

El dato

Los españoles están dispuestos a cobrar menos por un trabajo mejor
2008

76% de los españoles están de acuerdo con esta afirmación

Países en los que los trabajadores están más dispuestos a llevar a cabo esta acción

- IRLANDA
- SUIZA
- ITALIA
- EEUU
- REINO UNIDO
- CANADÁ

FUENTE: MONSTER



La frase

«Gran parte de la recesión de la automoción en el mundo viene del alza del petróleo»

Carlos Goshn

PRESIDENTE DE RENAULT-NISSAN



El producto

Una hipoteca que resta décimas al euríbor

Caixa Sabadell ha lanzado la denominada Hipoteca Rebajas de Primavera, que permite a los promotores inmobiliarios con promociones financiadas por la entidad ofrecer a sus compradores tipos de interés por debajo del euríbor actual durante los primeros tres o cinco años.

El producto es fruto de un convenio entre la caja de ahorros catalana y los promotores que, teniendo en cuenta el momento difícil del mer-

cado inmobiliario, ven incentivada la compraventa en unas condiciones más favorables para el comprador. En la modalidad trienal, los intere-



ses se sitúan entre el 3,25% y el 4% según el año; mientras que en la quinquenal, están entre el 3,25% y el 4,25%. En ambos casos, el cliente se ahorra un 24%. En caso de que el tipo para los tres o cinco años primeros sea superior al pactado para el resto de la hipoteca, la entidad aplicará el más favorable.

Zona franca

GONZALO Bernardos

DIRECTOR DEL MASTER INMOBILIARIO DE LA UB



Cambio piso

En la actualidad, especialmente en grandes ciudades, hay familias con un significativo poder adquisitivo insatisfechas con su vivienda. Los progenitores son profesionales consolidados, dispuestos a ahorrar y les gustaría cambiar su piso por otro más grande y mejor ubicado. No obstante, la mayoría no se atreve. Nadie compra el nuevo sin haber vendido el antiguo, ya que no creen que pueda venderse de forma rápida y sin un gran descuento sobre el precio deseado.

Hay que ver cómo cambian los tiempos! De 1998 al 2005 sucedía lo contrario. La prioridad era comprar el nuevo, antes de que su precio subiera más. Si se adquiría sobre plano, se mantenía el antiguo hasta tres o seis meses antes de la entrega de la vivienda comprada. El motivo era muy sencillo: la adquisición se efectuaba al precio del pasado y la venta al actual. Una magnífica estrategia y un fantástico negocio. Inclu-

Recomiendo a los promotores que canjeen viviendas antiguas por nuevas

so, si el tiempo transcurrido entre ambas operaciones se acercaba a los dos años, el cambio de piso podía salir casi gratis.

¿Qué pueden hacer los promotores para modificar la actual tendencia? Una buena opción es el alquiler con opción de compra, especialmente para viviendas con una superficie superior a los 100 metros y una adecuada ubicación. Con ella desaparece el miedo al cambio, ya que puede ofrecer al nuevo inquilino hasta cinco años para vender la vivienda de su propiedad. Así, la desconfianza del demandante se transforma en seguridad, el promotor obtiene unos ingresos extra vía alquiler y, además, la seguridad de que los pisos arrendados serán vendidos en el futuro a su inquilino actual. Ninguna familia que ha probado lo exquisito (el nuevo piso) quiere volver a lo común (el antiguo). Si así lo hiciera, su entorno lo observaría como un fracaso. Y a nadie le gusta fracasar.

No obstante, hay algunos promotores que necesitan liquidez y no pueden ofrecer provisionalmente sus pisos en alquiler. Indudablemente, su situación es complicada por la desaparición de la demanda de mejora. Dadas las circunstancias, mi recomendación es clara: acepte un canje de pisos. Es decir, venda el nuevo a cambio del antiguo y unos miles de euros. En los tiempos que corren, más vale poco que nada.

