

PROYECTO FINAL DE MASTER

IRRUPCIÓN DEL SAREB- ANÁLISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DE ACTIVOS INMOBILIARIOS DE ENTIDADES FINANCIERAS

AUTOR: ANTONIO ESTRUCH MORANT

DIRECTORES:

María Pons Morera

Igor Fernández Plazaola

Valencia a 14 de Mayo de 2013

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecer a mi familia el apoyo que me han prestado a lo largo de los últimos meses, durante la realización del Trabajo Final de máster y en especial a mi esposa María Cruz que me ha apoyado completamente en este proyecto.

Así mismo, quisiera agradecer la ayuda recibida de mis tutores de Trabajo Final de Máster, María Pons Morera e Igor Fernández Plazaola. Ambos me han ofrecido una dedicación muy profesional y una gran disponibilidad.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	16
2. OBJETIVOS	19
3. ESTADO DEL SISTEMA	21
3.1. ESTUDIO PREVIO	23
3.1.1. GESTACIÓN DE LA BURBUJA INMOBILIARIA	23
3.1.2. ESTALLIDO DE LA BURBUJA INMOBILIARIA Y CRISIS	38
3.2. ESTUDIO DEL MACROENTORNO ACTUAL	49
3.2.1. SITUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA	50
3.2.2. SITUACIÓN POLÍTICA – JURÍDICA	56
3.2.3. SITUACIÓN SOCIAL	63
3.3. ESTUDIO DEL MICROENTORNO ACTUAL	65
3.3.1. SITUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA	65
3.3.2. SITUACIÓN POLÍTICA – JURÍDICA	73
3.3.3. SITUACIÓN SOCIAL	86
3.3.4. OFERTA	91
3.3.5. DEMANDA	95
3.4. SAREB	99
3.4.1. INTRODUCCIÓN	99
3.4.2. CARACTERÍSTICAS DE LA SAREB	99
3.4.3. PLAN DE ACCIÓN DE SAREB	106
3.4.4. ACTIVOS	106

4. MATERIAL Y MÉTODOS	108
4.1. DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR INMOBILIARIO ..	108
4.2. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DE ACTIVOS	109
4.3. ESTUDIO DE ESTRATEGIAS EN USO	110
4.3.1. INTERNET	110
4.3.1.1. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DEL PORTAL.....	111
4.3.1.2. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DESDE EL PORTAL.....	116
4.3.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES: Tv, Radio ..	118
4.3.3. VALLAS	119
4.3.4. PUNTO DE VENTA	120
4.3.5. EVENTOS	121
4.4. ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS	122
5. RESULTADOS	123
5.1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO INMOBILIARIO	124
5.2. CRITERIO DE SEGMENTACIÓN DE ACTIVOS	125
5.3. ESTUDIO DE ESTRATEGIAS EN USO	126
5.3.1. IDENTIFICACIÓN DE CAMPAÑAS Y ESTRATEGIAS	126
5.3.1.1. INTERNET.....	126
5.3.1.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES:TV, VIDEOS, RADIO Y FOLLETOS-PRENSA.....	145
5.3.1.3. VALLAS.....	148
5.3.1.4. PUNTO DE VENTA.....	149
5.3.1.5. EVENTOS.....	152
5.3.2. ANÁLISIS DE CAMPAÑAS Y ESTRATEGIAS	155
6. CONCLUSIONES	186
7. DISCUSIÓN	214
7.1. NUEVAS ESTRATEGIAS	214
7.1.1. FOMENTO DEL ALQUILER DE ACTIVOS INMOBILIAIRIOS	214

7.1.2. EVALUAR LOCALIZACIÓN DE OFERTA Y DEMANDA.FÓRMULAS DE PROMOCIÓN EN SUELOS RENTABLES.....	216
7.1.3. SEGMENTAR EL MERCADO INMOBILIARIO: LEGISLACIÓN Y USO DE NUEVAS FIGURAS.....	220
BIBLIOGRAFÍA.....	224
ANEXOS.....	228

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico G1-	Evolución del endeudamiento en economías desarrolladas y emergentes, en porcentaje del PIB. Se presenta en naranja las economías desarrolladas y en verde las economías emergentes. Fuentes: Reinhart C. (2010), Reinhart C. and Rogoff K. (2009), Reinhart C. and Rogoff K. (2011) .	17
Gráfico G2-	Comparativa de índices trimestrales de volumen encadenados del PIB a precios de mercado, el VAB pb de la Construcción y el VAB pb de la Industria, en España (entre 1991 y 2012). Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2012).	23
Gráfico G3-	Porcentaje de personas de 20 a 35 años, solteras y que viven con alguien con una edad al menos veinte años superior, en 2001. Fuente: Censos de Población y vivienda 2001. Boletín informativo INE (2/2003).	25
Gráfico G4-	Pirámides de población de 2001 y 2007, señalando en tonos más claros las edades de emancipación. Fuente: Elaboración propia con datos del INE. (Diciembre 2012).	25
Gráfico G5-	Evolución de la tasa bruta de natalidad entre 1975 y 2011. Fuente: Movimiento Natural de la Población e Indicadores Demográficos Básicos. INE Nota de prensa (Datos definitivos de 2011 y avance del primer semestre de 2012).	26
Gráfico G6-	Gráficos sobre número de extranjeros empadronados los días 1 de enero de cada año y los porcentajes respecto del total de población con sus variaciones relativas al año anterior. Desde 1998 a 2002. Fuente: Publicación especial - Los extranjeros residentes en España 1998-2002. INE (2012).	27
Gráfico G7-	Comparativo entre separaciones y divorcios desde 1998 hasta 2011. Fuente: Elaboración propia con datos del INE. (Noviembre 2012).	28
Gráfico G8-	Porcentaje de la población en función del tipo de tenencia sobre la vivienda de uso habitual, serie de 2002-2003-2007-2008-2009-2010-2011. Fuente: Elaboración propia con datos de EUROSTAT. (Febrero 2013).	29
Gráfico G9-	Comparativo entre tipo de interés legal, mercado interbancario Euribor a 1 año y mercado hipotecario media ponderada para préstamos de más de 3 años. Fuente: Elaboración propia con datos del Datos INE (2012).	30
Gráfico G10-	Encuesta sobre crédito a hogares para adquisición de vivienda. Fuente: Encuesta sobre préstamos bancarios en España. Banco de España, Boletín Informativo (Febrero 2013).	30
Gráfico G11-	Comparativo entre precios de vivienda en base 1970 de los principales países mundiales. Fuente: Bank of international settlements (2008).	31
Gráfico G12-	Gráfico comparativo de renta bruta en hogares y per cápita, valores en euros. Fuente: Elaboración propia con datos del INE. (Diciembre 2012).	32
Gráfico G13-	Gráfico del nº de solicitudes de calificación definitiva VPO. Planes estatales serie 1991-2011. Fuente: Elaboración propia con datos del INE. (Diciembre 2012).	32
Gráfico G14-	Tasa de crecimiento anual porcentual del PIB a precios de mercado en moneda local, a precios constantes. Serie 1998 a 2011. Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial. (Diciembre 2012).	33
Gráfico G15-	(Izquierda –elaboración propia) Gráfico crecimiento porcentual del valor del suelo por comunidades desde 1990 hasta 2007. Fuentes: Estudio – El stock de capital en viviendas en España y su distribución territorial (1990-2007) – Fundación BBVA-Ivie (2009).	34
Gráfico G16-	Euribor histórico con valores trimestrales y actualización a 1 año desde 1994 hasta 1T 2012. Fuente: Banco Central Europeo con datos facilitados por la agencia Reuters. (2012).	39

Gráfico G17-	(Izquierda) Valor absoluto en euros de deuda privada de familias y empresas, sin incluir entidades financieras (Derecha) Stock de vivienda nueva sin vender desde 2005 a 2009. Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento (2012).....	40
Gráfico G18-	Histórico de índice de paro total en España por trimestres, comparado con el del grupo de menores de 25 años. Fuente: Elaboración propia con datos del INE (2012).....	41
Gráfico G19-	Histórico Tasa IPC anual en % desde 2007 hasta 2012. Fuente: Elaboración propia con datos del INE (2012).....	42
Gráfico G20-	Histórico del déficit a 1 año en % del PIB desde 2005 hasta 2011 y previsión 2012 por FMI. Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat y FMI. No incluye rescate al sistema financiero español (2012).....	43
Gráfico G21-	Histórico de hipotecas constituidas en Fincas rústicas y urbanas, valores mensuales. Base 2003. Fuentes: Elaboración propia con datos del INE (2012).....	44
Gráfico G22-	(Izquierda) : Índice trimestral del precio de la vivienda nueva, 2ª mano y medio, con base en 2007. (Derecha): Variación anual del índice del precio de la vivienda nueva, 2ª mano y medio, con base en 2007. Fuentes: Elaboración propia con datos del INE (2012).....	44
Gráfico G23-	Histórico de la prima de riesgo en base a Alemania durante 2010,2011 Y 2012. Series diarias. Se indica el momento de su rescate con la prima de riesgo y una señal azul. Fuente: Elaboración propia con base de datos de Thomson Reuters (2013).....	46
Gráfico G24-	Gráfico de la tasa de crecimiento del PIB real de las principales economías de la Eurozona y EEUU, Incluye previsión hasta 2014 del FMI. Series con revisión anual. Fuentes: Elaboración propia con datos Eurostat (2012).....	51
Gráfico G25-	Gráfico comparativo de los principales índices bursátiles mundiales desde el año 2000. Fuentes: World Markets Weekend Review: The East-West Divide By Doug Short (2012).....	52
Gráfico G26-	Gráfico comparativo del endeudamiento de los estados de la zona euro en % de su PIB, series con revisión anual. Fuentes: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2012).....	53
Gráfico G27-	Gráfico evolución del Euribor mensual para depósitos a 12 meses en la zona euro, desde enero de 2011 hasta febrero de 2013. Fuentes: Elaboración propia con datos del Banco Central Europeo (2013).....	54
Gráfico G28-	Gráfico evolución del diferencial del rendimiento del bono a 10 años con el bono alemán (prima de riesgo), de las principales economías en riesgo de la zona Euro, desde julio de 2012 hasta final de año. Fuentes: Elaboración propia con base de datos de Thomson Reuters (2013).....	55
Gráfico G29-	Gráfico evolución del porcentaje de paro sobre la población activa en economías Eurozona y EEUU en 2012. Fuentes: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2013).....	56
Gráfico G30-	Gráfico sobre el porcentaje de turistas en función del país de origen, correspondiente al año 2011. Fuente: Elaboración propia con datos del INE, series de turismo nº de visitantes por país de residencia. (2011).....	63
Gráfico G31-	Gráfico sobre inversión extranjera en activos inmobiliarios españoles, en millones de euros. Serie 1993-2011. Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de España – Boletín Económico J-Ag 2006 y Síntesis de Indicadores 21-3-2013. (2013).....	63
Gráfico G32-	Gráfico de previsión de evolución del déficit público español, en porcentaje sobre la tasa de crecimiento del PIB, comparando los valores del gobierno con los estimados por el FMI y la comisión europea.	

- Fuente: [Informe, Spain: Financial Stability Assessment - June 2012 - IMF Country Report No. 12/137] - [Informe de la Comisión Europea del 7 de noviembre 2012] – [Nota de prensa Ministerio de Hacienda de 29-9-2012] (2012).....66
- Gráfico G33- Evolución deuda pública Española y su previsión hasta 2020. En porcentaje sobre la tasa de crecimiento del PIB.
Fuente: [Informe, Spain: Financial Stability Assessment - June 2012 - IMF Country Report No. 12/137] - [Informe de la Comisión Europea del 7 de noviembre 2012] – [Nota de prensa Ministerio de Hacienda de 29-9-2012] y [EURASTAT -14-3-2013] (No incluye el rescate financiero de 2012)67
- Gráfico G34- (Derecha): Evolución acumulada en euros de deuda privada separada por familias, empresas (no financieras) y deuda pública desde 2000 hasta septiembre 2012 . (Izquierda): Evolución comparada de deuda privada separada por familias, empresas (no financieras) y deuda pública. Valor absoluto euros.
Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de España, (2012).....68
- Gráfico G35- Gráfico de inyección de liquidez en euros, a las entidades nacionalizadas Grupo 1 + Banco Gallego a 31-12-2012.
Fuente: Elaboración propia con datos del FROB y del Banco de España, (2013).....69
- Gráfico G36- Gráfico comparativo del porcentaje de paro en el sector de población menor de 25 años, en las principales economías de la zona Euro, series mensuales de 2012.
Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2013).....70
- Gráfico G37- Gráfico tasa del IPC General con valores mensuales de variación interanual en 2012, revisión enero 2013.
Fuente: Elaboración propia con datos del INE.(2013).....71
- Gráfico G38- (Izquierda) Gráfico sobre el endeudamiento de los hogares españoles en función de la tasa de crecimiento del PIB, comparado con Estados Unidos, Reino Unido y La U.E.M. Cociente entre la deuda y el PIB del trimestre anualizado y ajustado a la estacionalidad. (Derecha) Variaciones de la ratio de endeudamiento desde el valor máximo, comparada con indicadores económicos, período 2009-2011.
Fuente: La Evolución Financiera en España, Informe Banco de España, (2011).....71
- Gráfico G39- (Izquierda) Gráfico sobre evolución de los tipos de interés (%) en el mercado interbancario, en el de crédito y para los depósitos, serie 2006-2011. (Derecha) Variaciones acumuladas del indicador de difusión para las condiciones de oferta de los préstamos bancarios, valores positivos indican endurecimiento.
Fuente: La Evolución Financiera en España, Informe Banco de España, (2011).....72
- Gráfico G40- (Izquierda) Gráfico sobre evolución del crédito en tasas interanuales, serie 2006-2011. (Derecha) Gráfico de ratios de morosidad calculados como crédito dudoso/ crédito total.
Fuente: La Evolución Financiera en España, Informe Banco de España, (2011).....72
- Gráfico G41- (Izquierda-Superior) Gráfico sobre ratios de endeudamiento, la deuda incluye el crédito bancario y el titularizado fuera de balance, serie 2006-2011. (Derecha-Superior) Gráfico sobre carga financiera (estimación de intereses + amortizaciones). (Izquierda-Inferior) Gráfico sobre la riqueza por sectores en función de la RBD, serie 2006-2011. (Derecha-Inferior) Gráfico sobre precio del m2 en vivienda tasada.
Fuente: La Evolución Financiera en España, Informe Banco de España, (2011).....73
- Gráfico G42- Evolución de población desde 2002 hasta 2012, según estimaciones de población del INE y previsiones a largo realizadas también por este ente. Número de habitantes.
Fuente: Elaboración propia con datos del INE (estimaciones de población), (2012).....86

Gráfico G43-	<i>Evolución de los Principales índices demográficos medios de la población española desde 2000 hasta 2012, en aspectos como: Tasa bruta de natalidad, tasa bruta de mortalidad infantil, tasa bruta de nupcialidad, tasa bruta de mortalidad, saldo vegetativo. (UNIDADES / 1.000 HABITANTES).</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos del INE, (2012).....</i>	<i>87</i>
Gráfico G44-	<i>Evolución de los Principales índices demográficos medios de la población española desde 2000 hasta 2012, en aspectos como: Edad a la maternidad, edad media de la población, edad media al matrimonio y edad media al primer matrimonio. (AÑOS).</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos del INE, (2012).....</i>	<i>87</i>
Gráfico G45-	<i>Tasa de paro en la población inmigrante cierre anual, último dato 4º trimestre 2012.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos del INE, encuesta de población activa, (2012).....</i>	<i>88</i>
Gráfico G46-	<i>Gráfico de la evolución del parque de viviendas total, se incluye vivienda libre y protegida, también distinción entre primera y segunda vivienda. Desde 2001 hasta 2011.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento – Informe sobre Stock de vivienda 2011. (2012).....</i>	<i>92</i>
Gráfico G47-	<i>Gráfica evolución número de licencias según tipo de obra de edificación de vivienda. Valores nacionales actualizados a julio de 2012.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento / colegio de arquitectos– www.fomento.es, (2012).....</i>	<i>93</i>
Gráfico G48-	<i>Gráfico de la evolución del stock de viviendas nuevas sin vender. Desde 2005 hasta 2011.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento –Informe sobre Stock de vivienda 2011, (2012).....</i>	<i>94</i>
Gráfico G49-	<i>Gráficos sobre la Evolución anual del Stock de hogares y la Variación neta del stock de hogares estimados para el período 2000-2013. Utiliza datos de proyección de población según escenario 1 de largo plazo del INE.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos del Informe de Hogares en España 2009 - Ministerio de Fomento, (2012).....</i>	<i>96</i>
Gráfico G50-	<i>Gráfico de evolución de número de transacciones inmobiliarias de viviendas desde 2004 a 2012.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento, (2012).....</i>	<i>97</i>
Gráfico G51-	<i>Gráfico de porcentaje de población según la tenencia de la primera vivienda en España.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2012).....</i>	<i>98</i>
Gráfico G52-	<i>Capital social de SAREB en millones de euros, según accionistas y separado en capital directo y deuda subordinada.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos de las notas de prensa del FROB en informes de las distintas ampliaciones de capital. (2013).....</i>	<i>103</i>
Gráfico G53-	<i>Capital social de SAREB en porcentaje según accionistas.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con datos de las notas de prensa del FROB, (2013).....</i>	<i>104</i>
Gráfico G54-	<i>Consejo de Administración de SAREB.</i> <i>Fuente: www.sareb.es, (2013).....</i>	<i>105</i>
Gráfico G55-	<i>Transferencia de activos del grupo 1 y grupo 2, vista en porcentaje respecto del total.</i> <i>Fuente: Elaboración propia datos de las Notas de prensa del FROB, (2012).....</i>	<i>107</i>
Gráfico G56-	GRÁFICA TEMPORAL <i>de las principales acciones de comercialización identificadas en el período de estudio.</i> <i>Fuente: Elaboración propia con los datos recabados en el estudio, (2012 - 2013).....</i>	<i>182</i>
Gráfico G57-	<i>Tabla sobre niveles en los motores de búsqueda de las entidades de la muestra de estudio.</i> <i>Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla del capítulo 5.2.....</i>	<i>188</i>
Gráfico G58-	<i>Tabla sobre la personalización de las búsquedas en la web, indicando el número de campos configurables.</i> <i>Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla del capítulo 5.2.....</i>	<i>189</i>

Gráfico G59-	<i>Izquierda, gráfico de porcentajes en función del grado de posicionamiento SEO de los portales y derecha, porcentaje de uso de posicionamiento patrocinado SEM (2013). Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla del capítulo 5.3 SEO.....</i>	189
Gráfico G60-	<i>Gráfico de usabilidad de los distintos portales, clasificados en 4 grupos de uso. Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 USABILIDAD,</i>	190
Gráfico G61-	<i>Gráficos de porcentaje de uso de las Redes Sociales, el Bloggin y los Canales de Noticias. Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN INTERNET, (2013)....</i>	191
Gráfico G62-	<i>Gráficos de porcentaje de uso de acciones desde el portal, se detallan las que no se usan en el 100% de los casos. Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN INTERNET.....</i>	192
Gráfico G63-	<i>Gráficos de porcentaje de uso de acciones desde fidelización (derecha), Numero de acciones a través de internet (Izquierda). Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN INTERNET.....</i>	192
Gráfico G64-	<i>Gráficos de porcentaje de uso de acciones en medios convencionales. Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN RESTO DE MEDIOS.....</i>	193
Gráfico G65-	<i>Gráficos de porcentaje de uso de eventos. Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN RESTO DE MEDIOS.....</i>	194
Gráfico G66-	<i>Gráficos de porcentaje de uso de puntos de venta. Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN RESTO DE MEDIOS.....</i>	195
Gráfico G67-	<i>Gráfico de número de campañas utilizadas por entidad en cada uno de los dos períodos, también en porcentaje. Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS,(2013).</i>	196
Gráfico G68-	<i>Gráficos sobre segmentación de las campañas en función del tipo de operación, VENTAS O ALQUILER, distinguiendo 2 tipos de alquiler. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS.....</i>	197
Gráfico G69-	<i>Gráficos sobre las distintas tipologías de campaña tanto en número como en porcentaje. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS.....</i>	198
Gráfico G70-	<i>Gráficos sobre uso de tipologías de campañas en función de las distintas inmobiliarias. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).....</i>	200
Gráfico G71-	<i>Gráfico sobre el porcentaje de asistencia a las 3 ferias del 3º trimestre de 2012. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).....</i>	202
Gráfico G72-	<i>Gráfico comparativo de los distintos estímulos en función del número de veces que se utilizan en las campañas analizadas. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).....</i>	202
Gráfico G73-	<i>Gráficos de los principales estímulos identificados en las campañas analizadas. Corresponden al % de uso con respecto al número de campañas del período, Clasificados por entidades. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).....</i>	205
Gráfico G74-	<i>Gráficos de los principales targets identificados en las campañas analizadas. Corresponde al número de campañas que se dirigen a cada uno de ellos. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).....</i>	206
Gráfico G75-	<i>Gráficos de los porcentajes de campañas dirigidas a los targets identificados, por entidades. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013)</i>	208
Gráfico G76-	<i>Gráfico de número de campañas con influencia especial. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).....</i>	209
Gráfico G77-	<i>Gráficos sobre los principales resultados de las entidades financieras propietarias de las inmobiliarias analizadas, resultados en millones de euros. Fuente: Elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESULTADOS 2012, (2013).....</i>	211

Gráfico G78-	Gráfico de evolución de venta de viviendas nuevas y usadas desde 2007, series mensuales (Superior). Gráfico de variación interanual por meses (inferior). Fuente: www.idealista.com [Artículo del 11-2-2013]. Datos del INE, (2013).....	211
Gráfico G79-	Gráfico del parque de viviendas principales europeo diferenciando entre régimen de propiedad o alquiler. Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2013).....	214
Gráfico G80-	Tablas de variables del índice de recuperación de la demanda. Fuente: Estudio realizado por Analistas Financieros, (2012).	218
Gráfico G81-	Tablas de variables del índice de recuperación de la demanda y tabla resumen por comunidades. Fuente: Estudio realizado por Analistas Financieros,(2012).....	219

INDICE DE FIGURAS

Figura F1-	Esquema de Flujo para Bloque nº1 ESTADO DEL SISTEMA. Fuentes: Elaboración propia con datos del estudio.....	22
Figura F2-	(Derecha) Descomposición del crecimiento del valor del stock de viviendas: valor de la edificación y valor del suelo. 1990-1997 y 1997-2007. Tasas de variación. Fuentes: Estudio – El stock de capital en viviendas en España y su distribución territorial (1990-2007) – Fundación BBVA-Ivie (2009)	34
Figura F3-	Gráfico esquema gestación de la burbuja inmobiliaria en España. Fuente: Elaboración propia a partir de la información recopilada.(2012).....	37
Figura F4-	Gráfico donde se señalan las principales ciudades del mundo y su estado de recesión. Fuentes: Informe, Global Metro monitor 2012 - Slowdown, Recovery, And Interdependency. The Brookings institution - metropolitan policy program. (Enero 2013).....	49
Figura F5-	Calendario de actuaciones políticas condicionadas al rescate. Fuente: Memorando de Entendimiento de 20 de julio de 2012 firmado entre el Gobierno de España y La Comisión Europea. (2012).....	60
Figura F6-	Contenidos Memorando de Entendimiento. Fuente: Elaboración propia con datos del Memorando de Entendimiento de 20 de julio de 2012 firmado entre el Gobierno de España y La Comisión Europea. (2012).....	61
Figura F7-	Contenidos Memorando de Entendimiento. Fuente: Elaboración propia con datos del Memorando de Entendimiento de 20 de julio de 2012 firmado entre el Gobierno de España y La Comisión Europea. (2012).....	62
Figura F8-	Pirámides de población en 2012 en millones de habitantes para Reino unido y Alemania. Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat. (2013).....	64
Figura F9-	Principales factores que determinan los flujos de inversión extranjera en inmuebles españoles. Fuente: Elaboración propia a partir del informe de Flujos de Inversión de no residentes en inmuebles residenciales – Ministerio de Fomento (2005).....	64
Figura F10-	Esquema evolución situación política-jurídica en el período de estudio. Fuente: Elaboración propia a partir de datos, (2012).....	74
Figura F11-	Esquema nuevas dotaciones sobre activos inmobiliarios. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 2/2012 de 3 de febrero, (2012).....	75
Figura F12-	Esquema sobre ajustes en las fusiones. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 2/2012 de 3 de febrero, (2013).....	76
Figura F13-	Cambios en el régimen jurídico de las cajas de ahorro. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 2/2012 de 3 de febrero.(2012).....	76
Figura F14-	Remuneraciones de directivos en entidades con ayudas públicas. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 2/2012 de 3 de febrero, (2012).....	77
Figura F15-	Ampliación dotaciones referentes a activos clasificados con riesgo normal antes del 31/12/2012. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 18/2012 de 11 de mayo, (2012).....	78
Figura F16-	Regulación sociedades para la gestión de activos inmobiliarios. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 18/2012 de 11 de mayo, (2012).....	79
Figura F17-	Otras medidas adoptadas en el RDL 18/2012 de 11 de Mayo. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 18/2012 de 11 de mayo, (2012).....	81
Figura F18-	Medidas de estabilidad presupuestaria R.D.L. 20/2012 de 13 de Julio. Fuente: Elaboración propia con datos del 20/2012 de 13 de Julio, (2012).....	81

Figura F19-	Mecanismo de saneamiento, reforzamiento y supervisión del sistema financiero. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 24/2012 de 31 de agosto, (2012).....	82
Figura F20-	Regulación básica de la sociedad de gestión de activos de la reestructuración bancaria (SAREB). Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 24/2012 de 31 de agosto, (2012).....	83
Figura F21-	Otras medidas adoptadas en el R.D. Ley 24/2012. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 24/2012 de 31 de agosto, (2012).....	83
Figura F22-	Mapa del sistema financiero en 2012. Fuente: Tabla elaborada por el Banco de España, (2012).....	84 y 85
Figura F23-	Datos de las anteriores gráficas sobre índices de demografía. Fuente: Elaboración propia con datos del INE, (2012).....	87
Figura F24-	(Izquierda) Censo de inmigrantes en España hasta septiembre de 2012 a 1 de enero de cada año y su peso con respecto a la población total. (Derecha) Gráfico de saldo migratorio anual para extranjeros censados. Fuente: Elaboración propia con datos del INE, (2012).....	88
Figura F25-	Resumen moratoria hipotecaria española. Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 27/2012 de 15 de noviembre, (2012).....	90
Figura F26-	Resumen de tratamiento de los desahucios en distintos países de la zona euro. Fuente: Elaboración propia con datos del artículo: “Así se regulan los desahucios en Europa” www.abc.es (14-11-2012).....	91
Figura F27-	Tabla sobre número de licencias según tipo de obra de edificación de vivienda. Valores nacionales actualizados a julio de 2012. Fuente: Ministerio de Fomento / colegio de arquitectos– www.fomento.es , (2012).....	93
Figura F28-	Mapa2 porcentaje del stock provincial sobre el total del stock nacional, estudio sobre stock de vivienda en 2011, Ministerio de Fomento. Mapa 4 porcentaje de stock provincial sobre el parque de vivienda de la propia provincia, estudio sobre stock de vivienda en 2011, Ministerio de Fomento. Fuente: Informe sobre Stock de vivienda 2011, (2012).....	95
Figura F29-	Resumen Anteproyecto de Ley Medidas de Flexibilización y Fomento del mercado de alquiler. Fuente: Elaboración propia con datos del Boletín Oficial del Congreso 7 de septiembre de 2012, (2012).....	98
Figura F30-	Resumen valoración de activos en su transferencia a SAREB. Fuente: Elaboración propia con datos nota de prensa del FROB 29-10-2012 y de 16-11-2012 sobre la ley 9/2012 de 14 de noviembre, (2012).....	100
Figura F31-	Resumen de características de la SAREB. Fuente: Elaboración propia con datos nota de prensa del FROB 29-10-2012 y de 16-11-2012 sobre la ley 9/2012 de 14 de noviembre, (2012).....	101
Figura F32-	Calendario de SAREB establecido en el Memorando de Entendimiento. Fuente: Nota de prensa del FROB 29-10-2012, (2012).....	101
Figura F33-	Tabla resumen del capital social. Fuente: Elaboración propia con datos de las notas de prensa del FROB del 16-11-2012 y 29-12-2012, Informes de ampliaciones de capital por parte del FROB, (2012).....	104
Figura F34-	Capturas de pantalla de la web de Sareb. Fuente: www.sareb.es , (2013).....	105
Figura F35-	Plan de acción de SAREB. Fuente: Elaboración propia datos de las Notas de prensa del FROB y web de Idealista, (2013).....	106
Figura F36-	Criterios de transferencia de activos a SAREB. Fuente: Elaboración propia, datos de Nota de prensa del FROB 16-11-2012, (2012).....	107

Figura F37-	Tabla resultados criterios de segmentación de activos por parte de las entidades analizadas. Fuente: Elaboración propia, (2012).....	109
Figura F38-	Tabla de resultados de búsquedas con palabras clave en google.. Fuente: Elaboración propia, (2012).....	112
Figura F39-	Tabla resultados en las búsquedas de vínculos publicitarios en otros portales y anuncios clasificados. Fuente: Elaboración propia, (2012).....	113
Figura F40-	Tabla resultados test usabilidad de las webs de las inmobiliarias analizadas. Fuente: Elaboración propia, (2012).....	115
Figura F41-	Tabla resumen de resultados de las estrategias detectadas a través de internet. Fuente: Elaboración propia, (2012).....	118
Figura F42-	Cuestionario para los representantes de empresas inmobiliarias analizadas. Fuente: Elaboración propia, (2012).....	119
Figura F43-	Tabla resumen de las características de las acciones o campañas estudiadas. Fuente: Elaboración propia, (2012).....	121
Figura F44-	Esquema de flujo para el bloque nº2 RESULTADOS. Fuentes: Elaboración propia, (2013).....	123
Figura F45-	Tabla matriz DAFO con características del mercado Inmobiliario y elementos que lo influyen. Fuente: Elaboración propia con los datos analizados, (2013).....	124
Figura F46-	Tabla sobre criterios de segmentación de activos inmobiliarios en webs de las principales entidades financieras o sus filiales inmobiliarias, comparadas con los principales portales web de nuestro mercado inmobiliario. Fuente: Elaboración propia con los datos de aplicación del procedimiento, (2013).....	125
Figura F47-	Búsquedas con algunas de las palabras clave elegidas para comprobación del posicionamiento de las webs, en el navegador google. Fuente: www.google.es, (2013).....	127
Figura F48-	Posicionamiento de las distintas webs en el buscador google, en función de cada palabra clave. Fuente: www.google.es, (2013).....	128
Figura F49-	Búsquedas en páginas web de anuncios clasificados a lo largo del período de estudio. Captura pantalla arriba izquierda perteneciente a la web: www.elpais.com, arriba derecha perteneciente a la web: www.idealista.com, abajo izquierda perteneciente a la web: www.fotocasa.es, abajo centro perteneciente a la web: www.globaliza.com, abajo derecha perteneciente a la web: www.idealista.com. Fuentes: Principales portales webs inmobiliarios en España, (2013).....	129
Figura F50-	Resultado de búsquedas en google durante el período de estudio. La captura de pantalla de la izquierda pertenece a la web www.tucasa.com y la de la derecha pertenece a la web www.idealista.com. Se aprecian vínculos patrocinados de la gran mayoría de las entidades de estudio. Fuentes: Principales portales webs inmobiliarios en España, (2013).....	130
Figura F51-	Tabla de resultados de la búsqueda de vínculos publicitarios y anuncios clasificados. Los vínculos publicitarios corresponden al número de portales en los que han aparecido vínculos al realizar las búsquedas. Los anuncios clasificados aparecen indicados con un “sí” o un “no” en el caso de que se hayan detectado anuncios clasificados en cada uno de los portales observados. Las búsquedas se realizan a lo largo del período de estudio. Fuentes: Principales portales webs inmobiliarios en España, (2013).....	131
Figura F52-	Tabla de resultados test USABILIDAD. Fuente: Elaboración propia con los datos de campo, (2013).....	132

Figura F53-	Capturas de pantalla de las webs analizadas con los mecanismos de conversión. Fuente: Elaboración propia con capturas de las distintas webs, (2013).....	132
Figura F54-	Capturas de pantalla de las webs analizadas utilizando redes sociales para difusión de campañas, promociones y mantener el contacto. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	134
Figura F55-	Capturas de pantalla de las webs Solvia y Altamira, con utilización de un blogg propio o vinculado. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	135
Figura F56-	Capturas de pantalla de las webs Solvia, Aliseda y BBVAvivienda, con utilización de APP para móviles. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	135
Figura F57-	Capturas de pantalla de las webs Solvia, BBVAvivienda, Altamira y Bankiahabitat, con zonas de registro para gestión de búsquedas y configuración de alertas. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	136
Figura F58-	Capturas de pantalla de las webs de Altamira, Casaktua y Catalunyaaixa, con canales de noticias e información de interés. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	136
Figura F59-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales, con campañas en vigor. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	137
Figura F60-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales, con campañas de fidelización. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	138
Figura F61-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales, con ofertas destacadas. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	138
Figura F62-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las publicaciones sobre los sistemas de financiación planteados. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	139
Figura F63-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las páginas de ayuda y guías. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	140
Figura F64-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las páginas dedicadas a inversores Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	141
Figura F65-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las páginas dedicadas al Fondo Social. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	141
Figura F66-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las publicaciones de eventos. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	142
Figura F67-	Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las páginas dedicadas subastas. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).....	143
Figura F68-	Tabla resumen de acciones en internet. Fuente: Elaboración propia con los datos recabados, (2013).....	144
Figura F69-	Tabla de puntuación de uso de estrategias a través de internet. Fuente: Elaboración propia con los datos recabados, (2013).....	145
Figura F70-	Imágenes del spot de televisión correspondiente a la campaña Alquiler Fácil de Servihabitat. Fuente: Elaboración propia con imágenes del video: http://www.youtube.com/watch?v=TU6FfUbAmQk&list=UUPiPsJ5PPp0mAZ7kqDLiFqQ&index=5 , (2013).....	146

Figura F71-	Imágenes de videos promocionales o corporativos realizados y presentados durante el período de estudio. Corresponden a: Solvia V1 (12-11-2012) http://www.youtube.com/watch?v=SJB8F-6rJAQ / Servihabitat V2 (11-12-2012) http://www.youtube.com/watch?v=MzoMEpQ4UFI&list=UUPIPsJ5PPp0mAZ7kqDLiFxQ&index=7 / Altamira V3 (20-11-2012) http://www.youtube.com/watch?v=7aup4FQdzek&list=UUC3Qcm7mm2tgffM_AtnU3BQ&index=1 / BBVA vivienda V4 (25-12-2012) http://vimeo.com/52539134 . Fuente: Elaboración propia con imágenes de los distintos vídeos, (2013).....	147
Figura F71-	Imágenes de folletos, trípticos, revistas, etc. De las distintas entidades analizadas. Fuente: Oficinas de las entidades financieras visitadas en Valencia capital, (2013).....	147
Figura F72-	Imágenes de vallas publicitarias. Fuente: Algunas tomadas con mi cámara y otras recogidas en artículos de prensa digital, (2013).....	148
Figura F73-	Imágenes del interior y exterior de oficinas de entidades de crédito durante el período de estudio. Fuente: Tomadas con mi cámara en la ciudad de Valencia y Gandía, (2013).....	150
Figura F74-	Captura de pantalla del portal de Solvia internacional. Fuente: www.solviaproperties.com , (2013).....	151
Figura F75-	Imágenes de las distintas ferias de muestras. Fuente: webs propias de las ferias, URBE, Barcelona Meeting Point, Sima, (2013).....	152
Figura F76-	Tabla RESUMEN OTROS MEDIOS. Fuente: elaboración propia con los datos recabados en diferentes medios, (2012-2013).....	154
Figura F77-	Tabla de RELACIÓN CAMPAÑAS, en la que se relacionan y contabilizan las campañas por tipo, los eventos, los estímulos, los targets y las influencias específicas en cada una de las campañas. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados, (2012 – 2013).....	183
Figura F78-	Tabla de RESULTADOS 2012, que recoge los resultados de las entidades financieras al cierre de 2012. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados en los informes de resultados anuales de cada una de ellas, (2013).....	184
Figura F79-	DIAGRAMA DE FLUJOS DEL PROCEDIMIENTO Fuente: Elaboración propia, (2013).....	185
Figura F80-	Tabla sobre criterios de segmentación de activos inmobiliarios en porcentaje de utilización en las distintas muestras del apartado 5.2. Fuente: Elaboración propia con los resultados de la tabla del capítulo 5.2, (2013).....	186
Figura F81-	Esquema de estrategia para selección de suelo óptimo para desarrollo. Fuentes: Elaboración propia, (2013).....	216
Figura F82-	Tríptico FECOVI de la conferencia del 9 de noviembre 2012 en la Universidad de Valencia. Fuente: FECOVI, (2012).....	220
Figura F83-	Resumen de Objetivos de las propiedades intermedias. Fuente: Documentación recogida en la conferencia organizada por FECOVI, facilitada por Nasarre S. (9-11-2012).....	223

1. INTRODUCCIÓN

Nos encontramos inmersos en la época más convulsa e incierta de los últimos 80 años, desde la crisis de 1929, no hemos conocido otro período en la historia en el que las condiciones políticas, económicas y sociales hayan sufrido tanto cambio y deterioro como en estos últimos 5 años. A pesar de que es sabido que la economía sufre estos procesos de forma cíclica, no se realizó una previsión adecuada ni del momento en el que sucedería ni, por supuesto, de las devastadoras consecuencias que tendría en el actual modelo financiero, económico, político y social.

