENTINO

AWAKENING SENSES

terrazabalea.com | BARCELONA | BILBAO | MADRID | MALLORCA | MARBELLA | BOGOTÁ | DOHA

“Crecer pasa por reforzar nuestra propuesta de valor”

Neus Tomás Jaume, responsable del centro de Almacenes Femenías en Lluçmajor, explica que la empresa se articula en dos grandes líneas: los materiales de construcción y el área de interiorismo

Neus Tomás Jaume es la responsable del centro de Almacenes Femenías en Lluçmajor y una apasionada de su trabajo. Destaca que la empresa se ha transformado para adaptarse a las necesidades del mercado y recuerda que su propuesta de valor pasa por una mejora constante del servicio, la ampliación del portafolio de marcas y el trato exquisito con los actores del sector.

Almacenes Femenías se acerca a los 90 años de trayectoria. ¿Cómo ha cambiado su modelo de negocio y cuáles son actualmente sus principales áreas de activi-

dad?

Nuestra empresa nació en 1936 en Lluçmajor como distribuidora de materiales de construcción. Con el paso del tiempo, hemos ido ampliando y especializando nuestra oferta para adaptarnos a las necesidades del mercado. En la actualidad, nuestra actividad se articula en dos grandes líneas: por un lado, la distribución de materiales de construcción y, por otro, el área de interiorismo. Esta evolución responde tanto a los cambios en el sector como a una demanda creciente de soluciones integrales por parte de promotores, arquitectos e interioristas, que buscan un aliado capaz de acompañarlos en todas las fases del proyecto, desde la construcción hasta el diseño final de los espacios.

¿Cuál es el posicionamiento estratégico de la empresa en el mercado actual y hacia dónde se dirige el crecimiento?

¿Cómo integra Almacenes Femenías el interiorismo y los materiales de construcción en una propuesta de valor única para el cliente?

Nos dirigimos un público amplio que abarca desde particulares que realizan reformas en su vivienda hasta grandes promotores y estudios de arquitectura. En este contexto, se observa que la calidad ha dejado de ser un atributo exclusivo de un segmento específico: hoy en día, cualquier cliente, independientemente de la dimensión de su proyecto, valora aspectos como el buen producto, la durabilidad y el diseño. En cuanto al crecimiento, la estrategia no se centra en la expansión geográfica. Crecer pasa

por reforzar nuestra propuesta de valor. Esto implica una mejora constante del servicio, la ampliación del portafolio de marcas y el fortalecimiento de las relaciones con los principales actores del sector.

¿Cómo integra Almacenes Femenías el interiorismo y los materiales de construcción en una propuesta de valor única para el cliente?

Dicha integración ha sido clave en nuestra actividad y en nuestra propuesta de valor. Los profesionales del sector deben poder encontrar en nosotros desde la estructura inicial de su proyecto hasta los acabados

“**La calidad ha dejado de ser un atributo exclusivo de un segmento específico”**

¿Cuál es el posicionamiento estratégico de la empresa en el mercado actual y hacia dónde se dirige el crecimiento?

PUBLICIDAD

Real Estate & Homes

Soluciones para tus proyectos inmobiliarios

Financiación integral de promociones, desde el inicio del proyecto hasta su comercialización¹.



Haz realidad tus proyectos inmobiliarios.

Más información en CaixaBank.es/RealEstate



CaixaBank
Real Estate & Homes

1. Concesión sujeta al análisis de la solvencia en función de las políticas de riesgo de la entidad. NRI: 9842-2026/09542

finales. Para ello contamos con un equipo especializado que pueda acompañarlos en cada una de las fases del proyecto. No somos un distribuidor al uso: somos un socio técnico que entiende el proyecto globalmente y aporta soluciones coherentes desde el principio hasta el detalle

En un mercado inmobiliario de alto standing como el mallorquín, ¿qué demandan los promotores y compradores en términos de materiales y acabados?

El cliente del mercado premium en Mallorca es cada vez más exigente e informado. Busca materiales con identidad, exclusividad y trazabilidad; acabados que combinen estética y durabilidad; y proveedores que puedan garantizar plazos y coherencia a lo largo de todo el proyecto. La sostenibilidad también es un factor creciente: cada vez más promotores incorporan criterios ambientales en la selección de materiales.

