



LA VIVIENDA Y SUS NUEVOS ENFOQUES

Equipo de Comunicación Económica

Para abordar la transformación del sector residencial, Observatorio Inmobiliario ha reunido el 31 de enero en Madrid a cerca de 200 profesionales de la promoción inmobiliaria, inversión, entidades financieras, tasadoras, aseguradoras, constructoras y demás agentes del sector, en el **Encuentro Inmobiliario «Vivienda: Nuevos Enfoques»**, que ha contado con la participación de ASPRIMA.irea, Sociedad de Tasación, Persuadis,VELTIS Rating, Slora seguros,ACR Grupo, Iberdrola Inmobiliaria, INBISA Inmobiliaria y Kronos Homes y con el apoyo en la zona de networking de Éxico Project Management. El Encuentro estuvo moderado por Javier Martín, director de esta publicación.

ENCUENTROS inmobiliarios

VIVIENDA: NUEVOS ENFOQUES

Organiza

OBSERVATORIO INMOBILIARIO DE LA CONSTRUCCIÓN

Con la colaboración de: **ASPRIMA**

Intervienen

irea **Sociedad de Tasación** **PERSUADIS** **VELTIS**

Slora **ACR Grupo** **IBERDROLA** **INBISA** **KRONOS**

Zona Networking patrocinada por: **Éxico**

Uno de los principales retos a los que se enfrenta el sector es, sin duda, el cambio de imagen, pero no el único. La carestía del suelo, la reducción de los plazos de concesión de licencias, la rebaja del coste edificatorio y de los impuestos o un nuevo marco jurídico más estable son algunos de los desafíos que apuntó el presidente de ASPRIMA, Juan Antonio Gómez-Pintado, en el transcurso del Encuentro Inmobiliario “Vivienda: nuevos enfoques”, organizado por *Observatorio Inmobiliario* el 31 de enero y que contó con la colaboración de la patronal de los promotores.

Y es que, después de un año y medio de recuperación parcial del sector, “hemos vuelto a caer en uno de los problemas endémicos que tenemos, y que no es otro que la falta de generación de suelo durante la crisis”, recalzó Gómez-Pintado. Ahora ciudades como Madrid, Barcelona o Málaga tienen una necesidad imperiosa de suelo finalista.



De izquierda a derecha: Juan Antonio Gómez-Pintado, presidente de ASPRIMA; Mikel Echavarren, CEO de Irea; Javier Martín, director de Observatorio Inmobiliario; Juan Fernández-Aceytuno, CEO de Sociedad de Tasación; Miguel Ángel Jiménez, socio consultor de Persuadis y Ricardo Antuña, presidente de VELTIS Rating.

Para mantener la estabilidad del mercado de la vivienda, es fundamental que la materia prima, el valor del suelo, se mantenga también estable y que los Ayuntamientos tengan la capacidad de poner suelo finalista en el mercado a través de los planes generales o, al menos, no paralizando la creación de grandes bolsas de suelo en aquellas capitales donde la iniciativa pública tiene mucha presencia.

Tomando como referencia el último estudio realizado por el Colegio de Arquitectos de Madrid, en donde se alerta que el consistorio madrileño tarda de media entre 9 y 12 meses para conceder una licencia de obra, el presidente de los promotores madrileños manifestó que este retraso supone "comerse" un tercio del ciclo (suele durar cuatro años), además de un coste en eficiencia, que después se traducirá en subidas de precio.

Sobre la necesidad de un marco jurídico más estable que no espante a los inversores nacionales y extranjeros, Gómez-Pintado mostró su confianza en que la Ley de Seguridad en el Urbanismo, en la que está trabajando el Ministerio de Fomento, "dote de las herramientas necesarias para que aquellas inversiones tengan la estabilidad jurídica suficiente para dar estabilidad al sector".

Según el presidente de los promotores, "vamos a asistir a una concentración de nuestro sector, similar al financiero, debido a que no hay más de siete entidades bancarias que tengan presencia en nuestro mercado ni muchas empresas que tengan capacidad para comprar suelo con fondos propios".

