

La promoción andaluza despierta

Tribuna de Francisco Martínez-Cañavate, presidente de Fadedco.



Francisco Martínez-Cañavate.

La promoción inmobiliaria en Andalucía comienza a despertar lentamente en los últimos meses. Tras la grave crisis general sufrida desde el año 2008, el sector ha ido adaptándose a las circunstancias económicas y financieras, recortando stock y tocando suelo en cuanto a precio. La situación actual permite que se comiencen algunos proyectos inmobiliarios, aunque la recuperación no es homogénea y tardará más en llegar a determinadas zonas. El despegue ha comenzado de forma clara en la provincia de Málaga y muy especialmente en la Costa del Sol occidental, donde el empuje de la demanda extranjera crea sinergias que han conseguido volver a retomar cierta actividad inmobiliaria. En el resto de Andalucía, las capitales de provincia son las que copan la mayor parte de las nuevas promociones, aun-

que en ningún caso podemos afirmar que son actuaciones suficientes como para pensar que el sector ha salido de la crisis. A día de hoy son muy pocas las promociones que se inician en Andalucía y las causas tal vez haya que buscarlas en la escasa creación de nuevos hogares; debido fundamentalmente a la alta tasa de paro que mantiene Andalucía y que hace que la demanda potencial siga muy retraída.

En este tiempo los promotores se han reinventado, mejorando su capacidad comercial, profesionalizándose y tratando de aportar soluciones al cliente final de las futuras promociones.

Por otra parte, en el sector intervienen nuevos agentes como son los fondos de inversión, los family office, las entidades financieras... Los mismos hacen que tanto el acceso a la financiación como la comercialización sean muy distintos de los planteamientos clásicos, siendo fundamental el garantizar la venta de la vivienda, la pre comercialización, etc.. No es fácil arrojar una cifra de viviendas iniciadas, pero analizando el dato de viviendas visadas en Andalucía en 2015, unas 7.500, entendemos que las mismas están en proceso de iniciar su construcción en el corto plazo. Esta cifra supone un incremento de casi el

50% respecto al año anterior (4.800). Por zonas, es la provincia de Málaga la que registra mejores datos, seguida de Sevilla, Cádiz, Granada...

Los retos de los promotores pasan por ser capaces de detectar demanda en una determinada zona y a partir de ahí generar un producto muy exclusivo, ajustado en precio y que cubra el 90% de las necesidades de los clientes finales. Ahora la gestión está basada en el cliente, sus necesidades, sus altos conocimientos y se potencia la eficiencia de la vivienda, el coste energético de su mantenimiento, la calidad de vida en la zona, los servicios ofrecidos y un conjunto de atributos que va mucho más allá de la propia vivienda.

La mayor parte de los promotores de 2008 han desaparecido. El sector estaba copado por muchas empresas que habían iniciado su actividad promotora por la oportunidad que el sector otorgaba en ese época de sobrefinanciación. Ahora el intrusismo ha desaparecido casi por completo y las promotoras que operan en Andalucía tienen bastante antigüedad, experiencia y capacidad.

Por otro lado, estamos a la espera de la aprobación del plan de vivienda de la Junta de Andalucía.

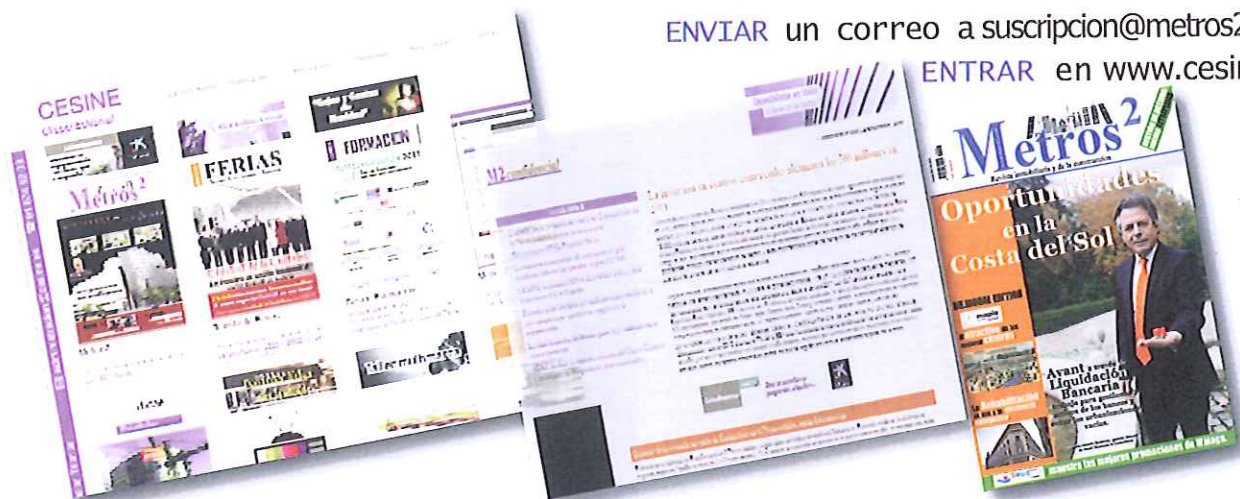
El mismo no contiene ayudas para el promotor ni el comprador de vivienda, sin embargo parece que contiene mecanismos para poner en carga el suelo procedente de la reserva del 30% que marca la LOUA. Esta situación permitirá poner en valor dichos terrenos y que arranquen algunas promociones. El futuro es esperanzador aunque el crecimiento es lento y el desarrollo no es homogéneo en nuestra Comunidad.

SUSCRIBIRSE a METROS² es tan fácil como

LLAMAR al 915 745 209

ENVIAR un correo a suscripcion@metros2.com

ENTRAR en www.cesine.es



¡¡ACCESO WEB + BOLETÍN DE NOTICIAS + REVISTA POR SÓLO 225 EUROS AL AÑO*!!