



“Almar debe liderar los servicios técnicos inmobiliarios”



Juan Velayos, socio de Almar Consulting.

Juan Velayos, socio de Almar Consulting, desgana las previsiones de crecimiento de la compañía y los objetivos a corto y medio plazo, en un año en el que apuntan a mejorar las cifras cosechadas durante el pasado ejercicio.

Almar Consulting tiene actualmente más de 190 proyectos en marcha. “En unos meses ese número habrá crecido sensiblemente”, sostiene **Juan Velayos**, socio de la compañía, que analiza el devenir de Almar en las próximas fechas y detalla la hoja de ruta establecida.

Metros²: ¿Qué balance económico y de actividad hacen de lo que va de año?

Juan Velayos: La verdad es que está siendo un año muy bueno. Excepcional me atrevería a decir. Las cifras, a mitad de ejercicio, confirman que en 2021 tendremos crecimientos incluso superiores a los de 2020, y son ya muchos años creciendo a doble dígito. Estamos muy satisfechos no sólo por los resultados económicos sino por la línea ascendente de la compañía en todos los sentidos: reconocimiento de marca; diversificación de clientes; crecimiento de nuestros equipos, institucionalización de la compañía y, sobre todo, satisfacción de cliente, que sigue siendo el indicador que más nos preocupa y ocupa.

“Nuestra ambición es muy clara: queremos ser la empresa de servicios técnicos inmobiliarios líder en España. Con mucha modestia, diría que estamos cada vez más cerca de conseguirlo”.

Cada vez tenemos una clientela más amplia, nacional e internacional, empresarial e institucional, y seguimos siendo capaces de fidelizar a nuestros clientes y de que confíen en nosotros como su asesor/equipo/socio técnico de forma recurrente.

Metros²: ¿Cuál es la estrategia de Almar Consulting? ¿Hacia dónde camina la compañía?

J.V.: Hemos reflexionado mucho sobre nuestra estrategia en los últimos meses. Mi incorporación a la compañía tiene un componente estratégico muy evidente. Hemos barajado diferentes opciones y alternativas, pero os diría que de estas reflexiones ha surgido una hoja de ruta muy sólida compartida por José Luis y por todos los socios de Almar. Nuestra ambición es muy clara: queremos ser la empresa

de servicios técnicos inmobiliarios líder en España. Con mucha modestia, diría que estamos cada vez más cerca de conseguirlo. Somos conscientes de que la compañía lleva muchos años creciendo a doble dígito y ha alcanzado ya un tamaño significativo (este año superaremos los 10 millones de euros de facturación con márgenes de EBITDA del entorno del 15%). No obstante, tenemos muy claro que tenemos todavía mucha capacidad para seguir creciendo orgánicamente a doble dígito durante varios años más con muy buenas rentabilidades.

“Los servicios técnicos que facilita Almar deben tener siempre presente los aspectos medioambientales y de sostenibilidad”.

Con esta estrategia en mente, seguimos reforzando los equipos con una triple perspectiva: seguir incrementando nuestras capacidades técnicas con perfiles que cubran nuevas clases de activos (acabamos de incorporar a Laura Monzón, experta en residencial y build to rent); perfiles de reconocido prestigio que lideren geografías (acabamos de incorporar a Sonia Pérez en Cataluña); y perfiles que vengán a liderar nuevos servicios (acabamos de incorporar a Alfonso Fiter en toda el área de sostenibilidad).

Estos fuertes crecimientos orgánicos exigen que la compañía siga creciendo e institucionalizándose: el gobierno corporativo, la gestión de personas, la digitalización y la satisfacción de cliente son absolutas prioridades en la firma actualmente.

Estos son los asuntos que ocupan actualmente al equipo directivo y las prioridades de la compañía: crecimiento orgánico y consolidación institucional.

Metros²: ¿Qué es lo que más les están demandando los clientes y en qué segmentos están más activos?

J.V.: Diría que estamos viendo muchísima actividad en el área residencial (en alquiler y en venta), hotelera y en los activos alternativos (residencias de estudiantes y tercera edad). En relación con los servicios más demandados, me enorgullece poder decir que cada vez nos ven más como un proveedor de servicios técnicos end-to-end. Es

decir, entramos con las due diligence o con las cuestiones relacionadas con la gestión de suelo, seguimos con la definición de producto y el project management y continuamos después con el facility management. Todas nuestras líneas de actividad están a un nivel de ocupación altísimo.

Metros²: ¿Cómo se están desarrollando los proyectos de la compañía?

J.V.: Hay muchos proyectos en marcha permanentemente en Almar. Los ciclos de vida de nuestros proyectos varían considerablemente y puede haber proyectos con plazos de duración de pocos meses y otros que pueden tener una duración de 2/3 años o incluso más. Hoy tenemos más de 190 proyectos en marcha en Almar, pero si me preguntáis en unos meses ese número habrá crecido sensiblemente. Os diría que en Almar entre una media de 15 proyectos al mes y se cierran otros tantos. No obstante, este año se ha terminado dos proyectos importantes para nosotros. La renovación del Hotel Gran Paladium de Sicilia que supuso nuestra primera salida al mercado internacional y la terminación del edificio de oficinas desarrollado en Madrid en la Calle Ancora 40, ambos se ejecutaron durante la pandemia y se han terminado con éxito después de muchos meses de trabajos.