En estos momentos, solo cabe realizar un correcto diagnóstico, y establecer las medidas adecuadas que nos devuelvan al camino del crecimiento. Para ello, resulta imprescindible revisar nuestra historia y extraer conclusiones de ella, analizar e identificar los errores que desencadenaron esta crisis y así tratar de evitarlos en el futuro.

Como característica relevante de la actual crisis cabe destacar la **gran especulación financiera** y un **endeudamiento masivo**. Esta tiene su origen en el sistema financiero e hipotecario de Estados Unidos, y contamina al resto de sistemas financieros debido a la gran interrelación existente en la actualidad. En nuestro país, coincide con una burbuja inmobiliaria que estalla y este hecho magnifica los efectos devastadores de la crisis en el sector de la construcción.

Con la revolución tecnológica se ha dado una nueva dimensión a las interacciones entre mercados, desembocando en la globalización actual. Este hecho ha permitido un enorme desarrollo económico, político y social a nivel global, pero también ha dotado al sistema de una gran sensibilidad, que en momentos de crisis, permite el contagio a gran escala, magnificando el efecto de esos procesos críticos.

Si nos centramos en este último siglo y observamos la evolución del endeudamiento de los países a lo largo del tiempo, podremos intentar determinar los factores que lo motivaron, a la vez que encontrar similitudes con la actual situación de crisis. En el gráfico **G1** aparece el endeudamiento como porcentaje de la tasa de crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB) para dos grupos de países, las economías desarrolladas y las economías emergentes.

En primer lugar, observamos que la deuda soberana ha sufrido muchas variaciones a lo largo de este período de tiempo. En el pasado, esta deuda ha llegado a tener valores cercanos al 100% de la tasa de crecimiento del PIB y esto ha supuesto entrar en **bancarrota**, por lo tanto, sería lógico pensar que en la actualidad y con los valores de endeudamiento próximos al 100% de la tasa de crecimiento del PIB, la salida previsible pasa por una quiebra.

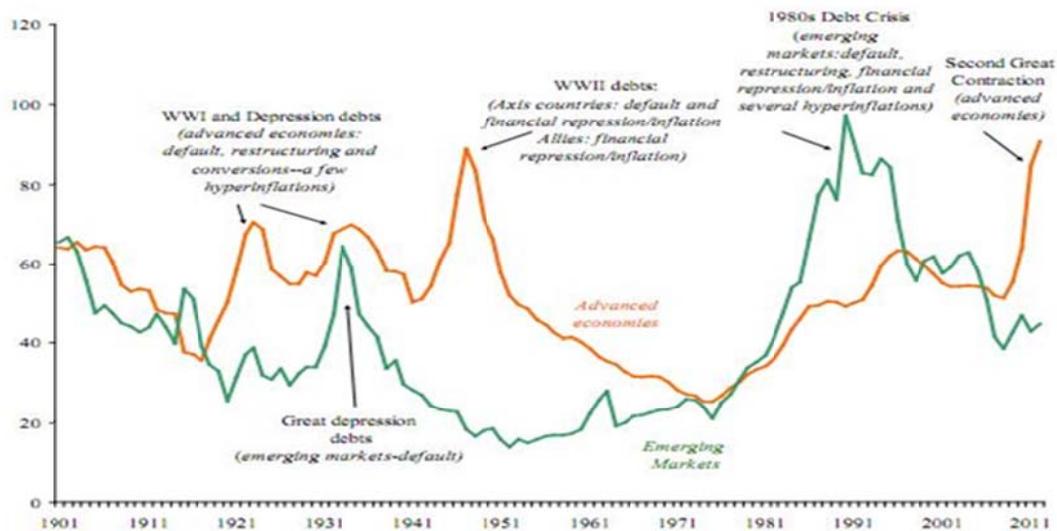


Gráfico G1- Evolución del endeudamiento en economías desarrolladas y emergentes, en porcentaje del PIB. Se presenta en naranja las economías desarrolladas y en verde las economías emergentes.

Fuentes: Reinhart C. (2010), Reinhart C. and Rogoff K. (2009), Reinhart C. and Rogoff K. (2011).

En segundo lugar, durante la 2ª Guerra mundial, las economías desarrolladas sufren un gran aumento de su deuda y al finalizar esta, se produce una caída brusca debido a la **suspensión de pagos** de Alemania, Japón e Italia. Aunque la parte más interesante corresponde al período entre 1951 y 1975, en el que se disminuye la deuda soberana hasta valores próximos al 20% de la tasa de crecimiento del PIB. Para conseguir esto, los gobiernos sometieron al sector financiero a un proceso conocido como **Represión Fiscal**¹, basado en:

- *Regulación estricta en el funcionamiento de entidades financieras, separando banca tradicional y de inversión.*
- *Control estricto del flujo financiero entre países.*
- *Monedas con cambio fijo al dólar y este a su vez cambio fijo con el oro (35\$/onza). Donde la impresión de dinero estaba más limitada.*
- *Los tipos de interés de los depósitos eran menores que la tasa de crecimiento del PIB, de la Inflación de los países, con la implicación de que los tipos de interés real y la deuda eran negativos.*
- *Práctica inexistencia de los paraísos fiscales.*
- *Se utilizaba la inflación para rebajar la deuda de un país de manera muy eficiente.*
- *Altos tipos impositivos sobre la renta, el patrimonio y los beneficios, así como muchas dificultades para la evasión de impuestos.*

Este sistema de control favorecía la economía real frente a la economía financiera y permitió elevar el bienestar social, recuperar la industria devastada por la guerra y reducir el endeudamiento público/privado.

Este sistema se vino abajo a mitad de los setenta, debido al gran endeudamiento producido por la guerra de Vietnam en E.E.U.U, al abandono del patrón oro, al crecimiento del dinero fiduciario y al shock del petróleo en 1973. A partir de este momento, se sustituyó la **Represión Fiscal** ¹ por el **Capitalismo Popular** ², consistente en sacar a la circulación el dinero de los ahorradores a través del sistema financiero, mediante múltiples instrumentos como son acciones, deuda pública, etc. Debido a la gran cantidad de recursos financieros con los que contaban los bancos de inversión, las empresas de inversión asumieron el control de muchas empresas productivas, así como la privatización de monopolios y oligopolios públicos.

La desregulación (dejar a los mercados libres) fue la base principal del funcionamiento de interrelación de los mercados hasta nuestros días y así, el endeudamiento de los países desarrollados fue ascendiendo gradualmente hasta la década de los 2000. Años después, con la caída de Lemans Brothers en 2008, se produjo un gran aumento de este endeudamiento, debido a los desorbitados rescates al sistema financiero que se produjeron a partir de ese momento.

Como consecuencia de la crisis financiera y el estallido de la burbuja inmobiliaria, nos encontramos inmersos en una espiral de recortes y desinversión por un lado, para intentar subsanar el elevado aumento de la deuda soberana y por otro, las entidades financieras disponen de una gran oferta de bienes inmobiliarios que necesitan de nuevas estrategias de comercialización.

Por lo tanto, se trata de un momento único en la historia mundial y en consecuencia también en España, por lo que resulta interesante su documentación con la intención de conocer el proceso que ha desencadenado la crisis económica, financiera y el desplome del sector inmobiliario, así como las soluciones planteadas por nuestros gobernantes para reconducir esta situación, mediante la Reestructuración Financiera y la creación de la SAREB. Creándose, para dar salida a la producción masiva de bienes inmobiliarios generados por la burbuja inmobiliaria y, por tanto, conocer la influencia que ambas ejercen sobre la comercialización de los activos inmobiliarios del sector financiero, durante un período especialmente convulso que comprende desde el 1 de noviembre de 2012 hasta el 28 de febrero de 2013.

(1) La represión financiera o fiscal ocurre cuando hay políticas que canalizan hacia el gobierno fondos que en un mercado desregulado habrían tomado otra dirección. Una conexión más estrecha entre el gobierno y los bancos, ya sea explícitamente mediante la participación pública en el capital de un banco o mediante una "persuasión moral" intensa. La represión financiera a veces está asociada también a encajes legales, tributación de la compraventa de títulos, prohibición de compras de oro o colocación de volúmenes significativos de deuda pública no negociable. En los análisis de política actuales, la represión financiera forma parte del concepto global de "regulación macro prudencial", que se refiere a los esfuerzos de un gobierno por proteger la salud del sistema financiero en su totalidad.

Fuentes: Artículo "Represión Financiera" – Finanzas & Desarrollo - Reinhart ,C. , Kierkegaard J.F. y Sbranci M. B. (Junio 2011).

(2) Capitalismo popular, es la participación de la población en general en el capital de las empresas, otra señala que permite participar a los sectores de la población en el proceso de generación de riqueza de las naciones con la compra de títulos valores, y otra es la teoría por la que se distribuye la propiedad de las empresas públicas, entre el mayor número posible de ciudadanos, para que se puedan beneficiar del desarrollo de las mismas.

Fuentes: Artículo "Sobre el capitalismo" -ESADE BUSINESS SCHOOL- (2011).

2. OBJETIVOS

El objeto general del estudio consiste en estudiar la generación de la situación actual del mercado inmobiliario español, para analizar las estrategias en uso para la comercialización de activos inmobiliarios con los importantes cambios que van a acontecer a partir de la entrada en funcionamiento de la entidad SAREB. Este objetivo se puede separar en objetivos más concretos y específicos, como son:

Desde el punto de vista de la definición del marco general en el que nos encontramos:

1.- Realizar un estudio previo e introductorio sobre la evolución del proceso de crisis que ha desembocado en la situación actual, y determinar los factores que desarrollaron esta burbuja inmobiliaria y su efecto hasta nuestros días. Con el fin de entender mejor el marco en el que irrumpe la SAREB.

2.- Realizar un estudio del macro-entorno en el momento actual. En el que se analizará tanto la situación económica, como la política y la social; así como los principales acuerdos que articulan el entorno. Con el fin de poder entender mejor el marco global y sus repercusiones en nuestro mercado inmobiliario.

3.- Realizar un estudio del micro-entorno en el momento actual. En el que se analizará tanto la situación económica, como la política y la social, así como las últimas leyes que regulan el sector en cuestión. Con la intención de conocer el estado, funcionamiento, el tipo de oferta y la posibilidad de demanda. Así como poder definir las principales características del mercado inmobiliario y con ello poder identificar las estrategias que están llevando a cabo las entidades financieras para la comercialización de sus activos.

Desde el punto de vista de las acciones y estrategias de comercialización:

1.- Estudiar la entidad SAREB y el plan de acción original con el que ha pensado iniciar su actividad, pues debido al volumen que tiene condicionará al resto del mercado.

2.- Analizar el mercado inmobiliario español en el que se planteará un sistema de segmentación de los activos, ya que según tipología se habrán de gestionar de un modo diferente.

3.- Realizar un análisis de las distintas estrategias de comercialización que se están utilizando en la actualidad, para tratar de extraer conclusiones sobre ellas, comparando las principales entidades del sector y valorar la posible influencia ocasionada por la aparición de SAREB.

4.- Proporcionar un conjunto de soluciones de gestión y comercialización de activos financieros que puedan resultar útiles bajo la completa influencia de SAREB, así como tratar de determinar los momentos óptimos para su aplicación.

3. ESTADO DEL SISTEMA

En este apartado se trata de describir el Estado del Sistema, mediante un proceso de recopilación documental cronológico que ha motivado el entorno actual en el que se encuentra el mercado inmobiliario. Para ello, en primer lugar se realiza un *Estudio Previo* que se inicia con la gestación de la burbuja inmobiliaria hasta su estallido. En segundo lugar, se lleva a cabo un *Estudio del Macro-entorno* de la situación actual con carácter internacional, para conocer en qué modo puede afectar a nuestro mercado inmobiliario. En tercer lugar, se realiza un *Estudio del Micro-entorno* centrado en España de la situación actual que afecta al mercado inmobiliario y su evolución. Por último, se realiza un *Estudio de la Sociedad de Gestión de Activos Inmobiliarios procedentes de la Reestructuración del Sistema Financiero (SAREB)*, con el objetivo de conocer de qué modo puede afectar a nuestro mercado inmobiliario.

Para ello, se ha establecido un procedimiento de estudio de las principales fuentes de documentación según se define en el esquema de la figura F1.

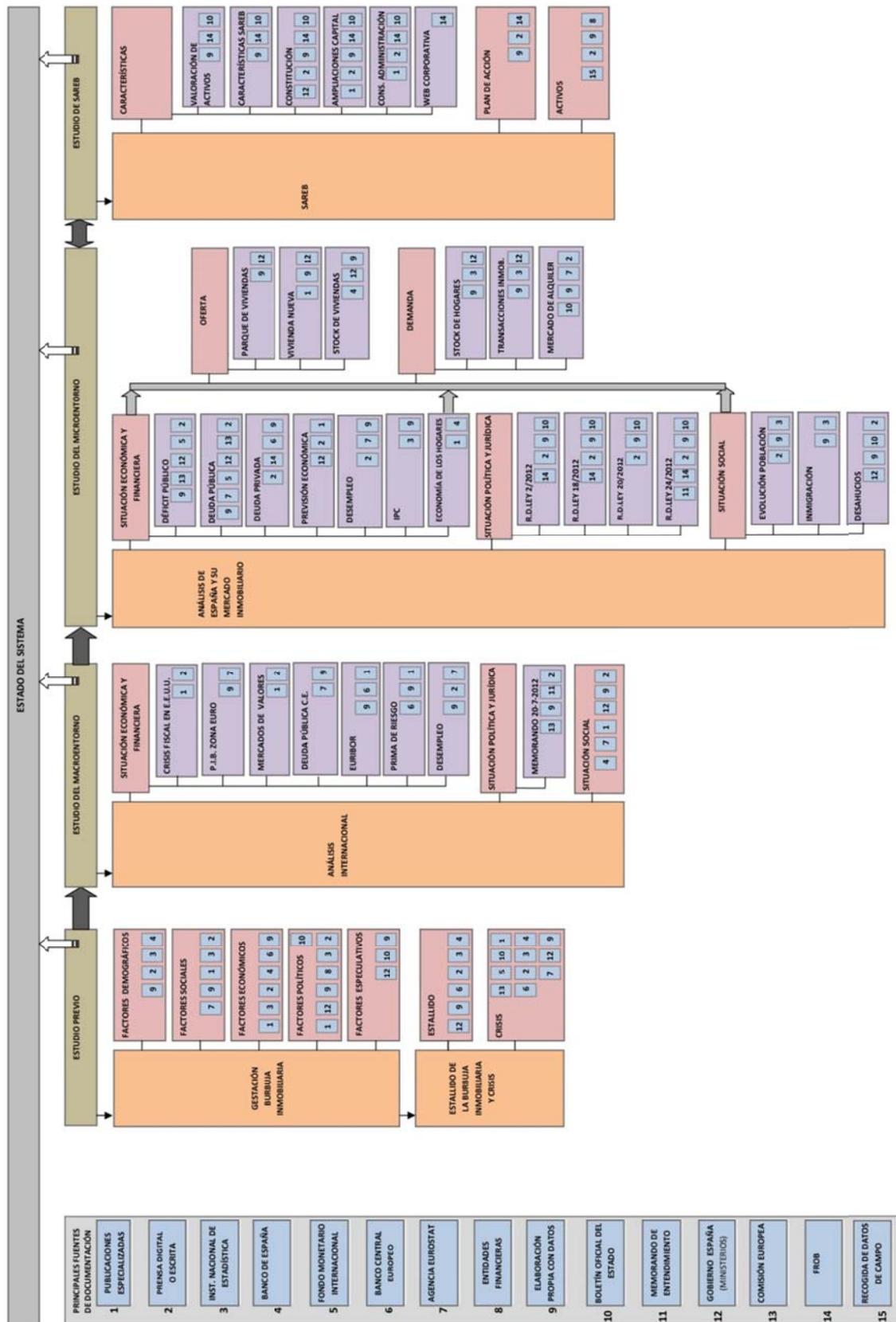


Figura F1- Esquema de flujo para Bloque nº1 **ESTADO DEL SISTEMA**.
Fuente: Elaboración propia con datos del estudio.

3.1. ESTUDIO PREVIO

En el estudio previo se distinguen dos partes, por un lado el período de gestación de la burbuja inmobiliaria y por otro, el correspondiente al estallido de esta burbuja, proceso en el que todavía nos encontramos inmersos. A continuación, se describen estos dos procesos que necesarios para entender el momento tan especial en el que se encuentra la economía y más concretamente el mercado inmobiliario español.

3.1.1. GESTACIÓN DE LA BURBUJA INMOBILIARIA

El momento actual en el que nos encontramos es consecuencia de procesos de gestación previos, en los que la influencia de distintos factores en circunstancias muy particulares, generaron una burbuja inmobiliaria que irremediamente acabó estallando en el año 2007, desestabilizando todo el sistema.

Para iniciar el análisis de esos procesos se debe observar, en primer lugar, la evolución del indicador económico de creación o destrucción de riqueza en un país, la tasa de crecimiento del Producto Interior Bruto (PIB).

Al tratarse de una crisis localizada en el sector inmobiliario, también se debe centrar la atención en el VAB de la construcción, así como en las repercusiones que tiene sobre el sector industrial. Esto se refleja en el gráfico G2.

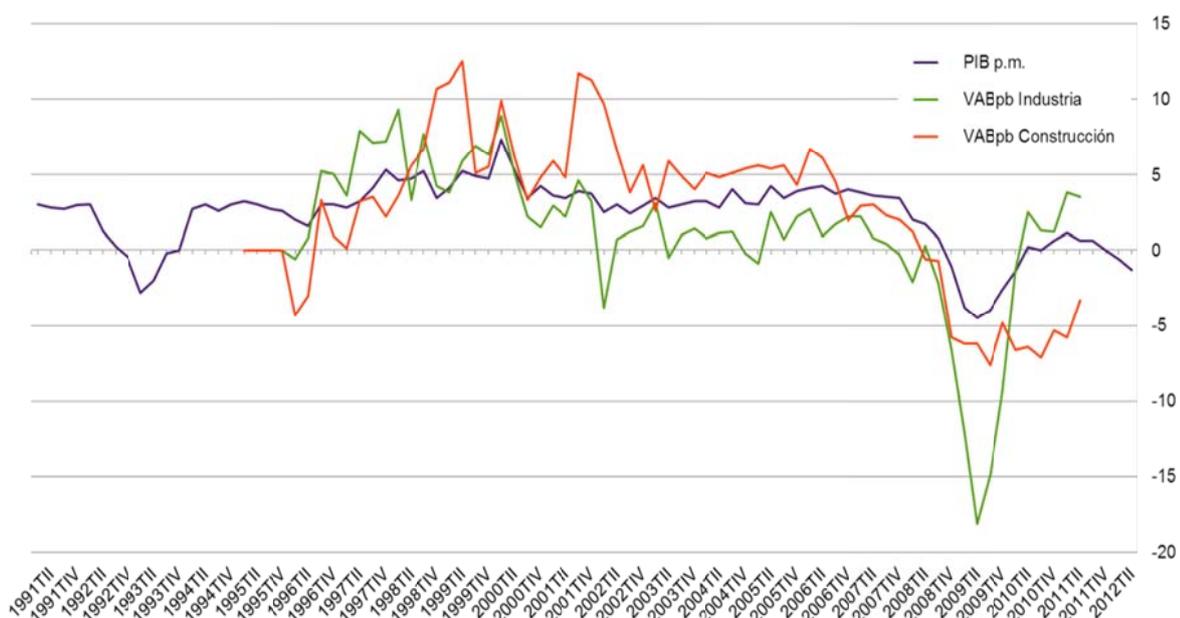


Gráfico G2- Comparativa de índices trimestrales de volumen encadenados del PIB a precios de mercado, el VAB pb de la Construcción y el VAB pb de la Industria, en España (entre 1991 y 2012).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2012).

Según aparece representado en el gráfico **G2**, la línea que sigue la **tasa de crecimiento del PIB** representa un valle en 1992. En este momento se produjo una crisis notable en la economía que no solo dejó de crecer, sino que entró en recesión produciéndose una importante pérdida de riqueza en el país. A partir de ese momento, la recuperación se produjo de un modo bastante rápido y la tasa de crecimiento del PIB se estabilizó durante los siguientes 15 años, hasta 2007. En ese período de estabilidad, mientras que la tasa de crecimiento del PIB tenía un valor medio próximo a 3,6%, el VAB pb Construcción inicio una gran escalada que le llevó en varios años a triplicar el valor de dicha tasa. Posteriormente se estabilizó en valores próximos al 5% hasta 2007, momento en que inició la actual crisis. Esto fue debido a que la **demanda de vivienda aumentó** a causa de diferentes, como son los demográficos, económicos, políticos y sociales así como un factor especulativo debido al elevado aumento del precio en la vivienda, derivado en parte, a las leyes sobre el suelo vigentes.

A continuación se desarrollan los factores que motivaron el aumento de la demanda inmobiliaria, favoreciendo el incremento de precio en las viviendas, repercutiendo, por tanto, en el endeudamiento de la sociedad.

Factores demográficos

De entre los factores demográficos destacan, el aumento de la edad de emancipación debido a crisis anteriores, el crecimiento de la población que ejercen mayor presión en el momento de la emancipación y los importantes movimientos migratorios motivados por el gran desarrollo económico entre 1998 y 2007.

- **Aumento de edad de emancipación:**

“Esa disminución del tamaño medio de los hogares se produce a pesar de que el 73% de la población con 25 años siguen solteros y viviendo con una persona de una generación anterior (normalmente sus padres). Ese porcentaje no se sitúa por debajo del 50% hasta los 28 años y, a los 30, es aún del 35%.

Hace sólo 20 años, esto era muy distinto: el porcentaje de solteros a los 25 años ha pasado del 40% a más del doble, el 85%; y a los 29 años, del 20% al 56%, casi el triple.”

*Fuente: **Censos de población y vivienda 2001**- Avance resultados. Nota de prensa del INE (12/03/2003)*

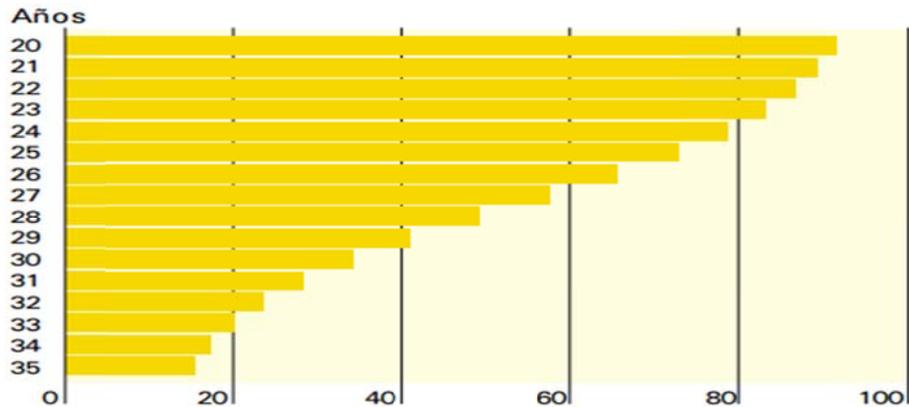


Gráfico G3- Porcentaje de personas de 20 a 35 años, solteras y que viven con alguien con una edad al menos veinte años superior, en 2001.

Fuente: Censos de Población y vivienda 2001. Boletín informativo INE (2/2003).

La población española había sufrido la crisis de 1991-1992 y a causa de la coyuntura económica que se produjo, tuvo que retrasar su emancipación hasta que los efectos de esa crisis se diluyeron, provocando un retraso de la demanda de forma temporal, es decir, al retrasar la edad de emancipación, se demandó menos en los 90, postergándola hasta la primera década del siglo XXI.

- Explosión demográfica:**

La cantidad de población en edad de emancipación fue incrementando a lo largo de los primeros años del siglo XXI. Así se puede visualizar en el gráfico G4, donde la cantidad de población en edad de emancipación estaba lejos de alcanzar los 4.000.000 de personas de 2007, en edades comprendidas entre 30 y 34 años.

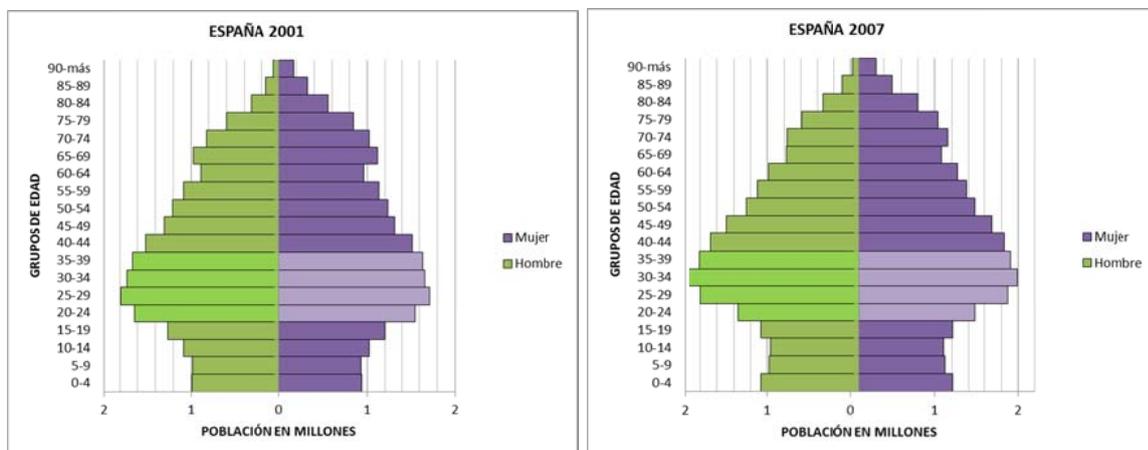


Gráfico G4- Pirámides de población de 2001 y 2007, señalando en tonos más claros las edades de emancipación.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE. (Diciembre 2012)

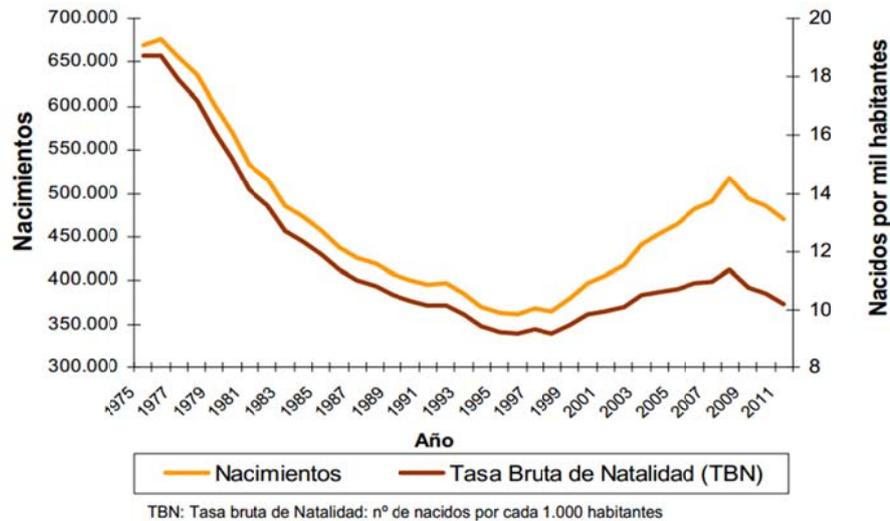


Gráfico G5- Evolución de la tasa bruta de natalidad entre 1975 y 2011.

Fuente: Movimiento Natural de la Población e Indicadores Demográficos Básicos. INE

Nota de prensa (Datos definitivos de 2011 y avance del primer semestre de 2012).

Esto es debido a las elevadas cifras de natalidad que había a finales de los 60 y principios de los 70 produjeron 30 años después un incremento en las emancipaciones, que a su vez elevaba la presión sobre la demanda de vivienda. El Banco de España calculó esta presión en 600.000 jóvenes anuales, en su informe de 2002.

Estos factores son determinantes en la generación de demanda, así al observar las pirámides poblacionales españolas correspondientes a 2001 y 2007 se puede apreciar una masa muy importante de población que va alcanzando edades de emancipación durante el período de gran desarrollo de la construcción.

- **Flujos Migratorios:**

“Tomando como base diversas fuentes, la ENI estimó que el número total de nacidos en el extranjero mayores de 15 años y residentes en España el 1 de enero de 2007 arrojaba un total de 4.526.522 personas, de las cuales el 52,2% eran varones y el 47,8% mujeres. Estos cuatro millones y medio largos de nacidos en el extranjero representaban en el momento de la encuesta (1 de enero de 2007) el 12,2% sobre el total de la población mayor de 15 años residente en España. Una proporción tan alta que hubiera sido inimaginable tan solo diez años antes de la fecha de la encuesta.”

Fuente: **Encuesta nacional de inmigrantes 2007: Una monografía** – INE. (2012)

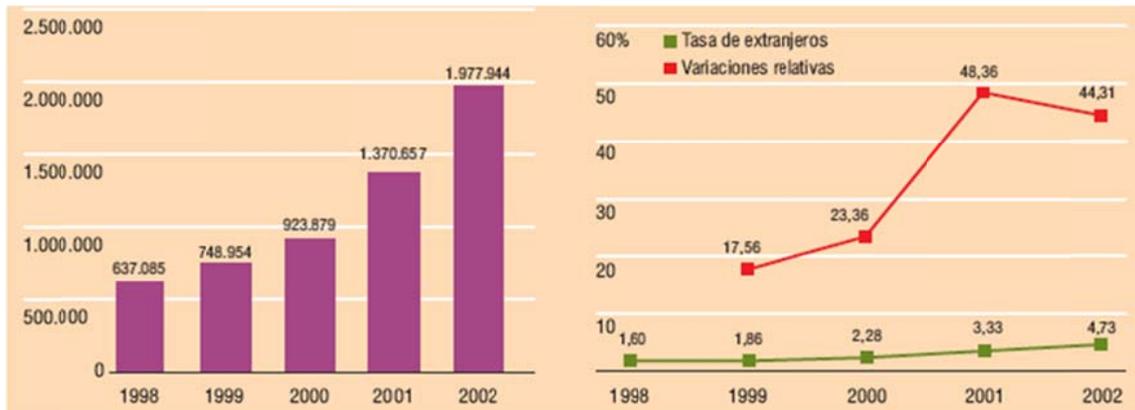


Gráfico G6- Gráficos sobre número de extranjeros empadronados los días 1 de enero de cada año y los porcentajes respecto del total de población con sus variaciones relativas al año anterior. Desde 1998 a 2002.

Fuente: Publicación especial - Los extranjeros residentes en España 1998-2002. INE (2003).

Tal y como se observa en los gráficos y en las referencias a estudios del INE, la población inmigrante sufrió un incremento del 710% en tan solo 9 años, alcanzando el 12,2% de la población total. El motivo principal de este flujo se encontraba en el enorme desarrollo que se estaba produciendo en el sector construcción.

Este aumento de población alimentaba la demanda de vivienda, ya que una parte del colectivo decidía establecerse aquí, alquilando o adquiriendo una vivienda. Normalmente, se dirigían a viviendas de 2ª mano con calidades bajas y en barrios más antiguos. Este hecho permitía a los antiguos propietarios, comprar una nueva vivienda más moderna y equipada, en barrios más lujosos.

Eso sí, con la ayuda de una hipoteca, ya que el precio de la vivienda nueva sufría entonces una inflación anual del 10%. Con este proceso, se estaba endeudando gran parte de la población, por una parte los inmigrantes y por otra la gente que vendía sus viejas viviendas, en muchas ocasiones ya pagadas, y que compraba nuevas propiedades más caras con hipotecas de larga amortización. También estaba la gente que adquiría su primera vivienda en un mercado con precios al alza y largas amortizaciones. Todo ello estaba mermando la continuidad del sector debido a que se estaba agotando la capacidad de endeudamiento futura.

Factores Sociales

Este tipo de factores se refieren a diversos aspectos de la sociedad que incidieron sobre la demanda:

- **Turismo residencial:**

“En cuanto a la demanda turística residencial ha aumentado en el año 2002 un 30% más con respecto al año 2001, alcanzando en el mes de junio de este año los 560 millones de euros. Durante el año 2002, la demanda de turistas extranjeros destinó 7.500 millones de euros a la compra de 90.000 segundas residencias en nuestro país”. Fuente: *El impacto económico del turismo- Boletín informativo INE Mayo y junio 2002. (2012)*

Otro sector que se encontraba en auge era el de la 2ª residencia en zonas de costa, en parte por inmigrantes estacionales de otros países, en parte por la población del interior de España que se interesaba por la adquisición de una segunda residencia en la playa.

- **Separaciones-Divorcios:**

Como se reflejará posteriormente, la economía crecía de manera constante en torno al 3,6% y la construcción lo hacía muy por encima de la media, permitiendo reducir la tasa de desempleo considerablemente. En este nuevo marco, resultaba más sencillo la disolución del matrimonio, ya que estaba aumentando la independencia económica de los cónyuges, tal y como se aprecia en el gráfico.