Entrevista

José María Dot ▶ Presidente de Liberty Seguros

«El sector se parará este año»

La especialización en pólizas de automóvil es la clave para que esta compañía crezca a pesar de que el mercado se haya estancado por el desplome de las ventas de vehículos

FRANCISCO J. DE PALACIO
MADRID

–Parece que a Liberty Seguros le gusta apoyar las causas nobles (discapitados) y ahora lanza la póliza CO2. ¿Se trata de una estrategia comercial?

–La emisiones de CO2 son un problema que tiene que ver con el automóvil. Está muy cercano a nuestra especialización en seguros. Además hay ciudadanos que también están preocupados y no saben qué hacer. Génesis –empresa del grupo– une ambas cosas y ayuda a los clientes a calcular cuánto CO2 emite su coche y, si quiere, a compensar esas emisiones a través de su póliza con inversiones medioambientales. No lo hacemos para ser más rentables.

–¿Qué acogida ha tenido la póliza CO2 entre sus clientes?

–La semana pasada se mantenía la tendencia de que más del 50% de los que contratan la póliza por internet se apunta a compensar sus emisiones. Va muy bien.

–¿Qué ventajas tiene estar especializado en automóvil y en hogar?

–Venimos subiendo bastante por encima del mercado del ramo del automóvil todos los años. En el 2007, crecimos el 7,5% frente al 2,7% del mercado. Con la caída de las ventas de vehículos, el sector crecerá en torno al 0%. En el primer trimestre ha subido solo un 1,5%, pero nosotros el 5,5%.

–¿El futuro del seguro es la especialización?

–Si segmentas el mercado y eres capaz de hacer ofertas para cada segmento sueles dar en la clave.

–¿Está cambiando el sector?

–En Polonia se vende tres veces más coches de segunda mano que nuevos. En Alemania ahora también se venden más de segunda



JUAN MANUEL PRATS

Guerra de precios

▶▶ José María Dot, en su despacho, en Madrid.

Este barcelonés de 59 años está convencido de que el seguro del automóvil está cambiando. La guerra de primas está llegando a su fin y, aunque aún hay margen para bajar los precios, la revisión del baremo de indemnizaciones frenará el descenso. Liberty Seguros espera crecer de nuevo por encima del mercado.

mano. Esto te hace cambiar radicalmente tu estrategia a medio plazo. También en Alemania y en Polonia hay pólizas a menor precio porque se ofrece una reparación con piezas homologadas pero de marca blanca y en talleres concretos. En España, el año pasado ya empezó a venderse un poco más de segunda mano que nuevos y, con la crisis, aumentará.

–¿Cuándo parará la guerra de precios en el seguro del automóvil?

–Aunque el mercado del automóvil va a crecer este año un 0%, los resultados del sector son buenos y hay dinero para invertir. Además las compañías somos capaces de ajustar más el precio. También la accidentabilidad ha caído tanto en número como en la gravedad. Estamos en el límite pero aún este año veremos descensos. Aunque, con la inflación en el 4%, hay que palparse la ropa, mucho más si el baremo de indemnizaciones se revisa, ya que tendrá

impacto en el precio de las primas.

–Entonces ¿la revisión del baremo subirá los precios?

–El baremo relaciona los daños que ha sufrido el accidentado con la indemnización. Si sube, deberán subir las primas. Será el fin de las bajadas de precios. La pregunta del millón es cuándo se revisará. Este año se puede llegar a un acuerdo y aplicarlo el que viene.

–Liberty Mutual es ya la quinta compañía de EEUU tras la compra de Safeco ¿Hacia dónde va?

–Hay claramente un deseo de abrir en otros países. Abrimos Polonia y Turquía. Estamos viendo, con todas las gafas puestas, qué oportunidades hay en Europa. En el Este hay opciones porque son mercados poco maduros. En China hemos entrado a través de una operación con un banco y en la India estamos a punto de cerrar un acuerdo. =