¿Cómo se equilibra diseño, funcionalidad y sostenibilidad en los proyectos en los que participa la empresa?
Desde nuestra experiencia,



▲ Neus Tomás Jaime es la responsable del centro de Lluçmajor.

estos tres aspectos no compiten entre sí, sino que se complementan y potencian mutuamente. Un diseño bien concebido lleva implícita la funcionalidad, mientras que la sostenibilidad ha pasado de ser una limitación a convertirse en un verdadero indicador de calidad. Además, las marcas con las que colaboramos comparten este enfoque, lo que nos permite ofrecer soluciones que cumplen con estos tres crite-

nua y un sólido respaldo técnico. La exclusividad no se plantea como un objetivo en sí mismo, sino como el resultado de trabajar con firmas que aportan un valor diferencial al mercado balear. Antes de incorporar una nueva marca, se analiza cuidadosamente su encaje con la propuesta de la empresa, así como su capacidad para cumplir con los estándares de calidad y servicio que demandan sus clientes.

¿Qué valor diferencial aporta Almacenes Femenías a los proyectos inmobiliarios en Balears?

Casi noventa años de trayectoria en el mercado aportan un valor difícil de igualar: un conocimiento profundo del territorio, relaciones sólidas con los principales agentes del sector y una gran capacidad de respuesta basada en la experiencia. Más allá de su recorrido histórico, el verdadero elemento diferencial radica en su enfoque: la empresa no se limita a suministrar productos, sino que acompaña cada proyecto de principio a fin, participando activamente en los procesos constructivos y de diseño.

“
Un diseño bien concebido lleva implícita la funcionalidad”

rios de forma equilibrada, sin necesidad de renunciar a ninguno de ellos.

Almacenes Femenías representa marcas de referencia internacional en exclusiva. ¿Qué criterios rigen la selección de su porfolio de marcas?

La elección de las marcas responde a una filosofía clara: apostar por la excelencia del producto, la innovación conti-

TQ EUROREDIT

Diseñamos soluciones financieras a medida para empresas

Nuestros productos

- Préstamo Puente
- Préstamo Promotor

Agilidad Desde 2006 Flexibilidad Proximidad Seguridad

tqueurocredit.com

Av. Alexandre Roselló, 28, 1r A · 07002 Palma de Mallorca · Tel. 971 27 61 81
Girona | Barcelona | Madrid | Málaga | Valencia | Palma de Mallorca

“La primera línea es una cosa limitada, el lujo no es solo eso”

Luis Díaz es el delegado del Grupo Tecnitasa en Balears y defiende que la inseguridad jurídica de los alquileres está provocando que aumente el precio y que hay que darles garantías

Luis Díaz es delegado en Balears del Grupo Tecnitasa, además de Responsable del Segmento Residencial de Lujo y clasifica que existen dos tipos de mercados de lujo. Además, confiesa que en Balears hay un lujo silencioso.

¿Los precios de venta y de alquiler ya han tocado techo?

Lamentablemente, no. Los precios de venta van a seguir subiendo. Seguimos como el año pasado, con muy poca oferta y muy poco suelo. Esto provoca que no haya nuevas viviendas asequibles. Por ello, en el rango de menos de 250.000 euros hay pocas

viviendas y las que hay se comercializan muy rápido. El precio sigue subiendo, no al mismo ritmo que en 2025.

En el 2025 ¿Cuánto subieron las viviendas?

En el ecosistema del lujo en Balears un 10% y en la vivienda de menos de 3 millones de euros casi un 13%.

¿Y el alquiler?

La inseguridad jurídica de los alquileres está provocando que aumenten entorno al 5 u 8%. Además, los propietarios están pidiendo más garantías, cosa que quizás antes no pedían. La gente también tiene miedo a los inquilokupas.

Y en 2026, ¿qué prevéis?

El comportamiento de todas las viviendas hasta tres o a partir de tres millones va a estar entorno del 6 o 8% este año.



El lujo ya es vivir en Balears y la gente de fuera lo tiene catalogado así”

Esto es lo que creemos sobre lo que ha pasado este primer trimestre.

Viviendas de precio asequible, como bien decía, no hay.

De menos de 250.000 euros no hay.

Y en el mercado del lujo, ¿hay viviendas?

Sí y se puede comprar. Hay dos mercados, el mercado de lujo visible y el mercado de lujo *off market*, que es el oculto, es decir, es aquel en el que viene el vendedor y no quiere que sus propiedades estén visibles para que nadie sepa que las vende. O el comprador solicita a través de documentos de confidencialidad que la vivienda se retire de la venta durante un tiempo de estudio. Este es un ecosistema que está generando muchas oportunidades de negocios alternativos y va a

más porque lo demandan.

