

Solo para profesionales

El ciclo inmobiliario que ya ha comenzado se presenta con más riesgos y menos oportunidades

GONZALO
Bernardos



En la actualidad, el mercado residencial está en recesión. La elevada oferta de viviendas, un menor número de transacciones y la disminución del precio de algunos pisos son los principales indicadores visibles del nuevo ciclo. No obstante, un elevado número de promotores, intermediarios y propietarios no son conscientes de esta transformación. Un grave error que puede conllevarles indeseables consecuencias. En ninguna tipología de activo (acciones, bonos), la estrategia adecuada en una coyuntura alcista es similar a otra de carácter bajista. Por tanto, el cambio de estrategia ya no es una opción, sino una necesidad.

En el caso de los promotores, el principal cambio debería consistir en priorizar las ventas al precio obtenido. Su aplicación implicaría la disminución de los precios de los

pisos de las promociones en las que el ritmo de comercialización es notablemente inferior al previsto. El principal objetivo sería minimizar, una vez finalizada la promoción, el estoc pendiente de venta y reducir los pagos a efectuar a bancos y cajas.

EN EL NUEVO ciclo inmobiliario sería conveniente que los promotores redujeran el riesgo propio de su actividad, especialmente aquellos que tienen crecientes dificultades para sufragar los préstamos contraídos con la liquidez obtenida mediante la venta de viviendas. Una adecuada estrategia consistiría en la enajenación de solares urbanos y la adquisición de terrenos en régimen urbanizable. Su implementación permitiría al promotor obtener una elevada plusvalía, reducir su deuda y cambiar suelo actual por futuro.

Una mayor diversificación geográfica de las propiedades también debería formar parte de la nueva estrategia. Estas no deberían concentrarse en una zona o población determinada, sino abarcar un significativo número de localidades y dis-



MARIA TITOS

El cambio de coyuntura obligará a las agencias intermediarias a transformarse o morirán

tintos segmentos de mercado. Y adecuada sería la adquisición de solares en el extranjero. Si el perfil del promotor es de elevado riesgo, el destino preferente de sus compras debería ser Europa del este. Si es conservador, sería conveniente que realizara operaciones en países de la zona euro (Alemania y Portugal).

El cambio de coyuntura observado en el mercado residencial obligará a numerosas agencias intermediarias a afrontar un complicado dilema: transformarse o desaparecer. La gran disminución de las transacciones prevista para el periodo 2007-09 puede hacer que desaparezcan la mitad de los intermediarios actuales. A diferencia de la etapa precedente, los pisos ya no se compran, sino que deben venderse, no estando preparados un significativo número de agencias para este reto.

En la nueva coyuntura, la captación de producto dejará de ser clave. El marketing se orientará más hacia la demanda que respecto a la oferta y aparecerán programas de fidelización del cliente dirigidos especialmente a inversores. La figura del

vendedor caerá en declive y emergerá la del asesor inmobiliario. Ya nadie dirá «bueno, bonito y barato» por un piso con un deplorable estado, una horrorosa distribución y un precio increíble. La oferta de las agencias intermediarias aumentará y, además de los pisos ubicados en su proximidad, incluirá promociones desarrolladas en distintos mercados extranjeros.

DESDE AHORA, los propietarios deberían ser conscientes de que su piso ya no vale más que el de su vecino, aunque pueda estar mejor conservado. Él lo vendió en una coyuntura alcista en la que el comprador lo sobrevvaloró. Este pagó más de lo que quizá era razonable. En cambio, en la actualidad, prácticamente nadie comete esa equivocación. Por eso, si necesita obtener liquidez, debe realizar una atractiva oferta y quizá venderlo por debajo de su valor. Los adquirentes por motivo de uso son escasos, los inversores prácticamente inexistentes y la venta de un piso requiere de un «gancho». Y no hay otro mejor que un atractivo precio.