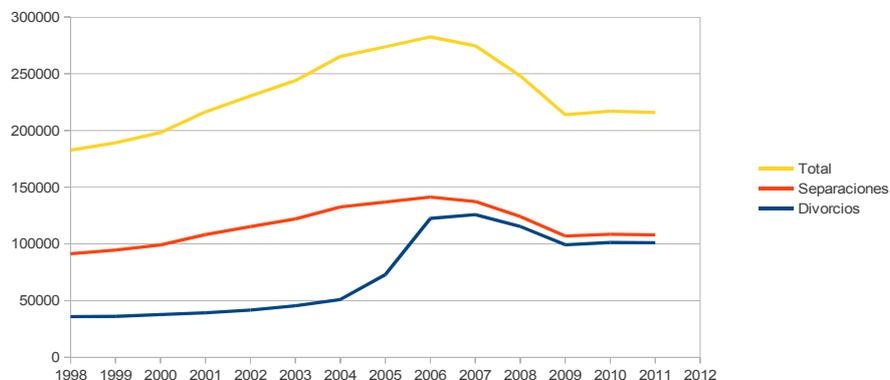


Gráfico G7- Comparativo entre separaciones y divorcios desde 1998 hasta 2011.
Fuente: Elaboración propia con datos del INE. (Noviembre 2012)

Otro cambio importante se produjo con la Ley del *divorcio express*⁴, aprobada en 2005 y que cambió la manera en que se producían las disoluciones matrimoniales.

Antes de su entrada en vigor se producían más separaciones que divorcios y después de ella se invirtió la tendencia bruscamente. Esto hacía que el proceso fuera muy rápido y definitivo, eliminando un porcentaje de posibles reconciliaciones. En cualquier caso, la tendencia era alcista y generaba demanda de vivienda, al separar unidades familiares en dos.

(5) LEY 15/2005, de 8 de julio, por la que se modifican el Código Civil y la Ley de Enjuiciamiento Civil en materia de separación y divorcio.

Fuente: B.O.E. 8 julio de 2005.

- **Preferencia Social por la compra:**

En España, la tasa de compra frente a otras alternativas, se encuentra por encima del 80% aunque la tendencia actual es a la baja.

También han influido en este aspecto la poca preocupación, por parte de las autoridades, en dinamizar el mercado de alquiler a través de nuevas normativas con mayor equilibrio y protección para las partes, tal y como se refleja en los factores políticos.

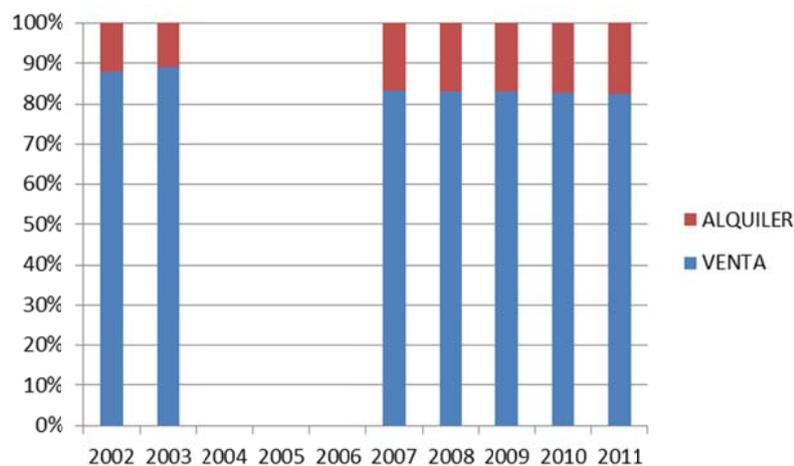


Gráfico G8- Porcentaje de la población en función del tipo de tenencia sobre la vivienda de uso habitual, serie de 2002-2003-2007-2008-2009-2010-2011.

Fuente: Elaboración propia con datos de EUROSTAT. (Febrero 2013)

Factores Económicos

Sin la ayuda del sistema financiero esta burbuja no habría podido producirse. Fueron los cambios de estrategia de las entidades financieras, frente a la creciente demanda de financiación del sector inmobiliario, quienes encendieron la llama que a la postre terminaría con el estallido de la burbuja inmobiliaria. A continuación, se observan los principales factores de índole financiera que influyeron en el proceso:

- **El precio del dinero y el tipo de interés:**

La adopción de la moneda única en la eurozona permitió que los intereses que se pagaban por el dinero, tanto en mercados interbancarios como en mercados hipotecarios de España, disminuyera considerablemente. Se consiguió una reducción de los intereses superior

al 50% desde que se aprobó la moneda única en 1995 hasta que entró en vigor en 2002, así como también del diferencial que aplicaban los bancos.

A partir de 2002, por motivos que se estudiarán en el apartado de factores políticos, los tipos de interés continuaron bajando hasta estabilizarse en valores próximos al 2% y solo en 2007 repuntó hasta superar el 5%. Con esta medida, el banco BCE intentó poner freno al endeudamiento excesivo de los últimos años y paró en seco las economías de la zona Euro.

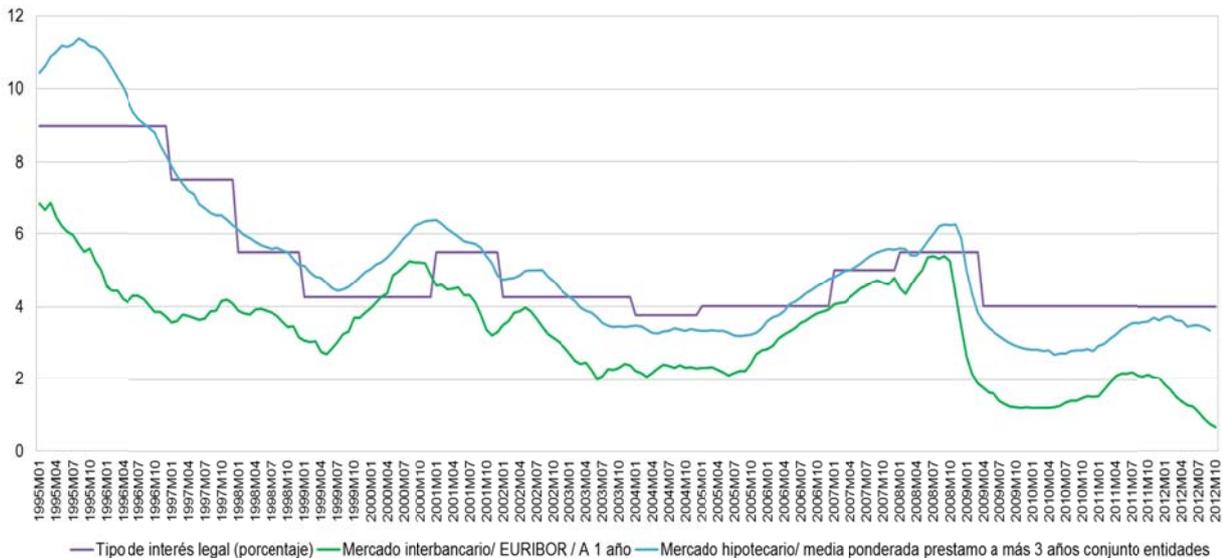


Gráfico G9- Comparativo entre tipo de interés legal, mercado interbancario Euribor a 1 año y mercado hipotecario media ponderada para préstamos de más de 3 años.

Fuente: Elaboración propia con datos del Datos INE (2012)

• **Condiciones hipotecarias y el precio de la vivienda:**

Se aprecia en el gráfico G10 el importante aumento de los créditos desde 2006 hasta mediados de 2008, correspondiente a viviendas vendidas en los 3 años anteriores, principalmente sobre plano.

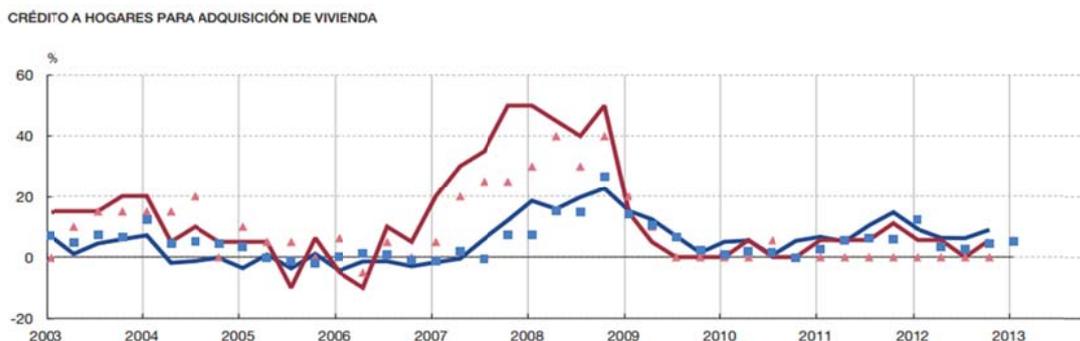


Gráfico G10- Encuesta sobre crédito a hogares para adquisición de vivienda.

Fuente: Encuesta sobre préstamos bancarios en España. Banco de España, Boletín Informativo (Febrero 2013)

Las condiciones hipotecarias se fueron relajando para poder llegar a un mayor número de clientes. Cabe destacar entre ellas: el plazo de amortización hasta 50 años, los diferenciales más bajos de la historia (Euribor+0,25, +0,5...), y superar la barrera del 80% del valor de tasación en la adjudicación de hipotecas, teniendo en cuenta que el valor de tasación variaba constantemente al alza.

Esto a su vez repercutía en el precio de la vivienda, puesto que una vivienda vale lo que un cliente puede pagar por ella. Al ampliar el plazo en las hipotecas, se amplía la capacidad de ahorro de los clientes, permitiendo la posibilidad de pagar cantidades más altas al disponer de más tiempo para hacerlo.

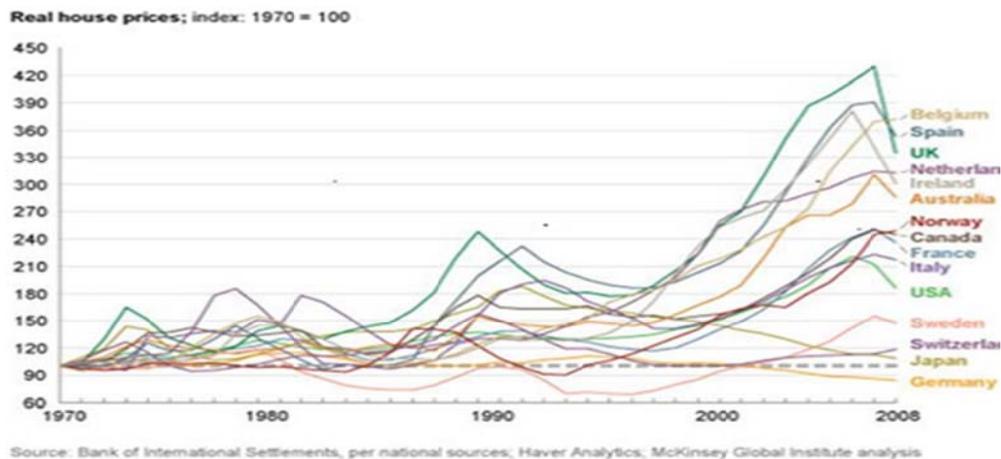


Gráfico G11- Comparativo entre precios de vivienda en base 1970 de los principales países mundiales. Fuente: Bank of international settements (2008).

En el gráfico se aprecia la importante revalorización que sufrió la vivienda en España desde 1995 hasta finales de 2007. Esta supuso más de un 75%, en 12 años, presentando valores similares a los más altos del mundo. Países como Alemania, Suiza o Japón se mantuvieron constantes o incluso redujeron su precio en ese mismo período. También se observa que estos procesos son cíclicos, ya que en 1978 aparece un pico y en 1991 otro, con períodos posteriores de depreciación. Aunque las magnitudes que se alcanzaron en 2007 son muy superiores a todos los anteriores y sus consecuencias todavía están por determinar.

- **Renta Familiar:**

Durante el período de gestación de la burbuja inmobiliaria se observa un creciente aumento progresivo de la renta bruta disponible, este hecho permitía plantearse el endeudamiento al solicitar un préstamo hipotecario para adquirir una vivienda, fomentando, por tanto, la compra de viviendas. Esto era consecuencia del desarrollo económico que se estaba produciendo en

ese período. Al producirse la crisis en Estados Unidos, se observa en el gráfico G12 el cambio de tendencia en la renta bruta de las familias, estabilizándose en 2008 y empezando a decrecer en 2009.

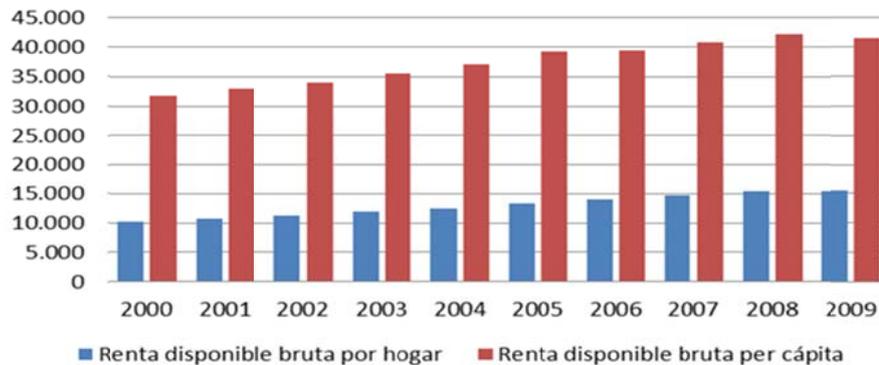


Gráfico G12- Gráfico comparativo de renta bruta en hogares y per cápita, valores en euros.
Fuente: Elaboración propia con datos del INE. (Diciembre 2012)

Factores Políticos

Decisiones políticas en distintos ámbitos influyeron en diversos aspectos del desarrollo de la crisis:

- **Gestión de ayudas públicas:**

Por una parte no se potenció el mercado de VPO como alternativa a la vivienda libre, realizándose poca inversión en este sentido, tal y como se observa en el gráfico G13, reduciéndose desde 1997 hasta 2002 un 60% el número de viviendas protegidas. Por otra parte, la desgravación por la compra de 1ª vivienda no llegaba realmente al destinatario final, siendo absorbido por el incremento en el precio de la vivienda en el momento de la venta.

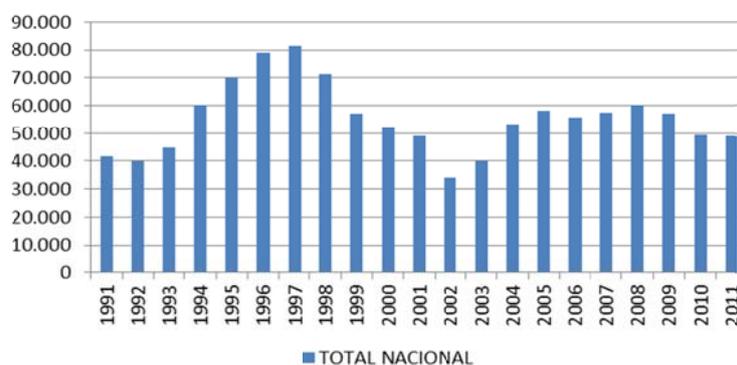


Gráfico G13- Gráfico del nº de solicitudes de calificación definitiva VPO. Planes estatales serie 1991-2011.
Fuente: Elaboración propia con datos del INE. (Diciembre 2012)

Ante la escalada de precios en la vivienda libre propiciada por la burbuja inmobiliaria, se reactivó la inversión en V.P.O. por parte de las autoridades desde 2003 hasta 2008, con la intención de combatir este efecto. A finales de 2007 se habían empezado a notar los primeros efectos de la crisis y el gobierno empezó a ceder ante las exigencias del Sector Promotor, aumentando los módulos de V.P.O mediante el **Real Decreto para la flexibilización del Plan de Vivienda 2005-2008**, de Enero de 2008.

• **Política monetaria:**

Tanto la decisión de adoptar una moneda única, como las políticas monetarias en el momento de su llegada, ayudaron a gestar la burbuja inmobiliaria en nuestro país. En 2002 España tenía crecimiento sostenido, pero Alemania y Francia no estaban en su mejor momento de crecimiento, como podemos apreciar en el gráfico G14. Debido a esto, la política del BCE fue mantener los tipos bajos y así permitir la financiación de ambas economías. Esta circunstancia, en España, permitió que el dinero fluyera mucho más que antes. Nuestros bancos se endeudaban a bajo coste y hacían negocio, primero con la financiación a promotores y, posteriormente, con la subrogación de los bienes inmobiliarios en las ventas.

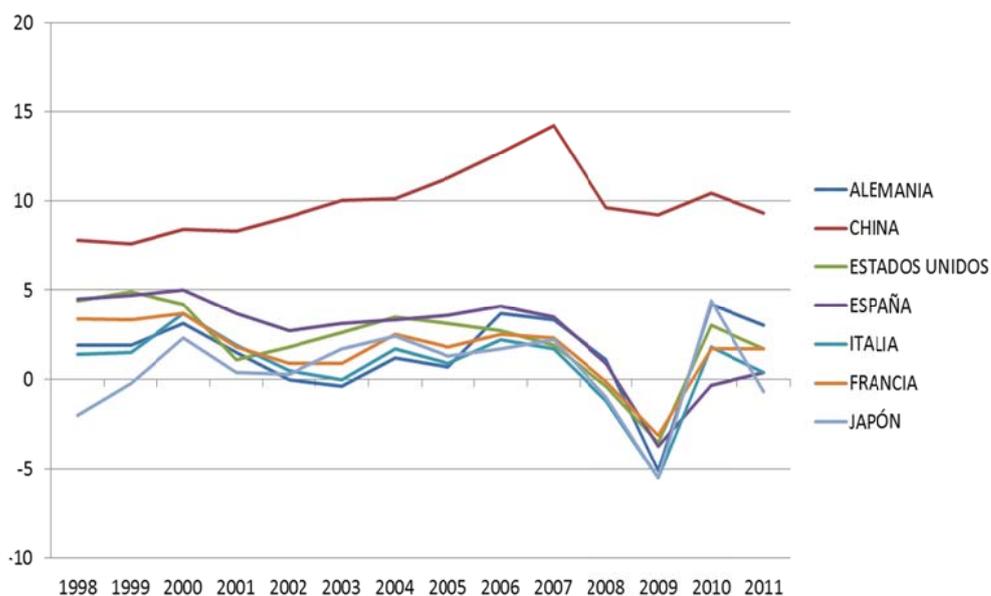


Gráfico G14- Tasa de crecimiento anual porcentual del PIB a precios de mercado en moneda local, a precios constantes. Serie 1998 a 2011.

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial. (Diciembre 2012)

• **Ley de gestión del suelo:**

“Durante el boom inmobiliario (1997-2007), el valor de las viviendas en España aumentó un 288%. Ese crecimiento se debió principalmente al incremento de precios (83,9%), correspondiendo el resto al aumento de la superficie construida (16,1%). Del incremento de valor correspondiente a los precios, el 83,6% es debido a la subida del precio del suelo, y el 16,4% restante, a la variación de la edificación. En 2008, el valor conjunto del suelo y la edificación de la vivienda en España es igual a 5,3 billones de euros, una cifra que multiplica por más de cinco su valor en 1990, pero que ha aumentado sobre todo en la década del boom inmobiliario, durante el cual se ha multiplicado por 3,6. En estos años el valor de la riqueza residencial ha pasado de 1,4 billones de euros en 1998 a 5,1 billones en 2007. Los datos revelan que el valor de la vivienda ha aumentado especialmente desde 1998 debido, sobre todo, al crecimiento de los precios, que se han incrementado en una tasa media anual del 12% entre esa fecha y 2007”. Fuente: Estudio – **El stock de capital en viviendas en España y su distribución territorial (1990-2007)** – Fundación BBVA-Ivie (2009)

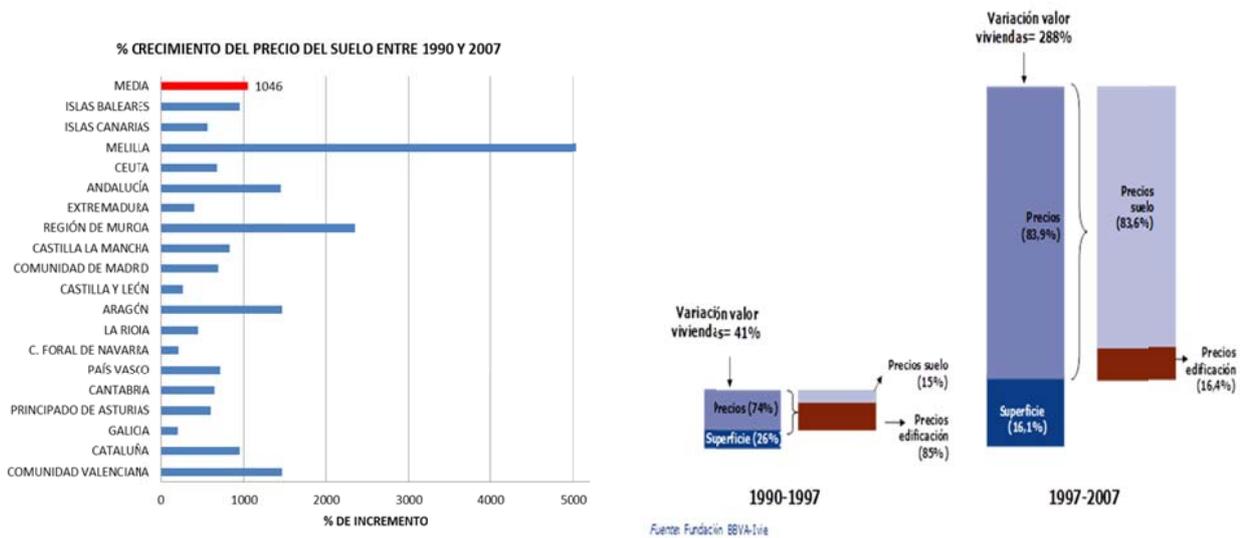


Gráfico G15- (Izquierda –elaboración propia) Gráfico crecimiento porcentual del valor del suelo por comunidades desde 1990 hasta 2007.

Figura F2- (Derecha) Descomposición del crecimiento del valor del stock de viviendas: valor de la edificación y valor del suelo. 1990-1997 y 1997-2007. Tasas de variación.

Fuentes: Estudio – El stock de capital en viviendas en España y su distribución territorial (1990-2007) – Fundación BBVA-Ivie (2009)

En la figura F2 se aprecia la elevadísima inflación del suelo entre 1990 y 2007, la cual carecía de justificación, ya que tanto el precio de la vivienda como el precio del coste de la vida (IPC) seguían tendencias mucho más moderadas.

Esto se debía a que los procesos de designación y desarrollo de suelo apto para edificar eran muy rígidos y atascaban la salida de suelo finalista. Nos encontrábamos con suficiente suelo urbanizable pero con muchas dificultades en su proceso de desarrollo y por

consiguiente, no se alcanzaban a cubrir las necesidades del mercado. Este hecho motivaba su subida de precio que repercutía directamente en el encarecimiento de la vivienda.

Las diferentes modificaciones en la ley del suelo en España no consiguieron frenar la escalada de precios, sino todo lo contrario. Pese a liberalizar y agilizar trámites mediante la *Ley 7/1997 de 14 de abril, de medidas liberalizadoras en materia de suelo y de Colegios Profesionales* y su posterior reforma a través de la *Ley 6/1998 de 13 de abril, sobre régimen del suelo y valoraciones*, que estuvieron vigentes hasta 2007, no se consiguió detener la especulación y el incremento de precio en el suelo.

- **Gestión jurídica del mercado de alquiler:**

Tal y como se ha reflejado en los factores sociales, la población tenía preferencia de compra sobre el alquiler. Esto se debe a que no se mostró interés, por parte del estado, a la hora de fomentar el mercado de alquiler. Ya que la ley vigente data de 1994, *Ley 29/1994 de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos*, aunque ha sufrido modificaciones a lo largo del tiempo mediante ajustes incluidos en las siguientes leyes, estos han sido de muy poco calado:

Ley 13/1996, de 30-12-1996 (BOE de 31/12/96)

Ley 50/1998, de 30-12-1998 (BOE de 31/12/98)

Ley 55/1999, de 29-12-1999 (BOE de 30/12/99)

Ley 1/2000, de 7-01-2000 (BOE de 8/01/00)

Ley 19/2009, de 23-11-2009 (BOE de 24/11/09)

Ley 39/2010, de 22-12-2010 (BOE de 23/12/10)

El Mercado de Alquiler en España, regulado por la ley 29/1994, se caracterizaba por:

- Poca oferta de viviendas en alquiler que se traducían en rentas altas.
- Derechos consolidados de inquilinos con rentas antiguas que impedían su actualización, planteando problemas de rentabilidad e inseguridad a los propietarios.
- Ante impagos había que iniciar un proceso judicial y conseguir sentencia declarativa y así el impago podía desembocar en desahucio. El inquilino siempre podía pagar en última instancia.
- Solo existía la opción de firmar un documento de garantía de pago ante el Tribunal de Arbitraje.
- Se eliminó la desgravación en el IRPF de los alquileres a partir de 1998, a la vez que se incluía la desgravación por compra de 1ª vivienda.

Con estas condiciones resultaba poco atractivo para arrendador y arrendatario. Los índices en este mercado se encontraban entre los más bajos de Europa y sin nuevas leyes que trataran de flexibilizarlo no sería alternativa frente a la compra.

Factores Especulativos

La falta de alternativa en el mercado de alquiler, junto con una subida de precio de la vivienda desbordada y la creencia de que el valor de los inmuebles nunca baja, afianzaron en la sociedad ese carácter especulativo. La vivienda se convirtió en valor refugio no solo para grandes especuladores sino también para la gente de la calle, que fue adquiriendo viviendas a precios elevadísimos con la creencia de que en poco tiempo se revalorizaría, permitiéndole obtener beneficios importantes.

Esta especulación fue propiciada por la falta de iniciativa por parte del gobierno, que no tomó medidas en las operaciones de transmisión a corto plazo dentro del mercado inmobiliario hasta diciembre de 2012, mediante **Ley 16/2012, de 27 de diciembre**, en la que incluyó modificaciones sobre las plusvalías y su régimen impositivo en función del plazo en las transmisiones. Aunque este tipo de leyes no afectan a los grandes inversores, que utilizan herramientas como las SICAV o la SAREB para llevar a cabo sus transacciones.

*“La norma cuenta también entre otras novedades con un cambio en el régimen de tributación de las plusvalías generadas en el plazo inferior a un año, que pasarán a tributar al tipo marginal de gravamen del contribuyente. Además, se suprime la deducción por inversión en vivienda a partir de enero de 2013, manteniéndose sin cambios las bonificaciones en el caso de que la adquisición de la vivienda se haya producido antes del 31 de diciembre de 2012”. Fuente: **Nota de Prensa del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas** – Debate en el senado del proyecto de ley de Medidas Tributarias- 13/12/2012. (2012)*

A continuación se puede observar como los factores estudiados incrementaron tanto la demanda de viviendas como su precio. Esto ha repercutido en el nivel de endeudamiento de la sociedad, dado que la población en edad de emancipación accedió al mercado inmobiliario con unos precios elevados, debido al aumento de los plazos de devolución de las hipotecas.

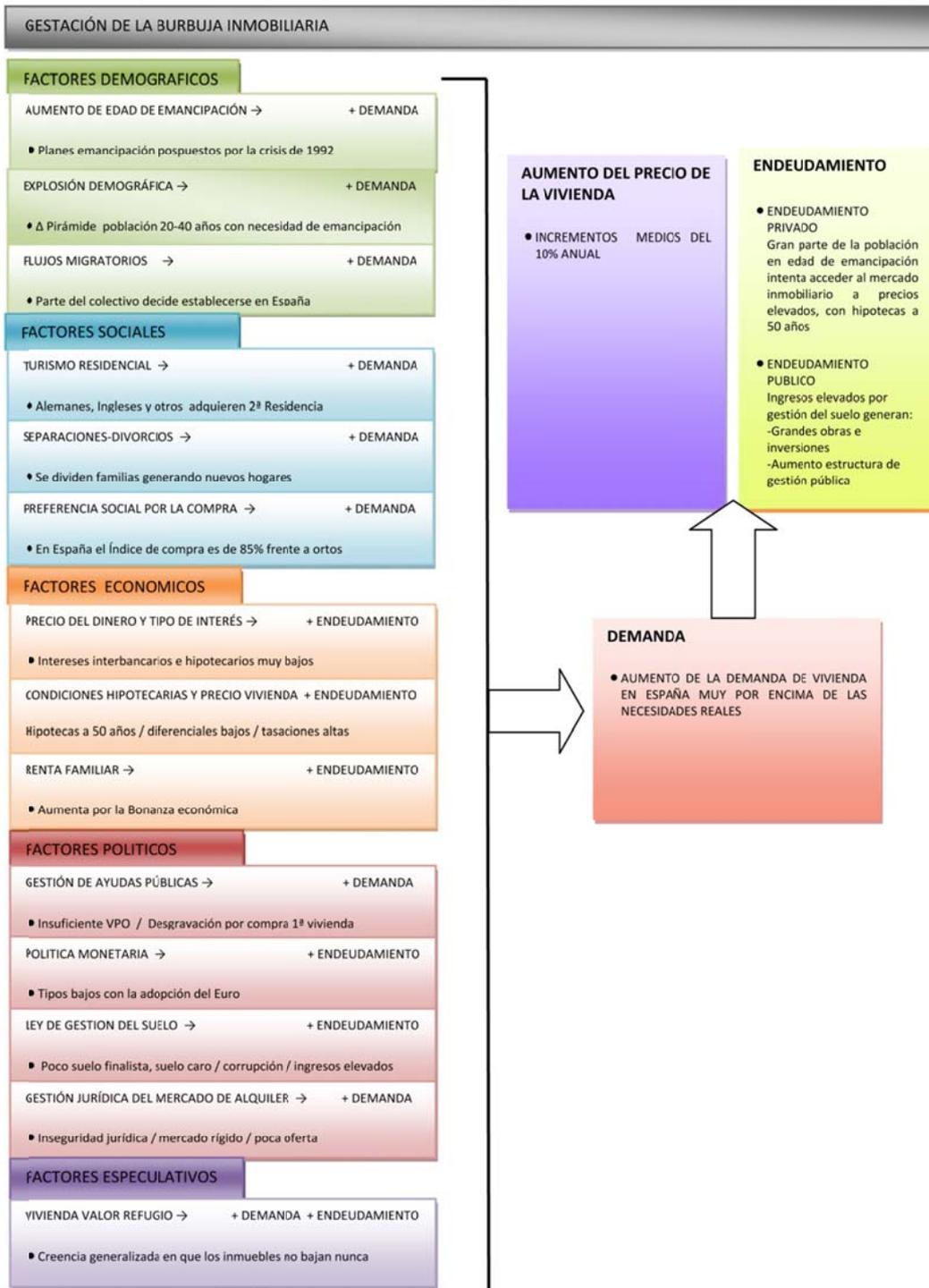


Figura F3- Gráfico esquema gestación de la burbuja inmobiliaria en España.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información recopilada.(2012)

3.1.3. ESTALLIDO DE LA BURBUJA INMOBILIARIA Y CRISIS

Este apartado se desarrolla en dos bloques: El Estallido y la crisis. En el primero, se desarrollan los factores económicos, tanto externos, como internos que provocaron el estallido de la burbuja inmobiliaria en nuestro país. En el segundo los factores correspondientes a la crisis, y dado que todavía nos encontramos en período de recesión, han sucedido diversos acontecimientos que afectan directamente, tanto a la economía en general como concretamente al sector de la construcción. Es por ello, por lo que se citan cronológicamente dichos acontecimientos.

A- ESTALLIDO

Todo el conjunto de factores anteriores hizo crecer una burbuja de deuda que estaba avalada con propiedades inmobiliarias cuyo valor no dejaba de aumentar, pero que se alejaba de los valores reales que podían pagar los ciudadanos, puesto que los salarios no crecieron al mismo ritmo.

Los principales factores que desencadenaron el estallido de la burbuja inmobiliaria en España fueron de dos tipos: Externos e Internos.

Factores Económicos externos

- **Encarecimiento del coste del dinero:**

A finales de 2005 el BCE tomó la decisión de iniciar una escalada en el valor del Euribor, con la intención de frenar el proceso de endeudamiento en la zona euro y que en España era ya muy significativo. Tal y como se aprecia en el gráfico **G16**, el Euribor subió más de tres puntos en menos de 2 años, consiguiendo su objetivo principal. Pero también tuvo otros efectos, pues este índice es la referencia de cálculo para la mayor parte de las hipotecas, por lo que su aumento, encarecía las cuotas de las mismas y reducía la renta de las familias y empresas.

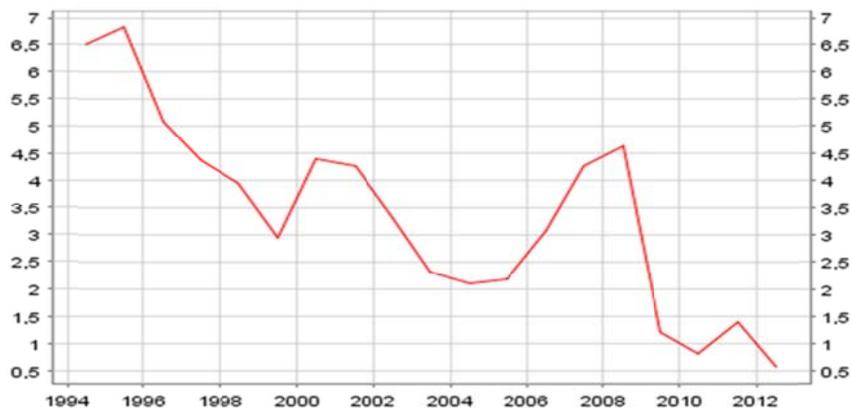


Gráfico G16- Euríbor histórico con valores trimestrales y actualización a 1 año desde 1994 hasta 1T 2012.

Fuente: Banco Central Europeo con datos facilitados por la agencia Reuters. (2012)

La consecuencia inmediata de esto fue un descenso de la actividad económica y que a su vez propició el aumento del paro en la zona Euro. En España, se acentuaron los efectos de estos cambios debido a que el modelo de crecimiento económico estaba basado en la construcción.

- **Crisis Subprime EEUU:**

En 2007 había estallado la crisis financiera en EEUU debido a las *Hipotecas Subprime*⁴ y dadas las características de globalización de los actuales mercados, este tipo de productos se habían vendido por todo el planeta. Las consecuencias llegaron a los bancos europeos y se endurecieron las condiciones de obtención de hipotecas y la financiación al conjunto de la economía empezó a cerrarse.

Se produjeron múltiples intervenciones de los estados en instituciones financieras de todo el mundo, como: Nacionalización del banco *Northern Rock* (Inglaterra), rescate de las aseguradoras *Fannie Mae* y *Freddie Mac* (EEUU), rescate de diversos bancos Europeos, Nacionalización del grupo asegurador *AIG* (EEUU), venta de diversos bancos en muy malas condiciones y finalmente en septiembre de 2008, el banco de inversiones *Lehman Brothers* se declara en bancarrota y el banco *Merrill Lynch* es vendido al *Bank of America*. Esto provoca fuertes caídas en las bolsas de todo el mundo y también el agotamiento del crédito en el sistema financiero. Ante estas circunstancias, EEUU aprueba el primer rescate al sistema financiero del país por un importe de 700.000 millones de dólares.