LA FINANCIACIÓN, ELEMENTO DECISIVO

También los cambios en el mercado residencial afectan a la financiación. "Hay una serie de nuevos factores que inciden en la financiación y en las mayores facilidades o dificultades que tendrán algunas empresas para financiar sus proyectos en los próximos años", manifestó Mikel Echavarren, consejero delegado de Irea. El primer factor es el acceso al suelo; estamos en un proceso de inflación producido por la propia subida de precios de la vivienda y por la ineficacia o inoperancia de algunos ayuntamientos que no permiten que se genere ese suelo. "Esto está produciendo una competencia feroz de quienes necesitan volumen, que se corresponde con las empresas que han dicho que van a salir a bolsa, y de aquellas que han prometido que van a tener volumen", destacó Echavarren.



Sin ser alarmista, recalzó, "se abre la etapa de cometer errores", aunque, matizó, "no hay que buscar paralelismos con la burbuja". Según este experto, "no hay prácticamente transacciones bilaterales de grandes suelos, todo son subastas". Además, existen más incertidumbres que



EL CLIENTE, EN EL CENTRO DE LA EXPERIENCIA

El marketing inmobiliario también fue objeto de debate en el encuentro "Vivienda: nuevos enfoques". "Dentro del proceso de compra de una vivienda es básico poner al cliente en el centro de la experiencia", esgrimió Miguel Ángel Jiménez, socio consultor de Persuadis. A este respecto, debe pasar por una serie de fases: un momento de observación que sirva de impacto para el cliente, una toma de decisión que le lleve a comparar entre las distintas opciones en el mercado y una fase en la que elige y donde es importante que la empresa sepa distinguirse de la competencia. "La experiencia también es vital para las promotoras puesto que desde que un cliente compra una vivienda sobre plano hasta que se entrega pasa un año y medio o dos años", explicó Jiménez. En este sentido, hay que escuchar a la demanda, qué producto busca y cuánto está dispuesto a pagar.



LA HETEROGENIDAD DEL MERCADO DEL SUELO

Por su parte, el consejero delegado de Sociedad de Tasación, Juan Fernández-Aceytuno, apeló por una autorregulación de las sociedades de tasación y que sean éstas quienes pongan estándares a un nivel superior que las impuestas por la propia legislación.

El recalentamiento del mercado del suelo también se percibe en capitales como Madrid y Barcelona. Partiendo de que, como argumentó Fernández-Aceytuno, el valor del suelo depende del precio de la vivienda y no al revés, sus incrementos no sólo complican la compra de suelo sino que se va a unos niveles de repercusión por encima del 47%.

Entre otras estrategias de marketing, el representante de Persuadis, sugirió realizar campañas de proximidad bien a través de internet o con *beacons* o pequeños dispositivos instalados en vallas, casetas de ventas o solares que transmiten señales por Bluetooth 4.0.

LA GESTIÓN DEL RIESGO

La última intervención del primer panel de expertos giró en torno a la gestión del riesgo en la promoción inmobiliaria residencial, un tema que se está abriendo camino en

afectan a este mercado; por ejemplo, se están pagando repercusiones que absorben directamente el incremento de los precios de vivienda sin tener en cuenta que están subiendo muy aceleradamente los costes de construcción. "Ese aumento de costes debería servir de freno al incremento de las repercusiones y no está siendo así", dijo Echavarrén.

Con respecto al mercado de alquiler residencial, el consejero de Irea argumentó que sufre un recalentamiento inusual y está llegando a unas rentabilidades (entre el 5 y 10%) que no son normales. ¿La solución? "Poner suelo gratis para hacer vivienda social en alquiler", concluyó.

Para finalizar, y gracias al trabajo de los 900 profesionales de Sociedad de Tasación, su consejero presentó, a través de un mapa del tiempo, las situaciones que a nivel autonómico y local reflejan la heterogeneidad del mercado del suelo.



