
Mercado

Alberto Fernández-Aller (Prinex): “Los jóvenes piden ‘colivings’, pero quien compra vivienda es el cliente tradicional”

El directivo de Prinex asegura que los precios no dejarán de subir en las grandes ciudades como Madrid o Barcelona pero asegura que se trata de ejemplos concretos. En el resto de España, el mercado “crece a un ritmo decente”.

Marta Casado Pla
28 mar 2019 - 04:58



1 / 5

<https://www.ejeprime.com/mercado/alberto-fernandez-aller-prinex-los-jovenes-piden-colivings-pero-quien-compra-vivienda-es-el-cliente-tradicional>

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.

No quiere oír hablar de burbuja inmobiliaria y alerta de la disrupción entre la realidad del mercado inmobiliario y la demanda del futuro. Alberto Fernández-Aller, director corporativo de Prinex, considera que el mercado inmobiliario está saneado y que el crecimiento de los precios en las grandes ciudades es inevitable.

Pregunta.: ¿Cuál es la radiografía del sector inmobiliario actual?

Respuesta.: En lo que respecta a la venta de obra nueva, el resumen podría ser que estamos en un volumen de producción idóneo, en torno a las 100.000 viviendas, con unos ritmos de venta que, sin ser una locura, se están comportando de manera óptima. Es cierto también que no son ritmos de hace un año pero hay unos niveles de preventa suficientes para sacar los proyectos adelante y una profesionalización importante. Hay financiación y se está dando al comprador final de una manera más seria a la que se estaba dando antes. Estamos en un mercado saneado que crece a un ritmo decente. Es un sector que tiene mucho recorrido para invertir y, si no se nos va de las manos a nivel de los precios ni de volumen de producción, será perfectamente asumible.

P.: ¿Y la vivienda de segunda mano?

R.: Estamos en topes del año 2007 pero el mercado se está comportando bastante bien, con un aumento de precios en zonas *prime* o estratégicas. En el sector del alquiler, tanto en obra nueva como segunda mano, hay un recorrido importantísimo en volumen de viviendas porque cada vez se alquila más.

P.: Un ejemplo de ello es la apuesta de algunas promotoras por el *built-to-rent*.

R.: Yo diferenciaría entre promociones llave en mano, es decir, un promotor que encarga una promoción para después destinarla al alquiler, y el negocio patrimonialista de toda la vida. En este caso, se construye un inmueble para después alquilarlo. Las grandes promotoras están estudiando la primera opción.

“En Madrid y Barcelona no hay suelo y la rehabilitación es imposible”

P.: ¿Es preocupante el crecimiento que están experimentando los precios?

R.: No creo que los precios estén creciendo de una manera tan importante como se está diciendo. Es cierto que hay determinadas zonas, como Madrid y Barcelona, donde el precio está subiendo más rápido porque no hay más suelo y porque la rehabilitación desde un punto de vista urbanista y legal es imposible. Al no haber suelo, lo poco que hay sube de precio.

P.: ¿Este crecimiento de precios expulsará a la población de las grandes ciudades?

R.: El problema de las grandes ciudades es el atractivo que tienen. Si le suma el turismo y el fenómeno de la gentrificación, el parque de viviendas se reduce. En Barcelona, los precios del alquiler están subiendo mucho porque las pocas viviendas que hay están desapareciendo del mercado. El comprador e inquilino tradicional posicionan su vivienda como vacacional. En esta situación, los precios seguirán subiendo.

P.: ¿Qué impacto tendrán tendencias como el *coworking* o el *coliving*?

R.: Tenemos un gran problema. Todos sabemos que los jóvenes, los *millennials*, van en esa dirección, pero la realidad es que quien compra la vivienda actualmente es el comprador tradicional. El problema es que dentro de veinte años, cuando los jóvenes busquen ese tipo de inmueble, no existirá. De las doce principales promotoras del sector, sólo una está haciendo un proyecto piloto de *coliving*. Mientras el sector privado o el usuario no demande esta opción, el promotor no va a invertir. No consigo hacer cuadrar la necesidad actual con la demanda futura. Todos creemos que el mundo va a tirar hacia allá, pero la realidad es que ahora no hay ni mercado de *coliving*, ni en oferta ni en demanda.