La consecuencia directa de todo esto fue el aumento generalizado de la desconfianza, que se extendió a todos los mercados mundiales, reduciendo la financiación drásticamente y desencadenando la mayor crisis económica desde 1929.

Factores Económicos Internos

- **Deterioro interno de la economía:**

La economía española había crecido durante un largo período, pero este crecimiento se había basado en el desarrollo del sector construcción, y para ello, las empresas se habían endeudado en gran medida, al igual que la población.

Según se observa en el gráfico, la deuda de las familias aumentó un 289% en solo 7 años y la de las empresas, sin contar entidades financieras, un 300%. El aumento en el coste de la financiación propiciado por el Banco Central Europeo junto con el cierre del crédito debido a la desconfianza en los mercados, dificultaba el nuevo endeudamiento así como la devolución de los créditos ya existentes.

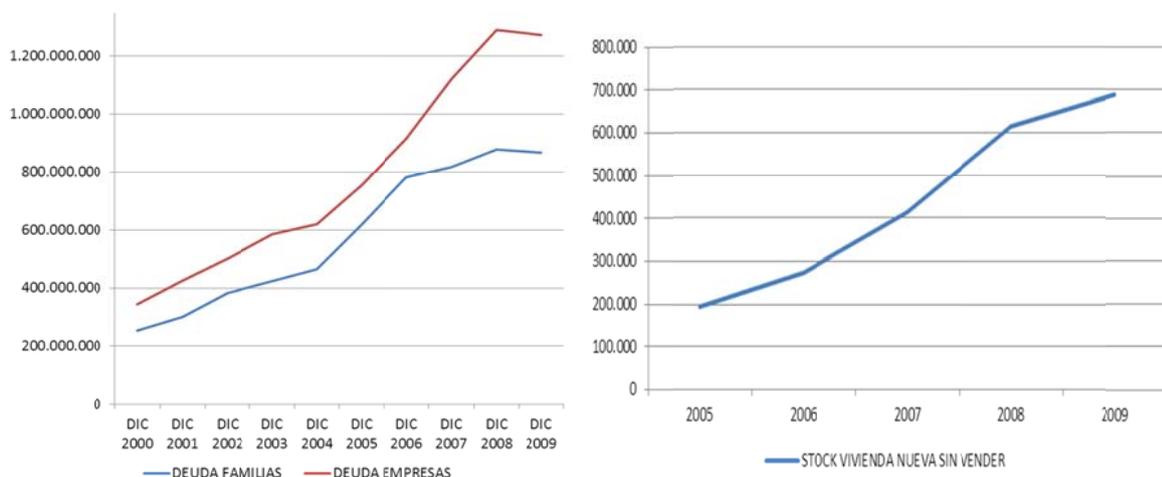


Gráfico G17- (Izquierda) Valor absoluto en euros de deuda privada de familias y empresas, sin incluir entidades financieras (Derecha) Stock de vivienda nueva sin vender desde 2005 a 2009.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento (2012).

(4) Un crédito subprime es una modalidad crediticia del mercado financiero de Estados Unidos que se caracteriza por tener un nivel de riesgo de impago superior a la media del resto de créditos. Este tipo de operaciones, concedidas a particulares o empresas, tiene las siguientes características: A-La mayor parte de los créditos subprime son de carácter hipotecario / B-Las entidades financieras tienen un límite máximo fijado por la FED de créditos de alto riesgo, si bien este límite puede ser superado por otras entidades intermediarias que pueden adquirir mediante una cesión de crédito los derechos al cobro de los créditos subprime por parte de los bancos a terceros, a cambio de pagar a la entidad financiera un interés menor / C-El tipo de interés de un crédito subprime es superior a la media de los tipos de interés para préstamos de las mismas características dirigidos a usuarios solventes, variando entre 1,5 y 7 puntos más / D-El sistema de concesión de créditos en Estados Unidos se basa en el establecimiento de una tasa de evaluación del particular o la empresa que solicita el préstamo, de tal forma que aquellos que superan los 850 puntos en dicha evaluación obtienen créditos prime a un tipo de interés bajo y con amplias ventajas. Los que tienen una evaluación entre 650 y 850 puntos se consideran solventes y los tipos de interés que se les aplican a las operaciones crediticias se encuentran dentro de la media nacional. Aquellos que tienen una puntuación por debajo de 650 se consideran de alto riesgo, y son aquellos que pueden recibir los créditos subprime, con tipos de interés más altos y más gastos en comisiones bancarias.

Fuentes: - US Department of Housing and Developen Urban.(Traducido) (2012)

Otro elemento determinante dentro del mercado Español era el stock de vivienda nueva que se había generado a partir de 2005 y que en 2008 alcanzaba las 700.000 unidades, según el Ministerio de Fomento. Esta circunstancia no favorecía la promoción de nuevos proyectos, pues la oferta superaba a la demanda y mostraba claros síntomas de agotamiento en el modelo de crecimiento. Esta misma circunstancia junto con la desconfianza, fue la que motivó que los grandes inversores buscaran nuevos negocios fuera de nuestro país, pues el retorno de la inversión en inmuebles ya no estaba garantizado. Se había producido el estallido de la burbuja inmobiliaria.

B- CRISIS

Todas las circunstancias anteriores afectaron de un modo directo a nuestro mercado inmobiliario. Empezó a haber muchos compradores que ya no reunían las condiciones, a pesar de haber hecho las reservas y entregado cantidades a cuenta, y que dejaban al promotor inmobiliario sin posibilidad de adjudicar esas viviendas al finalizar. Otros muchos, ante la incertidumbre generada decidieron perder el dinero entregado y no acudir a la escritura. Esta espiral seguía creciendo y muchas promociones se paralizaron al ya no ser viables y en otros casos, al finalizar las obras no se planteaban nuevos proyectos.

La consecuencia directa de una desaceleración tan rápida fue un incremento inmediato del paro, tal y como se observa en el gráfico G18. España entró en recesión oficialmente en el 4º trimestre de 2008, tras dos trimestres consecutivos de crecimiento negativo.

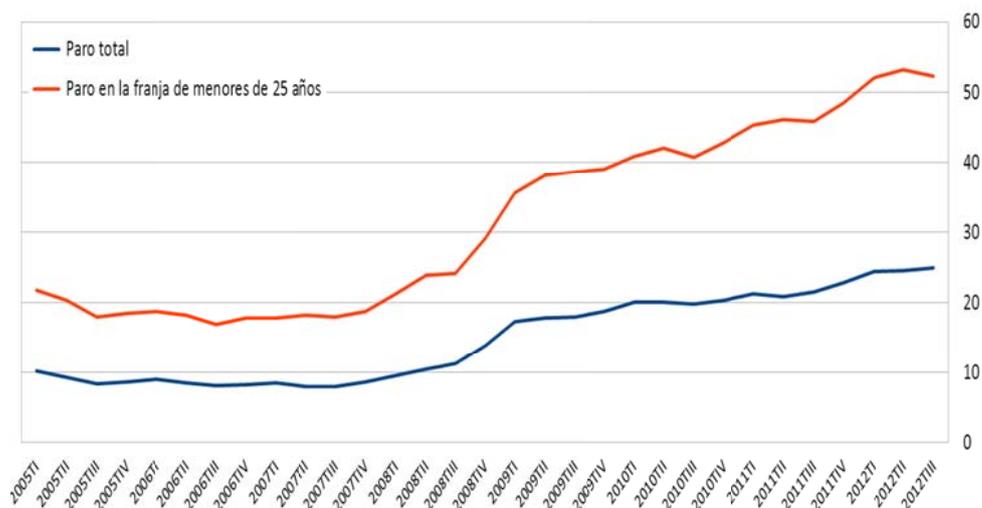


Gráfico G18- Histórico de índice de paro total en España por trimestres, comparado con el del grupo de menores de 25 años.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (2012).

"Creemos que las condiciones económicas y financieras actuales del mercado que subrayan la debilidad estructural de la economía española son incompatibles con el 'rating' AAA".

Fuente: Comunicado agencia Standard & Poor's, sede Londres (2009).

En enero de 2009 se inició el largo camino de peregrinación en las reducciones de calificación de la deuda soberana española, de “AAA” a “AA+” con perspectiva estable. Esto provocó que la desconfianza en nuestra economía aumentara de forma alarmante y en consecuencia el coste su financiación en los mercados.

El consumo se redujo enormemente desde el estallido de la crisis y a lo largo de 2009, el IPC estuvo en valores negativos, llegando a un máximo en julio de -1,3%. Tal y como se aprecia en el gráfico G19.

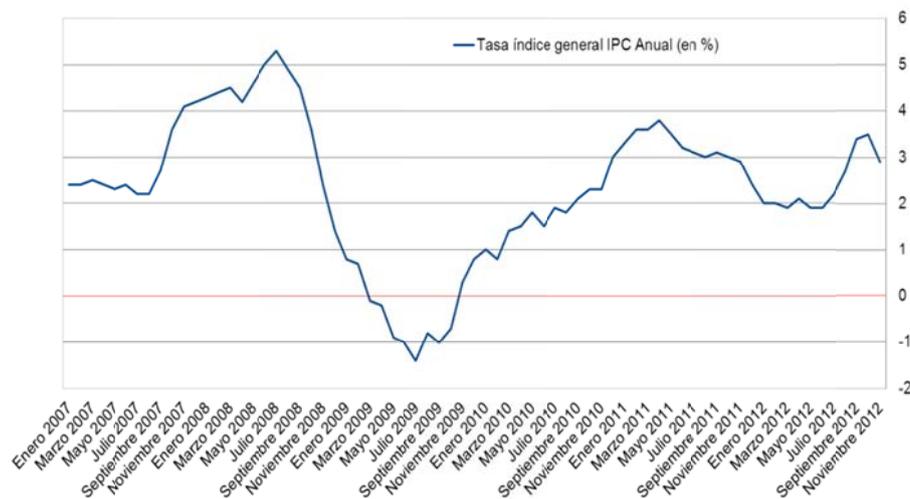


Gráfico G19- Histórico Tasa IPC anual en % desde 2007 hasta 2012.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (2012).

La Zona Euro trató de estimular la economía con planes de inversión que apoyaban el consumo de las familias, apuntalaban la inversión en infraestructuras, ayudaban a distintos sectores industriales, mejoraban el funcionamiento del mercado laboral y lo dotaban de más ayudas en previsión del fuerte aumento de paro. Pero este tipo de actuaciones repercutían sobre el déficit del estado, alejándolos de los valores pactados en los tratados Europeos.

Un ejemplo de ello fue en 2009, donde la inversión prevista en el plan de estímulo español supuso el 2,3% del PIB, siendo uno de los más ambiciosos de Europa y fue articulado mediante el R.D. Ley 2/2009 de 6 de marzo.

“La economía española está sufriendo los efectos de la actual crisis económica siendo especialmente significativos en el mercado de trabajo como lo pone de manifiesto el importante aumento del desempleo y la destrucción de empleo que se ha producido durante el último año, y de manera muy especial en los últimos meses”.

Fuente: **Real Decreto-ley 2/2009, de 6 de marzo**, de medidas urgentes para el mantenimiento y el fomento del empleo y la protección de las personas desempleadas (2009).

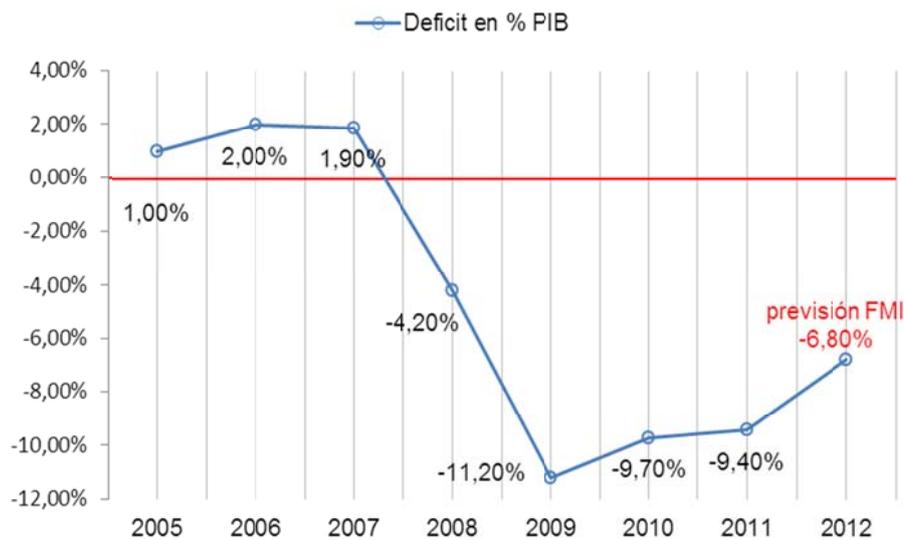


Gráfico G20- Histórico del déficit a 1 año en % del PIB desde 2005 hasta 2011 y previsión 2012 por FMI.

Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat y FMI. No incluye rescate al sistema financiero español (2012).

En el gráfico anterior, se puede observar como en 2007 el crecimiento estaba en valores positivos y en 2009 se cerró con una retracción del -11,20% del PIB, mostrando el deterioro económico del momento. El crédito interbancario estaba cerrado, había mucha desconfianza en los mercados y la financiación de la deuda española dependía en un 70% del Banco Central Europeo.

Por otra parte, las ventas de viviendas se reducían a un ritmo vertiginoso tal y como puede apreciarse en el gráfico siguiente, en el que aparecen representados el número de hipotecas constituidas anualmente. En el año 2010 ya se había producido una reducción del 50% con respecto a las que se constituían en 2007 y todo esto a pesar de que el precio de la vivienda seguía bajando.

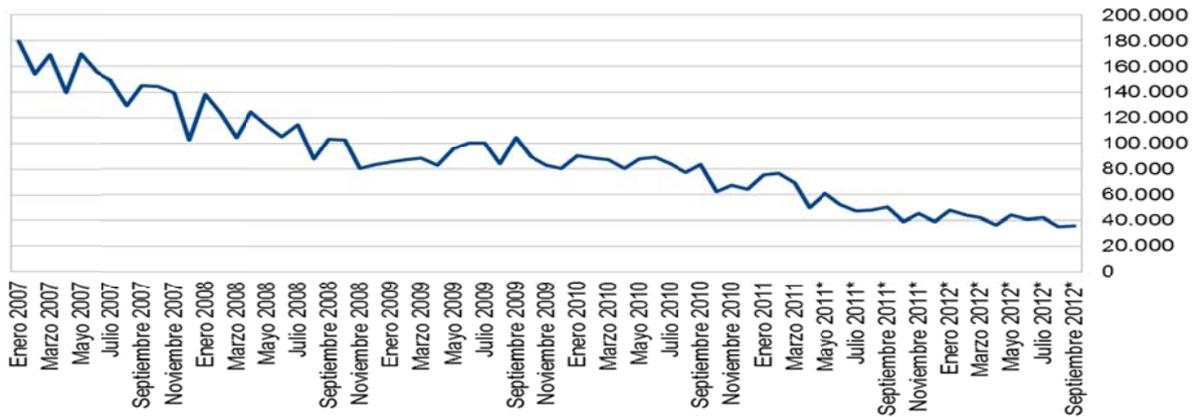


Gráfico G21- Histórico de hipotecas constituidas en Fincas rústicas y urbanas, valores mensuales. Base 2003.

Fuentes: Elaboración propia con datos del INE (2012).

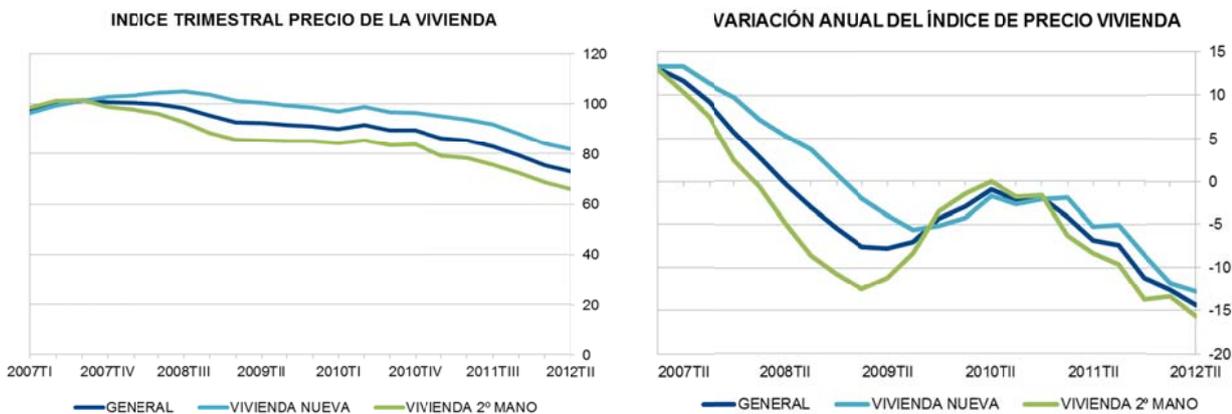


Gráfico G22- (Izquierda) : Índice trimestral del precio de la vivienda nueva, 2ª mano y medio, con base en 2007.

Elaboración propia con datos del INE. (Derecha): Variación anual del índice del precio de la vivienda nueva, 2ª mano y medio, con base en 2007.

Fuentes: Elaboración propia con datos del INE (2012).

En España, a parte de los planes de estímulo, se creó el **FROB** ⁵ mediante el **R.D. Ley 9/2009 de 26 de junio**, con una dotación de 9.000 millones de euros y a finales de 2009 se inició la **primera reestructuración del sistema financiero**.

Según el Banco de España, la mayor parte de las 45 cajas de ahorros se encontraban enormemente afectadas, pues su actividad en los últimos años se había expuesto en exceso al sector construcción. Se habían centrado en la financiación a promotoras para desarrollar proyectos de edificación, así como en particulares para la adquisición de las viviendas. Pero el sistema dejó de funcionar, ya no se vendían viviendas y el precio de estas bajaba en picado, tampoco se desarrollaban nuevos proyectos y el paro crecía al doble de ritmo que en Europa, lo que también hacía crecer la morosidad que ya superaba el 5%. La deuda privada en España había aumentado mucho en estos últimos años, tanto en las empresas como en la banca y en las familias.

(5) Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria.

Fuente: mediante el R.D. Ley 9/2009 de 26 de junio.(2009)

Esta deuda resultaba muy difícil de refinanciar en los mercados, no había confianza en que pudiera pagarse y esto repercutía en el estado. Porque los mercados creían que sería este, quien en última instancia, debería acudir a rescatar su sistema financiero y se dudaba de la capacidad de poder llevarlo a cabo.

El gobierno empujó a las fusiones de cajas y les facilitó ayudas a través del FROB, adquiriendo activos y permitiéndoles acceder a la financiación, siempre que se reestructuraran. Este fondo empezó a ser operativo en Marzo de 2010.

Se había iniciado en Europa una etapa de ajustes posterior a la recesión, con la intención de corregir los excesivos endeudamientos públicos provocados por los planes de reactivación de la economía desarrollados en 2009. Pero el mercado interbancario seguía sin funcionar y en consecuencia las economías no recibían financiación, todo esto acabó desembocando en una crisis de deuda soberana con componentes especulativos.

“La UE adoptó medidas para garantizar la estabilidad financiera, primero con una asistencia financiera condicionada a Grecia, y luego con mecanismos para la zona del euro y la UE en su conjunto. En mayo de 2010 se concedió a Grecia un acceso específico a financiación temporal, ya que no podía obtener dinero en los mercados financieros a unos precios asequibles por el temor de los inversores a una posible cesación de pagos en el país. El acuerdo, por el que los Estados miembros (junto con el Fondo Monetario Internacional [FMI] y el Banco Central Europeo [BCE]) pusieron a su disposición 110.000 millones de euros, se atenía a unas condiciones estrictas y establecía un programa de reformas estructurales completo y ambicioso, así como una supervisión permanente. El paquete dispensa a Grecia de la necesidad de obtener dinero en los mercados durante un máximo de dos años, y después de ese periodo se espera que el país vuelva a una financiación de mercado”.

Fuente: Informe General sobre la actividad de la Unión Europea (2010)- Comisión Europea, (2011).

En mayo de 2010 se produjo el recate a Grecia, a pesar de los esfuerzos que había estado haciendo en los últimos meses con planes de ajuste severos, los mercados no confiaron en la solvencia del país. Su prima de riesgo se disparó a valores insostenibles, por encima de los 500 puntos básicos, que le impedían financiarse tal y como se puede observar en el gráfico G23. Las agencias de calificación continuaron alentando la desconfianza en las deudas de los países rebajando sus notas mes a mes.

El gobierno de España planteó un ajuste del 1,5% PIB en el que pretendía entre otras cosas: recortar el sueldo a los funcionarios, eliminar el **cheque bebe**, congelar las pensiones, ampliar la edad de jubilación a los 67 años, aumentar el IVA un 2%, etc. Todo esto se fue aplicando a lo largo del año 2010, motivo por el cual se produjo una huelga general en septiembre. Pero los mercados no dieron tregua y siguieron castigando su financiación con la prima de riesgo en valores altísimos.



Gráfico G23- Histórico de la prima de riesgo en base a Alemania durante 2010, 2011 Y 2012. Series diarias. Se indica el momento de su rescate con la prima de riesgo y una señal azul.

Fuente: Elaboración propia con base de datos de Thomson Reuters (2013).

Para tratar de solucionar el problema de la financiación de los estados y eliminar el componente especulativo que desestabilizaba el sistema, la Comisión Europea decidió crear un mecanismo de estabilidad que permitiera la financiación de los estados en momentos de crisis y especulación. Este sería el **MEDE**⁶, aunque al tratarse de un mecanismo con carácter permanente el proceso legal para su puesta en marcha fue lento y su fecha de inicio se estipuló en julio de 2012. Mientras tanto, el rescate de Grecia se llevó a cabo mediante préstamos bilaterales con el FMI y un fondo provisional el **FEFF**⁷, que se creó para sustituir al MEDE hasta que este estuviera en funcionamiento. De modo provisional, también se constituyó un mecanismo Europeo de Estabilización Financiera el **MEEF**⁸.

“La UE, el BCE y el FMI conceden a Irlanda 85 000 millones de euros de ayuda financiera. Dicha ayuda fue solicitada por Irlanda el 22 de noviembre de 2010. Tiene por objetivo preservar la estabilidad financiera de la zona del euro y de la UE en su conjunto”.

Fuente: Informe General sobre la actividad de la Unión Europea (2010)- Comisión Europea.(2011)

Según la crisis de deuda se acentuaba, la incertidumbre aumentaba en los mercados e Irlanda fue el siguiente país que no pudo soportar la presión. Solicitó ayuda financiera por un importe cercano a los 85.000 millones de €, tal y como se desprende de los informes anuales de actividad de la Unión Europea.

Mientras tanto en España el déficit público continuaba en el 9,70% del PIB y el paro había sobrepasado el 20%. Se estaban aplicando las medidas de ajuste expuestas por el gobierno meses atrás, pero la prima de riesgo rondaba los 290 puntos básicos y al alza.

A principios de 2011 se inició la segunda fase en el plan de reestructuración, pero los procesos de fusión eran muy costosos y hubo algunos de ellos que no pudieron llevarse a cabo ya que las entidades estaban realmente afectadas. Los activos en los que habían invertido ya habían perdido un 27% con respecto a 2007 y la gente a la que habían financiado tenía más dificultades en seguir pagando la hipoteca; bien porque se quedaba en el paro o simplemente porque el Euribor seguía al alza.

*“El apoyo financiero se proporciona en función de un acuerdo sobre un programa de ajuste económico que la Comisión y el FMI, en colaboración con el BCE, negociaron en **mayo de 2011** con las autoridades portuguesas. El programa de ayuda UE/FEEF/FMI para Portugal asciende a 78.000 millones EUR durante un período de tres años”.*
Fuente: **Informe General sobre la actividad de la Unión Europea (2011)**- Comisión Europea (2012).

Tal y como aparece reflejado en los informes anuales de actividad de la Unión Europea, Portugal fue la tercera economía de la zona euro que solicitó la ayuda financiera, en mayo de 2011, por un importe cercano a los 78.000 millones de euros. Esto agravó más si caben las condiciones de financiación en los mercados, y las agencias de calificación revisaban constantemente las notas de las deudas de los estados, autonomías, etc. Para España supuso un nuevo mazazo, ya que las calificaciones de muchos de sus bancos sufrieron rebajas, al igual que las deudas de las autonomías. En este contexto, hubo algunas fusiones que se complicaron y el Banco de España tuvo que intervenir la CAM. Esta entidad nunca había dado pérdidas, pero al auditarla, aparecieron 3.000 millones de euros en pérdidas no provisionadas. Con una reestructuración financiera bastante avanzada, este hecho volvió a sembrar dudas sobre el conjunto del sistema financiero.

*(6) **Mecanismo Europeo de Estabilidad (MEDE)** El 11 de julio de 2011, los ministros de Finanzas de los diecisiete Estados miembros de la zona del euro firmaron el Tratado constitutivo del Mecanismo Europeo de Estabilidad. Este Mecanismo asumirá las tareas que desempeñan actualmente los mecanismos temporales: el FEEF y el MEEF. En diciembre de 2011 se seguía trabajando en la actualización del Tratado, en relación con la decisión del Consejo Europeo de diciembre de avanzar la entrada en vigor del MEDE a mediados de 2012. El Mecanismo Europeo de Estabilidad dispondrá de una capacidad de préstamo efectiva de 500 000 millones EUR: un total de capital suscrito de 700 000 millones EUR, de los cuales 80 000 millones serán capital desembolsado y 620 000 millones serán capital exigible comprometido, todo ello procedente de los Estados miembros de la zona del euro.*

Fuente: Informe General sobre la actividad de la Unión Europea (2011)- Comisión Europea, adoptado el (2012).

*(7) **El Fondo Europeo de Estabilidad Financiera (FEEF)** puede prestar hasta 440 000 millones de euros para ayudar a cualquier país de la zona del euro que corra el riesgo de incumplir los pagos correspondientes a su deuda pública. Se trata de una entidad con cometido específico que emitirá su propia deuda para conceder préstamos en caso de que un país de la zona del euro afronte dificultades financieras graves. La deuda emitida por este mecanismo queda garantizada por los miembros de la zona del euro, así como por Suecia y Polonia, que se ofrecieron voluntarias. Fuente: Informe General sobre la actividad de la Unión Europea (2010)- Comisión Europea, adoptado el 16-2-2011.*

*(8) **El Mecanismo Europeo de Estabilización Financiera (MEEF)** dispone un importe máximo de 60.000 millones de euros y lo administra la Comisión Europea, que recurre al presupuesto de la UE para obtener fondos en los mercados financieros y prestarlos a continuación al Estado miembro beneficiario.*

Fuente: Informe General sobre la actividad de la Unión Europea (2010)- Comisión Europea, adoptado el (2011).

A finales de noviembre de 2011 el Banco de España nacionalizó el Banco de Valencia, una vez más, debido a la exposición al ladrillo. Con un volumen de activos problemáticos cercano a los 4.000 millones de euros y un problema de liquidez debido a la escasa posibilidad de financiarse. Era la cuarta entidad intervenida desde que se inició la reestructuración, y la confianza en el sistema financiero continuó a la baja.

*“El desequilibrio entre ingresos y gastos del conjunto de las Administraciones Públicas se saldrá este año, según las previsiones de la Vicepresidenta Salgado, con más de 65.000 millones de euros de déficit, un 6% de nuestro Producto Interior Bruto. Esta cifra puede verse superada, lo sabremos en su momento. Pues bien Señorías, con los actuales compromisos de Gobierno de España con la Unión Europea y si se cumplen las previsiones del Gobierno para el año próximo, tendremos que **reducir en 16.500 millones de euros** el desfase entre ingresos y gastos para el conjunto de las Administraciones Públicas. Ese es el objetivo, ese es nuestro compromiso y a él nos vamos a tener: 16.500 millones de reducción del déficit en el año 2012”.*

Fuente: Discurso de Investidura (X Legislatura). Discurso de Mariano Rajoy en la sesión de investidura como presidente del Gobierno (19-12-2011).

Tal y como aparecía en todas las encuestas, en noviembre de 2011 se produjo un cambio de gobierno y Mariano Rajoy accedió a la presidencia. El país se encontraba con un índice de paro superior al 21,5%, un déficit público próximo al 9,40% del PIB, el IPC rondaba el 2,4% y el Euribor se encontraba por encima del 1,5%. La venta de viviendas seguía descendiendo y los precios de estas ya habían bajado un 30% desde 2007. En los mercados se había establecido la desconfianza de manera permanente y las calificaciones de la deuda española seguían siendo rebajadas. Europa pedía ajustes a España, puesto que los indicadores de déficit mostraban desajustes con los pactos alcanzados con Bruselas. Aunque estas cifras aumentaron cuando se obligó a las autonomías a facilitar sus cifras reales, generando más incertidumbre y asfixiando más el crédito.

Mariano Rajoy planteó ajustes por un importe de 16.500 millones de euros que se concretarían a principios de 2012 en partidas importantes como la educación, la sanidad y la inversión pública en infraestructuras. Por otra parte, se exigió a las autonomías cumplir con las exigencias de déficit y al encontrarse excesivamente endeudadas, tuvieron que iniciar recortes adicionales.

Este conjunto de circunstancias permiten hacerse una idea de la evolución de la crisis que había sufrido el país y del estado en el que llegaba a 2012. Siendo a lo largo de este último año cuando se ha completado la configuración del marco definitivo en el que irrumpirá la SAREB, situación que se estudia en posteriores apartados.

3.2. ESTUDIO DEL MACROENTORNO ACTUAL

En la figura F4 se observan las ciudades más importantes del mundo comparadas entre sí según su estado de recesión, esto permite hacerse una idea muy rápida y visual de donde se encuentran los focos más importantes de crisis en estos momentos. Europa aparece como el núcleo más importante de recesión a nivel mundial con todo lo que este hecho conlleva.

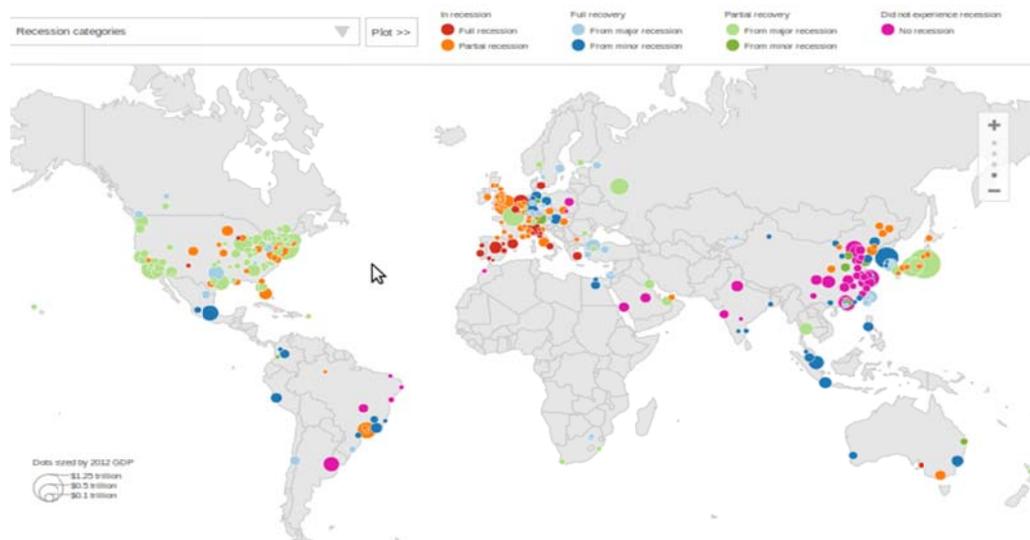


Figura F4- Gráfico donde se señalan las principales ciudades del mundo y su estado de recesión.

Fuentes: Informe, Global Metro monitor 2012 - Slowdown, Recovery, And Interdependency. The Brookings institution - metropolitan policy program, (2013).

Hay dos elementos fundamentales que definen el marco internacional, por un lado está la **globalización**⁹ que permite la rápida influencia de sucesos o decisiones ocasionados en cualquier parte del mundo. Por otra parte y al centrarnos en España, el proceso de integración Europea conforma un marco de influencia determinante.

Por ello, en este apartado se analizan las condiciones políticas, económicas, sociales y legales externas, que puedan afectar al funcionamiento de nuestro mercado inmobiliario, mediante el desarrollo de un Estudio Internacional.

Cabe destacar que la documentación necesaria en para la elaboración de este estudio se obtiene de varias publicaciones, periódicos digitales especializados, informes del Banco de España, base de datos de EUROSTAT y el D.O.C.E.(Publicaciones de la Unión Europea).Con esta información se preparan gráficos y tablas que permiten visualizar los distintos conceptos que se desarrollan.

En la parte de condiciones jurídicas, se revisan los documentos que se están legislando actualmente preparando resúmenes y esquemas que facilitan su comprensión y posterior utilización. En esta parte la información se obtiene del Memorando de Entendimiento entre el gobierno de España y la Comisión Europea, así como de la prensa de noticias especializadas

3.2.1. SITUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

Atendiendo a la situación económica – financiera en la que nos encontramos inmersos a nivel general, existen diversos elementos a valorar que la determinan en gran medida y que a continuación se describen.

Crisis Fiscal en E.E.U.U.

Según artículos de la Agencia Reuters, después de la última crisis por el techo de deuda en Estados Unidos en julio de 2011, se estableció un nuevo techo de gasto superior, pero con condiciones. Una comisión trataría de buscar una solución a largo plazo para el problema en cuestión y en caso de no encontrar esta solución en un plazo razonable, se aplicaría la cláusula conocida como *Abismo Fiscal*. Este mecanismo introduce dos medidas drásticas: Reducción de más de 700.000 millones de dólares en gasto público y aumento automático de los impuestos, entrando en vigor el 2 de enero de 2013.

El proceso de búsqueda de solución ha apurado el tiempo hasta el final, generando gran incertidumbre mundial, ya que si se llegara aplicar esas medidas, el país entraría en recesión y generaría una reacción en cadena a nivel global.

“Por primera vez en el acuerdo, aprobado a última hora del martes en la Cámara de Representantes que lideran los republicanos y firmado por Obama el miércoles, marcó una victoria para el mandatario, que ganó la reelección en noviembre prometiendo abordar los problemas presupuestarios en parte elevando los impuestos a los estadounidenses más ricos”. Fuente: Agencia Reuters Washington – Artículo 3-1-2013

Finalmente el congreso de Estados Unidos ha pactado una serie de recortes y medidas fiscales que aumentarán los ingresos del estado, y conseguirán retrasar unos meses las decisiones sobre los recortes de gasto público y la deuda.

(9) *La globalización es la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales.*

Fuente: Real Academia de la Lengua española, (2012).

Estas medidas consisten: en primer lugar, establecer los tipos impositivos vigentes como definitivos para el 98% de las familias y el 97% de los pequeños comercios. En segundo lugar, Subir los impuestos al 2% de la población con ingresos superiores a 450.000 \$ anuales, hasta una tasa del 39,6%. Por último, mantener el subsidio de emergencia durante 1 año más.

