

Inmuebles & construcción



Trencadís



LADRILLAZO
 «Las entidades financieras han de ser partícipes necesarios en la gestión del Plan Estatal de Vivienda financiando a empresas y familias»
 BEATRIZ CORREDOR
 MINISTRA DE VIVIENDA

URBE DESARROLLO 2008

El certamen Inmobiliario del Mediterráneo, Urbe Desarrollo, se ha convertido en la feria de las gangas y las oportunidades inmobiliarias del año. La nota predominante de esta edición han sido las rebajas así como facilidades de financiación y fórmulas como el alquiler con opción a compra y la oferta de vivienda protegida. La finalidad es acabar con el stock de viviendas para conseguir más liquidez

Urbe se transforma en feria comercial

Bancaja y CAM fueron los expositores que ofrecieron los descuentos más llamativos, del 62 y 58 por ciento

EVA PALOMARES VALENCIA

Urbe se ha convertido este año en el escaparate de los saldos inmobiliarios. La imagen de la Feria Inmobiliaria del Mediterráneo han sido las viviendas de fuera de temporada que no han conseguido venderse en los últimos años. Y las rebajas han sido acordes con esta premisa. Hasta un 62% se llegaron a rebajar algunas viviendas que se llevaron a Urbe Desarrollo. Aunque no todos los expositores aplicaron la filosofía del descuento agresivo, sí fue éste la nota predominante. También destacaron facilidades para la financiación de la vivienda y fórmulas como el alquiler con opción a compra.

Al inicio de la feria los expositores se preguntaban qué tipo de público acudiría. Y los primeros que asomaron la cabeza por la feria fueron los jóvenes. Algún inversor solitario, interesado en la

adquisición de suelo también se acercó a los stands a informarse a pesar del escaso atractivo que lucían este año.

La mayoría de los expositores eran de estructuras metálicas, hasta hace un año habituales en las partes laterales de los pabellones de la feria. Había que amortizar los metros de exposición. Grandes carteles con descuentos llamativo colgaban de estas estructuras. La decoración dejó de tener importancia porque lo que interesaba era anunciar gangas que acabaran vendiéndose.

Quién te ha visto y quién te ve

Pocas maquetas y muchos carteles, e incluso, paredes únicamente decoradas con el logo de la empresa o con folios informativos sobre parcelas de suelo a la venta. En definitiva, pocas virguerías e imaginación y mucha austeridad. En ocasiones, hasta escaso gusto en la decoración.

En general, las empresas que más cuidaron su imagen en Urbe Desarrollo fueron, precisamente, las que no ofrecían descuentos y únicamente acudieron al certamen para hacer acto de presencia

y, si acaso, cerrar alguna que otra operación con inversores en uno de los países en los que están empujando nuevos desarrollos inmobiliarios.

Resultó chocante el cambio de imagen y productos expuestos que llevaron algunas de las grandes promotoras fieles al certamen. CAM y Bancaja fueron los expo-

sitores de Urbe que mayores descuentos ofrecieron al visitante.

El stand de Bancaja Habitat poco tenía que ver con lo que llevaba en otras ediciones. Lejos de las grandes macrourbalizaciones y PAI, la oferta que presentaba la filial de Bancaja eran las viviendas de segunda mano, procedentes de regulación de activos, y viviendas sueltas que quedaban por vender de sus últimas promociones.

Uno de sus ganchos era un descuento del 58%, el segundo más llamativo de la feria, detrás del 62% que ofrecía CAM. La oferta únicamente se aplicaba a una cochera en Catarroja. El resto de productos contaban con descuentos medios del 42%.

'Stock cero'

La técnica funcionó porque fue una de las empresas que empezó a reducir su stock. En menos de una hora ya se veía el cartel de vendido en una de las gangas de segunda mano de Bancaja Habitat. La firma inmobiliaria de Bancaja también rebajó sus viviendas acabadas en complejos de golf, entre un 10 y un 20%.

