Empresa

Óscar Martínez (Apei): “No hay producto para tantas agencias”

Óscar Martínez preside la Asociación Profesional de Expertos Inmobiliarios de España (Apei). Con cuarenta años de trayectoria, este ejecutivo se muestra preocupado por la falta de producto existente, que repercute en las inmobiliarias, y de regulación, de la que hacen oídos sordos los políticos.

Jabier Izquierdo
17 may 2018 - 04:54

Óscar Martínez preside la Asociación Profesional de Expertos Inmobiliarios (Apei) en España. Con cuarenta años de trayectoria, este ejecutivo fue raudo en entender, allá por 2008, que los activos tóxicos de los bancos serían una gran oportunidad para su red de agencias. Diez años después, Martínez se muestra preocupado por la falta de producto existente, que repercute en las inmobiliarias, y de regulación, de la que hacen oídos sordos los políticos. Además, augura que la especialización será un flotador de salvación para las agencias, que en un futuro “servirán para resolver problemas y necesidades puntuales del cliente”.

Pregunta: ¿Está siendo la falta de producto la tumba de muchas agencias inmobiliarias?
Respuesta: La agencia inmobiliaria necesita producto, porque sin él no puede

https://www.ejeprime.com/empresa/oscar-martinez-apei-no-hay-producto-para-tantas-agencias

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

trabajar. Hoy por hoy falta producto y, sin él, los precios se encarecen y las ventas se complican.

P.: ¿Cuál es el porcentaje de agencias que han tenido que cerrar?
R.: No puedo dar un porcentaje pero sí he visto inmobiliarias que han abierto y cerrado muy rápido porque no han logrado producto. Además, lo que está aumentado mucho también el número de franquicias. Cuando hay una burbuja y todo cae cierran rápido, pero ahora que se dice que se está animando el mercado, porque tampoco es así del todo...

P.: ¿No?
R.: Hay más movimiento, pero no tanto como se piensa. Vuelvo a repetir que falta producto y una inmobiliaria, si no tiene producto, no puede desarrollar su negocio.

P.: O sea que ni es el crecimiento de los 2000, ni el producto existente permite recuperar esa desventaja…
R.: Correcto. Con más producto crecería mucho el mercado de la vivienda y el alquiler, porque la demanda ahora es mucha. Piensa que han pasado muchos años que no se ha vendido nada, que hay productos de banco que ya está empezando a decaer... Pero esto ya no es así. Ya no quedan muchos activos de los bancos en la calle y ahora, a las agencias, les hacen falta los del promotor y el particular.

“Con más producto de vivienda en el sector, tanto la compraventa como el alquiler crecería mucho más”

P.: ¿Cuándo volvieron a sentir las inmobiliarias que el mercado les daba el empujón que necesitaban?
R.: El mayor crecimiento fue el año pasado, con muchos modelos distintos de inmobiliarias además. Como te decía, hace poco las franquicias eran mínimas, con pocos puntos de venta. Ahora esto ha cambiado, porque están intentando ampliar mercado, en ocasiones incluso por encima de lo que es real.

P.: ¿Las franquicias van a quitar mucho negocio a las inmobiliarias locales entonces?
R.: Las franquicias son, lógicamente, muy agresivas en todos los aspectos. Son una competencia fuerte para el inmobiliario local o más tradicional porque tienen modelos más modernos y dinámicos, pero tampoco significará la desaparición del pequeño agente. En el *boom* había montones de franquicias y trabajamos sin problema. El asunto está en que no hay el suficiente producto para tantas agencias...

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

P.: 2017 cerró con 472.000 operaciones, según el INE. Un volumen inferior a las previsiones, que auguraban hasta 560.000 operaciones. ¿Cómo se puede dar vuelta a esta situación?

R.: El año pasado ya se registraron datos parecidos a los de 2008 en ventas, así que, a nivel de agencias, fue muy buen año. Hay que pensar que desde 2009 fueron todo bajadas. 2018 ha comenzado bastante bien así que, a pesar de la falta de producto, preveo un buen ejercicio.

"Con el trasvase de los activos de los bancos a los fondos se han complicado las gestiones de las inmobiliarias"

P.: ¿No hay nada bueno en la falta de producto?

R.: Sí, tiene una cosa buena: cuando tienes poco producto, vendes rápido y bien. Yo he llegado a tener 900 pisos en una agencia, y ahora puedo tener 150 en esta misma inmobiliaria. Y te puedo decir que se trabaja mejor con esta cantidad inferior. El problema es que haya agencias que no tienen más de veinte pisos... y así es muy difícil sobrevivir.

P.: ¿Más alquiler es la única solución que encuentran para rebajar la presión en los precios?

R.: Hasta la burbuja, el alquiler no lo tocaba nadie. Fue una ayuda en época de crisis y ahora el alquiler significa cero para las agencias porque el propietario tiene múltiples plataformas y posibilidades de encontrar a un inquilino y hasta para elegir cómo quiere que sea.

P.: ¿Y por qué no apostar por especializarse en el alquiler?