En definitiva, un nuevo ciclo inmobiliario, una distinta manera de operar, más riesgos y menos oportunidades. Solo apto para profesionales, abstenerse aficionados. **Director del máster en Asesoría y Consultoría Inmobiliaria de la UB**

Reportaje

Problemas de competencia en la Unión Europea

Música por las nubes

Bruselas acusa a Apple y a grandes compañías discográficas de inflar las tarifas de las descargas

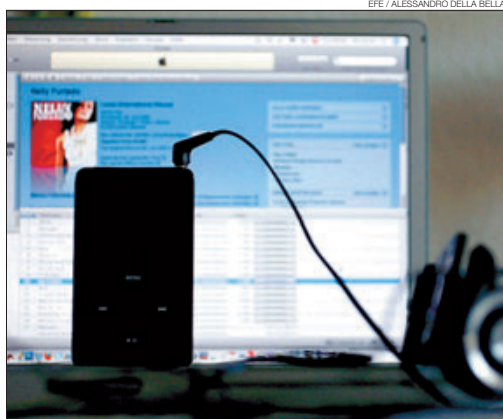
SILVIA MARTÍNEZ
BRUSELAS

La Comisión Europea cree que las principales compañías discográficas y la empresa informática Apple mantienen un acuerdo «restrictivo» que obliga a los consumidores que quieren comprar canciones en la tienda virtual iTunes a hacerlo solo en su país de residencia, lo que limita la capacidad de elección de música, su precio y hasta podría violar las normas antimonopolio de la Unión Europea. Una situación que Bruselas denunció ayer a través del envío de un pliego de cargos. Las empresas tienen dos meses de plazo para responder a las acusaciones de la comisaria de Competencia, Neelie Kroes.

Quejas de los británicos

La investigación fue iniciada hace más de dos años a raíz de una denuncia de la asociación de consumidores del Reino Unido. Durante este proceso, la Comisión Europea comprobó, según señaló ayer el portavoz de Kroes, Jonathan Todd, que las empresas inflan los precios en algunos de los Estados miembros que no utilizan el euro.

Concretamente, mientras en los países de la eurozona quien quiera descargarse una canción de la tienda virtual de Apple debe abonar 99 céntimos de euro, en otros Estados



EFE / ALESSANDRO DELLA BELLA

►► Copia ► Un usuario traspasa música del ordenador al iPod.

► **PRECIOS**
Las empresas hacen pagar más a los compradores cuya divisa no es el euro

► **LOCALIZACIÓN**
La tarjeta de crédito del cliente delata cuál es la moneda de su país

miembros como Dinamarca la canción sale por 1,074 euros y por 1,17 en Reino Unido.

A esto se suma el hecho de que un británico o un danés lo tienen muy difícil para comprar una canción de la tienda virtual de España o Francia porque se les obliga a pagar con una tarjeta de crédito domiciliada en el país en el que intentan hacer la descarga. «Los consumidores están restringidos en su elección

de dónde comprar música y consecuentemente sobre la música disponible y su precio», advirtió ayer la Comisión, subrayando que iTunes verifica el país de residencia del consumidor a través de los detalles de su tarjeta de crédito.

Lo que no quiso la Comisión fue entrar en detalles sobre qué grandes discográficas están implicadas en este nuevo asunto de competencia, aunque varios diarios como el *International Herald Tribune* y el *Financial Times* mencionaban ya ayer a EMI Group, Warner Music, Universal Music y Sony/BMG.

Audiencia previa

Las empresas tienen ahora dos meses de plazo para defenderse de las acusaciones de la Comisión Europea por escrito, aunque según reconoció ayer el portavoz de Kroes tienen derecho a solicitar una audiencia oral para exponer su caso, lo que suele tener lugar aproximadamente un mes después de responder a los requerimientos de información.

Según el procedimiento comunitario, la Comisión Europea solo podrá adoptar una decisión final después de haber escuchado a las compañías implicadas. De probarse las alegaciones, Apple y las discográficas podrían ser multadas con hasta el 10% de sus respectivas facturaciones anuales. **►►**

El producto

Un mando para las presentaciones



Targus, fabricante de maletines para portátil y accesorios, ha lanzado al mercado el Voice Recording Presenter. Se trata de un dispositivo multifuncional especialmente diseñado para tener un control total de las presentaciones realizadas con la aplicación Power Point de Microsoft. El mando permite grabar la presentación, tiene puntero láser y admite tarjetas de memoria SD. Su precio en el mercado es de 60 euros.

Divisas

1 dólar vale	1 euro vale
0,7486 €	1,3358 \$
Reino Unido 0,67610 libras	Pakistán 81,1565 rupias
Suiza 1,6275 francos	Marruecos 11,1788 dirhams
Suecia 9,3631 coronas	Filipinas 64,018 pesos
Rusia 34,7150 rublos	Brasil 2,74050 reales
Rumanía 3,3400 leus	Colombia 2,931,32 pesos
Japón 158,53 yenes	Argentina 4,14740 pesos
China 10,3277 yuans	Perú 4,25510 soles