La tranquilidad conseguida es a corto plazo, pues quedan importantes ajustes que hacer y es posible que en pocos meses vuelvan a desestabilizar el sistema, afectando a nuestra economía y en consecuencia a las actividades de la SAREB.

Crecimiento P.I.B zona Euro

En el siguiente gráfico se observa la evolución del PIB de las principales economías Europeas que han sufrido un rescate o están en condiciones de sufrirlo en los próximos meses. Tras la recesión de 2009 y 2010 se produjo una leve recuperación, pero nuevamente estamos entrando en recesión y las previsiones a corto y medio plazo siguen siendo pesimistas en gran parte de la zona Euro. Es sin duda, el reflejo del gran deterioro que están sufriendo tanto el tejido productivo como las economías domésticas y que se traduce en una caída del consumo. Esto condicionará, en parte, la viabilidad a corto y medio plazo de la SAREB, así como el normal desarrollo de sus actividades, retrasando la salida de un porcentaje importante de activos al mercado.

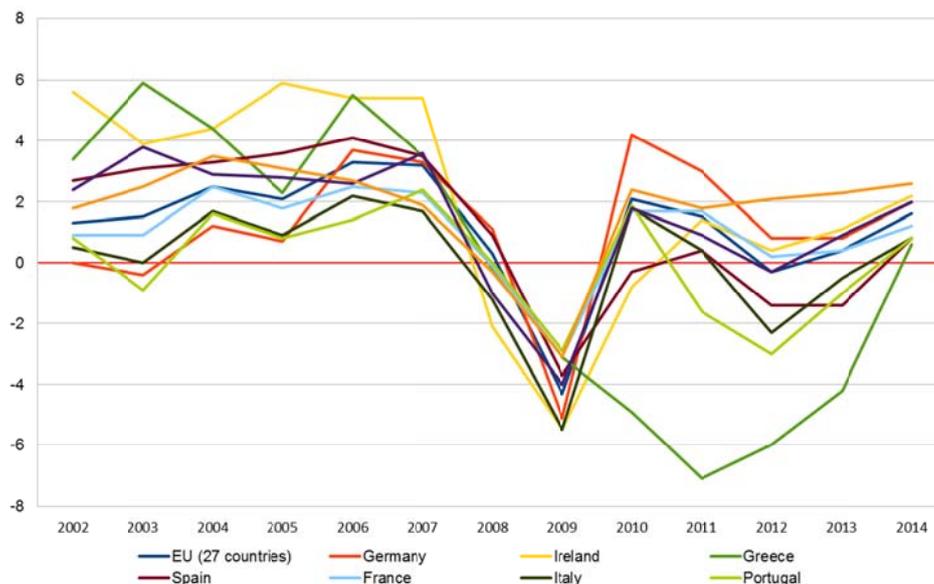


Gráfico G24- Gráfico de la tasa de crecimiento del PIB real de las principales economías de la Eurozona y EEUU, Incluye previsión hasta 2014 del FMI. Series con revisión anual.

Fuentes: Elaboración propia con datos Eurostat (2012).

Los mercados de valores

Un indicador importante de la salud económica mundial es, sin duda, la situación en que se encuentran los distintos índices de los principales mercados mundiales. En el siguiente gráfico se aprecian de modo comparativo estos índices, su peso relativo entre ellos, así como las variaciones de valor que han sufrido desde el año 2000. También se observa la tendencia al estancamiento en valores negativos de gran parte de ellos, dibujando una imagen mundial bastante desoladora, en la que únicamente los índices asiáticos se mantienen o crecen. Ante estas circunstancias de pérdidas arrastradas, desconfianza y falta de liquidez, se dificulta la fluidez económica en general, lastrando la recuperación del sector inmobiliario.

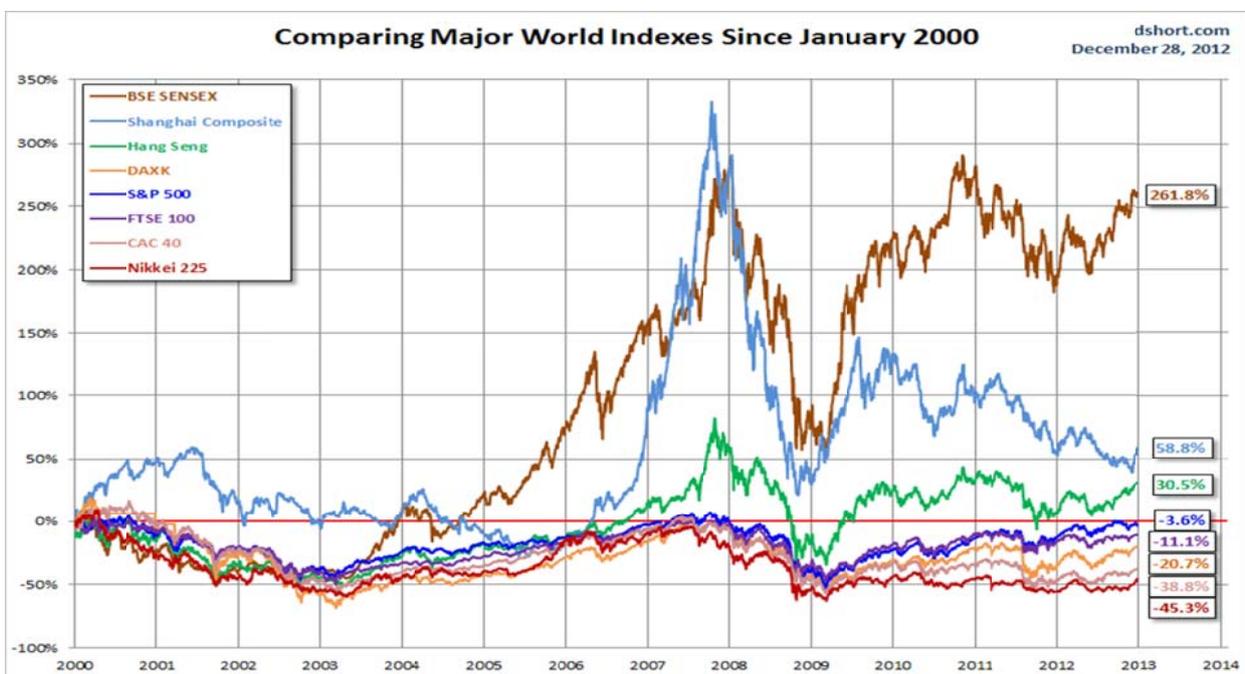


Gráfico G25- Gráfico comparativo de los principales índices bursátiles mundiales desde el año 2000.

Fuentes: World Markets Weekend Review: The East-West Divide By Doug Short (2012).

Los valores que cotizan en bolsa están sufriendo las oleadas de desconfianza y especulación que recorren los mercados y se acumulan grandes pérdidas, sobre todo en mercados europeos y más concretamente en el español, tal y como se puede apreciar en el gráfico siguiente. Estas grandes pérdidas son asumidas por empresas e inversores disponiendo de menos capacidad para desarrollar la economía real. Parte de estas pérdidas corresponden al sector inmobiliario, debido a que las empresas que se han visto expuestas a los activos inmobiliarios han sufrido un enorme deterioro. Estas empresas fueron en principio promotoras e inmobiliarias que finalmente y tras su desplome, transfirieron los activos a las

entidades financieras que habían prestado el capital, esta situación acabó por colapsar el sistema, desembocando en rescates financieros o incluso de estados.

El IVEX 35 acumula unas pérdidas en los últimos 3 años que superan el 32% de su valor y en el marco en el que nos encontramos no se prevé una evolución favorable, por lo que los inversores extranjeros son reacios a invertir en nuestro país y mucho menos en actividades relacionadas con el sector inmobiliario, perjudicando también las futuras actuaciones de la SAREB.

Endeudamiento público

Atendiendo a la deuda de los estados en la zona euro en función de su tasa de crecimiento del P.I.B, se puede observar como hay disparidad de valores y además, este hecho no está relacionado completamente con la prima de riesgo que se paga por dicha deuda. Ya que existen países como Alemania, Francia, Inglaterra etc. con niveles de endeudamiento superiores a los españoles y con primas de riesgo muy inferiores. Aunque también ocupan las primeras posiciones los países rescatados y con primas de riesgo más altas.

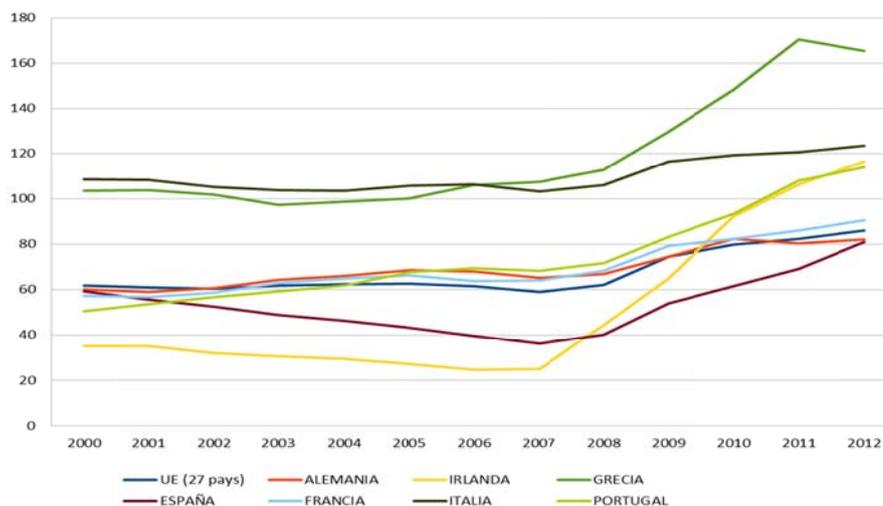


Gráfico G26- Gráfico comparativo del endeudamiento de los estados de la zona euro en % de su PIB, series con revisión anual.

Fuentes: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2012).

Según se observa en el gráfico **G26**, las economías más importantes de la zona euro no cumplen con los requisitos del tratado de *Maastricht* en este sentido, pues este, establece un nivel de endeudamiento no superior al 60% de la tasa de crecimiento del P.I.B. Esta circunstancia obliga a los estados a tomar medidas que reduzcan la inversión pública hasta alcanzar el valor pactado, afectando directamente al crecimiento de la economía e incrementando las condiciones negativas del marco actual.

Coste del dinero

El índice que refleja el coste al que se financian los bancos europeos y en consecuencia el resto de la economía es el *Euribor*¹⁰.

En el gráfico **G27** se puede apreciar como la evolución en el último año ha sido a la baja, con la intención de mejorar las condiciones de un mercado interbancario prácticamente detenido, y con ello la reactivación de la economía. Pero el objetivo sigue sin conseguirse debido a la gran desconfianza existente en los mercados, a pesar de encontrarse este en mínimos históricos. De todos modos, es un elemento de referencia en la mayoría de hipotecas existentes, por lo que supone un alivio a las empresas y familias. También facilita el acceso a la adquisición de una nueva vivienda, por lo que su aportación es positiva en un marco tan desfavorable como el actual.

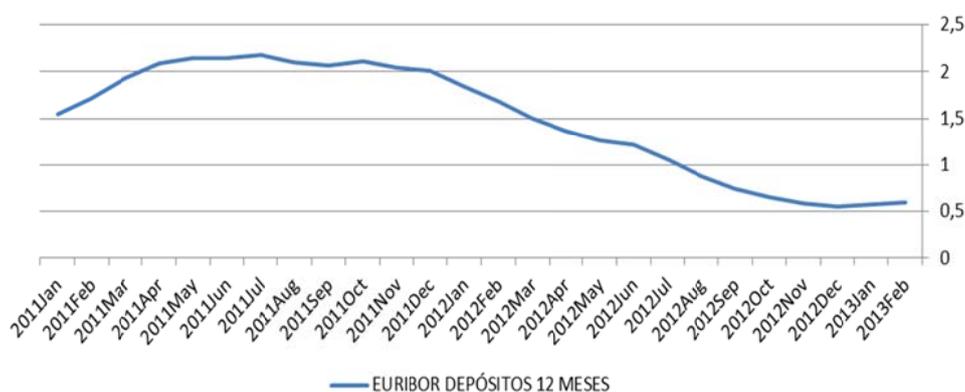


Gráfico G27- Gráfico evolución del Euribor mensual para depósitos a 12 meses en la zona euro, desde enero de 2011 hasta febrero de 2013.

Fuentes: Elaboración propia con datos del Banco Central Europeo (2013).

Prima de Riesgo, desconfianza en los mercados

Otro indicador que determina tanto la confianza de los mercados como el coste al que se financian los estados es sin duda la *prima de riesgo*¹¹. Se trata de un elemento diferencial que se aplica a los tipos de interés de la deuda, con un carácter subjetivo importante, función de la confianza de los inversores a invertir en determinados títulos o no. En el gráfico **G28** aparecen comparadas diversas primas de riesgo de deuda de estados europeos en función de la alemana, que se toma como base de referencia. En ella, se puede apreciar que a pesar de encontrarse en una senda de decrecimiento, sus valores son muy elevados para países como España, Italia o Portugal.

Esto es síntoma de la desconfianza y especulación existente a pesar de haberse producido importantes ajustes y recibido apoyo financiero para estabilizar los sistemas financieros, o incluso la financiación de los estados en los casos de Portugal, Grecia o Irlanda.

La tendencia de estos índices es decreciente durante los últimos 6 meses, aunque no se prevén grandes reducciones a corto o medio plazo.

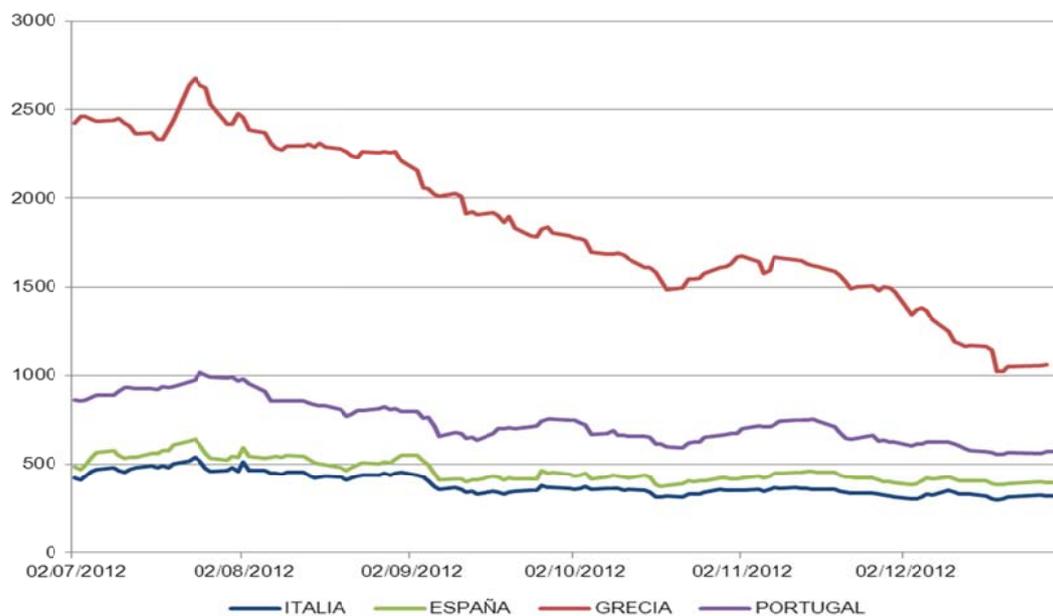


Gráfico G28- Gráfico evolución del diferencial del rendimiento del bono a 10 años con el bono alemán (prima de riesgo), de las principales economías en riesgo de la zona Euro, desde julio de 2012 hasta final de año.

Fuentes: Elaboración propia con base de datos de Thomson Reuters (2013).

Este elemento determina que los estados dediquen mayor cantidad de recursos al pago de intereses para financiarse y no puedan utilizarlo en inversión directa en la economía, afectando tanto al crecimiento como a la sostenibilidad del modelo. Por lo que supone un factor negativo dentro del marco en el que desarrollará sus actividades la SAREB.

(10) *El Euribor* es un acrónimo de "Europe Interbank Offered Rate", o sea, tipo europeo de oferta interbancaria. Es el tipo de interés aplicado a las operaciones entre bancos de Europa; esto significa que es el porcentaje que paga como tasa un banco cuando deja dinero a otro. Su valor se actualiza cada día, y se anuncia públicamente en la prensa. Es un índice muy importante del mercado financiero, ya que afecta, entre otras cosas, a los préstamos bancarios (como las hipotecas).

Fuente: Enciclopedia Universal (2012)

(11) La prima de riesgo de España, también llamada riesgo país o riesgo soberano, es el sobrepago que ésta tiene que pagar cuando acude a los mercados para financiarse, en comparación con Alemania. La prima de riesgo española es la diferencia entre la rentabilidad del bono español a 10 años y el bono alemán a 10 años (*bund*). Cuanto mayor es el riesgo de un país más deberá remunerar éste a los inversores para que adquieran su deuda. Es por lo tanto, la sobretasa (o rentabilidad) que ofrece la deuda pública de España para que los inversores la compren y mide la confianza de los inversores en la solidez de su economía.

Fuente: Enciclopedia Universal (2012)

Desempleo

La consecuencia social de un mal funcionamiento de la economía es el aumento del paro. En el gráfico superior se muestran los índices de paro de las principales economías de Europa. Los países que han sido rescatados se encuentran con índices muy altos de paro, pero de todos ellos destaca España que supera con mucho todos los índices y medias.

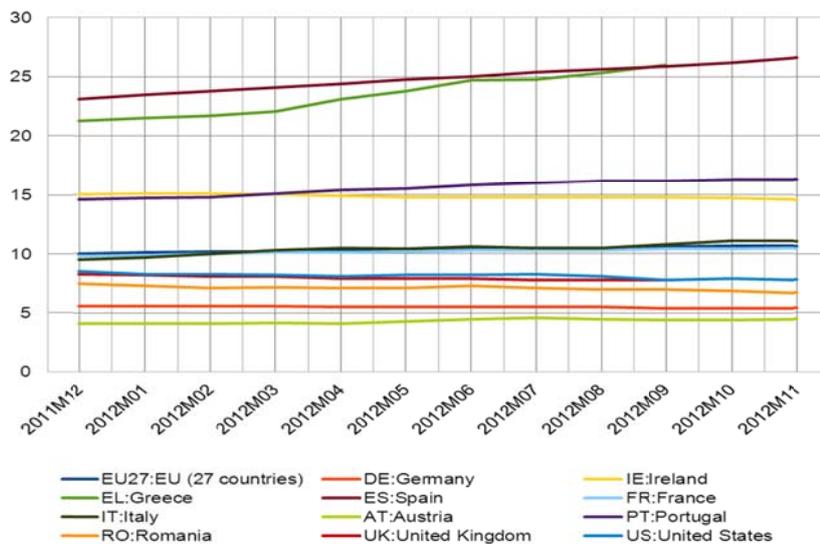


Gráfico G29- Gráfico evolución del porcentaje de paro sobre la población activa en economías Eurozona y EEUU en 2012.

Fuentes: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2013).

Estas tasas elevadas de paro impiden que haya consumo y en consecuencia se reduce la demanda en el sector inmobiliario, aunque los principales mercados donde pueden interesarnos nuestros inmuebles son Alemania y Reino Unido, ahí los índices son más bajos y la tendencia es decreciente. Al menos este hecho puede ser favorable a medio plazo para las

3.2.2. SITUACIÓN POLÍTICA – JURÍDICA

España se encuentra plenamente integrada en la Unión Europea, por lo que las decisiones que se toman en este marco le afectan directamente. Desde el inicio de la crisis de las hipotecas subprime en Estados Unidos, se han sucedido una serie de problemas relativos a la financiación de los estados, que han afectado enormemente al conjunto de la comunidad. Esto se ha debido a que los mecanismos necesarios para hacer frente a este tipo de

situaciones no se encontraban desarrollados, y la capacidad de reacción de la Unión Europea a este respecto ha sido excesivamente lenta.

Ante el rescate financiero de algunos estados como Irlanda, Grecia o Portugal, la U.E. desarrolló un mecanismo denominado *Facilidad Europea de Estabilización Financiera* (F.E.E.F.) y el *Mecanismo Europeo de Estabilización Financiera* (M.E.E.F.) en mayo de 2010. Estos mecanismos se dotaron con fondos superiores a los 500.000 millones de €, con el fin de realizar préstamos conjuntos con el F.M.I. a los estados de la U.E. que se encontraban con grandes necesidades de financiación. Se creó con carácter provisional, para cubrir el proceso de gestación y aprobación del **Mecanismo Europeo de Estabilidad** (M.E.D.E.), con carácter estable para el conjunto de la Unión Europea. Este último, se aprobó el 25 de marzo de 2011 por la Comisión Europea, aunque hasta el 1 de julio de 2012 no ha entrado en vigor, debido a que ha sufrido un largo proceso de ratificación en cada uno de los estados miembros. Su dotación es de 700.000 millones de euros, de los cuales 80.000 millones de € son capital desembolsado y 620.000 millones de € es capital exigible.

El 25 de junio de 2012 y tras varios meses de controversia sobre esta decisión, el gobierno español solicita el rescate a su sistema financiero, este se realiza siguiendo los protocolos ya establecidos por el F.E.E.F. y de acuerdo con la Comisión Europea.

El proceso de negociación que establece las condiciones definitivas en las que se llevará a cabo dicho rescate, se detalla en un documento redactado conjuntamente y denominado **Memorando de Entendimiento**¹² (M.O.U.), que se firma entre el gobierno de España y la Comisión Europea el 20 de julio de 2012. En él, se establecen las exigencias necesarias para la obtención del rescate financiero y se pacta un calendario de las distintas actuaciones a llevar a cabo. Para poder desarrollar los acuerdos firmados en el M.O.U. el Gobierno legisla el R.D.Ley 24/2012 de 31 de agosto.

Memorando de Entendimiento 20/7/2012

Este documento tiene carácter vinculante y recoge los distintos acuerdos alcanzados entre el estado Español y la Comisión Europea, para poder optar al dinero necesario para materializar el rescate del sistema financiero Español. A continuación, se detallan los puntos básicos y el calendario para llevarlos a cabo:

(12) *Memorandum de Entendimiento*.(MOU), La ayuda financiera está vinculada a determinadas condiciones macroeconómicas, cuyos detalles son negociados entre el Estado miembro que solicita ayuda y los prestamistas oficiales, y se exponen en un memorandum de entendimiento. Los mecanismos europeos de ayuda financiera permiten apoyar a los Estados miembros de la UE que tienen dificultades y, de este modo, preservar la estabilidad financiera de la UE y de la zona del euro. Constan de préstamos facilitados conjuntamente por la Unión Europea (MEEF), la Facilidad Europea de Estabilización Financiera (FEEF) y el Fondo Monetario Internacional (FMI).

Fuente: Informe General sobre la actividad de la Unión Europea (2012)- Comisión Europea, adoptado el 28-1-2013. (2013).

- El memorando tiene el objetivo de mejorar las condiciones de financiación del sector financiero, a través de un proceso de reformas estructurales que facilitaran el aumento de la confianza en dicho sector y por lo tanto, la mejora en las condiciones financieras. Por otra parte, supone un programa de grandes sacrificios para el conjunto de la sociedad, debido a que estos ajustes presupuestarios inciden directamente sobre muchos elementos del sistema de bienestar que se ha construido en nuestro país en las últimas décadas.
- El documento regula el proceso de reestructuración del sector financiero, para ello establece los mecanismos y criterios de supervisión de las distintas entidades financieras, facilitando la transparencia, mejorando la identificación de riesgos y planteando mejoras de gestión para futuras crisis.
- Como eje principal del documento está el calendario de actuaciones a llevar a cabo durante el proceso de reestructuración, en él se detallan las distintas decisiones políticas que condicionan el rescate y los plazos para llevarlas a cabo.
- Se determina el procedimiento para realizar un correcto diagnóstico de las necesidades financieras del sistema por parte de técnicos independientes, y los mecanismos de control durante este proceso.
- También se establecen los distintos procesos a los que se someterán las entidades financieras en función de su estado de exposición a activos tóxicos, como son: **recapitalización, reestructuración o resolución**. Para determinar qué actuación se ha de llevar a cabo en cada entidad, se establece una clasificación bancaria por grupos, así como los requisitos de cada uno de ellos. Con este sistema se segregan las entidades financieras y se les aplica el proceso correspondiente en función de sus necesidades de capital.

Otro elemento importante que se define es la distribución de cargas en función de las responsabilidades de los diferentes actores. Se determinan los criterios para la asignación de pérdidas, siempre tratando de reducir el coste para los contribuyentes.

El saneamiento de los balances de las entidades intervenidas se plantea mediante la creación de una entidad de gestión de activos externa, así como los criterios y mecanismos de traspaso de activos y recapitalización de las entidades.

En el marco regulatorio del sector financiero se trata de reforzar tanto los mecanismos de control como la participación del Banco de España en el conjunto del sistema, así como implementar la protección de los consumidores en inversiones con productos complejos.

Sobre las finanzas públicas se establecen los acuerdos en cumplimiento del mecanismo de déficit excesivo y también el compromiso en la adopción de las

recomendaciones de la Comisión Europea sobre reformas estructurales y los plazos para llevarlas a cabo.

El Gobierno de España lleva los últimos seis meses implementando las reformas estructurales pactadas en el M.O.U., así como la reestructuración del sistema financiero según las directrices acordadas, todo ello ha conformado el momento actual en el que nos encontramos. De momento todo este proceso no ha dado los resultados esperados, ya que el flujo de crédito sigue sin restablecerse y el paro continúa al alza de un modo preocupante, perjudicando seriamente la viabilidad de la entidad de gestión de activos externa.

*“Una vez establecido el **MUS**, el Mecanismo Europeo de Estabilidad (MEDE) podrá recapitalizar los bancos directamente. En 2013 y a la mayor brevedad posible se buscará un acuerdo sobre el marco operativo de esta posibilidad, incluida la definición de los activos heredados. El MUS comenzará a supervisar en marzo de 2014 o doce meses tras la entrada en vigor de la legislación, si esta fecha fuera posterior”.*

Fuentes: Informe General sobre la actividad de la Unión Europea (2012)- Comisión Europea, adoptado el 28-1-2013. (2013)

También se han alcanzado recientemente acuerdos sobre la unión bancaria, en referencia a la supervisión dentro de la unión europea, por parte del BCE. El supervisor único es el primer camino hacia la unión bancaria y sin duda, transmitirá estabilidad y confianza en la futura financiación de los estados Europeos, pero su aplicación no se prevé hasta 2014.

En la figura F5 se puede observar el plan establecido por la Comisión Europea en el M.O.U. para la reestructuración del sistema financiero español.

Figura 1
Reestructuración del sector bancario español: Calendario

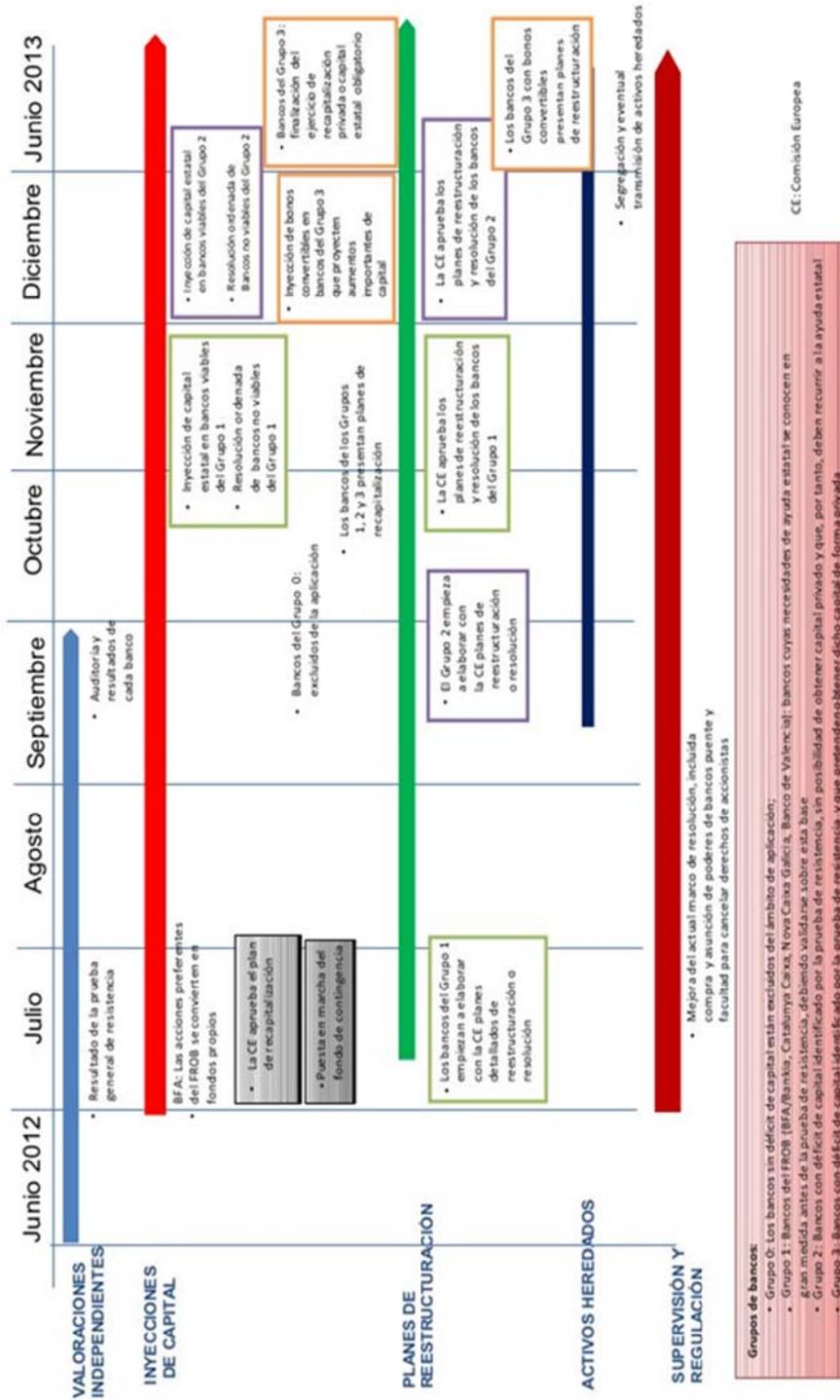


Figura F5- Calendario de actuaciones políticas condicionadas al rescate.

Fuente: Memorando de Entendimiento de 20 de julio de 2012 firmado entre el Gobierno de España y La Comisión Europea. (2012)

<p style="text-align: center;">1.- OBJETIVO PRINCIPAL</p>	
<p>1. MEMORANDO DE ENTENDIMIENTO SOBRE CONDICIONES DE POLÍTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> 25/06/2012 EL GOBIERNO ESPAÑOL. SOLICITA ASISTENCIA FINANCIERA EXTERNA EN EL PROCESO EN CURSO DE REESTRUCTURACIÓN Y RECAPITALIZACIÓN DE SU SISTEMA BANCARIO 20/07/2012 SE FIRMA ESTE MEMORANDO, QUE REUNE LAS CONDICIONES Y DEFINE LAS LÍNEAS DEL PROCESO DE REESTRUCTURACIÓN, SEGÚN ACUERDOS DE LA COMISIÓN EUROPEA Y EL GOBIERNO DE ESPAÑA 	<p>AUMENTAR LA FLEXIBILIDAD A LARGO PLAZO DEL CONJUNTO DEL SECTOR BANCARIO ESPAÑOL, RESTABLECIENDO ASÍ SU ACCESO AL MERCADO</p>
<p>SEGREGACIÓN DE ACTIVOS DETERIORADOS → DISIPAR DUDAS SOBRE LOS BALANCES BANCARIOS Y PERMITIR LA INTERMEDIACIÓN FINANCIERA</p>	<p>TRANSPARENCIA BALANCES BANCARIOS → REDUCCIÓN ORDENADA DE LA EXPOSICIÓN DE LAS ENTIDADES BANCARIAS AL SECTOR INMOBILIARIO. REDUCIR SU DEPENDENCIA DE FINANCIACIÓN DEL BCE</p>
<p>MECANISMOS DE IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS Y GESTIÓN DE CRISIS → PARA REDUCIR LA PROBABILIDAD Y GRAVEDAD DE FUTURAS CRISIS</p>	
<p style="text-align: center;">2.- RESTABLECIMIENTO Y FORTALECIMIENTO DE LOS BANCOS ESPAÑOLE: CONDICIONALIDAD CENTRADA EN LOS BANCOS</p>	
<p>A) REVISIÓN DE LOS SEGMENTOS VULNERABLES DEL SECTOR FINANCIERO ESPAÑOL</p> <ol style="list-style-type: none"> DETERMINAR LAS NECESIDADES DE CAPITAL BANCO A BANCO, MEDIANTE ANÁLISIS DE CALIDAD DE SUS ACTIVOS RECAPITALIZACIÓN, REESTRUCTURACIÓN O RESOLUCIÓN DE LOS BANCOS DÉBILES SEGREGACIÓN DE ACTIVOS EN LOS BANCOS QUE RECIBAN AYUDA PÚBLICA PARA SU RECAPITALIZACIÓN, TRANSFERENCIA DE ACTIVOS A UNA ENTIDAD EXTERNA DE GESTIÓN DE ACTIVOS 	<p>B) HOJA DE RUTA EN LA RECAPITALIZACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DE LOS BANCOS</p> <ol style="list-style-type: none"> EN JULIO 2012 SE REALIZARÁ LA PRIMERA PROVISIÓN DE 30.000 M€ QUE MANTENDRÁ EN RESERVA LA FEEF ANTES DEL 15 DE SEPTIEMBRE SE PRESENTARÁN LAS PRUEBAS DE ESFUERZO → DETERMINARÁN LAS NECESIDADES DE RECAPITALIZACIÓN DE CADA ENTIDAD CLASIFICACIÓN DE LOS BANCOS GRUPO 0 → ENTIDADES SIN NECESIDADES DE CAPITAL GRUPO 1 → BANCOS PROPIEDAD DEL FROB (Bankia, Catalunya Caixa, NCG Banco, Banco de Valencia) GRUPO 2 → ENTIDADES CON DÉFICIT DE CAPITAL Y QUE REQUIEREN AYUDAS GRUPO 3 → ENTIDADES CON DÉFICIT DE CAPITAL QUE NO NECESITARÁN AYUDAS (VER TABLA CALENDARIO)
<p>D) RECAPITALIZACIÓN, REESTRUCTURACIÓN Y/O RESOLUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> EL ENFOQUE PARA ESTOS PROCESOS SE BASA EN EL PRINCIPIO DE VIABILIDAD, REPARTO DE CARGA Y LIMITACIÓN DE LAS DISTORSIONES DE LA COMPETENCIA → ESTABILIDAD FINANCIERA Y FLEXIBILIDAD DEL SECTOR BANCARIO PLANES DE VIABILIDAD QUE ABORDARÁN LA CAPACIDAD DE GENERAR ACTIVIDAD COMERCIAL RENTABLE, SOSTENIBLE Y SUS NECESIDADES DE FINANCIACIÓN → DETALLARÁN MEDIDAS PARA REDUCIR AL MÍNIMO LA CARGA EN LOS CONTRIBUYENTES Y SI NO SON VIABLES EL GOBIERNO PRESENTARÁ PLAN DE RESOLUCIÓN ORDENADA SE ADOPTARÁN MEDIDAS OPORTUNAS Y ANTICIPADAS A LOS PLANES, DE ACUERDO A LA NORMATIVA COMUNITARIA 	<p>E) REPARTO DE LA CARGA</p> <ul style="list-style-type: none"> MEDIDAS QUE ALIGEREN LA CARGA SOBRE EL CONTRIBUYENTE, RESPONSABILIDAD SUBORDINADA A LA TITULARIDAD DE CAPITAL HÍBRIDO Y SUBORDINADO. ANTES DE 31/8/2012 SE APROBARÁN ESTAS NORMAS LOS BANCOS QUE RECIBAN AYUDAS APLICARÁN ESTA RESPONSABILIDAD SUBORDINADA SOBRE EL MARCO JURÍDICO REVISADO SE PERFECCIONARÁ EL MARCO PARA LA RESOLUCIÓN BANCARIA ANTES DEL 31/8/2012
<p>C) DIAGNÓSTICO, ESTIMACIÓN VALOR ECONÓMICO Y CONTABLE DE LAS CARTERAS DE CRÉDITO Y LOS ACTIVOS DE HIPOTECAS EJECUTADAS → CONSULTOR EXTERNO</p> <ul style="list-style-type: none"> ESTABLECE EL PROCESO DE DIAGNÓSTICO POR PARTE DE AUDITORES EXTERNOS UN COMITÉ DE COORDINACIÓN ESTRATÉGICA Y UN COMITÉ DE COORDINACIÓN DE EXPERTOS SUPERVISARÁ ESTRECHAMENTE LAS LABORES DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES SE ENVIARÁN INFORMES CADA 15 DÍAS AL COMITÉ ESTRATÉGICO SE DETERMINARÁN LAS NECESIDADES ESPECÍFICAS DE CAPITAL DE CADA ENTIDAD 	<p>F) SEGREGACIÓN DE ACTIVOS DETERIORADOS: LA ENTIDAD DE GESTIÓN DE ACTIVOS</p> <ul style="list-style-type: none"> SE ELIMINARÁN LOS ACTIVOS PROBLEMÁTICOS DEL BALANCE DE LAS ENTIDADES EN PROBLEMAS → ENTIDAD DE GESTIÓN EXTERNA LA ENTIDAD GESTIONARÁ LOS ACTIVOS CON OBJETO DE REALIZAR SU VALOR A LARGO PLAZO. EL FROB APORTARÁ EFECTIVO O ACTIVOS DE ALTA CALIDAD POR UN % DEL VALOR DE LOS ACTIVOS TRANSFERIDOS A LA SOCIEDAD.