Si tengo seis millones de euros y quiero comprar una casa en primera línea de mar, ¿la encontraré?

La encontrarás, aunque quizás no en el sitio que quieras. Si quieres comprarte una casa en primera línea de mar en el Puerto Andratx, no la encontrarás. En cambio, si la quieres comprar en la zona de Porto Colom o en Porto Cristo, la encontrarás. La primera línea es una cosa limitada, pero el lujo no es solo eso.

¿Por qué el mercado de lujo balear es diferente del resto?

En Balears hay muchas cosas

We create the landscape of your dreams

We create, design, and build your dream garden.



JARDINS TRAMUNTANA
LANDSCAPE ARCHITECTS

www.jardinstramuntana.com

(+34) 971 61 06 02 · info@jardinstramuntana.com · Ctra. de Valldemossa 9, 3, 07120 Palma



que no tienen el resto de las zonas *prime* de España. Balears es una isla y tiene algo especial. Tiene muchas comunicaciones, seguridad jurídica y física, colegios internacionales, deporte, hoteles y ahora empieza a haber buena gastronomía. Además, aquí al millonario se le deja vivir y no se le atosiga.

¿Balears tiene un lujo silencioso?

Lo tiene y aparte se vive. El lujo ya es vivir en Balears y la gente de fuera lo tiene catalogado así.

¿Es necesario eliminar el alquiler de larga duración para favorecer la existencia o la salida al mercado de más vivienda?

No lo creo. Hay que darle seguridad al propietario para que alquile con calma. Hay gente que alquila como un método de subsistencia. Pero creo que la solución viene por liberar suelo.

Habíamos de liberalizar el mercado del suelo. ¿Esto qué significa?

Significa sacar suelos urbanizables próximos a las zonas urbanas y convertirlos en urbanos. Hay gente que dice que se



▲ Luis Díaz afirma que los efectos del conflicto en Oriente Próximo todavía no se han visto.

debe hacer después de agotar todo el suelo que ya hay sin desarrollar.

La planificación no puede ser así. El desarrollo de un suelo puede tardar bastantes años administrativamente. Por ello, hay que empezar el desarrollo y combinarlo con la compra-venta de viviendas, incentivos al alquiler... Los ciudadanos

tenemos que ser generosos y tenemos que entender el problema.

¿Una solución puede ser lo que se puesto en práctica en Barcelona de topar los precios?

Es un tema muy difícil porque seguramente atenta contra los derechos fundamentales del ciudadano.

¿El conflicto en Oriente Próximo ha paralizado el mercado del lujo?

De momento no, aunque todavía es muy temprano.

Lo que parece seguro es que los tipos de interés están girando y van a la baja y ahora parece que está claro que van al alza. ¿Eso puede afectar al mercado inmobiliario?

liario?

Al mercado de lujo le afecta poco el tipo porque paga en metálico o a través de herramientas fiscales. En cambio, al mercado de menos de tres millones de euros le afecta, porque es obvio que la gente cuando hace su cálculo de endeudamiento tener un punto más o un punto menos le afecta.

En Palma está pasado un fenómeno que es la creación de un nuevo barrio. Estoy hablando del Nou Llevant. La mayoría de las viviendas son de extranjeros.

Esto es la gentrificación. Al principio había viviendas que sí podían ser para los palmesanos o gente que quería vivir en Palma y luego aparecieron algunas promociones de alto nivel y dispararon los precios y el interés de mucha gente. Ahora el problema es que aquel que compró a 550.000 euros ya quiere vender a 750.000. El ser humano siempre quiere ganar. Hay un tema de generosidad dentro del ciudadano para entender cómo poder aportar algo para resolver todas las cosas que nos afectan a todos.



aquaquae.

C/ de Llucmajor 38
Es Portixol
@aquaquae

“La excelencia integra la estética y la funcionalidad”

Álvaro Palomino es el director Miele Projects Business Iberia, la división que colabora con promotores y arquitectos en la integración de sus electrodomésticos en proyectos residenciales

Álvaro Palomino es Head of Miele Projects Business Iberia y cuenta con una amplia experiencia en el sector, ya que los productos de su empresa ofrecen las mejores soluciones para las viviendas del más alto nivel de exigencia.

¿Qué es Miele Project Business?

