

El Ibx 35

Aumenta el volumen de negocio del alquiler de oficinas



3.850 MILLONES DE EUROS

CRECIMIENTO ANUAL DEL... **7,2%** (PERIODO 2004-2007)

REPARTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO

| | |
|---|--|
| Madrid concentró en el 2007 más del... | Barcelona concentró en el 2007 más del... |
| 57% | 26% |

FUENTE: DBK

La frase

«Estamos muy vigilantes sobre las tasas de cambio y la tendencia al alza del euro»

Jean-Claude Juncker

PRESIDENTE DEL EUROGRUPO



El producto

Bankinter ofrece banca en el móvil con móvil

Bankinter comercializa desde ayer servicios de telefonía móvil de la mano de la operadora virtual KPN, con los que los clientes del banco podrán acceder a sus cuentas desde el terminal. La clave de la oferta es una tarjeta SIM de contrato, con llamadas a 14 céntimos por minuto y gratis para el número al que se haya llamado más veces en el mes, y en la que se han instalado las aplicaciones bancarias. La oferta no

exige horarios, ni contrato de permanencia ni consumo mínimo, y presenta dos modalidades, según la intensidad de consumo del cliente,

bankinter.

que puede llegar a una tarifa plana de voz, mensajes y datos de 99 euros al mes, con límites de consumo muy elevados.

Zona franca

GONZALO **Bernardos**

DIRECTOR DEL MASTER INMOBILIARIO DE LA UNIV. DE BARCELONA



Soluciones

En España sobran viviendas. No pocas, sino muchas. A finales del 2008, probablemente el exceso de oferta se aproxime al millón de pisos. Los promotores quieren vender, pero no pueden. Aunque los ciudadanos siguen deseando vivir en una residencia de su propiedad, prácticamente nadie está dispuesto a comprar, pues la mayoría no puede pagar el precio demandado. El resultado: no existe liquidez en el mercado.

Esta situación está afectando de forma muy negativa a la economía española. Aunque la mayoría de promotores tienen un elevado patrimonio, este no lo pueden transformar en dinero porque no consiguen colocar sus activos en el mercado. Sus ingresos bajan, pero no lo hacen los intereses que deben pagar por la deuda contraída. Una significativa parte de los mismos, si las ventas no se reactivan, probablemente abandone la actividad en los próximos meses. Si así sucede, el

La Administración debe procurar que se absorba la vivienda existente

paro aumentará en una elevada medida y la economía española entrará progresivamente en una larga fase de estancamiento. De forma directa o indirecta, todos saldremos perdiendo.

Este marco hace muy conveniente la intervención de la Administración. En el corto plazo, su misión no debería consistir en estimular una mayor construcción de viviendas, sino en procurar la absorción de una gran parte del exceso de oferta existente. Es decir, generar liquidez en el mercado residencial. ¿Cómo? Por una parte, llegando a acuerdos con promotores, localidad por localidad, para que estos bajen sustancialmente los actuales precios. Por otra, subvencionando la adquisición de vivienda a través de garantizar al comprador el pago de una determinada cuota hipotecaria durante cinco o diez años. Es decir, fuera cual fuera el tipo de interés de referencia del BCE, el de las nuevas hipotecas se mantendría invariable en el 2,5%.

Si la actuación de la Administración tuviera éxito, permitiría acceder a la compra a numerosos jóvenes, posibilitaría la supervivencia de un significativo número de promotores, evitaría la desaparición de empleos en el sector de la construcción, reduciría la duración de la crisis inmobiliaria y generaría un mayor crecimiento de la economía española. ¿Vale la pena intentarlo?

Reportaje

La cita mundial de la alimentación

Innovación a toda leche

La industria agroalimentaria adapta sus productos con velocidad a las nuevas tendencias de los consumidores. El sector lácteo demuestra en Alimentaria que es uno de los punteros

SALVADOR SABRIÀ
BARCELONA

Leche con extractos para reducir el colesterol, para ayudar a la relajación, con gustos añadidos. Quesos cada vez más ligeros de grasa, con todo tipo de especias, o que han recuperado productos que casi eran rechazados hace unos años, como los de leche de cabra. Leches infantiles en polvo con preparados para evitar al máximo las alergias en el primer año de vida del bebé. Estas son algunas de las novedades que se han presentado en esta edición de Alimentaria, en el que la innovación tiene un papel muy destacado, sobre todo en el sector lácteo, representado en el salón Interlact o en las múltiples propuestas basadas en esta materia prima que optaron a los premios Innoval.

La organización de Alimentaria define a Interlact como «el salón más vanguardista» del certamen, y el presidente de este salón y de Danone, Javier Robles, está convencido de que es fundamental para el progreso del sector «la diferenciación, la calidad y la aportación de valor identificable por el consumidor a través de la adaptación a sus nuevos hábitos de consumo, de compra y de su estilo de vida».

Nuevas tendencias

Todos los estudios y encuestas sobre las tendencias del consumidor apuntan a que los tres principales criterios al alza a la hora de decidir la compra son la alimentación saludable, el placer y la practicidad. Y la industria agroalimentaria puntera intenta adaptarse lo más rápidamente posible a estos tres parámetros.

Un ejemplo de ello lo dio ayer en Alimentaria la filial española de la multinacional Nestlé. Su nueva directora de Comunicación y Marketing, Silvia Escudé, presentó la novedad del programa Nestlé Inno-



RICARDO CUGAT

Más envases

►► Interlact ► Una azafata pasa ante uno de los reclamos del salón.

El 50% de los alimentos que se consumen en el mundo están envasados y se prevé que crezcan el 2,6% hasta el 2010, según un estudio del Observatori de Mercats Exteriors de la Generalitat. El informe concluye que el sector alimentario tendrá más futuro si se adapta con rapidez a los cambios en el consumo.

va, que puso en marcha la empresa en 1997 para poder captar ideas de todo el personal de la compañía y también de sus jubilados y que les ha permitido desde entonces sacar 1.000 productos nuevos al mercado. Ahora, el programa se abrirá también a empresas externas, como agencias de publicidad, firmas de embalaje y proveedores para que puedan aportar ideas de posibles nuevos productos.

Como resultado de este programa, Nestlé ha presentado en el salón Innoval una nueva generación de alimentos infantiles, una leche especial para recién nacidos que reduce el riesgo de alergias, o un nuevo café Bonka con más antioxidantes, gracias a un sistema diferente de torrefacción. En la filial española, «los productos nacidos gracias a la innovación y a la renovación de los ya existentes aportan el 28% de la facturación anual», explica Escudé. A veces, la innovación se dirige a la

practicidad, como lo demuestra el producto que Escudé definió como la estrella del programa Nestlé Innoval desde que se creó: «El sirve fácil de La Lechera», un envase con un sistema antigoteo que revolucionó la venta de leche condensada.

Otra gran empresa del sector, Leche Pascual, ha ganado uno de los premios Innoval con Tealia, una novedosa combinación de tés, zumos de frutas e ingredientes funcionales.

En los otros sectores de la alimentación también está jugando fuerte la innovación. El presidente de Mercabarna y teniente de alcalde del Ayuntamiento de Barcelona, Jordi William Carnes, afirmó ayer en Alimentaria que «Mercabarna se ha adaptado a las nuevas tendencias de consumo». En este sentido, destacan los productos frescos limpios, cortados y envasados al vacío listos para consumir, como las mezclas de más de 10 hojas para ensaladas o las macedonias monodosis. ≡