

Empresas inmobiliarias andaluzas también buscan posicionarse en la Europa del Este y Marruecos

There are no translations available

El goteo de empresas que buscan o analizan oportunidades inmobiliarias en el exterior es continuo. Pero debes saber que aunque todos lo intenten ... hay algunas que ya se encuentran en una situación privilegiada para aprovechar las oportunidades.

Te las iremos presentando ... a su debido momento

El sector inmobiliario busca oportunidades en el exterior

La desaceleración por la que atraviesa el mercado inmobiliario español ha llevado a numerosas empresas andaluzas del sector a buscar alternativas en países que ofrezcan mejores rentabilidades y un mayor tirón de la demanda. La constatación de esta inquietud propició que Extenda (Agencia Andaluza de Promoción Exterior) diseñara en 2006 un plan estratégico a tres años, destinado a apoyar de forma directa la salida de esas firmas al exterior. Durante el primer ejercicio de aplicación, las actuaciones se concentraron en dos bloques, países de Europa del Este (Hungría, Polonia y República Checa) y Marruecos, mientras que para 2007 las propuestas se han ampliado a Chile y Argentina.

Benito Márquez, técnico del Área de Promoción de la agencia, explica que de cara al próximo año las miras se han puesto en Bulgaria, Rumanía, Marruecos -al que Extenda considera prácticamente un mercado natural- y Brasil. En relación con éste último, Márquez explica que muchas compañías de la zona están saliendo ahora a bolsa y aprovechan la liquidez que obtienen con ello para comprar solares en los que hacer desarrollos inmobiliarios en un futuro.

Los aspectos que se han valorado en la selección de los países han sido varios: la existencia de una "cierta" seguridad jurídica, rentabilidades más altas que las del mercado español -sólo en Hungría rondan el 15 ó 20 por ciento- y una demanda dinámica, en muchos casos como consecuencia de un aumento del poder adquisitivo de la población, del crecimiento de ésta o de que el parque de viviendas es obsoleto o insuficiente -se estima que en Polonia hacen falta tres millones de viviendas, pero es que este país también albergará la Eurocopa en 2012, con lo que ello conlleva en infraestructuras-.

La labor de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior en esta apuesta de internacionalización gira en torno a tres ejes:

elabora un estudio de mercado del país objetivo, lo presenta en unas jornadas técnicas y después organiza una misión comercial con las empresas a las que ese mercado les resulte interesante. Con estas actividades, Extenda movilizará a una media de cien firmas del sector inmobiliario al año.

Una vez en la misión comercial -a finales de 2008 se habrán celebrado 14-, se procede a la celebración de jornadas informativas (se abordan temas legales, financieros, urbanísticos...), encuentros comerciales (con intermediarios, propietarios de suelo, promotoras...) y una especie de tour urbanístico. De momento, el grueso de las empresas que se han interesado por estos servicios de Extenda proceden de Sevilla y Málaga, y la mayoría de ellas son promotoras, aunque también figura alguna constructora, consultoras especializadas, estudios de arquitectura y agencias inmobiliarias.

En cuanto al tipo de proyectos que más interesan, Benito Márquez señala que varían según el destino. Así, en Europa del Este y Sudamérica las firmas buscan, sobre todo, la inversión en primera vivienda, en tanto que en Marruecos se apunta más al negocio hotelero. No obstante, también hay compañías interesadas en suelo, oportunidades en el sector terciario o edificios para rehabilitar o alquilar. Para asistir a las misiones comerciales, la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (financia el 50 por ciento del viaje y cubre todo el trabajo de consultoría) exige una serie de requisitos a las empresas: que dispongan de cierta capacidad para abordar proyectos, que tengan un departamento de comercio exterior y que la persona que acuda hable inglés -también se valora la trayectoria internacional de la firma-.

Márquez explica que, si bien las actividades que se programan en el exterior son generales, se intenta, en caso de que surja la necesidad, personalizarlas, ya que se trata de "cubrir todo el espectro de productos y servicios que demanden las empresas que participen".

http://www.huelvainformacion.es/137417_ESN_HTML.htm