Figura F6- Contenidos Memorando de Entendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Memorando de Entendimiento de 20 de julio de 2012 firmado entre el Gobierno de España y La Comisión Europea. (2012)

<p>3.- GARANTÍA DE UN MARCO SÓLIDO PARA EL SECTOR BANCARIO: CONDICIONALIDAD HORIZONTAL</p>	<p>A) REFUERZO DEL MARCO REGULADOR → AUMENTAR LA RESISTENCIA DEL SECTOR BANCARIO ESPAÑOL</p> <ul style="list-style-type: none"> - AL 31/12/2012 Y AL MENOS HASTA FINALES DE 2014, LAS ENTIDADES DE CRÉDITO ESPAÑOLAS DEBERÁN CUMPLIR CON UN COEFICIENTE DE CAPITAL DE PRIMER NIVEL DE AL MENOS UN 9% - DESDE EL 1/01/2013 LAS ENTIDADES DE CRÉDITO ESPAÑOLAS DEBERÁN AJUSTARSE A LA DEFINICIÓN DE CAPITAL ESTABLECIDA EN EL REGLAMENTO DE REQUISITOS DE CAPITAL (RRC) - REVISIÓN DEL MARCO ACTUAL DE PROVISIONES ESTABLECIDO EN LOS ROL 2/2012 Y 18/2012, SEGÚN LA EXPERIENCIA DE LA ACTUAL CRISIS - REVISIÓN DEL MARCO REGULADOR DE LA CONCENTRACIÓN DE CRÉDITOS Y OPERACIONES CON PARTES VINCULADAS - SUPERVISIÓN CONTINUADA DE LAS ENTIDADES CON AYUDAS - REFUERZO DE LOS MECANISMOS DE GOBERNANZA DE BANCOS Y CAJAS DE AHORROS CONTROLADOS POR EL FROB - ESTABLECER MEDIDAS DE TRANSPARENCIA SOBRE EL SECTOR BANCARIO, QUE ENTRARÁN EN VIGOR EL 31/9/2012 	<p>4.- FINANZAS PÚBLICAS, DESEQUILIBRIOS MACROECONÓMICOS Y REFORMA DEL SECTOR FINANCIERO</p>	<p>A) SUPERVISIÓN EN PARALELO DE LOS COMPROMISOS ADOPTADOS CONFORME AL PROCEDIMIENTO DE DÉFICIT EXCESIVO (P.D.E.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - EXISTE GRAN RELACIÓN ENTRE DESEQUILIBRIOS MACROECONÓMICOS, FINANZAS PÚBLICAS Y SOLIDEZ DEL SISTEMA FINANCIERO, POR LO QUE LAS REFORMAS ESTRUCTURALES PARA CUMPLIR CON EL P.D.E. SERÁN SUPERVISADAS PERIÓDICAMENTE 	<p>5.- MODALIDADES DEL PROGRAMA</p>	<p>ESPAÑA PRECISARÁ UN PRÉSTAMO DEL FEF PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DE CAPITAL MÁS UN MARGEN DE SEGURIDAD, SIN SUPERAR LOS 100.000 M€</p> <ul style="list-style-type: none"> - ESTE PROGRAMA TIENE UNA DURACIÓN PREVISTA DE 18 MESES Y EL FROB SERÁ EL INTERMEDIARIO CON LAS ENTIDADES DE CRÉDITO. LOS FONDOS SE DESEMBOLSARÁN POR TRAMOS SEGÚN EL CALENDARIO ESTABLECIDO
<p>B) REFUERZO DEL MARCO SUPERVISOR, EN LOS SIGUIENTES ÁMBITOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - INDEPENDENCIA OPERATIVA DEL BANCO DE ESPAÑA ANTES DEL 31/12/2012 - REVISIÓN INTERNA DE LOS PROCESOS DE SUPERVISIÓN DEL BANCO DE ESPAÑA Y ADOPCIÓN DE MEJORAS PERTINENTES ANTES DEL 31/10/2012 - EXIGENCIA POR PARTE DEL BANCO DE ESPAÑA A LAS ENTIDADES FINANCIERAS, DE ESTRATEGIAS QUE EVITEN EL DETERIORO DE LOS 	<p>B) ESPAÑA SE HA COMPROMETIDO A CORREGIR LA SITUACIÓN ACTUAL DE DÉFICIT EXCESIVO ANTES DE 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> - ACUERDO DE CUMPLIMIENTO DE DÉFICIT EN 6,3% DEL PIB EN 2012, 4,5% EN 2013 Y 2,8% EN 2014 - ANTES DE FINALES DE JULIO DE 2012 SE PRESENTA PRESUPUESTO DE 2013 Y 2014 DETALLANDO LAS REFORMAS ESTRUCTURALES PARA CUMPLIR CON EL DÉFICIT PACTADO - SUPERVISIÓN DE LA POLÍTICA FISCAL Y APLICACIÓN DE LA LEY DE ESTABILIDAD PRESUPUESTARIA SIN FISURAS 	<p>6.- SUPERVISIÓN DEL PROGRAMA</p>	<p>A) TRIMESTRALMENTE EL GOBIERNO ENVIARÁ INFORMES A LA COMISIÓN EUROPEA SOBRE EL CUMPLIMIENTO DE LAS CONDICIONES POLÍTICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - LA C.E. Y EL BcE SUPERVISARÁN DE FORMA PERIÓDICA LAS ACTIVIDADES DEL FROB EN EL CONTEXTO DEL PROGRAMA - LAS AUTORIDADES ESPAÑOLAS SOLICITARÁN ASISTENCIA AL F.M.I. PARA APOYAR DICHA APLICACIÓN 	<p>B) LAS AUTORIDADES FACILITARÁN LOS DATOS DE SUPERVISIÓN DEL CONJUNTO DEL SECTOR BANCARIO, DE FORMA ESTRICTAMENTE CONFIDENCIAL, A LA C.E., AL B.C.E., A LA A.B.E., Y AL F.M.I.</p> <ul style="list-style-type: none"> - EXISTEN ENTIDADES FINANCIERAS CON PROBLEMAS SISTÉMICOS QUE REQUIEREN DE UNA SUPERVISIÓN CONTINUADA - EN ANEXO AL MEMORANDO SE DETALLAN LOS INFORMES Y DOCUMENTOS NECESARIOS 	
<p>C) REFUERZO DE LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES Y DE LA LEGISLACIÓN SOBRE VALORES, ASÍ COMO EXIGIR SU CUMPLIMIENTO</p>	<p>C) ESPAÑA SE HA COMPROMETIDO A LLEVAR A EFECTO LAS RECOMENDACIONES EUROPEAS SOBRE REFORMAS ESTRUCTURALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - SE RECOMIENDA A ESPAÑA QUE: <ul style="list-style-type: none"> • INTRODUZCA UN SISTEMA TRIBUTARIO ACORDE CON LOS ESFUERZOS DE CONSOLIDACIÓN FISCAL Y MÁS PROPICIO AL CRECIMIENTO • REDUZCA EL SESGO INDUCIDO POR LA FISCALIDAD A FAVOR DEL ENDEUDAMIENTO Y LA PROPIEDAD DE LA VIVIENDA • LLEVE A LA PRÁCTICA LAS REFORMAS DEL MERCADO DE TRABAJO • ADOPCIÓN DE MEDIDAS COMPLEMENTARIAS PARA AUMENTAR LA EFICACIA DE LAS POLÍTICAS ACTIVAS DIRIGIDAS AL MERCADO LABORAL • ADOPCIÓN DE MEDIDAS COMPLEMENTARIAS PARA LA APERTURA DE SERVICIOS PROFESIONALES, REDUCCIÓN DE DEMORAS EN OBTENCIÓN DE LICENCIAS → ELIMINACIÓN DE OBSTÁCULOS PARA LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL • COMPLETE LA INTERCONEXIÓN DE REDES ELÉCTRICAS Y DE GAS CON LOS PAÍSES VECINOS Y ABORDE EL DÉFICIT DE TARIFA ELÉCTRICA 	<p>C) LOS BANCOS QUE RECIBAN AYUDA Y LAS AUTORIDADES ESPAÑOLAS INFORMARÁN A LA C.E. DE LA APLICACIÓN DE LOS PLANES DE REESTRUCTURACIÓN A TRAVÉS DEL SUPERVISOR DESIGNADO</p>	<p>D) SE FACILITA A LA C.E. PARA REALIZAR INSPECCIONES IN SITU DE CUALQUIER ENTIDAD INTERVENIDA O QUE HAYA RECIBIDO AYUDAS, PARA VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE LAS CONDICIONES IMPUESTAS</p>		
<p>D) PERFECCIONAMIENTO DEL REGISTRO PÚBLICO DE CRÉDITOS</p>	<p>E) FOMENTO DE LA INTERMEDIACIÓN FINANCIERA NO BANCARIA</p>				
<p>F) REVISIÓN DE LAS DISPOSICIONES SOBRE GOBERNANZA DE LOS ORGANISMOS DE SEGURIDAD FINANCIERA → EVITAR CONFLICTO DE INTERESES</p>					

Figura F7- Contenidos Memorando de Entendimiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Memorando de Entendimiento de 20 de julio de 2012 firmado entre el Gobierno de España y La Comisión Europea. (2012)

3.2.3. SITUACIÓN SOCIAL

La situación social en Europa puede influir en parte sobre el mercado inmobiliario español, debido a la existencia de un nicho de mercado en estos países que utiliza España como lugar de vacaciones o jubilación y compra su segunda residencia aquí. Los principales mercados son Inglaterra, Alemania y Francia, aunque existen nuevos mercados emergentes que ven en España un buen lugar para invertir en el sector inmobiliario, como es Rusia.

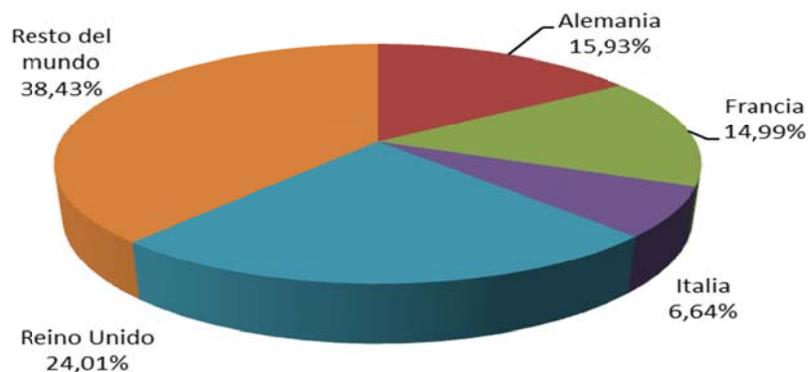


Gráfico G30- Gráfico sobre el porcentaje de turistas en función del país de origen, correspondiente al año 2011.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE, series de turismo nº de visitantes por país de residencia. (2011)

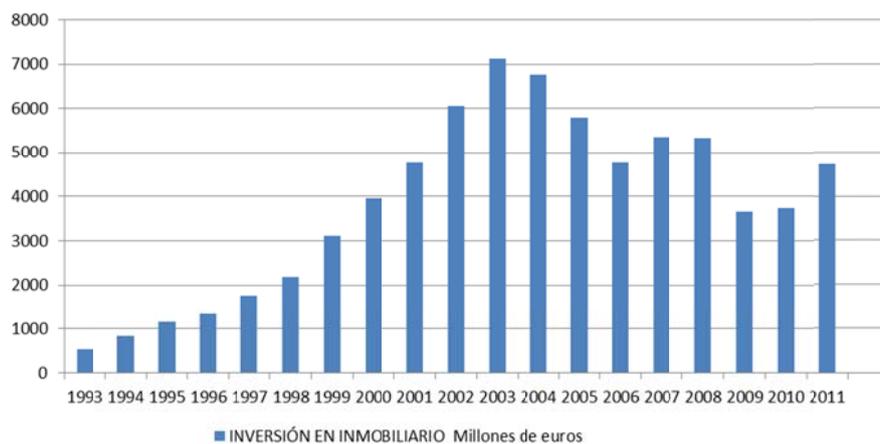


Gráfico G31- Gráfico sobre inversión extranjera en activos inmobiliarios españoles, en millones de euros. Serie 1993-2011.

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de España – Boletín Económico J-Ag 2006 y Síntesis de Indicadores 21-3-2013. (2013)

Tal y como se observa en el gráfico **G31**, la tendencia es al alza, aunque debido a la inestabilidad y a las variaciones de precio de los inmuebles causado por la burbuja inmobiliaria y posterior crisis, se producen altibajos en los flujos de inversión desde el exterior.

Por otra parte, las pirámides de población de Alemania y Reino Unido muestran un envejecimiento de la población para los próximos años, aumentando el número de posibles clientes con la intención de vivir en un país con un clima muy benigno y un estado de bienestar similar al de sus países de origen. Aunque esto no es determinante debido a que las condiciones económicas también son malas en estos países y la percepción de España como lugar donde invertir en mercado inmobiliario empeora cada día.

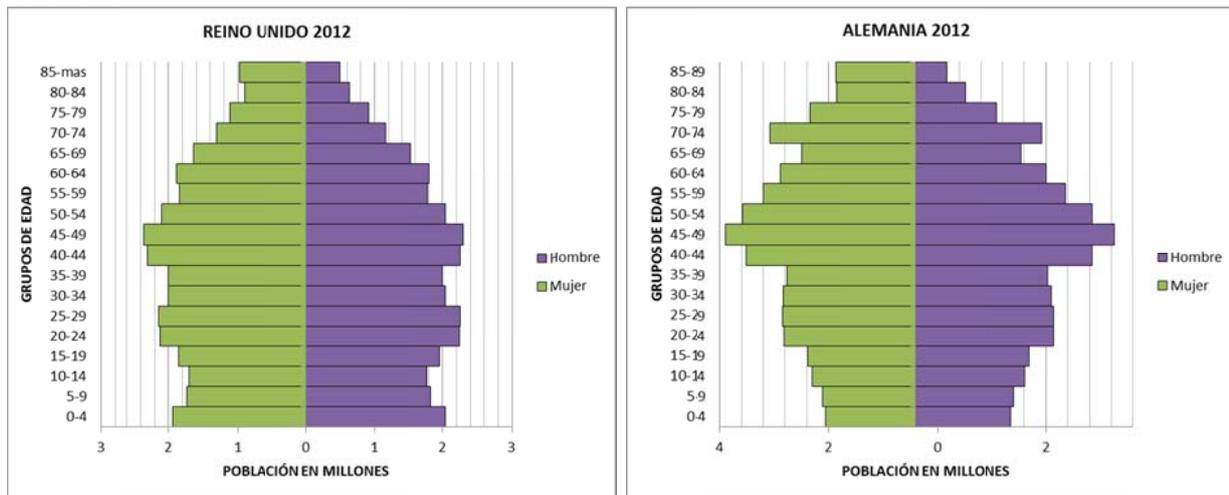


Figura F8- Pirámides de población en 2012 en millones de habitantes para Reino Unido y Alemania. Fuente: Elaboración propia con datos Eurostat. (2013).

En definitiva se pueden recoger los diferentes factores que generan flujos de inversión extranjera en nuestro mercado inmobiliario en la figura F9, según estudios del Ministerio de Fomento.

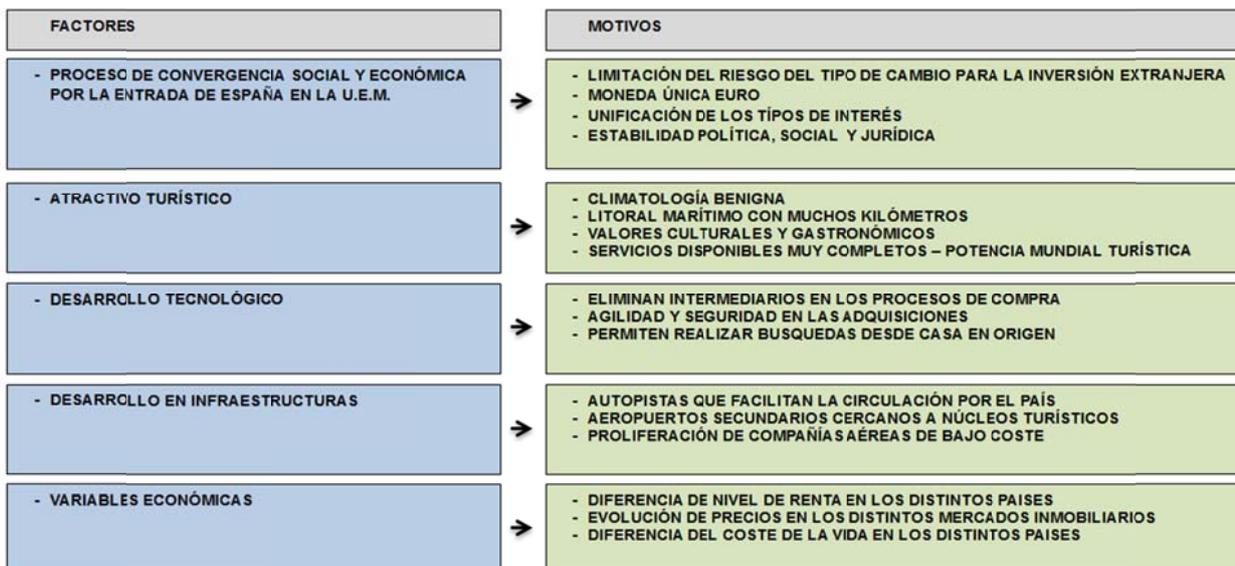


Figura F9- Principales factores que determinan los flujos de inversión extranjera en inmuebles españoles. Fuente: Elaboración propia a partir del informe de Flujos de Inversión de no residentes en inmuebles residenciales – Ministerio de Fomento (2005).

3.3. ESTUDIO DEL MICROENTORNO ACTUAL

En este apartado se pretende realizar un estudio del Micro entorno actual de España. Para conocer tanto el marco que envuelve el mercado inmobiliario así como los determinantes de la demanda y oferta actual.

Para ello, este apartado se estructura en cinco apartados. Los tres primeros corresponden a la situación económica-financiera, político-jurídica y situación social, y los 2 últimos corresponden a los factores de demanda y oferta actuales del mercado inmobiliario español.

3.3.1. SITUACIÓN ECONÓMICA – FINANCIERA

En la situación económica-financiera y bajo la influencia del marco general descrito en apartados anteriores, las condiciones en las que se encuentra España no pueden ser buenas, por lo que su mercado inmobiliario se encuentra muy deteriorado, al igual que el conjunto de su economía. A continuación, se describen distintos elementos que configuran este nuevo marco más cercano al mercado inmobiliario y por lo tanto, donde realizará la SAREB la mayor parte de sus operaciones. Entre los elementos a valorar se encuentran:

Déficit público

El **déficit público**¹³ español se encuentra en valores muy elevados debido a la caída de ingresos, al aumento del gasto por los planes de reactivación económica aplicados en 2009 y a los elevados costes de financiación causada por una prima de riesgo que lastra las cuentas del estado. A pesar de los compromisos del Gobierno con la Unión Europea, a través del pacto de Déficit Excesivo y del nuevo Memorando de Entendimiento, el déficit previsto por el gobierno se aleja de la realidad y de las previsiones de entidades como el fondo monetario internacional.

(13) **Déficit público**, En la Administración Pública, parte que falta para levantar las cargas del Estado, reunidas todas las cantidades destinadas a cubrir las. El referido a los presupuestos del Estado u otras entidades públicas.

Fuente: Real Academia de la Lengua Española.(2013).

Este hecho impide al estado poder realizar nuevas inversiones, además de obligarle a aplicar duros ajustes presupuestarios para tratar de reducirlo en los próximos años.

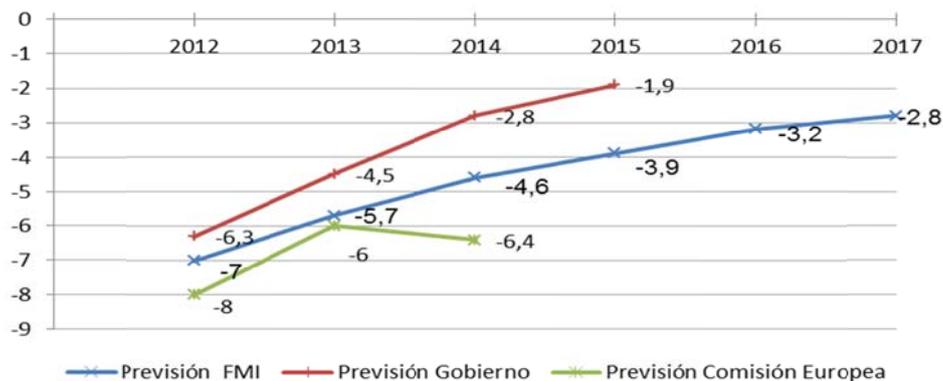


Gráfico G32- Gráfico de previsión de evolución del déficit público español, en porcentaje sobre la tasa de crecimiento del PIB, comparando los valores del gobierno con los estimados por el FMI y la comisión europea.

Fuente: [Informe, Spain: Financial Stability Assessment - June 2012 - IMF Country Report No. 12/137] - [Informe de la Comisión Europea del 7 de noviembre 2012] – [Nota de prensa Ministerio de Hacienda de 29-9-2012] (2012).

El F.M.I., según se aprecia en el gráfico G32, estima que España cumplirá con el compromiso de déficit 3 años más tarde de lo pactado con la Comisión Europea, generando gran desconfianza en nuestra economía. Incluso plantea que deberían reconsiderarse los ajustes, debido a su efecto negativo sobre el crecimiento.

Estos valores de déficit y la previsión de su evolución retrasarán la recuperación económica y dificultarán la inversión extranjera en nuestro país, ambas circunstancias perjudicarán las actuaciones de SAREB y del resto de entidades con activos inmobiliarios.

Deuda Pública

A pesar de que los valores de *deuda pública*¹⁴ en porcentaje del PIB se encuentran por debajo de los valores medios de la Zona Euro, tal y como se aprecia en el gráfico anterior, esto no es suficiente para que España pueda financiarse en los mercados. Tal y como aparece representado, la previsión de entes como el F.M.I. O la Comisión Europea indica que España alcanzará el 100% de deuda en % de PIB en el año 2020 incurriendo en un gran riesgo de solvencia. Estas previsiones alientan la idea de que el estado Español requiere un rescate global, por lo que aumenta la incertidumbre y se deterioran las condiciones reales de mejora a corto y medio plazo.

(14) La *deuda pública* es la deuda que el Estado tiene reconocida por medio de títulos que devengan interés y a veces se amortizan.
Fuente: Real Academia de la Lengua Española, (2013).

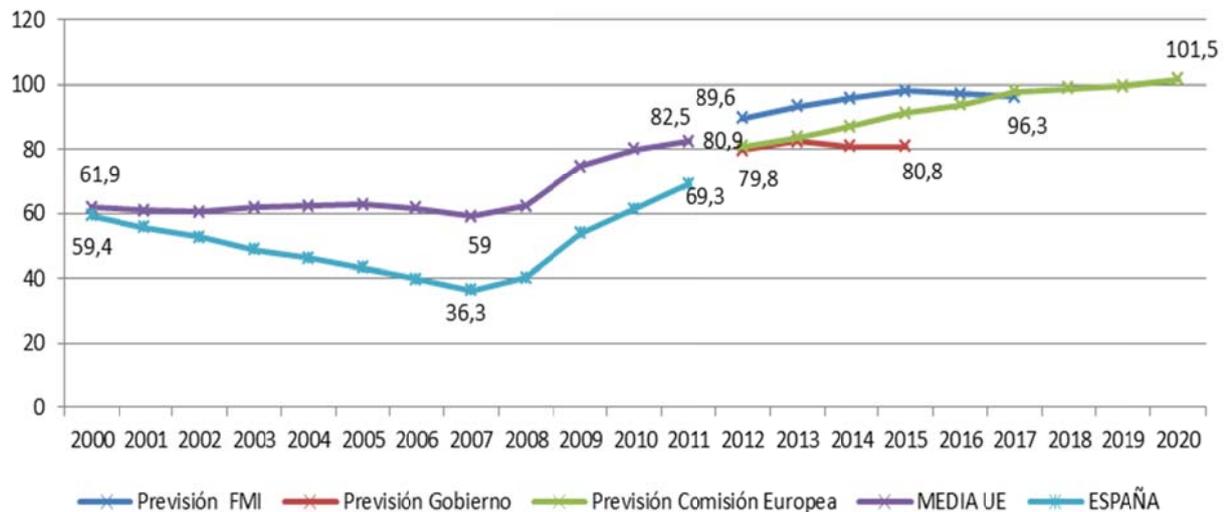


Gráfico G33- Evolución deuda pública Española y su previsión hasta 2020. En porcentaje sobre la tasa de crecimiento del PIB. Fuente: [Informe, Spain: Financial Stability Assessment - June 2012 - IMF Country Report No. 12/137] - [Informe de la Comisión Europea del 7 de noviembre 2012] – [Nota de prensa Ministerio de Hacienda de 29-9-2012] y [EURASTAT -14-3-2013] (No incluye el rescate financiero de 2012)

Parte del problema de deuda se origina en su aumento repentino desde 2007, donde se encontraba en valores mínimos históricos. En tan solo cuatro años se ha producido un aumento del 55% y la capacidad del estado para detener ese crecimiento se encuentra en entredicho y más después del rescate al sistema financiero en el que se encuentra inmerso el país. En los pactos alcanzados con la Comisión Europea, se han establecido estrategias en las que aparecen ajustes presupuestarios muy importantes, con la intención de detener el endeudamiento y corregir el déficit, pero los resultados no serán inmediatos, a parte de las repercusiones sobre el crecimiento. Estas circunstancias generan gran incertidumbre en los mercados y la prima de riesgo asociada a la deuda soberana se incrementa notablemente.

Deuda privada

El principal problema de España en la actualidad es el exceso de deuda privada, es por este motivo por el que los mercados no quieren prestar más dinero a una economía estancada y con grandes dificultades para poder hacer frente a los préstamos ya concedidos. En el gráfico G33, se puede ver por un lado el notable incremento de la deuda desde la entrada en el Euro hasta nuestros días y por otro, el peso que supone esta comparada con la deuda pública. (No se incluye la deuda de entidades financieras)

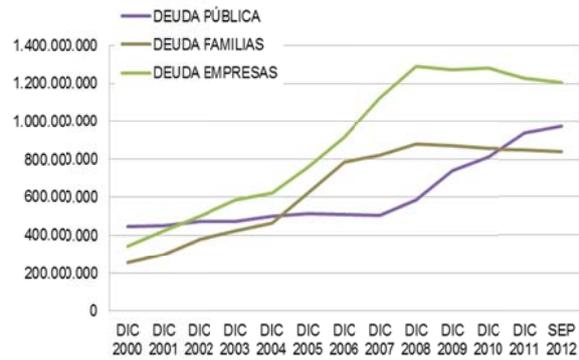
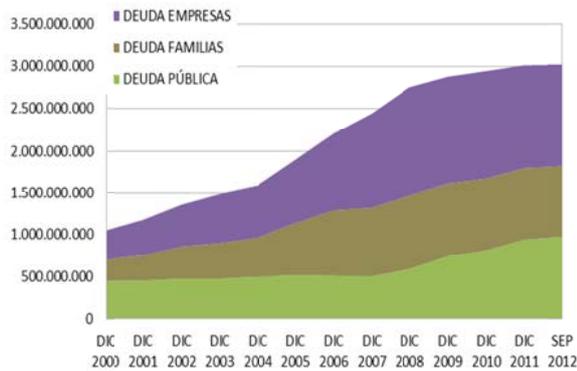


Gráfico G34- (Derecha): Evolución acumulada en euros de deuda privada separada por familias, empresas (no financieras) y deuda pública desde 2000 hasta septiembre 2012 . (Izquierda): Evolución comparada de deuda privada separada por familias, empresas (no financieras) y deuda pública. Valor absoluto euros.

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de España, (2012).

Según el Banco de España, las familias españolas soportan una pesada carga que es el nivel de endeudamiento al que se han sometido a lo largo de estos años de bonanza económica, aprovechando las inmejorables condiciones de financiación que han servido las entidades de crédito. Gran parte de esa deuda se destinó a la adquisición de viviendas mediante créditos con garantía hipotecaria y que en la actualidad resultan más difíciles de devolver debido a las elevadas tasas de paro. El estado ha aumentado la presión fiscal y con todo ello la renta disponible de las familias se ha reducido mucho y dificulta las futuras inversiones, limitando en gran medida la recuperación del sector inmobiliario.

Tal y como se observa en el gráfico G34, otra parte importante de la deuda privada corresponde a las empresas españolas y de ellas, un volumen muy significativo corresponde a empresas vinculadas con el sector construcción, esta deuda se contrajo con la adquisición de activos como suelo o inmuebles, títulos de otras empresas y con el desarrollo de nuevas promociones. La polarización de este tipo de endeudamiento dificulta el acceso a la financiación de otros sectores productivos que si posibilitarían el crecimiento. La falta de financiación también impide la inversión en investigación y desarrollo, que afecta a la competitividad de las empresas.

Queda otro elemento de deuda privada importante, pero que resulta muy complicada de determinar, es la deuda neta del sector financiero. Estas entidades, por un lado han prestado mucho dinero al sector construcción en España y por otro lado han pedido mucho dinero a entidades extranjeras para financiarse.

La única certeza que tenemos es que el sistema financiero está en crisis y se encuentra en un proceso de rescate, dirigido por la Unión Europea y facilitado por el FROB. Las entidades financieras intervenidas por el FROB han transferido, el 31 de diciembre de

2012, sus activos problemáticos a la entidad gestora de activos, recibiendo a cambio liquidez y dejando sus balances saneados. El importe inyectado al sistema es de **37.079 millones de euros** tal y como se puede apreciar en el gráfico.

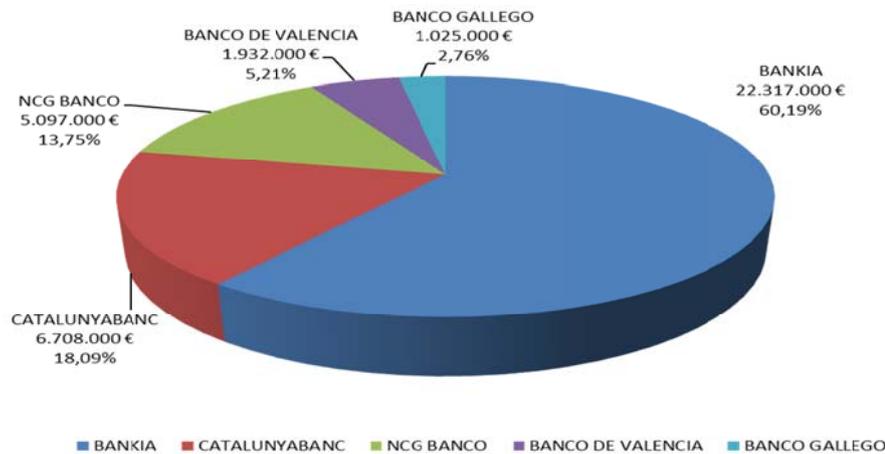


Gráfico G35- Gráfico de inyección de liquidez en euros, a las entidades nacionalizadas Grupo 1 + Banco Gallego a 31-12-2012.

Fuente: Elaboración propia con datos del FROB y del Banco de España, (2013).

Previsiones Económicas

Según el último estudio de la OCDE *Economic Surveys: Spain 2012- Noviembre*, en España se espera que la crisis se intensifique en 2013 llegando a superar los 6 millones de parados (26,9%), la variación interanual del PIB sufrirá retroceso en 2013 y una leve mejoría en 2014. por otro lado, la deuda pública continua al alza y en 2014 se espera que ronde el 97,6% del PIB, y el recorte del déficit público no cumplirá con lo pactado con Bruselas ni siquiera en 2014.

Se dibuja un panorama económico muy complicado y las primeras mejorías aparecen a partir del año 2014. En el citado informe se hace especial mención a los planes de ajuste y al daño que están produciendo al crecimiento y en definitiva a las posibilidades de recuperación, es contradictorio con sus análisis iniciales de la crisis, en las que apoyaba la austeridad. Se plantea la idea de no realizar más ajustes adicionales y se expone el riesgo que ello conlleva.

Ante esta situación de incertidumbre y sin un rumbo claro resultará difícil que se recupere la fluidez del crédito. El único elemento positivo en este sentido son los acuerdos sobre *la unión bancaria europea y la recapitalización directa de la banca*, que podrían romper el círculo vicioso que relaciona el ajuste fiscal a la situación de los bancos.

Otro elemento esperanzador es el balance por cuenta corriente, que ha estado evolucionando desde 2007 con un -10% del PIB hasta 2013 con un -2% del PIB, todo ello debido a la mejora de competitividad que ha permitido ganar cuota de mercado exterior.