Miele Project Business es la forma en la que colaboramos con promotores, arquitectos e interioristas para integrar nuestros electrodomésticos en proyectos residenciales. Es una división dentro de Miele. Nace como respuesta a una realidad del mercado: el crecimiento

del residencial premium y su necesidad de soluciones específicas. Es una división que ofrece soluciones adaptadas a promotores, arquitectos y diseñadores. Nos permite estar presentes desde el inicio del proyecto, entender su posicionamiento y contribuir a elevarlo. No solo suministramos electrodomésticos, sino que formamos parte del concepto global del activo. Buscamos que el producto deje de ser un elemento añadido para convertirse en parte del ADN del proyecto. Un promotor que apuesta por Miele, lo hace por un producto pensado para durar,

para diferenciarse y para responder a un cliente exigente. Nuestro objetivo es convertir los electrodomésticos en un

“**La cocina no desaparece de la vivienda, sino que evoluciona con ella”**

elemento estructural del valor del inmueble, no en un añadido al proyecto.

¿La cocina desaparecerá en un futuro?

No desaparece, evoluciona. Está dejando de ser un espacio puramente funcional para convertirse en un elemento central en la arquitectura del hogar. Hoy hablamos de espacios abiertos, integrados, donde la cocina dialoga con el salón y forma parte de la experiencia social. Así, la cocina se vuelve más silenciosa, más limpia visualmente, más integrada. Los electrodomésticos prácticamente desaparecen en términos estéticos, pero ganan protagonismo en términos de tecnología y experiencia. Es una evolución hacia una cocina más invisible, pero más rele-

vante que nunca.

¿Qué es el lujo en la cocina?

El concepto de lujo ha cambiado radicalmente. Ya no está vinculado a lo ostentoso, sino a lo esencial bien ejecutado. En cocina, es la precisión, la calidad, la durabilidad, la fiabilidad y la experiencia de uso. Es tener un horno hoy en tu cocina y que, dentro de diez o quince años y que siga funcionando como el primer día y que su diseño siga siendo actual. También es el silencio, la eficiencia, la calidad de los materiales y la coherencia estética. En definitiva, el lujo es aquello que no necesita expli-



CIRCLE BOX - SELF STORAGE

ALMACENES Y SALAS DE ARCHIVOS

- Duración del contrato a partir de un mes
- Perfecto para salvaguardar tecnología, equipos náuticos, documentos y mucho más ...

PRECIO:

1 m³ = 9,60 €*

*(más IVA)

SOLICITAR AHORA



ALMACENES
desde 10 m³ a 300 m³



SISTEMA DE SEGURIDAD
con vigilancia permanente



ACCESO 24/7
sólo para miembros



CONTRA INCENDIOS
sistema de rociadores contra incendios, clase de protección 180



ELEVADOR DE CARGA
para mercancías pesadas



TRANSPALETA & CARRO
material de embalaje disponible



DOMUSVIVENDI
GROUP

carse pero que se percibe en cada detalle. Y ahí es donde Miele tiene un posicionamiento muy claro: ofrecer un lujo honesto, basado en la ingeniería y en el largo plazo.

¿Funcionalidad o estética?

La verdadera excelencia está en la integración de ambas. La estética sin funcionalidad es superficial, y la funcionalidad sin diseño es incompleta. En Miele trabajamos bajo la premisa de que el buen diseño es consecuencia directa de una funcionalidad bien resuelta. Si un producto está bien pensado, bien construido y bien integrado, su estética se vuelve natural, casi inevitable.

¿Qué aporta Miele a las promociones inmobiliarias?

El diferencial de Miele está en la combinación de calidad, diseño y servicio personalizado. Ofrecemos un acompañamiento integral durante todo el proceso del proyecto, desde la planificación hasta la instalación final, asegurando que cada detalle cumpla con los estándares más altos. Cuando un promotor elige Miele, está invirtiendo en excelencia, lo que se traduce en un valor añadido que los compradores de



▲ Álvaro Palomino explica que el diferencial de Miele es la combinación de calidad, diseño y servicio personalizado.

lujo valoran enormemente. **¿Qué papel juega la sostenibilidad en la cocina? ¿Tiene también su rol?**

La sostenibilidad es un pilar fundamental para Miele. Forma parte de nuestra filosofía "Immer Besser" y está integrada en todo lo que hacemos. Nuestra visión es muy clara: la sostenibilidad empieza por la

“
Nuestra visión: la sostenibilidad empieza por la durabilidad”

durabilidad. Diseñar productos con una vida útil de hasta 20 años reduce significativamente el impacto ambiental. A partir de ahí, trabajamos en eficiencia energética y con certificaciones como LEED o BREEAM, optimización de recursos, reducción de consumos y selección responsable de materiales. Pero siempre entendiendo que el ciclo de vida completo del producto es lo que realmente define su impacto, ya que lo reduce cuando consigue

la duración del mismo se optimiza

¿Cuáles son los principales proyectos de Miele en Mallorca?

