

“Una pareja de mileuristas se tiene que olvidar de vivir en Valencia”

EL PRESIDENTE DE LA FRANQUICIA QUIERE QUE TODAS LAS INMOBILIARIAS ESTÉN

REGISTRADAS CON UN EPÍGRAFE PROPIO Y TENGAN UN SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL

JULIÁN LARRAZ VALENCIA

Pedro Martínez es el presidente de Primer Grupo, franquicia inmobiliaria con presencia en la Comunitat Valenciana y Madrid que tiene cuatro líneas de negocio: intermediación en la compraventa de viviendas de segunda mano, construcción de obra nueva, asesoramiento técnico en promociones ajenas y gabinete jurídico.

—Tras la bajada de la demanda de compra de vivienda, ¿deben cambiar los productos que se ofrecen?

—Por un problema de precio hay que ir a viviendas de menos metros. Vamos a ganar en calidad por las nuevas normas técnicas pero perdiendo espacio. Hay que agudizar el sentido para hacer zonas polivalentes.

—Con el nivel actual de precios, ¿puede una pareja de mileuristas aspirar a vivir en Valencia?

—Salvo que sea VPO, se tiene que olvidar de vivir en Valencia. Una pareja de mileuristas tienen que pensar en el primer cinturón y más todavía en el segundo. Una pareja no puede vivir con la vista puesta a las torres de Serrano o al Oceanográfico.

—Actualmente, la ciudad tiene barrios con muchos inmigrantes. ¿Cree que acabarán viviendo en el primer cinturón?

—Ya hay muchos e irá a más. Tiene que pensar que no pueden vivir en Valencia y tienen que pensar en el primer y segundo cinturón.

—¿Cómo evoluciona el mercado del alquiler?

—Existe una tendencia hacia la compra pero hay un núcleo que no puede aspirar a tener la vivienda en propiedad. Los alquileres van a adquirir un gran peso si la legislación se pone acorde a la realidad.



Pedro Martínez, presidente de Primer Grupo, en las instalaciones de LAS PROVINCIAS Multimedia. /JAVIER PEIRÓ

—¿Qué opinión le merece las inmobiliarias que están aceptando contraofertas de hasta el 30% sobre el precio de venta?

—Me gustaría transmitir un mensaje de tranquilidad. Baja lo que estaba caro y ahora con más razón pero no estamos en una situación como la que se vivió en la década de los noventa.

—En su inmobiliaria de Avenida del Cid hay un cartel enorme de “Rebajas”. Hace un año una promoción así era impensable.

—No puedo opinar porque no lo he visto. Debe ser una oferta de promoción pero las inmobiliarias no pueden bajar los precios porque

no son suyos los pisos.

—Sin embargo, el sector está lleno de ofertas. La última, un cheque regalo de 60.000 euros, la promoción usted.

—Es una forma de atraer al cliente comprado cuando hay menos demanda. Cada 180 compradores de casa en Primer Grupo vamos a regalar 60.000 euros.

—¿Está en crisis el sector?

—No, yo le sigo llamando normalización, adecuación de la oferta a la demanda por lo que lo único que pasa es que vamos a tardar más en vender nuestros productos.

—Este miércoles, 12 de septiembre se reúne la junta de vocales de la

patronal de inmobiliarias de la Comunitat Valenciana, ¿de qué soluciones para el sector van a hablar en la reunión?

—Lo que necesitamos es regularización. Antes estábamos excesivamente regulados, ahora nada y lo que hace falta que se adapte a los nuevos tiempos. Hay que exigir unos mínimos para operar en el sector. Tenemos una base de mínimos que son: las inmobiliarias tienen que estar censadas con un epígrafe propio, deben tener un seguro de responsabilidad civil, tener una persona siempre físicamente en la inmobiliaria y con una formación adecuada.

La Universitat enseña a las empresas a comunicarse con los medios

El máster en comunicación empresarial, insitucional y política tiene una duración de 15 meses y finaliza su plazo de preinscripción el 27 de septiembre

J. LARRAZ VALENCIA

La Universitat de València ha detectado un problema en el tejido empresarial de la Comunitat: No saben cómo comunicarse con los medios de comunicación. Según explica Josep Lluís Gómez Mompert, uno de los directores del máster en comunicación empresarial, institucional y política que impartirá la Universitat, las pymes y pequeños ayuntamientos tiene problemas a la hora de hablar con periódicos, radios y televisiones.