Metros²: Alguna de sus apuestas para este año fueron los ámbitos medioambientales y de sostenibilidad, ¿De qué manera se están concretando o plasmando estos objetivos?

J.V.: Sin duda. Hace tiempo que venimos viendo esta tendencia, que es absolutamente inherente a nuestra actividad. Los servicios técnicos que facilita Almar deben tener siempre presente los aspectos medioambientales y de sostenibilidad, ya que la sociedad así lo demanda y nuestros clientes también.

“Somos conscientes de que la compañía lleva muchos años creciendo a doble dígito y ha alcanzado ya un tamaño significativo. No obstante, todavía tenemos mucha capacidad para seguir haciendo lo mismo durante varios años más con muy buenas rentabilidades”.

Y esta tendencia irá “in crescendo”. Hace mucho tiempo que estamos invirtiendo en este ámbito y seguiremos haciéndolo. Somos ya y debemos seguir siendo los mejores en esta área de actividad.

Es absolutamente imposible que Almar Consulting lidere los servicios técnicos inmobiliarios en España sin ser pionero en esta materia, dando siempre el mejor asesoramiento a nuestros clientes y ayudándoles a tomar las mejores decisiones en el binomio coste económico - impacto medioambiental, ayudándoles a diferenciar lo que se conoce ya como “real green vs green washing” y, lo que es más importante, ayudándoles a medir esos impactos de forma rigurosa y tangible.

Metros²: Cuando se incorporó a Almar Consulting, ¿qué retos tenía y cómo los ha ido solventando? ¿Qué sello distintivo ha aportado a la firma?

J.V.: Esta es una pregunta para José Luis, Juanje, Manolo, Aurelio y el resto de la plantilla de Almar. Yo estoy muy satisfecho. Creo que apporto más en el ámbito estratégico que en el día a día obviamente, pero creo que la compañía tiene un potencial enorme y creo que mi misión es ayudar a los otros socios de Almar a fijar y ejecutar la estrategia que genere más valor en todos los sentidos. También aspiro a aportar valor a nivel de reconocimiento de marca. Todas las compañías inmobiliarias y todos los inversores internacionales deben conocer a Almar, su propuesta de valor y sus capacidades técnicas y de ejecución. Si consigo aportar mi granito de arena para que el mercado conozca a Almar y “lo pruebe”, mi aportación de valor será altísima, porque Al-



mar fidelizará a esos clientes. Por otra parte, creo que mi experiencia en gestión de empresas muy institucionales ayudará a que Almar de ese paso adelante que permita acompañar el crecimiento del negocio con el crecimiento institucional.

“Hoy tenemos más de 190 proyectos en marcha en Almar, pero en unos meses ese número habrá crecido sensiblemente”.

Por último, el hecho de estar alejado del día a día y poder verlo todo desde un prisma más distanciado, creo que aporta un grado de “objetividad”, “frialdad” e “imparcialidad” a mis aportaciones al equipo directivo que también ayuda a traer a la compañía la visión “crítica y dura” del mercado, pero siempre constructiva, con el único objetivo de ayudar a Almar a mejorar.

Metros²: ¿Cuáles son sus retos en este sentido?

J.V.: Creo que los he mencionado en el punto anterior pero mi reto y hoja de ruta se resume fácilmente. Almar debe liderar los servicios técnicos inmobiliarios y crecer durante los próximos años muchísimo en todos los sentidos (tanto en las magnitudes cuantitativas como cualitativas).

Todavía tenemos mucho recorrido para capturar valor orgánicamente. Después ya veremos si hay que pensar en operaciones inorgánicas o incluso institucionales para obtener la financiación necesaria para seguir creciendo. Pero cada cosa a su debido tiempo.

Metros²: ¿Qué radiografía puede hacernos del sector en su momento actual y qué tendencias de las actuales cree que han llegado para quedarse?

J.V.: Creo que el sector está en un momento de redefinición, lo que implica retos y oportunidades. Por este motivo, me atrevería a decir que es un momento muy bonito, en el que hemos salido todos de la zona de confort y en el que se puede aportar mucho valor en todos los sentidos. Nos deberemos preguntar sobre los fundamentales de algunos de los activos más “clásicos” (oficinas, hoteles), sobre el potencial de nuevos activos que están en fase de definición (coliving, senior living, build to rent, data centers, etc.) o de consolidación (residencias de estudiantes, tercera edad, coworkings).

Hay incertidumbre sobre el momento de ciclo en el que nos encontramos después de la pandemia y tampoco existe una visión clara sobre cómo interpretar la macro y la inflación de los próximos años. Por todo ello, permitidme que no vaya de gurú por la vida tratando de decir qué tendencias han llegado para quedarse y cuáles no. Francamente, no lo sé.

Creo que las oportunidades inmobiliarias habrá que analizarlas activo a activo para que tengan sentido en sí mismas más allá de las megatendencias. Dicho eso, creo que dentro de unos años, cuando miremos hacia atrás y queramos interpretar las consecuencias de la pandemia, tengo bastante claro que habrá dejado una profunda huella en el inmobiliario y que muchas de las tendencias de los próximos años no se podrán explicar sin entender el impacto del COVID-19. Pero quizá me equivoco y dentro de unos años nadie se acuerda y todo sigue más o menos igual que en 2019.