Residencial

‘Branded residences’: las viviendas de lujo de EEUU se lanzan a la conquista del mundo

El sector domina el mercado estadounidense y asiático y comienza a ganar terreno en ciudades como Dubai o Londres, donde la demanda de este tipo de viviendas de lujo es cada vez mayor.

Alba Gil
14 ene 2019 - 04:52

Un nuevo sector está seduciendo al *real estate*. Con más de 400 unidades en todo el mundo, las *branded residences* están conquistando el negocio inmobiliario y son ya uno de los activos más atrayentes para las grandes fortunas. Así se desprende de un estudio elaborado por la consultora Knight Frank sobre este tipo de residencias de lujo, que combinan los servicios de un hotel de cinco estrellas con la propiedad de una vivienda tradicional.

El concepto de *branded residence* nació en 1927 con la inauguración del hotel Sherry-Netherland en pleno corazón de Manhattan, pero su proliferación se ha acelerado en las últimas décadas. Existen en 180 ciudades de 64 países distintos. Para la compañía, la renovación en el interés por el concepto *branded* desde 2000 coincide

https://www.ejeprime.com/residencial/branded-residences-las-viviendas-de-lujo-de-eeuu-se-lanzan-a-la-conquista-del-mundo

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.

con el crecimiento del capital de las personas más ricas del mundo y el aumento de la clase alta en los emergentes. Según la Lista Forbes 2018, la suma de las fortunas de los individuos más adinerados del mundo ascendió a 7,3 billones de euros, un 18% más que el año anterior, y su patrimonio neto promedio batió un récord de 3,300 millones de euros.

Las *branded residences* nacieron en Estados Unidos y ya se han extendido a más de sesenta países

El mercado estadounidense está a la cabeza en este tipo de inmuebles y cuenta con una cartera equivalente al 75% de todos los activos de esta clase que existen en el mundo**. Las *branded residences* se han convertido en un segmento clave en el mercado de activos de lujo de Nueva York**. En los últimos quince años se ha multiplicado el número de estos condominios en la ciudad, que se han abierto un nicho en el mercado *prime* y *super prime* y han pasado de concentrarse en el Upper East Side y Midtown a extenderse hacia el Downtown.

El mercado asiático es otro de los polos de este tipo de residencias. Este sector está experimentando un rápido crecimiento, con un 30% de propiedades de este tipo, especialmente en Tailandia e Indonesia, pero también en **Dubai, donde se localiza la mayor concentración de *branded residences* del continente**. Entre los operadores más destacados se encuentran Kerzner International, The Adress, The W, Jumeirah o Bulgari. Capítulo aparte merece la ciudad de Sídney, donde los activos en zonas *prime* se han disparado desde 2008 acompañados por un alza en los precios y en la demanda.

En cambio, estas residencias de lujo todavía no han encandilado a los inversores en Europa, donde representan sólo un 7% de los activos. Pese a ello, Knight Frank augura un incremento en el sector a medida que el mercado "se vaya haciendo cada vez más competitivo". Londres es un ejemplo de ello. **Los operadores han señalado a la capital inglesa como el lugar clave para ampliar el mercado por la creciente demanda en este sector**.

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.

Nuevos actores, más fortunas y alta rentabilidad

El futuro de las *branded residences* parece resplandecer. Según el informe, su porvenir está estrechamente relacionado con el enriquecimiento de las grandes fortunas, lo que ha animado a nuevos actores a sumarse a este mercado en expansión. **Cada vez son más los grupos hoteleros menores que se han decidido por este sector**, que ya cuenta con activos en las principales ciudades y destinos hoteleros del mundo.

Los individuos más ricos del planeta, que aumentarán un 40% en los próximos cinco años de acuerdo con Knight Frank, están dispuestos a apostar por un concepto de alojamiento que les permita beneficiarse de la marca de una gran cadena hotelera. No obstante, existen diversos tipos de *branded residence*, que pueden variar y van desde activos hoteleros con viviendas integradas a resorts de lujo para uso vacacional o conjuntos residenciales administrados por un hotel.

Este tipo de activos incluye de viviendas integradas en grandes resorts a residencias gestionados por hoteles de lujo

"El número y tipo de operadores que entran en este sector también se está expandiendo y diversificando", afirma el estudio, que señala a **Versace, Armani o Porsche como nuevos actores de este negocio**. Pero el grupo Marriott es sin duda el titán de esta liga: detenta por sí solo las tres cuartas partes de este mercado. La compañía tiene sesenta proyectos de *branded residence* en desarrollo y prevé aumentar su cartera en un 70% en cuatro años. Le siguen **Four Seasons y Accor Hotels que, junto al Marriott, representan alrededor de la mitad de este tipo de activos del mundo**.

Las *branded residences* constituyen un nicho con alta rentabilidad, dado que la prima que se paga para acceder a estas viviendas puede llegar al 132%. Sin embargo, este *plus* depende de la ubicación y de la oferta del mercado, preminentemente urbano. El 62% de estos activos se encuentra en ciudades, ya que las urbes se ven menos afectadas por los ciclos estacionales.

Además, entre un 80% y un 60% de los compradores adquiere estas viviendas para alquilarlas y financiar así los costes de manutención. En otras palabras, inversores en todo el mundo están adquiriendo estos activos buscando un estilo de vida determinado, pero también con un ojo puesto en la apreciación del capital.

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.