

---

Mercado

# J. A. Gutiérrez (Mazabi): “A diferencia de antes de las crisis, ahora la banca está haciendo bien su trabajo”

El consejero delegado de la compañía asegura que la profesionalización del sector hotelero lo ha convertido en un mercado atractivo para los grandes inversores, especialmente en las zonas con visibilidad mundial.

M. V. O.  
20 jun 2019 - 04:57



Juan Antonio Gutiérrez es desde 2009 consejero delegado de Mazabi, una compañía que gestiona el patrimonio de 35 *family offices*. El ejecutivo opina que el sector está hoy más profesionalizado que hace una década, y que ha ganado solidez gracias, en parte, al cambio en la forma de trabajar de la banca: "A diferencia de antes de la crisis, ahora la banca está haciendo bien su trabajo".

---

1 / 3

<https://www.ejeprime.com/mercado/j-a-gutierrez-mazabi-a-diferencia-de-antes-de-las-crisis-ahora-la-banca-esta-haciendo-bien-su-trabajo>

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:** Ahora mismo están centrados en activos de hostelería, de oficinas y comercial. ¿Es un buen momento para estos tres mercados?

**Respuesta:** El negocio patrimonialista tiene un componente de gestión o no gestión. Cuando no tienes capacidad de gestión y dedicas el 100% del día a tu negocio, tienes que centrarte en inmuebles que requieran muy baja dirección, como son los locales comerciales, el segmento en el que más invertimos. A partir de aquí, vas subiendo en necesidad de gestión: oficinas, residencial, etcétera. Nosotros tenemos un equipo preparado y eso nos permite ampliar la gama de productos y ubicaciones, e incluso la fase del ciclo. Es decir, yo puedo comprar un local alquilado a una marca y le puedo buscar un local al cliente para alquilárselo. Evidentemente es mucho mejor lo segundo, pero para hacerlo, necesitas un equipo que pueda detectar la necesidad y darle respuesta. Si tienes esto, tienes una ventaja competitiva que te permite comprar a precios más baratos, negocias con el cliente y te sale una rentabilidad. Nosotros intentamos movernos un pasito por detrás, pero siendo muy conservadores.

**P.:** ¿Dónde se encuentran las oportunidades en el sector hotelero?

**R.:** En lo que a hostelería se refiere, estamos muy metidos en la restauración en grandes ejes, porque en España gusta socializar y es difícil que el online pueda competir contra ello. Por otro lado, hablando de hoteles, nos gustan las zonas vacacionales con visibilidad mundial: Baleares, Costa del Sol, Canarias, Costa de Cádiz, el centro histórico de Madrid y el centro de Barcelona. Hay que tener en cuenta que los hoteles son inversiones con un alto riesgo porque cuestan 20 millones, 30 millones o 100 millones. Y que tenga una posición mundial permite tener muchos posibles compradores. Dentro de nuestro *scope*, la posición en hoteles ha subido al 35%, cifra muy poco habitual en un patrimonio a largo plazo de inversores como somos nosotros, pero también estamos en uno de los mejores sitios del mundo para tener hoteles vacacionales, un sitio prime a nivel mundial.

**P.:** ¿Qué previsiones tienen para el sector a corto y medio plazo?

**R.:** Somos mediterráneos y, como tal, somos proclives a maximizar el optimismo y el pesimismo, y ahora parece que estamos en un momento de optimismo. Pero a diferencia de antes de la crisis, la banca ahora está haciendo bien su trabajo. Desde el punto de vista macroeconómico, puede haber una desaceleración, pero España está sorprendiendo en la microeconomía: hemos detectado que el consumo aumenta, que los hoteles tienen variables y están por encima de las expectativas, que podemos alquilar oficinas por un precio más elevado del que pensábamos y que los arrendatarios se gastan dinero en acondicionar las oficinas. Es decir, el movimiento micro está muy potente en diferentes zonas y además se mueve en regiones en las que

---

no tenemos ninguna confianza, como pueden ser Valladolid o Zaragoza. El mercado inmobiliario está más acotado ahora porque no hay tantas oportunidades, pero están saliendo diferentes opciones que son muy interesantes a explotar a largo plazo, como el *coliving* o el *coworking*.

**P.: ¿El *coworking* es el futuro de las oficinas?**

**R.:** No lo creo. Al final, el *coworking* sirve si tienes oficinas pequeñas como la que teníamos en Barcelona. Además, en términos de coste está a años luz que tener una oficina estable. En cambio, si las oficinas son grandes, la gente quiere tener una oficina de representación de 100 metros cuadrados, 200 metros o 500 metros, entonces ahí ya es más difícil el *coworking*. De todos modos, hemos detectado que fuera de Madrid y Barcelona sobran muchos metros. Es decir, no se tiene que producir más metros de oficinas porque hay muchos que se tienen que reajustar.

**P.: Se habla mucho del *Apocalipsis Retail*, ¿invertiría hoy en centros comerciales?**

**R.:** Los centros comerciales son un negocio como la promoción: debes tener los medios, equipos locales, tener nuevas instalaciones... Antes de la crisis nadie quería ocio y ahora resulta que el ocio es lo que está tirando y que la gente quiere ir al cine y pasarlo bien. De todos modos, el centro comercial tiene mucho riesgo, y más con el peligro del *online*. Quizás tienen más sentido las medianas superficies con algo de restauración, tiendas y un supermercado.

**P.: ¿Los hoteles son un segmento con potencial?**

**R.:** Mucho. En hoteles ha pasado algo muy importante: la profesionalización del sector. En la anterior crisis, en 1989, vinieron los grandes *brokers* internacionales hablando del metro cuadrado. Ahora todos sabemos qué es, pero entonces no lo conocía nadie. Y tener hoteles era un gran riesgo: la gran mayoría pertenecían a particulares que no daban información. Si no pagaba la renta, tenías un buen lío... Esto ha cambiado radicalmente y ahora los hoteleros están metiendo tecnología y equipos profesionales. Esto nos hace estar muy cómodos trabajando con ellos. Incluso si viene un grupo hotelero y nos dice “hazme este hotel a medida, yo te pago esto y tengo este plan de negocio”, nosotros lo hacemos. Esto ha provocado que particulares hayan invertido en un negocio que era oscuro.