Mallorca es un mercado dinámico y exigente, con alta demanda de propiedades de lujo. El reto está en adaptarse a las nuevas expectativas de los compradores, que buscan calidad, diseño y sostenibilidad manteniendo siempre la coherencia de marca. No basta con tener un buen producto; hay que estar presente en el momento adecuado, con el partner adecuado y en el tipo de proyecto correcto. Mallorca es, sin duda, uno de nuestros mercados más activos y con un alto grado de exigencia por parte de los clientes, tanto nacionales como internacionales. Hemos participado en proyectos muy relevantes como Paseo Mallorca 15, XO Residences, Sa Puntassa o Amber Village. Todos ellos comparten un denominador común: son desarrollos donde el nivel de exigencia es máximo y donde el equipamiento forma parte del concepto global del proyecto, ya que está plenamente integrado en él.



SESTEL
builders

sestel.es

sestelbuilders

971 59 23 80



Raimon Serra, director comercial de TQ Eurocredit, está convencido de las bondades de la financiación alternativa y de su complementariedad con los bancos tradicionales. Asegura que TQ Eurocredit pone el foco en la viabilidad futura del proyecto y en la capacidad de generar valor.

¿Cuál ha sido la evolución de TQ Eurocredit desde su fundación en 2006?

TQ Eurocredit nace hace dos décadas en un momento en el que la financiación alternativa era prácticamente inexistente en España. En aquel momento, el mercado estaba muy bancarizado y apenas había soluciones fuera de los canales tradicionales. Nuestra evolución ha ido muy ligada a entender esa necesidad y cubrirla aportando valor a los clientes con profesionalidad. Hoy somos un fondo de deuda ya con una dilatada trayectoria, con presencia en los principales mercados Catalunya, Madrid, Balears, Andalucía y Comunitat Valenciana- y con una actividad que supera los 873 millones de euros financiados en operaciones con garantía hipotecaria sólo en los últimos seis años.

“Toda financiación tiene su momento”

Raimon Serra, director comercial de TQ Eurocredit, asegura que el endeudamiento alternativo es complementaria con la tradicional

Hemos pasado de ser un actor alternativo a consolidarnos como una pieza relevante dentro del ecosistema financiero, con capacidad para diseñar operaciones adaptadas a cada cliente.

¿Qué es la financiación alternativa?

La financiación alternativa es una vía de acceso a deuda que no se articula a través de la financiación tradicional, sino mediante fondos de deuda, capital privado u otras estructuras de inversión. Más allá de la definición, la diferencia está en el enfoque. Mientras la financiación tradicional analiza principalmente el pasado, la

alternativa pone el foco en la viabilidad futura del proyecto y en su capacidad de generar valor. Esto permite estructurar soluciones más flexibles y adaptadas al momento del



La financiación alternativa pone el foco en la viabilidad futura del proyecto”

cliente.

¿En qué situaciones aporta valor TQ Eurocredit frente a la financiación tradicional?

¿Son complementarias?

Toda financiación tiene su momento dentro del ciclo de un proyecto. Hay fases, como la compra de suelo, el arranque de una promoción o el desarrollo de nuevos modelos, donde la financiación tradicional, por regulación, necesita esperar. Ahí es donde la financiación alternativa aporta valor. No porque el proyecto no sea viable, sino porque todavía no encaja en determinados parámetros. Nuestro papel es estructurar esas fases iniciales, aportar flexibilidad y ayudar a que el proyecto arranque y gane tracción. Cuando el proyecto alcanza el grado de

madurez necesario, la financiación tradicional puede entrar con total normalidad. Por eso no hablamos de sustitución, sino de complementariedad. Cuando ambas se coordinan, permiten estructurar una financiación más eficiente, adaptada al proyecto y con mayor aportación de valor para el cliente.

¿Asume mucho más riesgo TQ Eurocredit que un banco?

