

Opinión

Confianza sin beneficios,
y círculos cuadrados

VISIÓN PERSONAL

Juan Despierto

No es el momento para los grandes beneficios", dijo Zapatero en televisión el otro día. Desde luego, amado presidente: no hay más que ver los tristes resultados que anuncian últimamente casi todas las empresas en todo el mundo, y los consiguientes descalabros bursátiles. ¿Ah, que no quería decir eso ZP, sino que pedía que los empresarios moderen sus beneficios, porque piensa nuestro gran prócer que sería malo para la economía que ganasen mucho dinero en estos tiempos de crisis? Pues en ese caso, presidente, parece que no haya dedicado usted todavía esas dos tardes a recibir las clases de economía elemental que le prometió en su día Jordi Sevilla. Porque si algo haría mejorar en los agentes económicos esa "confianza" que también pidió usted en su comparecencia televisiva para superar la crisis económica sería, precisamente, que hubiese sustanciosos beneficios empresariales, pues con ellos subiría la bolsa y la recuperación económica estaría mucho más cercana.

Cierto es que a las gentes de izquierdas nunca les han gustado demasiado los beneficios de las empresas, y seguramente en esa clave haya que entender palabras tan contrarias al interés económico de España, pero del agrado de muchos votantes de Zapatero, como ésas de su líder máximo en contra de los "grandes beneficios". Y cierto es también que, si en tiempos pretéritos, en esas épocas cuya "memoria histórica" quiere recuperar ZP, las personas de izquierdas consideraban los beneficios del capitalista directamente "un robo", ahora tienen una actitud más ambivalente y contradictoria ante ellos. Porque saben que cuando las empresas no ganan dinero vienen malos tiempos para la lírica. Pero sigue jorobándose, es de suponer que por envidia, que haya empresarios que se forren gracias a su esfuerzo, talento y buen hacer. Y por ello, muchos zurdos en materia de ideas políticas siguen sosteniendo que para obtener grandes beneficios es imprescindible "aprovecharse" de los demás, cuando no lisa y llanamente depauperarlos.

Pues ya es hora de que se vayan enterando: salvo prácticas gangsteriles que infringen el código penal, o monopolios abusivos que en nuestra sociedad suelen ser, asimismo, contrarios a la ley, los grandes beneficios son signo de excelencia empresarial, y son buenos para los empleados, clientes, proveedores y acreedores de las empresas, así como para la salud global de la economía. También para el fisco (es decir, para Hacienda-somos-todos), que con ellos recaudará más impuestos. Y crean más confianza en los agentes económicos que cien declaraciones "zetapéricas" pidiéndonos que confiemos y consumamos.

En todo caso, presidente, no se preocupe. Si en ciertas épocas y lugares puritanos en cuestiones de sexo se decía con sorna eso de que "aquí fo... no es pecado, es milagro", algo parecido sucede con los "grandes beneficios" empresariales en medio de esta tremenda crisis económica que usted fue el último español en reconocer que existía: lograrlos sería un milagro (salvo que fuese pecado, por haberse conseguido a base de contabilidad creativa). O bien sí, preocúpese y mucho, porque tratar de que mejore la confianza en la economía, pero sin que crezcan los beneficios de las empresas, es algo parecido a intentar cuadrar el círculo, empeño que históricamente se ha llevado por delante a quienes se han empeñado en lograrlo.

¿Dónde está la demanda de viviendas?



ANÁLISIS DE ACTUALIDAD

Gonzalo Bernardos

Para un gran número de profesionales del sector inmobiliario, ésta es la pregunta del "millón de dólares". Los pesimistas opinan que ha desaparecido y tardará mucho tiempo en regresar; por el contrario, los optimistas estiman que está escondida y pronto volverá a aparecer. Desde mi perspectiva, ambos tienen razón. Incluso, me atrevería a añadir una tercera clase de demanda: la ahogada.

La desaparecida es la generada en el pasado por los especuladores y por los extranjeros, ya sea llegados a España para trabajar o disfrutar de su cálido clima y sus magníficas playas. La escondida es la formada por algunas parejas jóvenes e inversores patrimonialistas. Finalmente, la ahogada, es la denominada demanda de mejora, la que pretende cambiar de piso con la finalidad de disfrutar de una mayor superficie y una mejor ubicación.

Las parejas jóvenes susceptibles de adquirir una vivienda en los próximos meses son aquellas que tienen un trabajo estable y pueden pagar la cuota hipotecaria resultante con el 35% de la suma de sus salarios netos. Aunque cumplan estas dos condiciones, la mayoría tiene un serio problema: no dispone del ahorro necesario para sufragar el 30% del coste del piso no financiado por el correspondiente caja o banco. Ante esta tesitura, el promotor no puede quedarse cruzado de brazos y lamentar su mala suerte, sino que debe buscar soluciones. Una de ellas puede ser la venta a plazos, disfrazada en algunas ocasiones en la publicidad como alquiler con opción de compra.

Alquiler

En esta opción, el vendedor se compromete a que todos los pagos efectuados por el comprador en concepto de "alquiler" durante el periodo acordado (por ejemplo, dos o tres años) sean descontados del importe final a sufragar por éste. En contraposición, el "inquilino" acepta abonar una entrada (por ejemplo, 9.000) en el momento de firmar el contrato y pagar una penalización (por ejemplo, 30.000) si no adquiere la vivienda en el plazo inicialmente fijado. Según mi opinión, es una solución positiva para ambas partes. El promotor prácticamente asegura la venta de las viviendas en el futuro y obtiene un poco de liquidez en el presente. La pareja puede disfrutar en la actualidad de una re-



sidencia casi de propiedad por el importe de un alquiler. Además, el dinero mensual abonado no ha sido desperdiciado, sino que ha servido para pagar poco a poco la adquisición de la vivienda deseada.