Desempleo

El desempleo es uno de los elementos que más desestabilizan la economía Española, tenemos los mayores índices de paro de la OCDE con un hecho diferencial, que es contar con los índices de paro juvenil más altos de todo el conjunto de países desarrollados, el **56,5%**(última actualización a 8-1-2013). Esto agrava mucho la situación ya que deja sin posibilidades de futuro a las nuevas generaciones, lastrando sobre manera la recuperación económica.

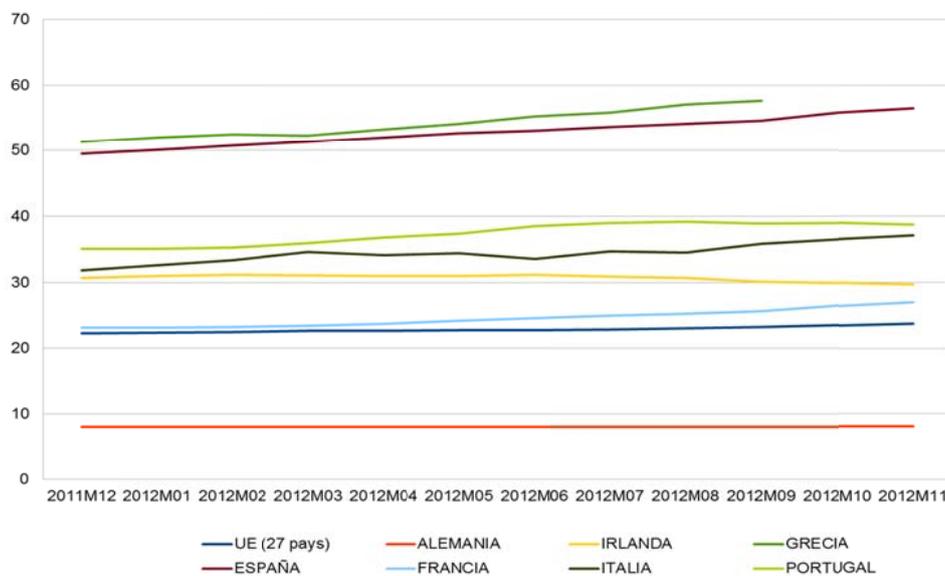


Gráfico G36- Gráfico comparativo del porcentaje de paro en el sector de población menor de 25 años, en las principales economías de la zona Euro, series mensuales de 2012.

Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2013).

IPC

El **IPC¹⁵** ha aumentado 9 décimas desde principio de año, según el gobierno, debido al incremento del IVA en septiembre pasado, este hecho disminuye el poder adquisitivo de las familias, ya que los salarios se han actualizado de media un 1,29%, al igual que las pensiones que se actualizarán por un valor menor a dicho índice.

(15) **IPC** son las siglas de Índice de Precios al Consumidor, Expresión numérica del incremento de los precios de bienes y servicios en un período de tiempo con respecto a otro período anterior. Fuente: Real Academia de la Lengua Española.

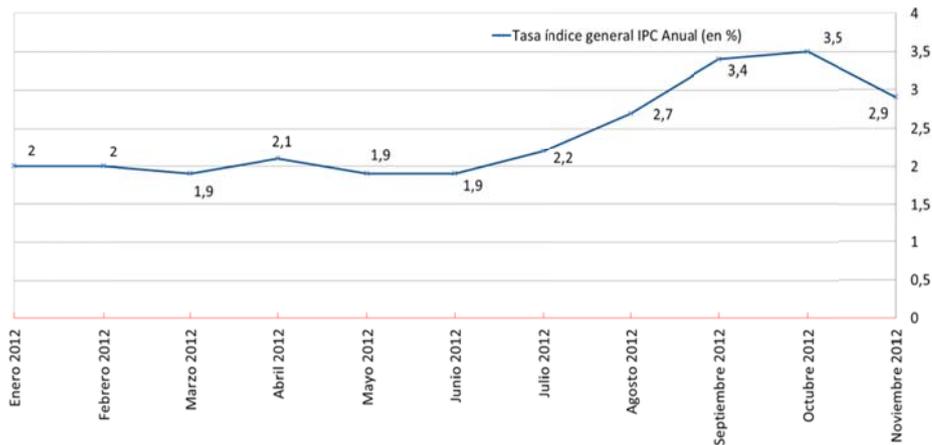


Gráfico G37- Gráfico tasa del IPC General con valores mensuales de variación interanual en 2012, revisión enero 2013.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE.(2013)

Economía de los Hogares

El endeudamiento de los hogares ha sufrido incrementos muy notables, en 1995 estaba en un 30% del PIB y en 2009 en un 87%, momento en el que se registra el máximo histórico. Estos ratios máximos se aproximan a los de Reino Unido y Estados Unidos, superando en mucho a los valores medios de la Unión Europea y dan buena muestra de las consecuencias de la Burbuja inmobiliaria en nuestro país.

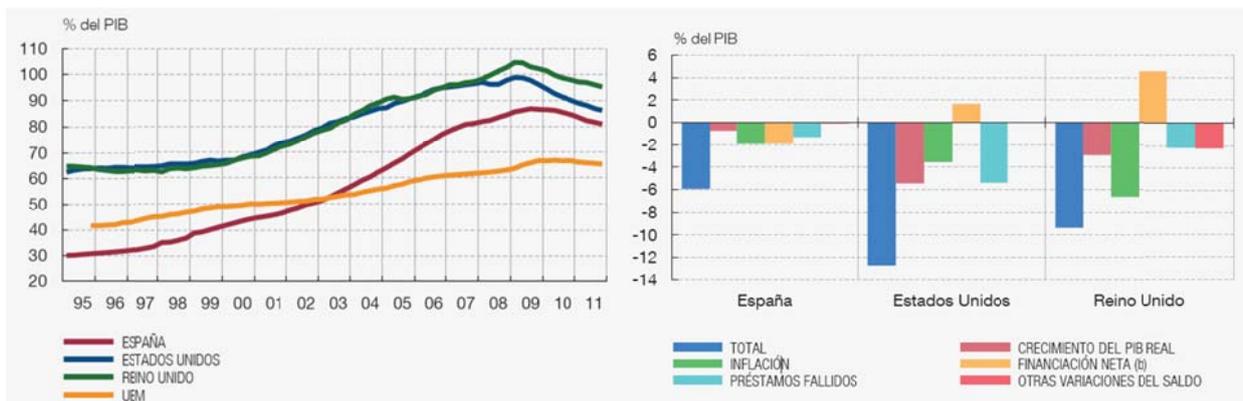


Gráfico G38- (Izquierda) Gráfico sobre el endeudamiento de los hogares españoles en función de la tasa de crecimiento del PIB, comparado con Estados Unidos, Reino Unido y La U.E.M. Cociente entre la deuda y el PIB del trimestre anualizado y ajustado a la estacionalidad. (Derecha) Variaciones de la ratio de endeudamiento desde el valor máximo, comparada con indicadores económicos, período 2009-2011.

Fuente: La Evolución Financiera en España, Informe Banco de España, (2011).

A partir de 2009 inicia el proceso de reducción del endeudamiento, aunque este se produce más lentamente que en Estados Unidos o Reino Unido debido a que sus economías se han comportado de modo distinto. Según se observa en el gráfico G39, la inflación en España ha sido menor, al igual que el crecimiento del PIB y los créditos fallidos, influyendo de modo decisivo en el proceso de reducción del endeudamiento.

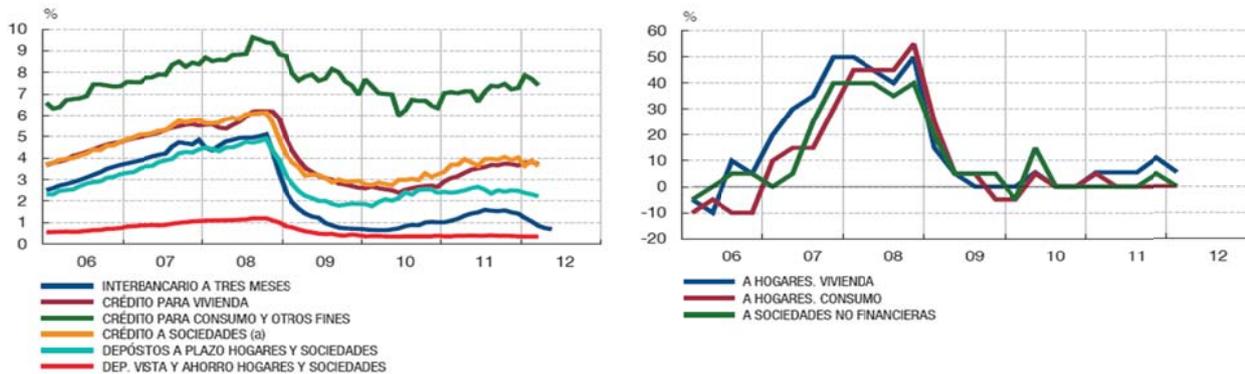


Gráfico G39- (Izquierda) Gráfico sobre evolución de los tipos de interés (%) en el mercado interbancario, en el de crédito y para los depósitos, serie 2006-2011. (Derecha) Variaciones acumuladas del indicador de difusión para las condiciones de oferta de los préstamos bancarios, valores positivos indican endurecimiento.

Fuente: La Evolución Financiera en España, Informe Banco de España, (2011).

Se observa cómo se incrementa el tipo de interés coincidiendo con las decisiones del Banco Central Europeo de frenar el endeudamiento generalizado a partir de 2005 hasta finales de 2008, momento en el que decide volver a suavizar el crédito a causa de la parada brusca de las economías que acabarán entrando en recesión. Se aprecia que cuando más barato está el precio del dinero en el mercado interbancario mayores son los diferenciales aplicados por las entidades financieras en la concesión de créditos. Los hogares españoles mantienen unas tasas de morosidad bajas a pesar de la crudeza de la crisis, siendo los préstamos a vivienda los últimos que se dejan de pagar.

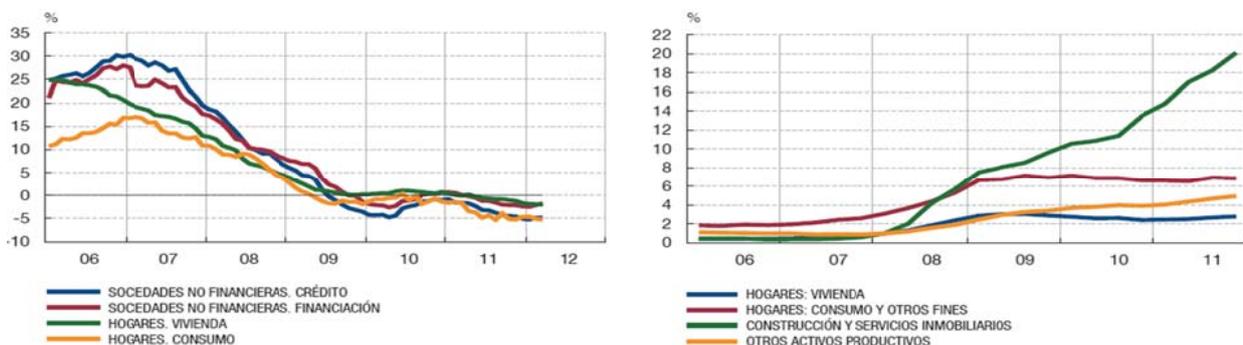


Gráfico G40- (Izquierda) Gráfico sobre evolución del crédito en tasas interanuales, serie 2006-2011. (Derecha) Gráfico de ratios de morosidad calculados como crédito dudoso/ crédito total.

Fuente: La Evolución Financiera en España, Informe Banco de España, (2011).

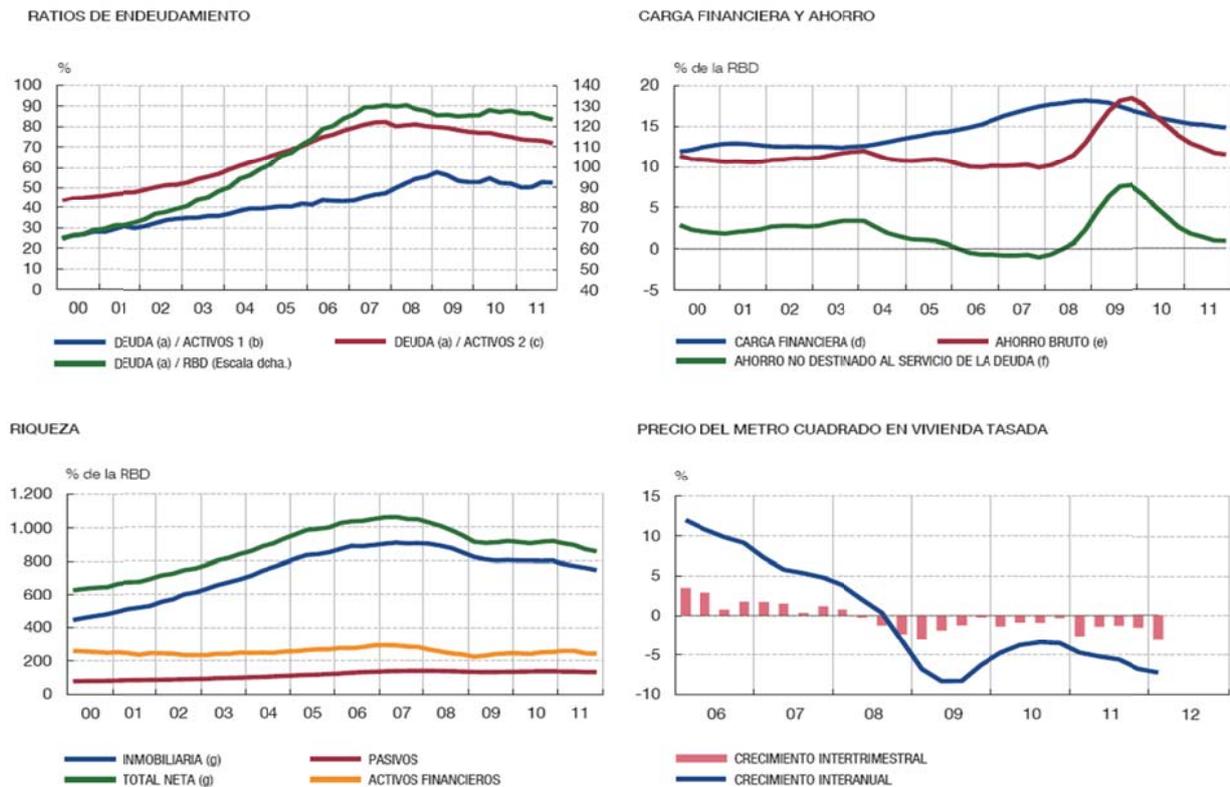


Gráfico G41- (Izquierda-Superior) Gráfico sobre ratios de endeudamiento, la deuda incluye el crédito bancario y el titularizado fuera de balance, serie 2006-2011. (Derecha-Superior) Gráfico sobre carga financiera (estimación de intereses + amortizaciones). (Izquierda-Inferior) Gráfico sobre la riqueza por sectores en función de la RBD, serie 2006-2011. (Derecha-Inferior) Gráfico sobre precio del m2 en vivienda tasada.

Fuente: La Evolución Financiera en España, Informe Banco de España, (2011).

El ahorro no destinado al servicio de la deuda registró valores negativos en el período de aumento de las tasas de interés, hasta finalizar 2007. Posteriormente inició una escalada propiciada por el pánico a quedarse en el paro, aunque la larga duración de la crisis ha acabado reduciendo la capacidad de ahorro en función de la Renta Bruta Disponible (RBD), a mínimos.

La riqueza total de las familias ha sufrido un gran retroceso, en gran medida ocasionado por la pérdida de valor de sus activos inmobiliarios, que además constituyen el elemento más importante dentro de este factor, tal y como se aprecia en el gráfico.

3.3.2. SITUACIÓN POLÍTICA – JURÍDICA

A lo largo de 2012 se han legislado diversas normas relativas al sistema financiero y el procedimiento utilizado por el gobierno ha sido el de implementarlas a través del Real Decreto Ley, debido a la urgencia de la situación. Este medio incorpora de forma rápida medidas o decisiones adoptadas por el poder ejecutivo, pero con el inconveniente de que se desarrollan y

aprueban de urgencia, sin recoger los distintos puntos de vista del parlamento. Estas normas han dado forma a la situación de base en la que la SAREB se constituirá e iniciará sus actividades.

La situación actual, tal y como se ha desarrollado en apartados anteriores, se puede definir como de crisis de deuda, en la que no hay financiación razonable para algunos estados incluido España, ni tampoco para las entidades financieras y mucho menos para el sistema productivo. Esto tiene importantes repercusiones sobre la economía. Los distintos rescates a estados europeos como Grecia, Portugal o Irlanda y las últimas nacionalizaciones de entidades financieras españolas, han introducido una enorme desconfianza en los mercados.

A principios de 2012, y después de la nacionalización de la CAM y el Banco de Valencia, con importantes agujeros en sus balances, el gobierno inicia una nueva reforma financiera. Su intención es la de sanear los balances de estas entidades y permitir restablecer la confianza y con ello, el flujo de financiación. El escenario de la crisis de deuda se ofrece en la figura F9.

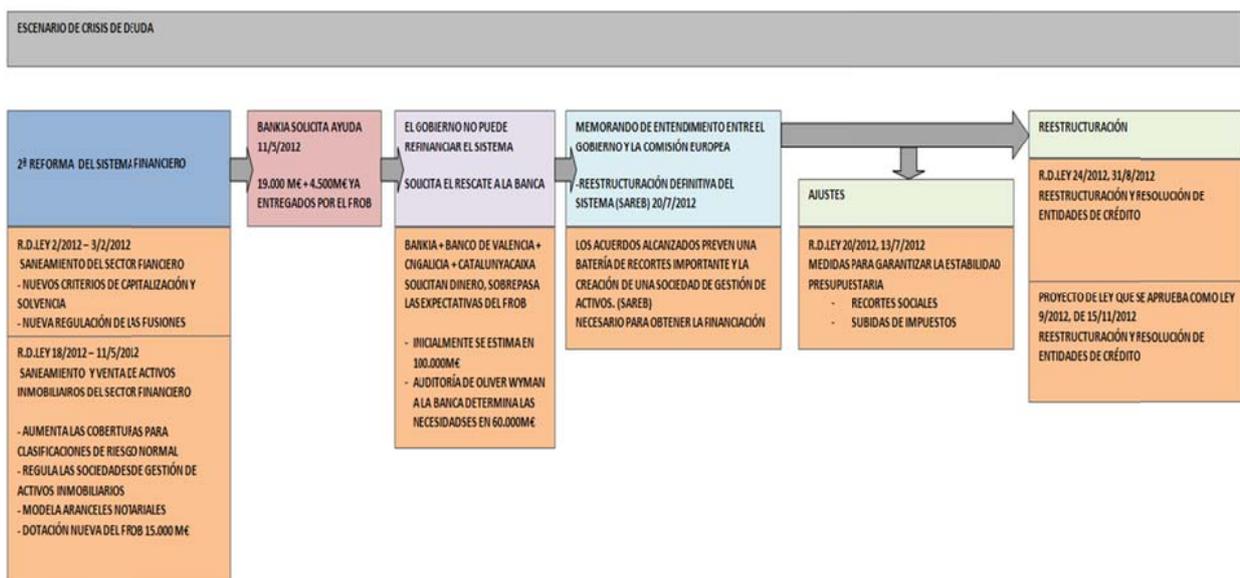


Figura F9- Esquema evolución situación política-jurídica en el período de estudio.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos, (2012).

R.D.L 2/2012 de 3 de febrero, Saneamiento del sector financiero.

El objetivo de este R.D. Ley es sanear los balances de las entidades financieras, para aumentar la confianza y la credibilidad en el sistema financiero español. Para llevar esto a cabo, se establecen nuevos criterios de capitalización y solvencia para las entidades financieras, así como nuevas condiciones en la regulación de los procesos de fusión, tal y como se observa en la figura F11.

1. SANEAMIENTO DE ACTIVOS INMOBILIARIOS	ACTIVOS PROBLEMÁTICOS			VIAS DE PROVISIÓN	
		PROVISIÓN ACTUAL	NUEVA PROVISIÓN		
<ul style="list-style-type: none"> EL TOTAL DE ACTIVOS SE ESTIMA EN 50.000 MILLONES DE EUROS EL ESFUERZO SE REALIZA EN LA CUENTA DE RESULTADOS DE UN AÑO LA ESTRATEGIA DE AJUSTE SE PRESENTA AL BANCO DE ESPAÑA ANTES DEL 31/12/2012 LA FECHA LÍMITE PARA REALIZAR LA PROVISIÓN ESPECÍFICA, LA GENÉRICA Y LA DOTACIÓN DE CAPITAL ES EL 31/12/2012 	SUELO	31%	80%	PROVISIÓN ESPECÍFICA CON CARGO A LOS RESULTADOS DE UNOS 25.000 MILLONES DE €	CARGO A BENEFICIOS NO DISTRIBUIDOS, AMPLIACIÓN DE CAPITAL O CONVERSIÓN DE HÍBRIDOS, POR IMPORTE DE UNOS 15.000 MILLONES DE €
	PROMOCIONES EN CURSO	27%	65%		
	PROMOCIÓN TERMINADA Y VIVIENDA	25%	35%		
	ACTIVOS NO PROBLEMÁTICOS (Ligados a promoción inmobiliaria)				
	PROVISIÓN GENÉRICA DEL 7% En previsión de un posible deterioro futuro			ESTA PROVISIÓN SE REALIZARÁ CONTRA RESULTADOS Y RONDARÁ LOS 10.000 MILLONES DE €	

Figura F11- Esquema nuevas dotaciones sobre activos inmobiliarios.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 2/2012 de 3 de febrero, (2012).

Se han incrementado notablemente las provisiones sobre activos procedentes del mercado inmobiliario, obligando a las entidades a destinar más recursos a cubrir esas pérdidas o posibles fallidos. Con esta decisión se consigue asegurar mejor los balances de dichas entidades y transmitir confianza para que puedan financiarse en los mercados, aunque no todas las entidades van a ser capaces de cumplir con estos nuevos ratios.

El estado también apuesta por la fusión de entidades y para ello, ajusta la regulación al respecto, tanto de las fusiones que se encuentran en proceso como las que se puedan iniciar en este período. Esto se puede observar en la figura F12.



Figura F12- Esquema sobre ajustes en las fusiones.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 2/2012 de 3 de febrero, (2013).

En el R.D.L 2/2012 también se realizan un serie de modificaciones en el régimen jurídico de las cajas de ahorro, puesto que son las entidades que mayor exposición han tenido al sector inmobiliario, y por lo tanto más ayudas y reformas van a necesitar. Estas modificaciones se observan a continuación:



Figura F13- Cambios en el régimen jurídico de las cajas de ahorro.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 2/2012 de 3 de febrero.(2012)

Por otra parte, el gobierno incluye regulación sobre las remuneraciones de los directivos de las empresas que han sido intervenidas y también en las que han recibido algún tipo de ayuda por parte del FROB. La intención es doble, por un lado limitar los sueldos en entidades con problemas y por otro, calmar el mal estar que generan los *bonos* e *indemnizaciones* millonarias que reciben los directivos, pese a haber llevado a la quiebra a sus respectivas entidades. La información al respecto viene recogida en la siguiente figura.

4. RETRIBUCIONES DE CONSEJEROS Y DIRECTIVOS EN ENTIDADES CON APOYOS PÚBLICOS		
ENTIDADES PARTICIPADAS MAYORITARIAMENTE POR EL FROB (son entidades rescatadas y nacionalizadas)	NO HAY REMUNERACIONES VARIABLES CONSEJEROS: MÁXIMO 50.000€ ALTOS DIRECTIVOS: MÁXIMO 300.000€	EL MINISTRO DE ECONOMÍA ESTABLECERÁ LOS CRITERIOS PARA FIJAR LAS REMUNERACIONES SIN EXCEDER LOS LÍMITES ANTERIORES POR ACUERDO DEL CONSEJO DE MINISTROS PODRÁN MODIFICARSE LOS LÍMITES
ENTIDADES FINANCIADAS POR EL FROB (Son entidades que han recibido financiación o ayudas del FROB)	SOLO REMUNERACIONES VARIABLES SI SE JUSTIFICA EN UN PERÍODO MAYOR A 3 AÑOS CONSEJEROS: MÁXIMO 100.000€ ALTOS DIRECTIVOS: MÁXIMO 600.000€	

Figura F14- Remuneraciones de directivos en entidades con ayudas públicas.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 2/2012 de 3 de febrero, (2012).

A pesar de todo lo expuesto las cosas siguen empeorando, los activos inmobiliarios siguen perdiendo mucho valor y el flujo de financiación sigue sin aparecer. El gobierno prepara una ampliación sobre el R.D.L 2/2012 que se presenta el 11 de mayo como R.D.L 18/2012 *Saneamiento y venta de los activos inmobiliarios del sector financiero*. Ese mismo día el gobierno nacionaliza la matriz de Bankia, con un agujero de unos 23.000 millones de euros (incluido el dinero que canjea la entidad en acciones y que fue prestado por el FROB, unos 4.500 M€).

R.D.L 18/2012 de 11 de Mayo, Saneamiento y venta de los activos inmobiliarios del sector financiero.

Este R.D. Ley incide principalmente sobre dos cuestiones, por un lado aumenta las coberturas que había establecido el R.D.L. 2/2012 respecto a las financiaciones con una clasificación de riesgo normal a 31/12/2011, y por otro, regula las sociedades para la gestión de activos inmobiliarios. Esta información se recoge en la figura F15.

1. MEDIDAS RELATIVAS A LOS ACTIVOS INMOBILIARIOS CLASIFICADOS DE RIESGO NORMAL	COBERTURAS ADICIONALES RESPECTO DE LA FINANCIACIÓN		
PLAZOS <ul style="list-style-type: none"> ● CUMPLIMIENTO CON LAS NUEVAS DOTACIONES ANTES DEL 31/12/2012 ● PRESENTAR AL BANCO DE ESPAÑA INFORME CON LAS MEDIDAS PARA ALCANZAR EL CUMPLIMIENTO DEL R.D.L. ● EL Bde PODRÁ INCLUIR MODIFICACIONES AL PLAN ● EN CASO DE ENCONTRARSE EN PROCESOS DE FUSIÓN SE AMPLIA EL PLAZO A 12 MESES DESDE LA APROBACIÓN DE LA FUSIÓN ● SE AMPLIA EL PAZO DE PRESENTACIÓN DE SOLICITUD DE FUSIÓN HASTA EL 31/6/2012 			
	SUELO	CON GARANTÍA HIPOTECARIA	SIN GARANTÍA REAL
	PROMOCIONES EN CURSO	29%	52%
	PROMOCIÓN TERMINADA Y VIVIENDA	52%	52%
	PROMOCIÓN TERMINADA Y VIVIENDA	14%	52%

Figura F15- Ampliación dotaciones referentes a activos clasificados con riesgo normal antes del 31/12/2012.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 18/2012 de 11 de mayo, (2012).

De los cambios adoptados se puede extraer el rápido deterioro que están sufriendo los activos inmobiliarios, ya que en el R.D. Ley 2/2012 de 3 de febrero, se estableció un 7% como dotación en este tipo de activos con riesgo normal y dos meses después ,estas dotaciones aumentan del orden de 6 veces como mínimo.

Ante estas nuevas exigencias, las entidades financieras deben preparar un plan de cumplimiento en el que se justifiquen las medidas que van a adoptar y los plazos para ello. Al haber modificado las reglas nuevamente, se establecen correcciones en los plazos de cumplimiento.

Otro elemento que se regula en este R.D. Ley son las sociedades que recibirán los activos inmobiliarios de las entidades financieras y los gestionarán. Este tipo de sociedades deberán cumplir unas condiciones muy específicas para poder constituirse y llevar a cabo su objeto, ya que se están manipulando activos de riesgo con fuertes pérdidas en su valor contable. En la figura F16 se resumen esas condiciones básicas para su constitución y la fiscalidad por la que se registrarán.

<p>2. SOCIEDADES PARA LA GESTIÓN DE ACTIVOS INMOBILIARIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • OBLIGA A REUBICAR LA CARTERA DE ACTIVOS INMOBILIARIOS CON EL FIN DE DELIMITAR EL RIESGO ASOCIADO A DICHA CARTERA, DARLE UNA VALORACIÓN AJUSTADA AL MERCADO Y UNA GESTIÓN PROFESIONAL • LOS ACTIVOS ANTERIORES A 31/11/2011 EN INVERSIÓN INMOBILIARIA RECIBIDOS EN PAGO POR DEUDA, ASÍ COMO LAS POSIBLES REFINANCIACIONES POSTERIORES A ESA FECHA SE TRANSMITIRÁN A UNA SOCIEDAD EN DETERMINADAS CONDICIONES • LAS ENTIDADES CONTARÁN CON BASES DE DATOS DE LOS ACTIVOS A TRANSFERIR QUE SE APORTARÁN AL BANCO DE ESPAÑA • LA FISCALIDAD GENERAL SERÁ LA RECOGIDA EN EL CAPÍTULO VII DEL TÍTULO VII DEL RDL 4/2004, SIEMPRE QUE SE CUMPLAN LOS REQUISITOS DEL ARTÍCULO 3 DEL PRESENTE RDL. 	<p>A. CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES PARA LA GESTIÓN DE ACTIVOS INMOBILIARIOS</p>	
	<p>LAS SOCIEDAD SERÁ ANÓNIMA (S.A.)</p>	<p>EL OBJETO SOCIAL EXCLUSIVO SERA LA ADMINISTRACIÓN Y ENAJENACIÓN, YA SEA DE FORMA DIRECTA O INDIRECTA, DE LOS ACTIVOS APORTADOS A LA MISMA.</p>
	<p>PLAZO APORTACIÓN ACTIVOS</p>	<p>SE REALIZARÁ LA APORTACIÓN A LA SOCIEDAD ANTES DE QUE FINALICE EL PLAZO DE 31/12/2012 O LOS 12 MESES DESDE LA APROBACIÓN DE LA FUSIÓN</p>
	<p>VALORACIÓN DE ACTIVOS</p>	<p>SE ADOPTARÁ UNA VALORACIÓN RAZONABLE Y SI RESULTA DIFÍCIL HACERLO SE ADOPTARÁ SU VALOR EN LIBROS TENIENDO EN CUENTA LAS DOTACIONES APLICADAS EN CUMPLIMIENTO DEL RDL 2/2012</p>
	<p>DESINCLUCIÓN DE LA ENTIDAD FINANCIERA</p>	<p>LAS ENTIDADES CON AYUDAS DEL FROB DISPONDRÁN DE UN PLAZO DE 3 AÑOS PARA DESVINCLAR ESTAS SOCIEDADES DE LA ENTIDAD DE CRÉDITO. QUEDANDÓ ÚNICAMENTE COMO EMPRESAS ASOCIADAS, SI ASÍ LO ESTIMAN</p>
	<p>DESINVERSIÓN DE LOS ACTIVOS</p>	<p>LAS SOCIEDADES PARTICIPADAS POR ENTIDADES DE CRÉDITO QUE HAYAN RECIBIDO AYUDAS DEL FROB, ESTARÁN OBLIGADAS A ENAJENAR A UN TERCERO DISTINTO DE LA EMPRESA O GRUPO TRANSIFERENTE, UN 5% DE LOS ACTIVOS ANUALMENTE.</p>
	<p>B. RÉGIMEN FISCAL APLICABLE</p>	
	<p>NO TRIBUTACIÓN POR EL IMPUESTO DE TRANSMISIONES PATRIMONIALES Y ACTOS JURÍDICOS DOCUMENTADOS</p>	<p>MODALIDAD DE TRANSMISIONES ONEROSAS EN EL CASO DE TRANSMISIONES POSTERIORES DE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PARTICIPACIONES RECIBIDAS COMO CONSECUENCIA DE LA CONSTITUCIÓN DE LAS SOCIEDADES PARA LA GESTIÓN DE ACTIVOS INMOBILIARIOS, SEGÚN ARTÍCULO 3 DEL RDL - PARTICIPACIONES DE ENTIDADES DE CRÉDITO AFECTADAS POR PLANES DE INTEGRACIÓN REGULADAS EL RDL 9/2009 DE 26 DE JUNIO, SOBRE REESTRUCTURACIÓN BANCARIA Y REFORZAMIENTO DE LOS RECURSOS PROPIOS DE LAS ENTIDADES DE CRÉDITO SE PODRÁ INSTAR AL BANCO DE ESPAÑA A QUE SOLICITE INFORME A LA DIRECCIÓN GENERAL DE TRIBUTOS DEL MINISTERIO DE HACIENDA, SOBRE LAS CONSECUENCIAS TRIBUTARIAS DE ESTAS ACTUACIONES. EN EL PLAZO DE UN MES SE EMITIRÁ Y SERÁ VINCULANTE A EFECTO TRIBUTARIO

Figura F16- Regulación sociedades para la gestión de activos inmobiliarios.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 18/2012 de 11 de mayo, (2012).

A consecuencia de los cambios en la ley, así como la aparición de estas sociedades de gestión de activos inmobiliarios, se prevé una gran cantidad de cambios de titularidad e inscripciones registrales. Estas operaciones suponen un elevado coste notarial y registral, por lo que el estado, a través de este R.D. Ley, reduce los aranceles notariales y registrales e incluye incentivos fiscales para la transmisión de activos inmobiliarios. Tal y como se observa en la figura F17.

<p>3. OTRAS MEDIDAS</p>	
<p>ARANCELES DE REGISTRADORES DE LA PROPIEDAD Y NOTARIOS</p>	<p>MODERA LOS ARANCELES NOTARIALES Y REGISTRALES APLICABLES EN LOS SUPESTOS TRASPASOS DE DE ACTIVOS FINANCIEROS O INMOBILIARIOS COMO CONSECUENCIA DE LAS OPERACIONES DE SANEAMIENTO Y REESTRUCTURACIÓN DE ENTIDADES FINANCIERAS</p>
<p>MODIFICACIÓN DEL R.D.L. 9/2009</p>	<p>MODIFICA LOS APARTADOS 1 Y 2 DEL ARTÍCULO 10 DEL R.D.L. 9/2009, CON EL OBJETO DE ADMITIR EN DICHO CUERPO LEGAL ALS AYUDAS DEL FROB, ASÍ COMO ACLARAR Y REFORZAR SU ACTUACIÓN</p>
<p>ESTÍMULO FISCAL A LA VENTA DE ACTIVOS INMOBILIARIOS</p>	<p>PARA DINAMIZAR EL MERCADO INMOBILIARIO SE INTRODUCE EXENCIÓN DEL 50% DE LAS RENTAS POSITIVAS DERIVADAS DE LA TRANSMISIÓN DE INMUEBLES URBANOS QUE SE HAYAN ADQUIRIDO DESDE SU ENTRADA EN VIGOR HASTA EL 31/12/2012, SIN VINCULACIÓN ENTRE LAS PARTES. EN EL CASO DE ENTIDADES SIEMPRE QUE SEAN ACTIVOS NO CORRIENTES O HAYAN SIDO CLASIFICADOS COMO ACTIVOS NO CORRIENTES MANTENIDOS PARA LA VENTA. (SE APLICARÁ EN EL EJERCICIO EN EL QUE SE PRODUZCA LA TRANSMISIÓN SOBRE EL I.R.P.F, IMPUESTO RENTA NO RESIDENTES Y EN EL IMPUESTO DE SOCIEDADES</p>

Figura F17- Otras medidas adoptadas en el RDL 18/2012 de 11 de Mayo.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 18/2012 de 11 de mayo, (2012).