No se trata de asumir más riesgo, sino de entenderlo y gestionarlo de forma diferente. Es cierto que la financiación alternativa puede entrar en fases más tempranas o en proyectos

AUDI Q4 SPORTBACK ADVANCED 40 E-TRON Eléctrico como nunca

desde **284** / mes € *

CARGADOR E INSTALACIÓN INCLUIDA



Audi Center Palma

*Consulta condiciones

sin histórico consolidado, pero eso no implica una mayor exposición, sino una forma distinta de analizarlo. En nuestro caso, evaluamos cada operación desde una doble perspectiva, financiera y empresarial. Además, el grupo cuenta con una promotora propia, lo que nos permite entender mejor cómo se ejecutan los proyectos, identificar sus riesgos reales y anticipar posibles desviaciones. A partir de ahí, estructuramos las operaciones con un análisis riguroso de escenarios para que puedan absorber posibles contingencias. Por tanto, más que mayor riesgo, hablamos de una gestión más activa, anticipativa y adaptada a la realidad del proyecto.

El conflicto en Oriente Próximo ha disparado la inflación, ¿habrá una subida de tipos? ¿Cómo afecta a TQ Eurocredit?

El conflicto puede generar presión inflacionista, especialmente a través del encarecimiento de la energía lo que contagia una subida de precios a otros muchos productos, esto ha producido que la curva de tipos haya subido más de 60 puntos básicos en los últimos



▲ Serra asegura que en entornos de incertidumbre solo avanzan los proyectos bien estructurados.

días y que los mercados descuenten ya varias subidas de tipos en el año por parte del

BCE. No obstante esto estamos convencidos que el BCE tomará sus decisiones con cautela.

Más allá de una subida directa de tipos, lo que sí vemos claramente es un entorno de mayor

incertidumbre. Y en ese contexto, el capital –y esto es importante– se vuelve más prudente y más selectivo. Nosotros trabajamos con capital de inversores, y el apetito inversor no desaparece en estos escenarios, pero sí cambia. Se orienta hacia operaciones mejor estructuradas, con mayor visibilidad sobre los flujos y con un control más claro del riesgo. Para TQ Eurocredit, esto no supone un freno, sino un refuerzo de nuestra forma

“**Estructuramos las operaciones con agilidad y flexibilidad”**

de trabajar. En entornos de incertidumbre, cobra todavía más sentido estructurar bien cada operación, analizar en profundidad los escenarios y acompañar al cliente durante todo el proceso. Porque al final, más allá del contexto macro, lo que marca la diferencia es la calidad del proyecto y cómo está estructurada su financiación.

Valoración y consultoría de residencial de Lujo.

tt Grupo tecnitasa



1ª Empresa de valoración y consultoría de Baleares



Equipo especializado en activos inmobiliarios de alta gama



Conocimiento profundo del mercado y las diferentes tipologías de comprador de Lujo



Expertos en consultoría para el desarrollo, soporte, financiación e inversión en activos prime

Cercanía · Confidencialidad · Personalización · Rigor



premium@tecnitasa.es
luisdiaz@tecnitasa.es
971 254 116 · in X @

“Ofrecemos un servicio integral a nuestros clientes”

Enrique Fajardo, CEO de Sestel Builders, conoce el oficio desde que era solo un niño y disfrutaba jugando entre los planos y las maquetas de la constructora familiar que le vio crecer

En un sector en constante transformación, en Sestel Builders trabajan para posicionarse como una empresa de referencia en Balears gracias a un enfoque integral, una sólida base técnica y una clara orientación al cliente. Enrique Fajardo, CEO de Sestel Builders, lidera la empresa con el objetivo de consolidarla como una de las referentes del sector. Ofrece desde su empresa una visión integral de la construcción adaptada al Mediterráneo. **¿Quiénes sois? ¿De dónde venís y hacia dónde queréis llegar?**

Somos una empresa constructora con sede en Marratxí, especializada en proyectos de edificación, reforma de hoteles y promoción inmobiliaria. Nuestro origen está muy ligado a la experiencia acumulada durante años en el sector de la construcción, lo que nos ha permitido crecer con una base sólida y un conocimiento profundo del oficio. Con el tiempo, hemos evolucionado hasta consolidar un equipo multidisciplinar que integra perfiles de arquitectura, ingeniería e interiorismo. Nuestro objetivo es seguir creciendo como un referente en construcción de alta calidad en los ámbitos residencial y *hospitality*, manteniendo siempre una apuesta clara por la innovación, la sostenibilidad y la excelencia en cada proyecto.