De izquierda a derecha: Víctor Tapias, director general inmobiliario de Slora; Eduardo Martín, director comercial de Éxico Project Management; Javier Martín, director de Observatorio Inmobiliario; Benito Peinado, director de promoción residencial y urbanismo de Iberdrola Inmobiliaria; Manuel Balcells, director general de INBISA Inmobiliaria; David Botín, director de promoción inmobiliaria de ACR Grupo, e Ignacio Ocejo, socio de Kronos Homes.



nuestro sector. Ricardo Antuña, presidente de VELTIS Rating, primera plataforma de calificación inmobiliaria, aportó las claves para conocer qué riesgos se asumen a la hora de adquirir un activo.

“El problema no es el riesgo, sino el desconocimiento”, señaló Antuña. Y es que, en toda inversión existe riesgo y gracias a ello los inversores pueden optar a menores o mayores beneficios. El riesgo es aquello que define a un negocio, esto es, lo que lo diferencia de otro con similares características. “Es por ello”, según el representante de Veltis, “que la clave para una buena inversión está en conocer los riesgos, entenderlos y saber gestionarlos”.

En el sector inmobiliario existen muchas operaciones pero cada una de ellas tiene una estructura de riesgos específica. Por consiguiente, “no se debe operar con rendimientos medios o esperados, sino con específicos de cada activo”, matizó Antuña.

SEGUROS QUE AYUDAN A VENDER VIVIENDAS

Tras el tiempo de networking, patrocinado por Éxico Project Manage-



ment, Víctor Tapias, director general inmobiliario de Slora, presentó el primer seguro dirigido al sector que protege la vivienda nueva ante pérdidas económicas graves o eventuales del comprador.

“Con este seguro, la promotora aporta seguridad y tranquilidad a sus compradores en el mayor momento de incertidumbre, esto es, desde la firma del contrato hasta la entrega de llaves”, sostuvo Tapias.

Esta empresa, que recientemente ha firmado un convenio con la APCE y ya trabaja para promotoras como Neinor Homes o Vía Célere, establece como límites para suscribir el seguro un millón de euros por vivienda y que el titular tenga menos de 80 años. Además, cada promoción tiene un precio de cobertura diferente porque sus características también son distintas.



En definitiva, son seguros incorporados al precio de la vivienda que ofrece el promotor a su cliente para que éste pueda estar tranquilo de que, suceda lo que suceda, los pagos estarán garantizados. Una gran aportación al cliente y una gran herramienta diferencial que ayuda al el promotor en la comercialización de las viviendas.

EXPERIENCIAS DE PROMOTORES

La jornada tuvo como cierre una mesa redonda integrada por David Botín, director de promoción inmobiliaria de ACR Grupo; Benito Peinado, director de promoción residencial y urbanismo de Iberdrola Inmobiliaria; Manuel Balcells, director general de Inbisa Inmobiliaria e Ignacio Ocejo, socio de Kronos Homes.

En la misma se han aportado opiniones y experiencias acerca de la

evolución de negocio en la promoción inmobiliaria, el nuevo marco de relaciones con el cliente a lo largo de todo el proceso (desde la concepción del producto a la postventa), los productos adaptados a una demanda cada vez más exigente, o la innovación tecnológica en el sector, entre otros temas.

Mientras que Botín y Peinado coincidieron en que el modelo de negocio está en una adaptación permanente, Balcells defendió que ha cambiado, pero sólo en parte. Tres son los cambios que Ocejo destacó durante su intervención: el de los

players del mercado, el del cliente, que cada vez valora más el diseño y la arquitectura en la vivienda, y el del sector financiero, un mercado más sano a su entender.

Por lo que respecta a la relación con el cliente, ésta mucho más exigente desde el punto de vista tecnológico, destacaron los participantes en la mesa. El cliente ya no desaparece cuando compra la vivienda sobre plano sino que se muestra interesado por el proceso constructivo. Un cliente todavía de reposición que pronto será sustituido por otro, de momento desconocido por el sector. [()]