
Empresa

Marian Fuset (OiRealtor): “Por el momento, una vivienda de lujo no puede venderse sólo por Internet”

La directiva añade que, no obstante, las tensiones políticas que acechan al país “incomodan y entorpecen” algunas operaciones de compraventa con clientes extranjeros.

C. Pareja
14 sep 2017 - 04:57

La recuperación del consumo anima la compra de viviendas. Al menos así opina Marian Fuset, directora de negocio de la consultora inmobiliaria Oi Realtor, que añade que el negocio del residencial del lujo también comienza a “estar en forma”. La directiva añade que, no obstante, las tensiones políticas que acechan al país “incomodan y entorpecen” algunas operaciones de compraventa con clientes extranjeros.

Pregunta: OiRealtor está especializada en la venta de inmuebles de lujo. ¿Cuál es la situación de este mercado en España?

Respuesta: Si comparamos con una era pre crisis, la venta de viviendas de lujo ha bajado, si bien ahora empiezan a registrarse más operaciones que en años anteriores. El comprador de lujo es, en su mayoría, extranjero (franceses, suizos, alemanes o ingleses) y este ha esperado a ver que el mercado inmobiliario estaba recuperado para volver a invertir en el país.

P.: El mercado inmobiliario está dejando atrás ya la crisis. ¿Cómo vivió esta coyuntura el sector del *real estate* de lujo?

R.: Se pararon las ventas tanto de compradores nacionales como extranjeros. No obstante, algunos aprovecharon el tirón, pero fue negativo para el negocio, ya que apretaron mucho los precios. Todo estaba en venta. Bajó el ritmo, había mucha oferta y poca demanda. Eso sí, sufrió menos que el mercado normal.

P.: ¿Cuáles son las previsiones que se manejan este año en cuanto al inmobiliario residencial?

R.: Estimamos que la demanda total de vivienda aumentará un 10% a lo largo de 2016, hasta superar las 440.000 unidades, y crecerá a ritmos cercanos al 6% hasta 470.000 o 480.000 casas en 2017. Estas cifras suponen una ligera revisión al alza de nuestras estimaciones de febrero, en las que consideramos que la demanda se situaría 450.000 viviendas. El cambio más importante que se materializará en 2017 será el primer incremento en las ventas de vivienda nueva tras nueve años consecutivos de retrocesos, una vez que las casas que se terminen en los próximos trimestres se comercialicen y comiencen a paliar la escasez de oferta nueva actual.

P.: ¿Cómo es el cliente que adquiere producto residencial de lujo en España?

R.: Suele tener entre 45 y 50 años. Si es extranjero, es porque ha decidido venir a vivir aquí todo el año. Tiene familia y suele ser empresario la gran mayoría, que viaja mucho y trabaja desde casa. Una familia internacional.

P.: ¿Cuál es el producto estrella?

R.: Casas a cuatro vientos, con jardín de 1.500 metros cuadrados, con vistas al mar en el caso de la costa, y que esté impecable. Debe ser nueva y moderna. Que no tengan que hacer reformas. Y asegurarles una buena conexión a Internet, que es básico para el trabajo. Además, piden colegios internacionales cerca y proximidad a grandes ciudades, a no más de una hora.

P.: ¿En qué zona?

R.: Marbella, la que más. También se demanda mucho Ibiza. En Cataluña, Barcelona y Costa Brava.

P.: ¿Están afectando los cambios políticos en la inversión en España?

R.: Los inversores preguntan, sobre todo por el proceso de independencia de Cataluña. Quieren saber tu opinión, incluso les preocupa saber qué pasará para firmar o no. Muchos dicen que hasta que no haya una conclusión, no cerrarán ningún

acuerdo.

P.: En cuanto a precios. ¿Cuál es ahora el precio medio de una vivienda de lujo en España?

R.: Una casa, que esté considerada como residencia de lujo, puede tener un precio en el mercado de entre un millón y medio y dos millones mínimo. También hay casas de diez millones de euros, pero no son tantas.

P.: En los últimos meses han surgido un gran número de agencias online. ¿Cree que compiten por el mismo público?

R.: No, para nada. Las agencias online no tienen un servicio personalizado, sólo te dan las herramientas. El perfil de un comprador nacional o extranjero de lujo quiere algo personalizado, que no tenga que preocuparse. No tenemos miedo.

P.: ¿Qué opina de las *proptech*?

R.: Nosotros somos muy tecnológicos, pero no podemos olvidar la personalización. Ayuda a agilizar procesos internos, que revierte a favor del cliente, que tiene mayor acceso a nuestro producto de una manera más fácil, pero la parte humana no puede perderse. Por ahora no se puede vender una propiedad de lujo por Internet. Se puede iniciar la venta, pero no cerrarla.