Definís vuestros servicios como “360°”. ¿Qué significado tiene este concepto para vosotros?

Cuando hablamos de servicio 360°, nos referimos a ofrecer un servicio integral a nuestros clientes, a la capacidad de acompañar a nuestros clientes durante todo el ciclo del proyecto. Desde la fase inicial de asesoramiento y conceptualización, pasando por el diseño, la gestión y la ejecución de la obra, hasta la entrega final e incluso el mantenimiento posterior. Para nosotros, esto sig-



▲ Enrique Fajardo es el CEO de Sestel Builders, una empresa que da servicio integral a sus clientes.

nifica simplificar el proceso para el cliente, centralizando todas las fases en un único equipo y garantizando coherencia, eficiencia y control en cada etapa.

¿Cuál es vuestra metodología de trabajo? ¿Qué buscáis ofrecer a vuestros clientes?

Nuestra forma de trabajar se basa en la planificación detallada, el control riguroso de cada fase de obra y una comunicación constante con el cliente. Creemos que cada proyecto es único, por lo que ponemos especial énfasis en entender bien las necesidades y expecta-

“**Trabajamos con distintos niveles de clientes, inversores y empresas”**

tivas desde el inicio. Trabajamos con un equipo de profesionales especializados que nos permite integrar todas las disciplinas necesarias bajo un mismo estándar de calidad. Nuestro compromiso es cumplir plazos, optimizar recursos y cuidar cada uno de los detalles

para conseguir resultados duraderos y alineados con la visión del cliente.

¿Quién es vuestro cliente?

Trabajamos con distintos perfiles de cliente. Por un lado, el cliente final que busca desarrollar su vivienda, generalmente con un alto nivel de personalización. Por otro, colaboramos con inversores y empresas, especialmente en el ámbito hotelero y de promoción inmobiliaria. Esta diversidad nos permite adaptarnos a diferentes escalas y tipologías de proyecto, manteniendo siempre el mismo nivel de exigencia.

Explicadnos vuestra línea de diseño y construcción: el valor del territorio.

Uno de nuestros pilares es la integración con el entorno. Entendemos que construir en Mallorca implica respetar y dialogar con su paisaje, su luz y su identidad. Por eso, apostamos por el uso de materiales locales, el aprovechamiento de la luz natural y soluciones que se adapten a la topografía. No es solo una cuestión estética, sino también de sostenibilidad y eficiencia. Creemos en una construcción responsable, que

“

Somos especialistas en edificación, reformas hoteleras y promociones”

aporte valor sin perder la esencia del lugar.

¿Cuáles son vuestros proyectos actuales y los más recientes? En

Actualmente estamos desarrollando varios proyectos residenciales en diferentes puntos de Mallorca, así como intervenciones en el sector hotelero. En los últimos años hemos trabajado en reformas integrales y en viviendas de alto nivel, siempre con un enfoque contemporáneo y muy cuidado en términos de diseño y ejecución. Nuestro objetivo es seguir consolidando nuestra presencia en el mercado balear, participando en proyectos que nos permitan crecer sin perder nuestra identidad ni nuestro compromiso con la calidad y nuestro cliente. En Sestel Builders representamos una forma de entender la construcción más cercana, más integrada y orientada al detalle. Nuestro valor diferencial está en cómo acompañamos al cliente y en cómo damos forma a cada proyecto, combinando técnica, diseño y respeto por el entorno.

“La construcción responsable es un pilar estratégico”

Peter Germann, representante de Domus Vivendi, explica que la empresa ha integrado el respeto por el medio ambiente en su ADN. Asegura que el problema de la falta de vivienda es estructural

Peter Germann, de profesión arquitecto, representa a la promotora Domus Vivendi en Balears junto a su compañero Alexander Beulich. Defiende con vehemencia la apuesta de Domus Vivendi por la sostenibilidad y explica que el respeto por el medio ambiente forma parte del ADN de la empresa.

¿Qué papel juega hoy la sostenibilidad en la construcción? ¿Cómo se conjuga construcción y sostenibilidad?

Para Domus Vivendi, la sostenibilidad no es una tendencia decorativa ni una etiqueta de marketing, sino una de las columnas principales de cada uno de sus proyectos. Nuestra empresa ha integrado el respeto por el medio ambiente en su ADN, transformando la construcción responsable en un pilar estratégico que abarca todo el ciclo de vida del edificio: desde el primer trazo en el plano hasta su futura demolición. Este compromiso se traduce en hechos tangibles. Al optimizar recursos y apostar por materiales ecológicos, Domus Vivendi logra conjugar la arquitectura de vanguardia con los acentos locales de cada ubicación. Para nosotros, construir de forma sostenible es, por encima de todo, una responsabilidad ineludible con el entorno y con quienes habitarán sus proyectos.