El curso lectivo comenzará el mes que viene y finalizará en diciembre de 2008. Las clases serán presenciales los viernes de 16 a 21

horas y los sábados de 9 a 14 horas. En total, el master supone 65 créditos ECTS. El plazo de preinscripción finalizará el próximo viernes 21 de septiembre.

La oferta del máster va más allá de la cultura publicitaria que ofrecen algunos gabinetes que gestionan impactos previo pago del canon publicitario. El curso ofrece una visión completa y detallada de cómo una empresa o institución debe de llevar la comunicación con la sociedad.

El objetivo del curso es: “Adquirir la base de conocimientos de la materia, así como las técnicas necesarias para desarrollar las labo-

res de comunicación en las organizaciones, tanto hacia fuera como internamente”.

La Universitat entiende que la comunicación va más allá de enviar una nota de prensa sino que incluye desde la interacción entre los miembros de una empresa hasta las relaciones con todos los actores sociales que tiene interés para la misma.

Respecto al trato directo con los medios de comunicación, el máster explicará los modos más adecuados para que las instituciones y empresas se relacionen con la prensa “utilizando sus métodos, técnicas y lenguajes para conse-

guir hacer llegar a la opinión pública los mensajes de la empresa o institución, de manera que esta sea percibida por la sociedad como pretende el emisor”.

El curso está dividido en nueve módulos: Introducción; comunicación y corporaciones; La dirección de comunicación corporativa; La comunicación corporativa desde y por los medios; La percepción y los intangibles empresariales. Su medición. La auditoría de la comunicación; La comunicación corporativa desde fuera de la organización; La comunicación institucional; La comunicación política; La comunicación empresarial; Otras comunicaciones.

El profesorado está formado por catedráticos y profesores de la Universitat de Valencia, de otras universidades y de responsables de comunicación tanto de la empresa pública como privada. La coordinación académica corre a cargo de Alfonso Gil y la dirección del máster recae sobre José Miguel García y Josep Lluís Gómez Mompert.

Desde el parque valenciano

♦ Iberdrola empezó a operar en el mercado intradiario de Francia el pasado mes de julio cuando comenzó la actividad de esta nueva plataforma gestionada por Powernext. La eléctrica se ha convertido en uno de los actores más activos del mercado intradiario. El interés por Francia es clave en la expansión de la actividad de comercialización de la empresa en Europa. El inicio de la actividad de la eléctrica en el mercado intradiario del país galo se suma a otras iniciativas llevadas a cabo recientemente en Europa. Así, la Compañía se ha adjudicado 39.744 MWh en Portugal en la primera subasta de capacidad virtual de generación celebrada por Redes Energéticas Nacionales (REN) el pasado 26 de junio.

♦ Feria Valencia cerró el pasado ejercicio de 2006-2007 con unos beneficios de 180.000 euros. La celebración de eventos creció un 50% y ocupó un 20% de los ingresos totales. Para el año 2008, la institución tiene previsto siete nuevos certámenes, tres de ellos organizados por la propia Feria, y cuatro en colaboración con organizaciones externas. Feria Valencia prevé cerrar este ejercicio con un beneficio de explotación de 8,5 millones de euros. Gran parte de ellos se destinarán a la amortización de las obras de ampliación del recinto ferial. El último pilar sobre el que se apoya la nueva orientación de la política comercial de Feria Valencia es el plan de internacionalización, cuya primera acción del mismo se desarrolló en Moscú el pasado mes de mayo con muy buenos resultados para Habitat Valencia Forward. Para este año se prevén nuevas actuaciones en Dubai, Brasil, San José de Costa Rica, Chile, Panamá y República Dominicana.

♦ Caja Mediterráneo ha tenido unos beneficios en su primer semestre de 174,8 millones de euros, un 20,3% más que en el ejercicio anterior. El volumen de negocio gestionado por la Caja ha crecido un 25,4% hasta alcanzar los 118.622 millones de euros, manteniendo la evolución positiva de los ejercicios de los últimos años. En el transcurso del último año, la entidad financiera ha abierto 78 nuevas oficinas, consolidando su presencia en todo el territorio nacional. Asimismo, en el segundo trimestre de este año, inició su actividad Mediterráneo Seguros Diversos, Compañía de Seguros y Reaseguros y reafirmó su vocación de líderazgo en el sector asegurador al convertirse en la primera entidad financiera de la Comunitat Valenciana y Región de Murcia, en disponer de autorización por parte del Ministerio de Economía y Hacienda para producir este tipo de seguros.

