
Oficinas

José Miguel Setién (JLL): “La oficina se parecerá más al ‘hospitality’: vamos hacia el modelo Starbucks”

Setién lleva más de veinte años en la consultora inmobiliaria, siempre especializado en el mercado de oficinas, y desde 2016 está al frente de esta área.

Iria.P. Gestal
5 feb 2019 - 04:54



José Miguel Setién, director del área de negocio de oficinas de JLL.

¿Cómo serán las oficinas del futuro? ¿Qué le espera al sector en el mercado español? José Miguel Setién, con más de veinte años de trayectoria en este campo en JLL y director del área desde 2016, defiende que “si ya no trabajamos de la misma manera, las oficinas tampoco pueden ser iguales”. En este sentido, Setién apunta que los lugares de trabajo serán espacios más parecidos a un hotel o a una cafetería que a las grandes sedes monolíticas de los noventa y que, aunque el *flexspace* avanzará, no está claro si serán los operadores actuales quienes liderarán esta transformación.

Pregunta: ¿Qué balance hace del mercado de oficinas en España en 2018?

Respuesta: Ha sido un año de continuidad: en alquiler, con subidas no abruptas, y en inversión, casi plano. En Madrid, el volumen de contratación se redujo porque en 2017 fue muy alto por la contratación pública, pero se compensó por la subida en Barcelona, donde aumentó un 8% hasta su nivel más alto desde el 2000. Además, mientras en Madrid la contratación es por trasvase de metros cuadrados ya existentes, en Barcelona es nueva.

P.: ¿Les preocupa la ralentización económica?

R.: La economía es un indicador bastante inmediato: si la economía desacelera puede tardar unos trimestres, pero tiene impacto directo en el mercado de oficinas. Pero ahora, la contratación no está bajando por la ralentización económica, sino por la optimización de espacio.

P.: ¿A qué se refiere?

R.: Antes se contrataban entre quince y veinte metros cuadrados por empleado, y ahora entre ocho y diez metros cuadrado por trabajador.

“En Madrid llevamos desde 1996 con el mismo plan de urbanismo: ¡es más antiguo que el ‘email’!!

P.: ¿Por qué?

R.: Por varios motivos. En primer lugar, las empresas buscan mayor flexibilidad, ya que el coste de traslado es muy significativo. El mercado de los espacios flexibles es una válvula reguladora en este sentido.

P.: Si la economía desacelera y las empresas buscan espacios más pequeños o se van a *coworkings*, ¿hay futuro para las oficinas?

R.: Estamos muy lejos de los datos de los años boyantes, por lo que creo que la tendencia va a ser a la planitud. En 2007 se contrataron 900.000 metros cuadrados, una cota que no vamos a volver a ver en este ciclo. Además, en mercados como

Barcelona, donde el grueso de los contratantes son extranjeros, no influye tanto la economía local porque la razón que lleva a las empresas a buscar allí oficinas es la calidad de vida, esa es la carta que tenemos que jugar de forma hábil. Tenemos que centrarnos en la atracción de talento creativo.

P.: La globalización e Internet han permitido trabajar para una multinacional desde casi cualquier sitio. ¿Veremos más oficinas a las afueras?

R.: No lo creo. Además del motivo de creación de marca, menos importante en la era de Internet, las empresas quieren tener sus oficinas en el centro por los servicios y el transporte.

“Las empresas se han dado cuenta de que la renta no llega al 50% del coste inmobiliario, y compensa estar en el centro”

P.: ¿No es más caro?

R.: La renta no llega al 50% del coste inmobiliario, y el resto es igual en todas partes. Las empresas se han dado cuenta de que actuar sobre la renta no es muy eficiente, sino que es mejor actuar sobre el activo para ahorrar costes. Lo que hoy no tiene sentido, como se hizo en el *boom*, es crear nuevos parques en zonas mal comunicadas. Las oficinas del futuro estarán en el centro, pero yo tengo una duda existencial, que nadie me ha logrado resolver, y es qué ocurrirá con las plazas de parking.