¿Aún queda suelo en Mallorca para grandes proyectos?

Sí nos referimos al contexto urbanístico, se puede afirmar que sí queda suelo para crear proyectos de viviendas y que aún sigue siendo una necesidad por el déficit de vivienda existente. Las causas de este problema siguen siendo la falta de suelo, el crecimiento demográfico, además de cierta lentitud en trámites burocráticos administrativos. Se estima que a pesar de los nuevos proyectos en planificación o en marcha, existe una escasez de



▲ Germann explica que la falta de vivienda es un problema estructural que afecta a muchas ciudades.

vivienda. Hay bolsas de suelo urbanizable.

¿Tiene solución el problema de la falta de vivienda en Balears?

Si observamos la situación en Balears, y ante la falta de solución clara al problema de escasez de vivienda, parece que este problema se ha cronificado en las Islas como en muchas otras ciudades españolas. Es una situación muy compleja y no solo en Balears, es estructural y a largo plazo. Al déficit acumulado de vivienda se añade el auge de la demanda y como otro elemento a considerar figura el crecimiento demográfico. No existe una “bala de plata”. Se habla en diferentes comunidades autónomas de la necesidad de un ‘pacto de Estado’ respecto al problema acuciante de falta de acceso a la vivienda. La solución pasaría por una combinación de medidas urgentes y cambios estruc-

turales, como pueden ser, por ejemplo, el aumento drástico de la oferta pública, no solo fomentar la construcción de vivienda nueva sino a la vez aprovechar la edificabilidad existente y construida mediante rehabilitación o cambios de

“**Construir de forma sostenible es una responsabilidad ineludible”**

uso; priorizar el acceso a la vivienda a quienes viven y trabajan aquí; poner coto al alquiler turístico ilegal y gestionar la alta demanda; ampliar ayudas directas, sobre todo para jóvenes, tanto para el alquiler como para la compra.

¿Cómo puede incentivarse a los propietarios que tienen viviendas vacías a alquilar-

las?

Incentivar a los propietarios para que alquilen viviendas vacías en España implica una combinación de seguridad jurídica, beneficios fiscales y ayudas económicas para la rehabilitación. En la actualidad existen múltiples medidas que incluyen deducciones en el IRPF, seguros de impago garantizados por la administración y ayudas directas para obras de habitabilidad. Se puede incentivar con reducciones en el IRPF de las que los propietarios pueden beneficiarse, con deducciones autonómicas en el IRPF por alquilar viviendas que hayan estado vacías al menos un año en comunidades como Galicia o Madrid o con bonificaciones en el IBI mediante programas municipales. Se ofrecen garantías de seguridad para el propietario mediante seguros de impago y defensa jurídica que ofrecen las admi-

nistraciones públicas, así como cobertura de daños por vandalismo para dar tranquilidad al propietario. También existen ayudas directas para la rehabilitación de viviendas para fomentar la entrada de viviendas antiguas en el mercado. Además de estos numerosos incentivos útiles y, en caso de que no surtan efecto, se podrán tomar medidas coercitivas de la mano de los ayuntamientos, que pueden aplicar un recargo de hasta el 150% en el IBI a las viviendas desocupadas durante más de dos años, especialmente a grandes tenedores, para forzar su salida al mercado.

¿Deben asumir las instituciones públicas el papel de propietarios para facilitar

“**Al déficit acumulado de vivienda se añade el auge de la demanda”**

los alquileres?

El debate está servido. Las discusiones sobre si las instituciones públicas deben actuar como propietarios de viviendas para facilitar el alquiler es complejo y divide opiniones. Hay argumentos válidos a favor de que el sector público asuma un papel más importante de propietario, como el aumento de la oferta asequible, la corrección de los desequilibrios del mercado, mayores garantías de estabilidad o la recuperación de viviendas vacías. Igual que existen argumentos sólidos en contra, que alegan por experiencia los elevados costes y la falta de agilidad de los proyectos de construcción públicos, el deterioro en los parques de vivienda social por falta de mantenimiento y vigilancia o el riesgo de exclusión social por la creación de vivienda social en zonas específicas.