

Gilmar amplía horizontes y socios: tras Sevilla, aterrizaja en Canarias y Málaga capital

El grupo inmobiliario español, fundado por Jesús Gil Marín y Manuel Marrón, ya cuenta con un local donde instalarse en Las Palmas, así como en la ciudad de Málaga, y alcanzar así las 32 oficinas propias en un periodo de reactivación del mercado residencial.

J. Izquierdo
16 abr 2018 - 05:00



Gilmar expande su negocio multifuncional por España y desembarcará próximamente en Canarias. El grupo inmobiliario ha adquirido un local en Las Palmas de Gran Canaria donde instalará su oficina número 31 en el país. La número 32, propia como el resto de la red, se ubicará en el centro de Málaga. La intención de la compañía es abrir ambos centros con la llegada del verano.

Fundado hace 35 años por Jesús Gil Marín y su socio Manuel Marrón, el grupo se adentra en la isla para seguir potenciando su negocio multifuncional para un cliente, principalmente, *prime*. “En Canarias la idea es iniciar nuestro proyecto allí con el

mercado residencial para más adelante entrar también en otros segmentos”, explica Gil Marín a EjePrime. Para ello, la inmobiliaria abrirá oficina en el número 4 de la calle Mesa y López, la zona comercial más transitada de la ciudad.

Asimismo, la compañía, que desde prácticamente sus inicios ha tenido una gran presencia en la Costa del Sol, refuerza su apuesta por la provincia de Málaga con una oficina en el centro de la capital costasoleña. Gilmar se ubicará en la Avenida de Cervantes, muy próxima a la catedral y al puerto.

Gilmar abrirá oficinas en dos céntricas localizaciones de Las Palmas de Gran Canaria y Málaga

Con esta operación, el grupo toma posiciones en una capital que tiene actualmente un notable auge en todos los segmentos del inmobiliario. “Es una ciudad con puerto, aeropuerto, playas... tiene todo lo que resulta interesante para el cliente, y no sólo para el español sino que también para el internacional”, explica Gil Marín. “Ahora, por ejemplo, son nórdicos los más interesados”, apostilla el consejero delegado junto a Marrón.

Además, para reforzar su crecimiento como agencia tanto en la capital como en Estepona, Marbella y Puerto Banús, la compañía firmó un acuerdo a tres bandas con la británica Chestertons y la neoyorquina Town Residential para la comercialización en exclusividad de viviendas en los diferentes mercados a través de sus plataformas locales. “Si un británico quiere vender su casa en la Costa del Sol se anuncia directamente en todos los canales de los tres portales”, explican desde la empresa.

La posición de Gilmar en el *real estate* español es particular. Sin cambios en su directiva en más de tres décadas, los diversos modelos de negocio que abarca el grupo no es un hecho común en otras compañías del sector. En la inmobiliaria se comercializan promociones de viviendas exclusivas y de obra nueva, inmuebles provenientes de la banca o de fondos, fincas rústicas, alquileres *prime*, así como locales comerciales en zonas céntricas de las grandes ciudades o turísticas en las que están presentes.



“El número de proyectos y trabajos que podemos realizar en un año es incontable”, recuerda Marrón. El socio de Gil Marín, con quien conforma “un matrimonio”, según bromea, asegura que “allá donde podamos ver una oportunidad interesante, analizaremos el estar presentes”.

Con gran presencia en Madrid, donde cuenta con más de una veintena de oficinas, las aperturas de Canarias y Málaga capital no son las únicas que ha proyectado recientemente el grupo, que en 2016 desembarcó en Sevilla y la Costa de Cádiz con un local propio en la Avenida de la República Argentina de la capital hispalense.

Valencia, una plaza cada vez más atractiva

“Barcelona es un mercado que nos encanta, que ha sido realmente una locomotora y muchos de nuestros clientes compartían la ilusión de invertir allí, pero hoy es una incógnita”, afirma Gil Marín, que reconoce que “algunas empresas con las que teníamos conversaciones han desestimado invertir allí”.

Por ende, la ciudad del litoral mediterráneo que está creciendo mucho en los últimos tiempos es Valencia. “Es un mercado que está pujando fuerte y mucha inversión se está yendo hacia allá”, concreta el empresario.

Acuerdos con Patrizia, Stoneweg, Libra o Kronos Homes

“Ayer mismo estuve con tres promotores distintos”, apuntaba Gil Marín en la

conversación que tuvo lugar la pasada semana. Entre las empresas con las que conversa y alcanza acuerdos Gilmar están algunos de los fondos y *players* que más se están moviendo actualmente en el sector residencial español.

“Trabajamos con cerca de veinte fondos”, enumera Marrón. Desde Libra, el *holding* liderado por el empresario George Loghotetis, hasta el fondo hispano-suizo Stoneweg, pasando por la promotora Kronos y la firma de inversión alemana Patrizia.

Con esta última gestora ha trabajado en el residencial de súper lujo de Claudio Coello 108. Se trata de la primera operación en España en este mercado para el fondo germano, “un proyecto en el que le vendimos a Patrizia el suelo y le hemos hecho el apartado de interiorismo”, explica Marrón. Esta segunda labor la realizaron conjuntamente a través de Gilmar Soluciones Constructivas, la rama del grupo especializada en reformas.

La compañía trabaja en promociones de lujo como La Moraleja, La Finca o La Zafaleta

Tras la rehabilitación integral del edificio, la promoción está vendida casi por completo, a pesar de que las viviendas parten de un precio que alcanza los 2,7 millones de euros. También en el centro de la capital española, la compañía comercializa la promoción Ferraz 41, promovida por Stoneweg, donde se venden viviendas por poco menos de un millón de euros.

Además, la inmobiliaria está presente en algunas de las urbanizaciones más *prime* de España como La Moraleja y La Finca, en Madrid, o La Zafaleta, en Málaga, una de las zonas más exclusivas no sólo de España sino de Europa.

Para conseguir clientes que puedan entrar en un mercado tan *prime*, Gilmar cuenta con alianzas con grupos inmobiliarios de 25 países de todo el mundo. El último acuerdo lo cerraron Gil Marín y Marrón con una empresa de la lejana Singapur. “Por un lado, nos sirve para que nos envíen clientes; y por otro lado, para publicitar nuestro producto en sus webs”, apuntan los dos consejeros delegados, que ahora busca abrir mercado también en la España insular.