En la actualidad, algunos inversores patrimonialistas piensan que ya ha llegado el momento de volver a comprar inmuebles. Dos son los principales motivos: el precio de la vivienda y el tipo de interés han bajado notablemente en relación a los observados a finales de 2006 (no hagan el mínimo caso a la estadística del Ministerio de la Vivienda, no se lo merece).

Precio de mercado

No obstante, son extremadamente selectivos en sus adquisiciones. Buscan viviendas con una relativamente céntrica localización, bonitas o fácilmente convertibles en preciosas, y con un importe de venta sustancialmente por debajo del precio de mercado. Para atraer a los inversores patrimonialistas, podría ser un adecuado anzuelo garantizarles durante los próximos tres años una rentabilidad neta vía alquiler del 5%. Dado el actual y próximo tipo de interés hipotecario, dicha cifra les aseguraría la realización de un buen negocio durante los próximos ejercicios.

La demanda de mejora es prácticamente inexistente y está ahogada por la de primer acceso a la propiedad. Está formada por familias que pretenden comprar una vivienda mejor, pueden permitírselo, pero necesitan que alguien les adquiera el piso donde actualmente viven. No pueden recurrir a la hipoteca para cambio de vivienda porque, aunque ésta continúa existiendo, las entidades financieras no se la conceden prácticamente a nadie (es un

producto olvidado). Además, no quiere arriesgarse. Es decir, vender su piso actual con descuento (única manera de hacerlo), trasladarse de alquiler y esperar que el precio de las residencias deseadas se ajuste a su presupuesto.

Una solución para "salvar" a esta demanda y reactivar las ventas sobre plano consistiría en que la empresa promotora le asegurase a la familia la percepción de un adecuado precio por su piso actual, si le compra a ella uno nuevo. Este ofrecimiento debería completarse con la imposición de tres condiciones: la puesta en venta de forma inmediata de la vivienda usada, el traslado a una residencia de alquiler si ésta es vendida antes de la que nueva esté completamente acabada y la percepción por parte del promotor del dinero recibido por la venta en concepto de pago a cuenta. En contraprestación, durante el tiempo que sea necesario, éste pagará el alquiler de la vivienda donde provisionalmente residirá la familia.

En definitiva, no existe una demanda tan elevada como hace tres o cinco años, pero haberla hay: escondida o ahogada. En esta nueva fase del mercado, los promotores y propietarios de viviendas deben ser realistas (ajustar aún más los precios), emplear técnicas de ventas imaginativas y desarrollar un marketing sustancialmente diferente al que efectuaron durante el último "boom" inmobiliario. Pero, sobre todo, concienciarse de una realidad: los compradores no hay que esperarlos, sino ir a buscarlos o, incluso, crearlos.

Comisionado de Recursos Económicos de la Universidad de Barcelona

De internet al papel

Mercadona ya no me quiere
www.expansion.com/opinion

"Soy cliente habitual de Mercadona, pero estoy viendo desaparecer muchas marcas buenas, aunque mas caras, pero mas buenas. A mi no me van a imponer comprar lo que ellos quieran vender, si no que yo comprare lo que me gusta y pago. Si no hay en Mercadona, pues iré a otro súper que haberlos los

hay. Lo siento, señor Roig, pero esta perdiendo usted un buen cliente". (Berni)

Los informes económicos de Solbes prevén ya la recesión más larga de la historia
www.expansion.com/economia-politica

"Esta crisis la tendría que solucionar un gobierno competente y no este gobierno de la farándula y el espectáculo que hemos

votado los españoles, que ha pasado en seis meses de decir que estamos en una ligera desaceleración económica a estar en una recesión de caballo. ¡Viva la previsión! Que se equivoquen en las estimaciones estamentos de fuera se puede entender, pero un gobierno de una nación que maneja todos los datos habidos y por haber, no. Pues que Dios nos pille confesados

porque estos para gastar son especialistas y pueden dejar España como un solar como no cambien de política." (eolo)

Bruselas pone los deberes a Zapatero tras ver su 'plan-E'
www.expansion.com/economia-politica

"El problema de España es estructural que no coyuntural y nos lo vienen diciendo por activa y por pasiva. El problema es un sistema

educativo deficiente que conlleva baja productividad y nula competitividad. Los españoles trabajamos más horas para producir menos. Además hay una ausencia absoluta de cultura en general y empresarial en particular. El nivel de nuestra clase política es fiel reflejo del nivel de nuestra sociedad. Eso sí, nos vestimos de Gucci y D&G." (msunyer)

Fe de errores

Las firmas Héctor Serrano Studio, Miñarro García y Javier Esteban logran 10.000 libras (10.635 euros) por el segundo premio en el concurso para diseñar el nuevo autobús de Londres. En un artículo del 27 de enero, se convertía de forma incorrecta el volumen del premio, al cifrarlo en 10.635 millones de euros.

En esta sección publicaremos los mejores comentarios a noticias publicadas en www.expansion.com