Primer Grupo no escondía su interés por deshacerse del stock de viviendas. Bajo el eslogan 'Operación stock cero' ofrecía descuentos que llegaban hasta un 32

La mayoría de los stands estaban contruidos a base de estructuras metálicas

La inmobiliaria Primer Grupo acudió a la feria con su eslogan 'Operación stock cero'

pórciento e iban variando conforme el número de viviendas que quedaran por vender en cada promoción.

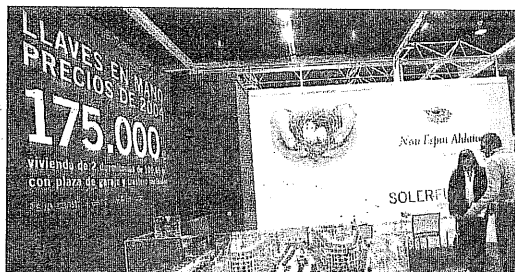
Los precios más llamativos los ofrecieron las promotoras To-



Vila anunciaba precios especiales.



Reclamo publicitario de Metrovacesa.



Soler Futura ofrecía precios de 2004.

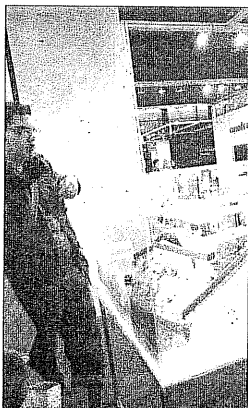
REPORTAJE FOTOGRAFICO: EVA MAREZ



Estand en el que se vendía suelo.



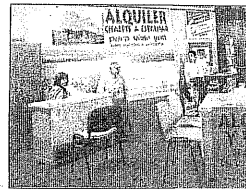
Los hermanos Prieto, de Secopsa.



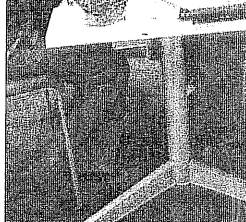
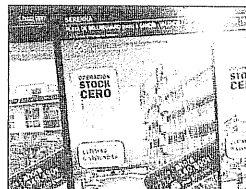
Maquetas de Onofre Miguel.



Sedesa presentaba sus proyectos internacionales y no llevaba ofertas.



Expositores poco cuidados.



Primer Grupo rebajaba hasta el 32%.



Edival presentó sus VPO.

GRAN BRETAÑA
Los embargos de viviendas británicas aumentaron el 12% en el tercer trimestre



Los embargos de viviendas por impago de hipotecas en el Reino Unido se situaron en 11.300 en el tercer trimestre del año, un aumento del 12% frente a los tres meses anteriores, según el Consejo de Prestamistas de Hipotecas (CML), que estima que el total de embargos de casas llegue este año a los 45.000.

ESPAÑA
La inmobiliaria Fbex logra refinanciar su deuda de 600 millones y evita el concurso



La inmobiliaria Fbex ha logrado un acuerdo con los bancos para refinanciar su deuda y logra sortear el concurso de acreedores. En virtud del acuerdo, Fbex ha conseguido aplazar tres años el pago de su deuda a bancos y cajas. Hasta entonces, sólo debería abonar los intereses.

ESPAÑA
El parque de pisos en alquiler crece un 50% ante la dificultad de comprar, según expertos

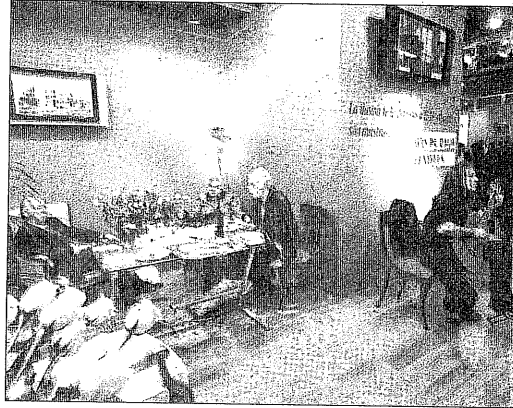


El parque de viviendas en alquiler crecerá un 50% en el conjunto de los ejercicios 2008 y 2009, hasta alcanzar los tres millones de unidades, ante las dificultades que actualmente supone la compra de un piso, según Arrenta, firma especializada en asegurar los alquileres.



