

---

Empresa

# Enrique Losantos (JLL): “Cualquier clima de inestabilidad política ahuyenta la inversión inmobiliaria”

Enrique Losantos es consejero delegado de la consultora inmobiliaria JLL en España. De carácter amigable y relajado, Losantos habla del negocio inmobiliario desde el punto de vista de un financiero.

---

Custodio Pareja  
5 oct 2017 - 04:57



Enrique Losantos es consejero delegado de la consultora inmobiliaria JLL en España. De carácter amigable y relajado, Losantos habla del negocio inmobiliario desde el punto de vista de un financiero. Y no se equivoca: “el negocio ha ido virando hacia clientes que son fondos puramente financieros que invierten en inmobiliario por su rentabilidad, por lo que su interlocutor debe hablar su idioma”. El directivo también sostiene que uno de los cambios más destacables del *real estate* está siendo su digitalización: “seremos empresas tecnológicas que ofrecen servicios a empresas del *real estate*”.

---

1 / 5

<https://www.ejeprime.com/empresa/enrique-losantos-jll-cualquier-clima-de-inestabilidad-politica-ahuyenta-la-inversion-inmobiliaria>

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

---

**Pregunta: Un financiero al frente de una consultora inmobiliaria. ¿Cómo encaja y por qué se requiere un perfil así en este negocio?**

**Respuesta:** Es un perfil que, de primeras, puede parecer raro o ajeno a lo que había sido hasta ahora el inmobiliario. Pero tiene una razón de ser, que está basada en la tipología de clientes. El *real estate* en España, hasta inicios de la crisis, era un mercado muy nacional y muy local, cuya principal característica es que eran muy inmobiliarios. Se produjo una criba que hizo que desaparecieran prácticamente un 90% de estos actores y empezaron a desembarcar en España otro tipo de inversores. Eran internacionales que invertían en inmobiliario pero cuyo ADN era financiero. Esto obligó a que el interlocutor fuera distinto, debía hablar su lenguaje, que es financiero. Y no sólo el lenguaje: los esquemas de trabajo, los procesos... Esto también lleva a una transformación de la compañía para adaptarse a la nueva tipología de clientes.

**P.: ¿Cómo será JLL en España dentro de diez años?**

**R.:** Le diré como va a ser dentro de dos. Bill Gates dice que todo el mundo sabía cómo iba a ser el mundo dentro de diez años, pero que nadie tenía ni idea de cómo iba a ser a tres años vista. Tendrá que evolucionar de lo que es una pura consultora inmobiliaria hacia un mundo donde seremos algo más parecido a una empresa tecnológica y digital que preste servicios inmobiliarios. La digitalización es una necesidad para poder llegar a proveer los servicios que tenemos que dar como consultora.

**P.: Llegó a JLL con el encargo de adaptar el formato que la consultora ya ha implantado en otros países como Francia, es decir, dividir la firma en dos únicas líneas de negocio: inversor (operaciones) y corporativo (soluciones a clientes). ¿Cómo evoluciona?**

**R.:** Entré como responsable de inversores y un año después me ofrecieron responsabilizarme de toda la compañía. Me alineé con la estrategia global, donde una parte se especializa en inversores inmobiliarios y otra en las empresas no inmobiliarias, que llamamos *corporate*. Hemos pasado de ser un proveedor de recursos inmobiliarios a ser parte de la estrategia de la compañía a la que servimos. En muchos aspectos somos país referente en buenas prácticas, por lo que evolucionamos a la perfección. Lo que se nos pedía está más que cumplido y ahora estamos tratando de anticipar el futuro que se espera de esta filial de JLL a nivel global.

---

**P.: Con fusiones como la que han llevado a cabo Savills y Aguirre Newman, ¿es el futuro de este negocio la concentración?**

**R.:** Este movimiento de concentración era natural. Savills es una magnífica consultora *boutique* con llegada internacional y sin algunos servicios en España y Aguirre Newman era una consultora que prestaba todos los servicios sin red internacional. De las combinaciones posibles, han dado con la mejor. Sin duda nos lo van a poner muy difícil al resto del mercado.