“No cuadra la necesidad actual con la demanda futura en el ‘coliving’”

P.: ¿El *coworking* tiene recorrido?

R.: Sí, pero porque el *coworking* ha existido toda la vida. El *coworking* es el centro de negocios tradicional con un concepto adicional, donde ya no hay tanta repartición en despachos, sino que hay más zonas comunes pensadas para que la gente comparta experiencias. En el futuro tenderemos a unificar los dos mundos, el del *coworking* y el del *coliving*. El mismo centro de *coliving* tendrá también zonas comunes de *coworking*. Los espacios de vida cumplirán la doble función, personal y laboral. Sin embargo, actualmente, este modelo dudo que se venda.

P.: ¿Cómo ha cambiado la demanda?

R.: Los compradores actuales siguen pidiendo lo de siempre, localización. La diferencia es que antes se compraban la casa que podían pagar, ahora sólo se compran la casa que quieren. Sólo si entra dentro de sus números, dan el salto a la compra. Cada vez hay más oferta y el alquiler es una opción más. El nuevo usuario pide además seriedad, calidad y transparencia. Es una característica muy novedosa del cliente que, además, viene infinitamente más informado a las oficinas de ventas. Por último, el usuario valora más las zonas comunes. Antes, estas zonas se consideraban un gasto adicional, que provocaban un aumento de la contribución de la comunidad y del precio de la vivienda. Ahora el cliente prefiere tener unas escaleras anchas a unas estrechas, o tener una zona de gimnasio a no tenerla, y está dispuesto a pagarlo. Por desgracia aspectos como el márketing o la eficiencia energética aún no se tienen en cuenta.

P.: ¿Cuáles son las ventajas de la eficiencia energética?

R.: Quitándole la obviedad de la preocupación por el medio ambiente, la ventaja económica es el mantenimiento. El mantenimiento del inmueble cada vez está siendo más pesado, más caro y más complejo. Una casa eficiente desde el punto de vista energético implicará pagar mucha menos luz, agua y gas. Una casa con eficiencia energética es una casa muy bien aislada, de manera que si tu conectas la calefacción o el aire acondicionado, el aire no se va a escapar por las ventanas. Las fachadas de estas viviendas tienen aislamiento térmico o cristales que se oscurecen cuando hace mucho calor. Todo ese tipo de ayudas hacen que uno esté más cómodo dentro de la casa y que gaste menos dinero en adecuarla. Por desgracia, el comprador no lo valora actualmente.

“Una casa eficiente desde el punto de vista energético implicará pagar mucha menos luz, agua y gas”

P.: ¿Qué recorrido tienen las *proptech* ?

R.: Las *proptech* impactan en el mercado de manera positiva, haciendo los procedimientos más fáciles y más baratos. Además, gracias a estas empresas han surgido ideas que sin la tecnología no serían posibles, como el caso del Airbnb. No hemos creado un nuevo negocio, sino una nueva manera de hacer los negocios. La tecnología ayuda a hacer que una vivienda que antes se alquilaba una vez al año, ahora se alquile 52 fines de semana.

P.: ¿El auge de estas empresas está transformando el sector?

R.: Este sector se está digitalizando, se está transformando, por sí mismo. Ya se cree mucho más en los sistemas informáticos, en la digitalización y la tecnología. No creo que las *proptech* vayan a transformar el mercado. Ayudan, porque vienen a dar respuesta a las necesidades latentes que hay en el sector, pero no creo que vayan a cambiar el sector inmobiliario.

P.: ¿Cuáles son los principales retos del sector?

R.: La Administración tiene que ver que se están produciendo una serie de viviendas que seguramente, dentro de veinte años, no den respuesta a lo que se quiere comprar y alquilar. La Administración tiene que facilitar, con sus propios mecanismos, que esta transformación de inmuebles sea factible. El reto del sector está en dar más peso al cliente en todo el ciclo del producto y acortar los plazos e inconvenientes del acceso a la vivienda. Hacer una vivienda es largo, complejo y caro.