Descuentos muy llamativos.

torreurbre y Alcaide Zaragoza. 82.000 euros era el precio cerrado de los adosados, tanto de VPO como vivienda libre, que ofrecía la promotora Torreurbre en el municipio de Benimusslem. La construcción de esta promoción se ini-



La firma de Rosa María Ladró se unió a la filosofía de formas de pago flexibles.

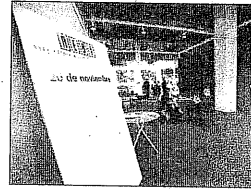
cia en enero y el proyecto es de 1.500 viviendas que se construirán en distintas fases. Esta compañía decidió acudir a Urbe días antes de la celebración del certamen, cuando se concretó el proyecto definitivo. Y ocupó parte del hueco que había reservado Lubasa, que finalmente declinaría acudir a Urbe.

La vivienda más pequeña

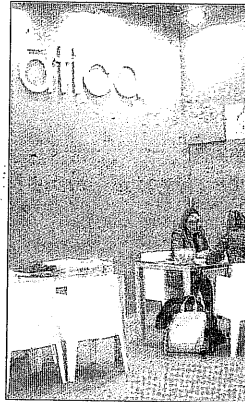
Alcaide Zaragoza presentaba la vivienda más pequeña. 59.000 euros de precio, pero sólo 40 metros cuadrados. La promotora del pre-

sidente de Urbe, Onofre Miguel, y la de Vicente Cotino, Sedesa, tuvieron una presencia testimonial en Urbe. Ambas promotoras pretendían evitar que se les relacionara con las políticas de saldos que predominaron en la feria.

Y la dos aprovecharon su presencia en Urbe para presentar sus proyectos internacionales y vender alguna que otra vivienda que les quedaban en stock. Eso sí, sin descuentos. En el caso del stand de Onofre Miguel, además, se ofrecían facilidades de financiación para la compra de la vivien-



Huecos libres.



Ática no presentó ofertas.

da, pero poco significativas.

Ática iba con los mismos precios de otros años y tampoco tenía previsto ofrecer ninguna facilidad de financiación a los intere-

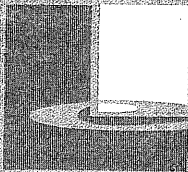


Los minipisos de Alcaide Zaragoza.

sados. Mantenia su tradicional reclamo de 'reserva tu casa por sólo 1.500 euros'. Salvador Vila y Edival quisieron destacarse por sus descuentos y su vivienda protegida. Sin embargo, cada uno de ellos lo hizo a su modo.

La promotora de Salvador Vila fue más discreta y osó llevar incluso vivienda de lujo en Gran Vía Fernando el Católico. Sus comerciales se mostraron optimistas porque Urbe siempre les permite vender cerca de 10 viviendas. Los reclamos eran sus viviendas protegidas.

Los proyectos industriales recibieron de descuentos. Sus máximos exponentes en la última edición de Urbe Desarrollo fueron Sepvia, la empresa pública de la Generalitat Valenciana, y el grupo empresarial Zaragoza. Sin embargo, no abundó este tipo de producto inmobiliario.



eurologo

marketing, promocional y merchandising

Para cualquiera de tus necesidades...

- Obtener ventas más incrementando el posicionamiento digital.
- Crear campañas más incrementando el marketing y el boca a boca.
- Obtener ventas por el marketing de las redes sociales.
- Crear campañas más incrementando el marketing.
- Crear campañas más incrementando el marketing.
- Crear campañas más incrementando el marketing.
- Crear campañas más incrementando el marketing.

... te aportamos la solución

- Crear campañas más incrementando el marketing.
- Crear campañas más incrementando el marketing.
- Crear campañas más incrementando el marketing.
- Crear campañas más incrementando el marketing.
- Crear campañas más incrementando el marketing.
- Crear campañas más incrementando el marketing.