**“La digitalización es una necesidad para poder llegar a proveer los servicios que tenemos que dar como consultoría”**

**P.: ¿Podría JLL llevar a cabo operaciones corporativas en España?**

**R.:** Yo creo que no toca. Cuando haces una operación así, buscas crear valor, por lo que debería ser alguien que nos complementara, no que nos suplantara. Una fusión con alguien que hiciera lo mismo que nosotros no tendría sentido. En España nos hemos planteado compras, pero no hemos encontrado ninguna empresa que se adecue al 100% a nuestra demanda.

**P.: En cuanto al negocio inmobiliario en España. ¿En qué punto está?**

**R.:** Está en un punto muy cercano a la madurez. Hemos vivido tres años muy buenos: en 2014 se empezó a notar la fuerza del tirón inmobiliario y nos quitamos los miedos. Madurez por la tipología de clientes e inversores. El mundo *value add* se ha quedado limitado a las carteras de entidades financieras y no edificios de oficinas, que ahora los compran fondos *core* y *core plus*. El recorrido de *yield compression* está prácticamente agotado y ahora la única manera de extraer más valor a un inmueble es con una gestión más proactiva.

---

**P.: La inversión internacional no deja de fijarse en el mercado español para crecer. ¿Es un boom o se alargará en el tiempo?**

**R.:** Se está fijando en España porque, comparativamente con otros países de Europa, somos baratos. En cuanto a datos de consumo, *capital values*... queda bastante recorrido. Por otro lado, los grandes inversores internacionales, de pensiones o soberanos, cada vez dedican más porcentaje de sus inversiones al negocio inmobiliario y prácticamente todos han duplicado este *budget* en sus inversiones en *real estate*. En otras ciudades europeas se dan cuenta de que hay mucha escasez de oportunidades, algo que no pasa en España, donde el precio aún es muy competitivo y quedan buenas oportunidades. No es unboom, son niveles sostenibles que deberían poderse repetir el próximo año.

## “España, comparado con el resto de países europeos, es barato”

**P.: Por tipo de activos, retail es el que mayor volumen de inversión aglutina en estos nueve meses. ¿Qué tiene este negocio que seduce tanto a fondos internacionales como a empresas patrimoniales españolas?**

**R.:** Dos cosas. Desde el punto de vista de la demanda, tiene al consumo. Cuando el país se termina de recuperar, esto se traduce en un claro incremento del consumo. Si hay un crecimiento del consumo, tienes que estar en las calles comerciales. Esto provoca que haya una menor disponibilidad, una mayor demanda y, por consiguiente, una subida de precios.

**P.: ¿Podría el clima político español afectar a la inversión internacional?**

**R.:** Sin duda, indistintamente de que el problema político sea en Cataluña o en el conjunto del país cuando no había un gobierno constituido. Cualquier clima de inestabilidad ahuyenta a la inversión inmobiliaria, porque es miedica. Se asusta y para, y esto no es bueno para nadie. Nosotros no nos manifestamos políticamente, pero sí que le pedimos a cualquier autoridad política que genere condiciones de mercado de estabilidad, con reglas claras y sostenibles. Las reglas del juego no se pueden cambiar durante una partida.

---

**P.: Otro de los *boom* en el negocio está siendo la promoción residencial. ¿Cómo valora esta nueva hornada de promotoras?**

**R.:** Tiene muchos aspectos positivos. El mercado de promoción residencial, con notables excepciones que hubo en épocas pasadas, estuvo muy contaminado por gente que no era profesional. Que no se dedicaba a esto y que se metía en el mundo de la promoción residencial porque se vendía todo. Una de las pocas cosas buenas que ha tenido la crisis ha sido la criba. Ahora la gente es muy profesional, hace análisis muy científicos de qué es lo que hay que vender, cómo hay que venderlo y qué es lo que demanda el cliente, con productos llave en mano, estructuras financieras sostenibles y equilibradas, poco especulativo y muy a la demanda.