R.: Las agencias, si se preparan en un producto, funcionan. Yo en mi empresa tengo una sólo para naves, otra sólo para alquileres... Si te especializas, funcionas seguro, pero las agencias más locales tocan todo y eso, a veces, es un problema.

"Las agencias, si se especializan en un producto, seguro que funcionan"

P.: ¿Qué ciudades son las que más venden hoy en España?

R.: Las que más venden ahora mismo son Madrid, Barcelona y Málaga. Málaga capital, por ejemplo, está funcionando muy bien porque hay mucho turismo,

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

aeropuertos internacionales y mucho negocio alrededor. Ahora, eso no quiere decir que todos los agentes inmobiliarios se tienen que ir hacia allí. Las agencias tienen que dominar el mercado en el que se instalan: para asesorar al cliente tienes que saber lo que vendes y dónde lo estás vendiendo.

P.: ¿Cuesta encontrar profesionales para trabajar en inmobiliarias?
R.: Cada vez más. Muchos de los asociados me comentan que no encuentran suficientes profesionales para trabajar en sus inmobiliarias, que cada vez está más complicado encontrar trabajadores capacitados para incorporarlos a sus agencias.

P.: ¿Y cómo están llevando ustedes el trasvase de los activos de los bancos a los fondos?
R.: Ahora es más complicado todo porque ahora no sólo te tiene que dar el visto bueno el banco, sino también el fondo. Hemos notado que se han duplicado mucho los sistemas de trabajo y la gestión es mucho más compleja. Cuando empecé en 2008 con bancos, todo era muy directo, también porque no había apenas gente que quisiera trabajar con ellos.

“El mercado inmobiliario fue un desastre durante la crisis y, por ello, hemos perdido la credibilidad que teníamos antes”

P.: ¿Quién se beneficia ahora de los paquetes de los bancos y fondos?
R.: Un grupo pequeño. Los bancos ahora quieren estudiar uno a uno quién entra en sus carteras y se ha profesionalizado mucho. Antes todo el que quería podía trabajar pero, desde hace unos años, son ellos quienes seleccionan.

P.: Los bancos ya no dan dinero…
R.: Los bancos han abierto el grifo a los particulares pero no a los promotores. Ahora si vas a pedir dinero tienes que tener como mínimo el suelo y casi el 50% de los pisos vendidos. Tampoco hay que volver a lo de antes, que cualquiera podía promover, pero el extremo de ahora es complicado… Y después, hablas con los políticos para promover vivienda y tampoco se preocupan.

P.: O sea que ni unos ni otros.
R.: Claro, el problema de los políticos es que buscan proyectos a cuatro años, para que entren en su mandato, y los proyectos de vivienda pública son para diez años. Por esta razón ninguno se interesa, porque luego igual entra otro y se lleva toda la gloria. Los proyectos con los ayuntamientos deberían estar sujetos a la propia

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

administración, sin importar quien la gobierne. Sobran muchos políticos y, a lo mejor, faltan técnicos en las instituciones.

P.: Para 2018, ¿qué panorama prevé para las agencias?
R.: Hay más obra y se vende muy bien, pero todo ha cambiado mucho. Cuando empecé en el sector, hace ya 40 años, la inmobiliario era como ir al notario. **Los clientes confiaban en tí, te dejaban el dinero y ya. Ahora cuando vienen casi se miran la cartera porque en los últimos años previos a la crisis el mercado fue un desastre el mercado y hemos perdido la credibilidad que teníamos antes**. Necesitamos regulaciones buenas para recuperar esa confianza que había.

"Las agencias inmobiliarias del futuro servirán para resolver problemas específicos de los clientes, igual que las de viajes"

P.: Coja la bola de cristal: ¿hacia dónde va el sector inmobiliario?
R.: Tenemos por delante unos años de relax, pero esta tranquilidad nos la quitarán los bancos si vuelven a dar préstamos al 100% con la facilidad de antes. Los precios todavía no están en máximos y no es preocupante, pero, si siguen subiendo, volveremos a estar en lo mismo. Parte importante de la burbuja fue culpa de las hipotecas de los bancos, así que espero que hayan espabilado y no se permita que se repita la situación.

P.: Ahora fructifican las agencias online. ¿Opina, igual que como muchos de sus compañeros, que no son competencia?
R.: La publicidad que están haciendo es engañosa y dañina. ¿Son buenas, son malas? La agencia online vende servicios, pero eso también lo puede hacer una inmobiliaria tradicional. No es competencia, es otra forma de trabajo.

P.: ¿En qué se convertirán en un futuro las agencias tradicionales?
R.: Te pondré un ejemplo: antes, para irte a cualquier lado ibas a una agencia de viajes, ¿verdad? Ahora, ¿cuándo vas? Para la boda, una convención, etc. Con Internet hemos pasado de necesitar las agencias para todo a utilizarla para cosas concretas. Las inmobiliarias acabaremos siendo lo mismo, empresas especializadas que resolverán los problemas de los clientes.

https://www.ejeprime.com/empresa/oscar-martinez-apei-no-hay-producto-para-tantas-agencias

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.