P.: Por el cambio en los métodos de movilidad...

R.: Exacto. En Londres el tráfico está ya muy limitado. Si a eso le sumamos los coches autónomos y las nuevas formas de movilidad, no sé qué ocurrirá con los parkings.

P.: ¿Se pueden crear nuevas zonas en el centro, como el 22@?

R.: Sí, y el 22@ es un buen ejemplo. Pero en Madrid nos está costando un poco más porque no hay áreas pensadas. Es fundamental concebir las nuevas áreas de oficinas pensando en el urbanismo, en el equipamiento, incluso en la energía. Además, la tecnología lo está cambiando todo: si no trabajamos igual que hace treinta años, las oficinas tampoco pueden ser iguales.

P.: ¿En qué han cambiado?

R.: En primer lugar, la *location* es importante, pero como decía antes, ya no tanto por la representatividad sino por los servicios. Además, desde la década de los noventa los sistemas de red se han convertido en el centro de las oficinas: hoy hay más ordenadores que personas. La siguiente fase, aún embrionaria, es hacer que los

edificios sean inteligentes de verdad.

“Que en el futuro habrá más espacios flexibles, sí, lo que no está claro es en qué medida y con qué tipo de operadores”

P.: ¿En qué sentido?

R.: Que todo esté automatizado. Nadie va a trabajar ya a un sitio de manera regular. Eso implicará que el edificio tendrá que reconocer a los trabajadores y ajustar todos los elementos de confort al empleado. Tendremos cuatro generaciones distintas trabajando juntas con necesidades muy diferentes. Nos hemos dado cuenta de que los grandes *halls* vacíos no llevan a ningún sitio. Las oficinas se van a parecer más al *hospitality*: impera el modelo Starbucks, en el que la oficina es un espacio polivalente. En diez o quince años, el trabajo sistemático habrá desaparecido, el empleo va a ser creativo.

P.: ¿El futuro entonces es WeWork?

R.: El ser humano continúa siendo muy territorial, y si se le quita un espacio físico desconecta. Además, la imagen de marca continúa siendo relevante. Esto me recuerda a los videoclubs: hoy consumimos más cine que nunca, pero Blockbuster no existe. Todo lo que se predecía en los 2000 sobre el móvil, se ha cumplido, pero no es Nokia quien ha liderado el cambio. Con esto quiere decir que los espacios flexibles serán el futuro, pero no se sabe de qué forma. Además, pensar que todo va a ser *flexspace* o teletrabajo es poco realista, pero pensar que van a ser sedes monolíticas ya se ha visto que no.

P.: ¿Por qué el mercado de Barcelona continúa siendo más dinámico que Madrid?

R.: El problema de Madrid, y yo soy de aquí, es que vas a Shanghái y nadie la conoce, y Barcelona sí. En Madrid llevamos desde 1996 con el mismo plan de urbanismo, ¡es más antiguo que el *email*!

P.: El logístico es la estrella del real estate, en retail *high street* se han vuelto a batir récords, la vivienda sigue liderando la inversión. ¿Las oficinas son el patito feo?

R.: El problema es que la mayoría de los inversores son *long term* y en el mundo que viene es complicado. En España, el ciclo medio de las oficinas es de once años. Si lo hacen bien tiene que ser con el activo, y no hay muchas empresas que se dediquen a explotar oficinas, salvo las de *flexspace*. Tampoco para las compañías es un activo estratégico: aunque es vital, no se ganan la vida con ello, y esto supone que este no es

el *core business* de quien toma la decisión de alquilar una nueva sede.

P.: ¿Cuál es entonces el perfil del inversor?

R.: Antes eran casi todos oportunistas, hoy hay más interés por el *value added*. El problema es que no hay el producto que busca el inversor. Además, hay mucho producto embalsamado por grandes patrimonialistas.