



De izq. a dcha., M^a José Cercadillo, de HI; Carolina Roca, de Asprima; Sandra Daza, de Gesvalt; Sergio Calvete, de CaixaBank; Ignacio Moreno, de Inmoglaciari; y Mikel Echavarren, de Irea. EM

PREOCUPACIÓN POR LAS SUBIDAS DE PRECIOS

Promotores y banca se reúnen en una jornada en la que analizan las debilidades, problemas y desajustes del arranque del nuevo ciclo inmobiliario expansivo

LUIS M. DE CIRIA MADRID

El pasado miércoles se celebró el II Encuentro de Financiación Inmobiliaria de Madrid, una jornada organizada por la Asociación de Promotores Inmobiliarios de Madrid (Asprima) y CaixaBank que sirvió para evidenciar los desequilibrios que todavía sufre el mercado de la vivienda en este nuevo ciclo inmobiliario que comienza a asentar sus bases.

Temas como las últimas sentencias europeas contra las cláusulas abusivas de las hipotecas, la paralización de los nuevos desarrollos urbanísticos en la ciudad de Madrid, la inseguridad jurídica o la dificultad de acceso a la vivienda de los jóvenes marcaron el desarrollo de un evento en el que, por segundo año consecutivo, quedó claro

que entidades financieras y promotores inmobiliarios vuelven a entenderse tras las tensiones que sufrió su relación a raíz del pinchazo de la burbuja.

«Los promotores y los banqueros no somos los malos ni los causantes de la crisis», aseguró Luis Cabanas, responsable de Banca de Empresas de la entidad catalana y encargado de abrir la jornada. Palabras que matizó con una dosis de autocrítica: «Lo cierto es que ambos nos equivocamos y fuimos demasiado lejos. Ahora estamos obligados a no fallar de nuevo y, para eso, necesitamos ayudarnos mutuamente, planteando cosas razonables».

El presidente de Asprima, Juan Antonio Gómez-Pintado, tomó la palabra a continuación para denunciar

«la parálisis» del urbanismo en la capital y los «efectos palpables» que esta situación ya está produciendo en forma de subidas del precio del suelo finalista. «En algunos sectores de la capital, el precio de los solares se ha duplicado en los últimos siete meses», alertó Gómez-Pintado.

El presidente de los promotores no dudó en asegurar que las decisiones del Consistorio en materia urbanística «tienen más de sesgo ideológico que de justificación técnica» y solicitó al equipo de Manuela Carmena el desbloqueo de suelo en Madrid «para poder tener una producción sostenible de viviendas y evitar caer en los errores del pasado».

El encarecimiento del suelo finalista en Madrid es un tema que preocupa mucho a los promotores, conscientes de que el encarecimiento de su materia prima para producir viviendas no puede repercutirse en el precio final de las mismas, debido a la debilidad de una demanda, extremadamente sensible al precio.

Así lo manifestó Ignacio Moreno, consejero delegado de Grupo Inmoglaciari, quien alertó de que la subida de precios de la vivienda empieza a expulsar a determinada demanda que se había reactivado. «Los compradores no pueden aceptar subidas de precios superiores al 5% y esto está pasando en desarrollos de Madrid como Valdebebas o El Cañaveral», aseguró, afirmando sentirse «preocupado» al respecto.

Ante esta escalada de precios de suelo finalista que se está experimentando en la capital, Moreno abogó por la responsabilidad corporativa del sector. «Los promotores tenemos que estar tranquilos y no entrar en esta escalada de precios», solicitó

EL RIESGO DE «HOSTIGAR» A LA BANCA

El presidente de los promotores, Juan Antonio Gómez-Pintado, aprovechó el foro para lanzar un mensaje de apoyo a la banca ante las continuas sentencias en contra que le llegan desde Europa. «Aunque pueda ser mejorable, tenemos uno de los mejores sistemas hipotecarios del mundo, que ha permitido el acceso a la vivienda a millones de familias», afirmó.

En su opinión, «el hostigamiento» que está padeciendo el sistema financiero va a encarecer el coste de las futuras hipotecas, lo que perjudicará a las clases sociales más desfavorecidas.

ante una audiencia en la que estaba representada una gran parte de las empresas promotoras de Madrid.

Mikel Echavarren, consejero delegado de la consultora Irea no fue muy halagüeño con respecto a la evolución de los costes del suelo. «El precio no se va a moderar», afirmó. «Al contrario, va a subir el triple que el precio de la vivienda», vaticinó. A este respecto, el ejecutivo explicó que actualmente muchas promotoras de gran tamaño y otros tantos fondos de inversión se están centrandos en acumular grandes bolsas de suelo, «porque aquí es donde va a estar una parte importante del negocio en los próximos años».

En este sentido, Echavarren habló de que el sector promotor se va a polarizar en dos tipos de empresas: entre seis y 12 compañías de gran tamaño (con una producción de entre 1.000 y 2.000 viviendas al año), con un accionista fuerte detrás o con una capitalización suficiente como para acceder a financiación corporativa; y el resto de promotores más locales que seguirán dependiendo de la financiación bancaria para llevar a cabo su negocio.

La voz de estos promotores de menor tamaño estuvo representada por Carolina Roca, directora general de Grupo Inmobiliario Roca y vicepresidenta de Asprima. La empresaria recordó que si la docena de grandes compañías van a hacer un máximo de 25.000 viviendas al año, será el resto del tejido productivo, compuesto por pequeñas y medianas empresas, el que tenga que desarrollar las 125.000 restantes hasta llegar a las 150.000 unidades que, según el consenso entre analistas, banca y promotores, necesitaría un país como España.

Roca abogó por la necesidad de que estas compañías apuesten por la eficiencia y la profesionalización para poder desarrollar su labor en este nuevo entorno. «En el ciclo anterior cualquier ineficiencia del proceso era absorbida por el precio final y eso hizo que muchas empresas se relajaran», recordó.

EL CLIENTE MANDA

Otro de los aspectos que se evidenció a lo largo de la jornada es que el cliente se ha convertido en el centro sobre el que pivota el mercado residencial, cosa que no sucedía durante la etapa del boom. «Hemos hecho de la necesidad virtud por una mera cuestión de supervivencia», aseguró Iván Rodríguez, consejero delegado de iKasa, para quien no hay duda de que hoy hay que poner el foco en el cliente. «Arrastramos una mala imagen del pasado, por lo que es necesario cambiar la percepción que tiene nuestro comprador de nosotros y nuestra relación con él. Ya no se trata de vender el producto, sino de que se sienta acompañado durante todo el proceso», explicó.

Javier Eguidazu, consejero delegado de Dos Puntos, una de las nuevas promotoras con un gran fondo de inversión detrás, confirmó que para una empresa como la suya el cliente «es el centro». «Antes compraba lo que quería, ahora compra lo que quiere», aseguró, refiriéndose a la demanda embalsada de vivienda de reposición, que es la que ha reactivado el mercado.