Este incremento en las exigencias de dotaciones resulta cada vez más complicado de cumplir para las entidades de crédito y más, cuando el mismo día en que se presenta el R.D. Ley, el estado nacionaliza la matriz de *Bankia*. Esta entidad solicita, días más tarde, una inyección de capital de 19.000 millones de euros, desbordando todas las previsiones y generando una inestabilidad nunca conocida hasta entonces. A esto se suman las solicitudes de inyección de liquidez de otras entidades nacionalizadas como *CatalunyaCaixa*, *NovacaixaGalicia* y *Banco de Valencia*, así como la solicitud de recapitalización de otras entidades, que sin estar intervenidas no consiguen financiación en los mercados. Se desmorona el sistema provocando que la prima de riesgo alcance valores históricos y el gobierno, finalmente, reconoce que no puede hacer frente a la recapitalización del sistema financiero español. Inicialmente se habla de un rescate por un importe máximo de 100.000 millones de euros, a determinar en las siguientes semanas por expertos independientes. Oliver Wyman auditará las principales entidades financieras del país, para así aproximar el valor de recapitalización del sistema. A cambio del rescate se exigen nuevos recortes y el gobierno presenta, a principios de julio, un plan de 65.000 millones de euros en ajustes, justo después de acordar las condiciones definitivas de este. Posteriormente, el 20 de julio de 2012, se firma el *Memorando de Entendimiento (MoU)* entre el Estado y la Comisión Europea, en el cual se estipulan las condiciones de este y el plan a seguir en el proceso de reestructuración.

Para poder cumplir con el memorando, el gobierno legisla el R.D. Ley 20/2012 sobre Medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria y lo aprueba el 13 de Julio de 2012. También legisla el R.D. Ley 24/2012 Sobre Reestructuración y Resolución de entidades de Crédito y a finales de agosto de 2012 es aprobado. En este último aparece la figura de la SAREB como elemento central del proceso de reestructuración financiera y de gestión de los activos inmobiliarios.

R.D.L 20/2012 de 13 de Julio, Medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria.

Este R.D. Ley adopta medidas en diversos ámbitos para ajustar y estabilizar los presupuestos según los valores pactados con Bruselas.

En la figura F18 se resumen los principales cambios establecidos con el fin de ajustar los costes y los ingresos del estado. Esto afecta directamente al conjunto de la población, ya que hay ajustes en las administraciones públicas, en materia laboral, en dependencia,

medidas fiscales con la subida del IVA o la eliminación de desgravaciones en vivienda que tanto daño puede hacer al sector inmobiliario entre otros.

Este decreto ha supuesto un duro golpe al conjunto de la sociedad, pues articula una batería de decisiones que afectan y mucho a la ciudadanía recortando sus derechos y elevando su carga fiscal, contribuyendo al empobrecimiento social e impidiendo el crecimiento.

R.D.L. 20/2012 MEDIDAS PARA GARANTIZAR LA ESTABILIDAD PRESUPUESTARIA	1.- OBJETIVO PRINCIPAL
	ADOPTA MEDIDAS EN DIVERSOS AMBITOS PARA AJUSTAR Y ESTABILIZAR LOS PRESUPUESTOS SEGÚN LOS VALORES PACTADOS CON BRUSELAS
1.- MEDIDAS DE REORDENACIÓN Y RACIONALIZACIÓN DE LAS ADMINISTRACIONES	2.- MEDIDAS EN MATERIA DE SEGURIDAD SOCIAL Y EMPLEO
<ul style="list-style-type: none"> A) ANALIZAR EFICIENCIA DE RECURSOS HUMANOS Y AJUSTAR B) AUMENTO DE LA JORNADA LABORAL—ELIMINANDO DIAS DE LIBRE DISPOSICIÓN C) REDUCIR ABSENTISMO LABORAL—MODIFICANDO RÉGIMEN SEGURIDAD SOCIAL EN I.T., MENOS INTERINOS D) REDUCIR CRÉDITOS Y PERMISOS SINDICALES—SE ENCONTRABAN POR ENCIMA DE LA NORMATIVA E) DEFINICIÓN DE UNIDADES ELECTORALES—AJUSTE ESTRUCTURAL F) SUPRESIÓN DE PAGA EXTRAORDINARIA DE NAVIDAD 2012 G) SE INCOMPATIBILIZA LA COMPENSACIÓN POR CESE DE ALTOS CARGOS CON CUALQUIER OTRA RETRIBUCIÓN H) AJUSTES EN LOS CENTROS CONCERTADOS—MENOS SUBVENCIÓN Y BAJADA DE SALARIOS 	<ul style="list-style-type: none"> A) ASEMEJA COTIZACIÓN DE LOS RENDIMIENTOS DEL TRABAJO CON EL I.R.P.F. B) HOMOGENEIZACIÓN DE RECARGOS POR RETRASO EN COTIZACIÓN AL TIPO DEL 20% C) SE INCREMENTA LA BASE MÁXIMA DE COTIZACIÓN 5 PUNTOS Y LA PENSIÓN MÁXIMA 1 PUNTO D) MEDIDAS PARA ACERCAR LA EDAD REAL A LA EDAD LEGAL DE JUBILACIÓN E) SE SUPRIMEN LAS BONIFICACIONES POR CONTRATACIÓN, A EXCEPCIÓN DE DISCAPACITADOS F) AJUSTE DE LAS CONDICIONES DE ACCESO A SUBSIDIOS. EN FUNCIÓN DE RENTAS G) PARO A PARTIR DEL 7 MES 50% DE LA BASE REGULADORA, PARA NUEVOS PARADOS
3.- MEDIDAS DE RACIONALIZACIÓN DEL SISTEMA DE DEPENDENCIA	4.- MEDIDAS FISCALES
<ul style="list-style-type: none"> A) SE REDUCEN LAS CLASIFICACIONES DE 6 GRUPOS A 3 B) SE MODIFICA EL TRATAMIENTO DE SEGURIDAD SOCIAL A LOS CUIDADORES NO PROFESIONALES C) SE AJUSTA EL ACCESO A LA AYUDA A DOMICILIO 	<ul style="list-style-type: none"> A) SUBIDA DEL IVA: <ul style="list-style-type: none"> - EL TIPO GENERAL PASA DEL 18% AL 21% -- EL TIPO REDUCIDO PASA DEL 4% AL 10%. EL SUPER REDUCIDO SE MANTIENE EN UN 4% - ENTREGAS DE VIVIENDA Y ARRENDAMIENTOS DEL 4% PASAN AL 10%. LAS REFORMAS DEL 8% PASAN AL 10% - EL TURISMO, EL TRANSPORTE Y LA CESTA DE LA COMPRA AL 10% Y EL OCIO AL 21% - COMERCIANTES AUTÓNOMOS QUE VENDEN PASAN DEL 1% Y 4% AL 1,5% Y 5,2% - APLICACIÓN EL 1 DE SEPTIEMBRE DE 2012 B) IMPUESTO DE SOCIEDADES: <ul style="list-style-type: none"> - SE LIMITA LA COMPENSACIÓN DE IVA EN 2012 Y 2013 PARA SOCIEDADES CON VOLUMEN DE NEGOCIO >20M€ - INCREMENTO DE LOS PAGOS FRACCIONADOS. EL MÍNIMO PASA DEL 8% AL 12% Y SE AUMENTA EN ENTIDADES CON VOLUMEN DE NEGOCIO >10M€ - SE AMPLIA LA LIMITACIÓN DE LA DEDUCCIÓN POR GASTOS FINANCIEROS A TODAS LAS EMPRESAS. C) IRPF: <ul style="list-style-type: none"> - SUPRESIÓN DE DEDUCCIÓN POR COMPRA DE 1ª VIVIENDA A PARTIR DEL 1-1-2013 - SE ELEVA TEMPORALMENTE DEL 15% AL 21% LA RETENCIÓN POR RENDIMIENTOS DE ACTIVIDADES PROFESIONALES. DESDE 1-8-2012 HASTA EL 31-12-2013 D) IMPUESTOS ESPECIALES <ul style="list-style-type: none"> - AUMENTAN LOS IMPUESTOS AL TABACO
5.- MEDIDAS DE LIBERALIZACIÓN COMERCIAL Y FOMENTO DE LA INTERNACIONALIZACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> F) LIBERALIZACIÓN DE HORARIOS AL COMERCIO. SE AMPLIA HORARIO MÁXIMO EN LABORABLES DE 72H A 90H G) PLENA LIBERALIZACIÓN PARA PEQUEÑO COMERCIO Y PIMES CON MENOS DE 300M2 H) SE AMPLIA EL Nº DE DOMINGOS DE 8 A 10 A PARTIR DEL 1-1-2013 I) SE LIBERALIZAN LAS REBAJAS: PRECIOS, PRODUCTOS Y FECHAS J) SE DEFINEN CRITERIOS OBJETIVOS SOBRE ZONAS DE GRAN AFLUENCIA Y LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DISPONE DE 6 MESES PARA INDICARLOS EN CIUDADES DE MAS DE 200.000Hab. K) SE PERMITE LA LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA PÚBLICA CECSE L) SE SUPRIME UNA ENTIDAD ESTATAL Y SE INTEGRA EL ICEX M) SE FOMENTA LOS CRÉDITOS A LA INTERNACIONALIZACIÓN 	
6.- MEDIDAS EN MATERIA DE INFRAESTRUCTURAS, TRANSPORTE Y VIVIENDA	7.- MEDIDAS PARA EL DESAJUSTE ENTRE INGRESOS Y GASTOS DEL SECTOR PÚBLICO
<ul style="list-style-type: none"> C) NUEVA REGULACIÓN TARIFARIA PARA AENA— DOS CAJAS DIFERENTES Y IMPLANTACIÓN EN 4 AÑOS D) SE MANTIENE LA COBERTURA PARA BENEFICIARIOS DE VIVIENDA PROTEGIDA CONCEDIDA—PERO NO HABRÁ NUEVOS E) ELIMINACIÓN DE LA RENTA BÁSICA A LA EMANCIPACIÓN Y REDUCCIÓN DEL 30% A QUIENES LA TIENEN RECONOCIDA 	<ul style="list-style-type: none"> A) REVISIÓN TARIFARIA PARA DETENER EL DÉFICIT TARIFARIO Y EMPEZAR A AMORTIZARLO 1-1-2012 B) SE DETERMINA QUE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS GRAVEN DIRECTA O INDIRECTAMENTE LAS ACTIVIDADES O INSTALACIONES DESTINADAS AL SUMINISTRO ELÉCTRICO Y QUE EL CONTRIBUYENTE SE HAGA CARGO

Figura F18- Medidas de estabilidad presupuestaria R.D.L. 20/2012 de 13 de Julio.

Fuente: Elaboración propia con datos del 20/2012 de 13 de Julio, (2012).

R.D.L. 24/2012 de 31 de Agosto, Reestructuración y resolución de entidades de crédito.

El objetivo principal de este R.D. Ley es cumplir con lo establecido en el memorándum de entendimiento con la comisión europea, para poder obtener la financiación necesaria en la recapitalización del sistema financiero.

Este documento establece los escenarios posibles en los que se puede encontrar una entidad financiera y el proceso que estará obligada a seguir en cada caso. Estos son Actuación Temprana cuando hay indicios de problemas, Reestructuración cuando la entidad pueda ser salvada y Resolución Ordenada cuando no sea viable. Cada uno de los escenarios viene recogido en la figura F19.

1. MECANISMOS DE SANEAMIENTO, REFORZAMIENTO Y SUPERVISIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO	ESCENARIOS POSIBLES QUE PLANTEA		
<ul style="list-style-type: none"> • SOLO APLICABLE A ENTIDADES INTERVENIDAS POR EL ESTADO – RESOLUCIÓN O REESTRUCTURACIÓN • EL MEMORANDO FIRMADO CON LA COMISIÓN EUROPEA ES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO Y A TRAVÉS DE ESTE R.D.LEY SE LLEVA A CABO • EL FROB INTERVIENE LAS ENTIDADES A LOS PRIMEROS SINTOMAS DE INVIABILIDAD Y GESTIONA LOS PROCESOS DE REESTRUCTURACIÓN 	ACTUACIÓN TEMPRANA	REESTRUCTURACIÓN BANCARIA	RESOLUCIÓN ORDENADA
	<p>CAPÍTULO II RDL</p> <ul style="list-style-type: none"> - APLICABLE A ENTIDADES QUE NO CUMPLEN LOS REQUISITOS DE SOLVENCIA PERO CON POSIBILIDADES DE SUPERARLO POR SUS PROPIOS MEDIOS O APOYO FINANCIERO EXCEPCIONAL 	<p>CAPÍTULO III RDL</p> <ul style="list-style-type: none"> - APLICABLE A ENTIDADES CON NECESIDAD DE APOYO PÚBLICO PARA GARANTIZAR LA VIABILIDAD, PERO CAPACES DE DEVOLVERLO EN LOS PLAZOS ESTABLECIDOS - EL BdE PUEDE UTILIZARLO EN ENTIDADES INVIABLES PERO QUE SU RESOLUCIÓN IMPLICA PROBLEMAS SISTÉMICOS 	<p>CAPÍTULO IV RDL</p> <ul style="list-style-type: none"> - APLICABLE A ENTIDADES INVIABLES O CON PREVISIÓN DE INVIABILIDAD, QUE EN UN PLAZO RAZONABLE NO SERÁN VIABLES MEDIANTE INTERVENCIÓN TEMPRANA O REESTRUCTURACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> - SE UTILIZARÁN INSTRUMENTOS CONVERTIBLES EN ACCIONES Y CON RECOMPRA ANTES DE 2 AÑOS - SUPERVISIÓN POR PARTE DEL BANCO DE ESPAÑA - SE ELABORA UN PLAN DE VIABILIDAD Y EL BdE PUEDE SUSTITUIR MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN 	<ul style="list-style-type: none"> - SE ELABORA EL PLAN DE REESTRUCTURACIÓN Y LO APRUEBA EL BANCO DE ESPAÑA - EL FROB DETERMINA INSTRUMENTOS ADECUADOS PARA MINIMIZAR COSTES AL CONTRIBUYENTE. (RECAPITALIZACIÓN) - PLAZO DE DEVOLUCIÓN 5 AÑOS, AMPLIABLE 2 MÁS SI LAS CONDICIONES ECONÓMICAS IMPIDEN ESA REESTRUCTURACIÓN - SUPERVISIÓN POR PARTE DEL BdE 	<ul style="list-style-type: none"> - DETERMINAR INVIABILIDAD SEGÚN ART. 20: <ul style="list-style-type: none"> • INCUMPLIMIENTO DE REQUISITOS DE SOLVENCIA → PASIVOS EXIGIBLES > ACTIVOS (No puede cumplir con sus obligaciones ahora o en un futuro próximo) • NO PUEDEN RECONDUCCIR SUS SITUACIÓN EN UN PLAZO RAZONABLE POR SUS PROPIOS MEDIOS, ACUDIENDO A LOS MERCADOS O CON LOS APOYOS FINANCIEROS DE ESTA NORMA - EL FROB DETERMINA LOS INSTRUMENTOS ADECUADOS Y SUPERVISA EL BdE - SE ELABORA PLAN DE VIABILIDAD Y LO APRUEBA EL BdE - EN LA RESOLUCIÓN: (PROPUESTA COMISIÓN EUROPEA) <ul style="list-style-type: none"> • VENTA DEL NEGOCIO DE LA ENTIDAD A UN TERCERO • TRANSMISIÓN DE ACTIVOS O PASIVOS A BANCO PUENTE • TRANSMISIÓN DE ACTIVOS O PASIVOS A SOCIEDAD DE GESTIÓN DE ACTIVOS • SUSTITUCIÓN DEL ORGANO DE ADMINISTRACIÓN

Figura F19- Mecanismo de saneamiento, reforzamiento y supervisión del sistema financiero.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 24/2012 de 31 de agosto, (2012).

También se establece la regulación sobre constitución y operatividad de la Entidad de Gestión de Activos de la Reestructuración Bancaria (SAREB), estableciendo las bases para su constitución y funcionamiento, así como los plazos máximos de creación y extinción de su actividad. Dicha regulación así como las características se recogen a continuación:

2. REGULACIÓN DE LA SOCIEDAD DE GESTIÓN DE ACTIVOS (SAREB)		CARACTERÍSTICAS BÁSICAS OPERATIVA SAREB	
<ul style="list-style-type: none"> • ANTES DE 3 MESES DE LA ENTRADA EN VIGOR DEL R.D.LEY 24/2012 (31/8/2012), EL FROB CONSTITUIRÁ: <ul style="list-style-type: none"> - SOCIEDAD ANÓNIMA DE GESTIÓN DE ACTIVOS PROCEDENTES DE LA REESTRUCTURACIÓN BANCARIA S.A. - POR TIEMPO LIMITADO - SE REGISTRARÁ POR EL R.D.LEY Y LAS NORMAS QUE LO DESARROLLEN, TAMBIÉN POR LA LEY DE SOCIEDADES DE CAPITAL Y ORDENAMIENTO JURÍDICO PRIVADO 	EL FROB PODRÁ OBLIGAR A TRANSFERIR ACTIVOS DAÑADOS A SAREB (CAP. VI)	MEDIANTE ACTO ADMINISTRATIVO EL FROB PODRÁ OBLIGAR A TRANSMITIR LOS ACTIVOS DAÑADOS QUE PERJUDIQUEN LA VIABILIDAD DE LA ENTIDAD, DÁNDOLOS DE BAJA DEL BALANCE DE ESTA	
	EL BANO DE ESPAÑA DETERMINARÁ EL VALOR DE TRANSFERENCIA DE LOS ACTIVOS A SAREB (CAP. VI)	PARA ELLO SE REALIZARÁN INFORMES DE VALORACIÓN POR EXPERTOS INDEPENDIENTES, COMO VALOR DE PARTIDA ESTÁN LAS PROVISIONES EXIGIDAS 80% A SUELO, 65% A PROMOCIONES EN CURSO Y 35% A VIVIENDA TERMINADA. DECISIÓN CONTROVERTIDA YA QUE DETERMINA LAS PERDIDAS DE LA ENTIDAD QUE CEDE. LA UNIÓN EUROPEA EXIGE QUE SEAN MUY BAJOS Y ASÍ PERMITIR LA CAPTACIÓN DE INVERSIÓN	
	PARTICIPACIÓN PÚBLICA NO SUPERIOR AL 50% (CAP. VI)	EL PLÁZO MÁXIMO PARA SU CONSTITUCIÓN 3 MESES Y LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR, SUPONEN UNA DIFICULTAD PARA ENCONTRAR INVERSORES. EL HECHO DE NO SOBREPASAR EL 50% ES PARA QUE NO COMPUTE COMO DEUDA DEL ESTADO AL NO ESTAR BAJO SU CONTROL	
	VIDA ÚTIL DE 15 AÑOS (CAP. VI)	SE CREA LA SOCIEDAD CON UNA VIDA DETERMINADA, PARA ESTIMULAR SU FUNCIONAMIENTO Y PONERLE FECHA A LA PREVISIBLE ELIMINACIÓN DEL STOCK INMOBILIARIO	

Figura F20- Regulación básica de la sociedad de gestión de activos de la reestructuración bancaria (SAREB).

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 24/2012 de 31 de agosto, (2012).

3. OTRAS MEDIDAS	
RÉGIMEN JURÍDICO DEL FROB (CAP. VIII)	<p>SE ELIMINA LA PARTICIPACIÓN EN REPRESENTACIÓN QUE TENÍAN LAS ENTIDADES DE CRÉDITO Y SE HA CREADO LA FIGURA DEL DIRECTOR GENERAL (Carácter ejecutivo)</p> <p>SE INTRODUCEN REGLAS DE COOPERACIÓN ENTRE FROB Y OTRAS ENTIDADES O AUTORIDADES</p> <p>FACULTADES DEL FROB EN PROCESOS DE RESOLUCIÓN, SIENDO EJECUTIVAS SIN CONSENTIMIENTO DE ASAMBLEA, JUNTA GENERAL O DE ACCIONISTAS</p>
RÉGIMEN PROCESAL DEL FROB (CAP. IX)	<p>LAS DECISIONES Y ACUERDOS EN EJERCICIO MERCANTIL → IMPUGNACIÓN PREVISTA EN EL R.D.L.</p> <p>LOS ACTOS ADMINISTRATIVOS → IMPUGNACIÓN VÍA CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVA</p> <p>SE PREVEEN MEDIDAS DE PROTECCIÓN DEL INVERSOR, FRENTE A PRODUCTOS COMPLEJOS → MAYOR CONTROL</p>
ENTIDADES OBLIGADAS A TRANSFERIR ACTIVOS A SAREB (ED. ADICIONAL 9ª)	<p>LAS INTERVENIDAS EN EL MOMENTO DE APROBACIÓN DEL R.D.LEY O LAS QUE SE PREVEA VAYAN A NECESITAR UN PROCESO DE REESTRUCTURACIÓN O RESOLUCIÓN</p> <p>A CAMBIO RECIBIRÁN DINERO EN EFECTIVO, ACCIONES DE SAREB O DEUDA PRESENTABLE ANTE LA UNIÓN EUROPEA</p>
REGULA INSTRUMENTOS HÍBRIDOS DE CAPITAL Y DEUDA SUBORDINADA (CAP. VII)	<p>INDICANDO QUIEN DEBE FINANCIAR LAS MEDIDAS DE REESTRUCTURACIÓN O DE RESOLUCIÓN DE UNA ENTIDAD</p> <p>SE PARTE DEL PRINCIPIO DE RESPONSABILIDAD Y ASUNCIÓN DE RIESGOS. ACCIONISTAS E INVERSORES SUFRAGARÁN ANTES QUE LOS CONTRIBUYENTES (Aplicable a preferentes o deuda subordinada)</p>

Figura F21- Otras medidas adoptadas en el R.D. Ley 24/2012.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 24/2012 de 31 de agosto, (2012)

Por último también define los regímenes jurídicos y procesales de sus actuaciones y el del fondo que la posibilita, el FROB. También establece los límites de su aplicación y trata de establecer un criterio sobre la responsabilidad de cargas, con la intención de que se produzca el menor coste posible al contribuyente.

Con este R.D. Ley se inicia el proceso establecido por la comisión Europea para llevar a cabo la Reestructuración *definitiva* del sector financiero Español. La información se recoge en los cuadros resumen aportado por el Banco de España en las figuras 22 y 23.

CUADRO RESUMEN DE LA REESTRUCTURACIÓN DEL SECTOR BANCARIO ESPAÑOL

Grupo 0: entidades en las que no se ha detectado déficit de capital en la prueba de resistencia y no requieren la adopción de ulteriori medidas
 Grupo 1: bancos controlados por el FROB (BFA/Bankia, Catalunya Banc, NCG Banco y Banco de Valencia)
 Grupo 2: bancos en los que la prueba de resistencia ha detectado déficit de capital y que no pueden afrontarlo sin ayudas estatales
 Grupo 3: bancos en los que la prueba de resistencia ha detectado déficit de capital, pero que pueden afrontarlo sin recurrir a ayudas estatales



Entidad resultante	Entidades integrantes	Fecha operación	Ayudas prestadas/comprometidas EN EFECTIVO (millones de €)			Ayudas contingentes		OBSERVACIONES	
			FGD capital y aportaciones ¹	Preferentes ²	Capital ³	MEDE ⁴	TOTAL AYUDAS EN EFECTIVO		Esquema de protección de Activos del FGD
BBVA	BBVA	marzo-10		380	568		963		Unim, controlada por el FROB, fue adjudicada a BBVA en marzo de 2012. Los 963 millones del FGD compensan los 948 millones invertidos previamente por el FROB, una vez capitalizados los intereses devengados de las participaciones preferentes
	UNIM: Caixa Sabadell, Caixa Girona	marzo-12 capitalización de participaciones preferentes	963	-380	-568				
Bankinter	Caixabank, La Caixa + Caixa Girona	oct-10							
Caixabank	Banca Cívica: Caja Navarra, Caja Canarias, Caja Sol + Caja Guadalupe	abril-10 diciembre-10		977					Banca Cívica se integra finalmente en Caixabank y desaparece la marca. Está previsto que las participaciones preferentes suscritas por el FROB en Banca Cívica sean reembolsadas por el Grupo Caixa.
	Banco de Valencia	mayo-12 diciembre-12			1.000		6.477	4.500	72,5% de pérdidas tras provisiones en cartera de autónomos y pymes, y avales y otros compromisos hasta 392 M€
Kutxabank	BBK-Cajésur Caja Vital/Kutxa	julio-10 diciembre-11							Cajésur fue intervenida por el Banco de España en mayo de 2010, tras fracasar su intento de fusión con Unicaja. Adjudicada a BBK en julio de 2010 con un EPA de 392 millones del FROB.
Sabadell	Sabadell CAM	diciembre-11	5.249				5.249		CAM fue intervenida por el FROB el 22-07-11 y adjudicada a Banco Sabadell el 7/12/11. Los 5.249 millones del FGD de inyección de capital incluyen los 2.800 M€ comprometidos previamente por el FROB.
Grupo Santander									Santander anuncia la absorción de Barnesto, perteneciente al Grupo Santander, en diciembre de 2012
Unicaja	Unicaja Caja Jaén Banco Popular, Banco Pastor	abril-10 2011							
Banco Popular	Caja 3: CAJ, Caja Circulo de Burgos, Caja Badijoz	diciembre-11					407		De culminarse la operación de integración con Ibercaja, Caja 3 pasará a ser una filial participada al 100% por Ibercaja Banco y, tras la plena integración comercial y operacional de las entidades, se llevará a cabo su fusión. La ayudas del MEDE son en forma de CoCos.

Figura F22- Mapa del sistema financiero en 2012.

Fuente: Tabla elaborada por el Banco de España, (2012).

Entidad resultante	Entidades integrantes	Fecha operación	Ayudas prestadas/comprometidas EN EFECTIVO (millones de €)			Ayudas contingentes		OBSERVACIONES		
			FGD capital y aportaciones ¹	FROB 1 Preferentes ²	FROB 2 Capital ³	MEDE ⁴	TOTAL AYUDAS EN EFECTIVO		Esquema de protección de Activos del FROB	Esquema de protección de Activos del FGD
Banco Ceiss	Caja España Caja Duero	marzo-10		525			604	1.129		La ayudas del MEDE son en forma de capital. Una vez completada la recapitalización, que conlleva implícitamente dejar sin valor las participaciones preferentes suscritas por el FROB, éste pasará a ser accionista mayoritario de Banco Ceiss y procederá a su reestructuración y venta.
Banco Mare Nostrum/ BMN	Caja Murcia, Caixa Penidés, Sa Nostra, Caixa Granada	Junio-10 febrero-13 conversión de participaciones preferentes en capital		915	915		730	1.645		Controlada por el FROB con el 65,34% de su capital. Los primeros 915 ME de participaciones preferentes fueron convertidos en capital en febrero de 2013. La ayudas del MEDE se desembosaron en forma de capital en marzo de 2013.
Liberbank	Cajastur-CCM	noviembre-09 abril-11	1.650.				124	1.774	hasta 2.475 ME	CCM fue intervenida en marzo de 2009 por el Banco de España y adjudicada a Cajastur en noviembre de 2009. Los 1.650 ME de saneamientos de capital del FGD corresponden a sumas invertidas en el saneamiento cuya recuperación depende de la realización de activos recibidos en dación por valor contable de 1.097 ME, distintos a los cubiertos por el EPA. La ayudas del MEDE son en forma de COCOs
Bankia-BFA	Caja Madrid, Bancaja, Caja Avila, Caja Segovia, Caja Rioja, Caixa Laietana, Caja Insular de Canarias	Junio-10 mayo-12 conversión de participaciones preferentes en capital		4.465	4.465		17.959	22.424		En la primera fase de la reestructuración, formaban parte de un SIP en el que participaba CAM. Tras ser excluida del proyecto, CAM fue intervenida y, posteriormente, adjudicada a Banco de Sabadell Los primeros 4.465 millones en preferentes fueron convertidos en acciones ordinarias a petición del Consejo de Administración de BFA en mayo de 2012. Los 17.959 millones del MEDE en forma de capital, comprenden 4.500 millones adelantados por el FROB en septiembre de 2012 para restablecer la situación de capital regulatorio del grupo.
Catalunya Banc	Caixa Catalunya, Caixa Tarragona, Caixa Manresa	marzo-10 diciembre-12 conversión de participaciones preferentes en capital		1.250	1.718		9.084	12.052		Controlada por el FROB. Los primeros 1.250 ME de participaciones preferentes fueron convertidos en 18 de diciembre de 2012 en acciones ordinarias. La ayudas del MEDE son en forma de capital.
ING Banco Novocastalgallicia	Caixa Galicia, Caixanova	junio-10 diciembre-12 conversión de participaciones preferentes en capital		1.162	2.465		5.425	9.052		Controlada por el FROB. Los primeros 1.162 ME de participaciones preferentes fueron convertidos en 26 de diciembre de 2012 en acciones ordinarias. La ayudas del MEDE son en forma de capital.

1- El Fondo de Garantía de Depósitos (FGD) se nutre con aportaciones anuales de las entidades adheridas en función de los depósitos captados
 2- Ayudas del Fondo para la Reestructuración Ordenada Bancaria (FROB) a los procesos de integración voluntarios, materializadas en participaciones preferentes.
 3- Ayudas del FROB para la recapitalización de las entidades (coeficiente de solvencia), materializadas en acciones, en cumplimiento del RD-1/2011
 4- Asistencia financiera del Mecanismo Europeo de Estabilidad (MEDE) para la recapitalización de las entidades, en cumplimiento del Memorando de Entendimiento firmado el 20/07/2012 con el Eurogrupo

Figura F23- Mapa del sistema financiero en 2012.
 Fuente: Tabla elaborada por el Banco de España, (2012).

3.3.3. SITUACIÓN SOCIAL

El conjunto de factores económico-financieros y político-jurídicos expuestos en apartados anteriores influyen en gran medida sobre la definición de la realidad social y condicionan su desarrollo. Los principales elementos que describen esa realidad social en la actualidad son los siguientes:

Evolución de la Población

Si observamos la evolución de la población española en el gráfico siguiente se puede comprobar el crecimiento que ha sufrido en los últimos 10 años, aproximadamente 6 millones. A partir de 2010 se ha reducido mucho su crecimiento estimándose el 31 de Diciembre de 2012 en 46.116.779 habitantes, según base de datos del INE.

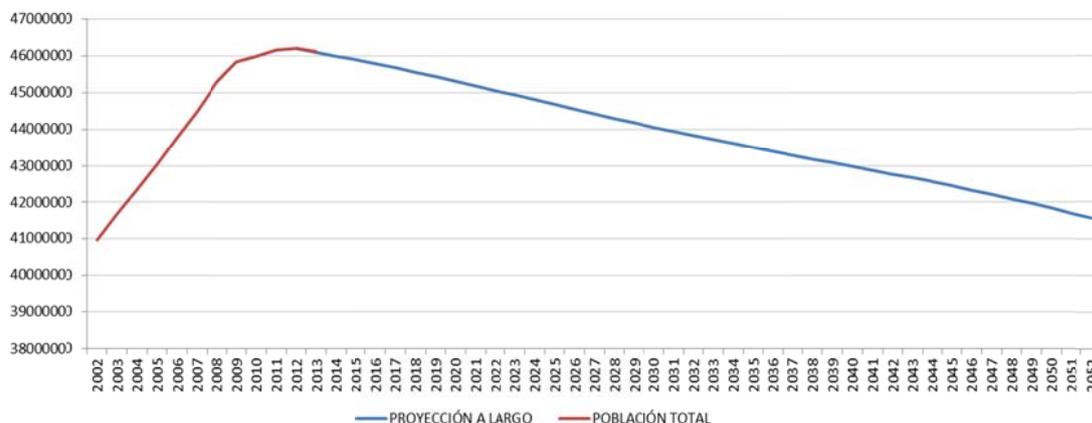


Gráfico G42- Evolución de población desde 2002 hasta 2012, según estimaciones de población del INE y previsiones a largo realizadas también por este ente. Número de habitantes.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE (estimaciones de población), (2012).

Esta tendencia que aparece en la gráfica G42 se acentúa en las previsiones, llegando a invertir el proceso. Las estimaciones cifran en 2020 una pérdida de población de casi 1.000.000 habitantes, sin duda un factor importante en la futura demanda de viviendas, y más aún en la sostenibilidad del propio sistema.

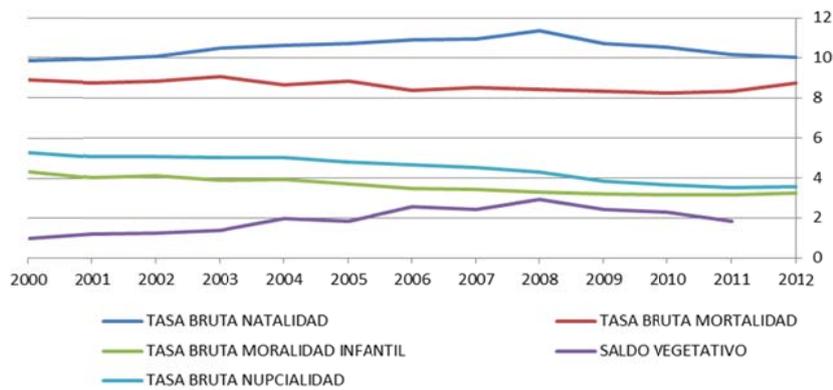


Gráfico G43- Evolución de los Principales índices demográficos medios de la población española desde 2000 hasta 2012, en aspectos como: Tasa bruta de natalidad, tasa bruta de mortalidad infantil, tasa bruta de nupcialidad, tasa bruta de mortalidad, saldo vegetativo. (UNIDADES / 1.000 HABITANTES).

Fuente: Elaboración propia con datos del INE, (2012).

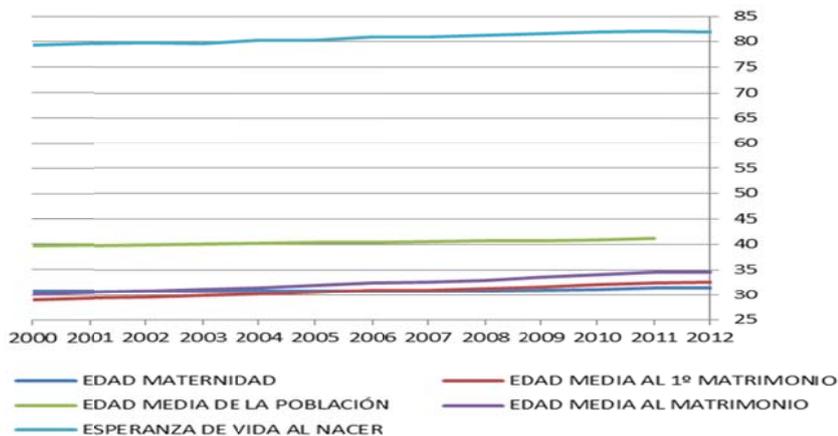


Gráfico G44- Evolución de los Principales índices demográficos medios de la población española desde 2000 hasta 2012, en aspectos como: Edad a la maternidad, edad media de la población, edad media al matrimonio y edad media al primer matrimonio. (AÑOS).

Fuente: Elaboración propia con datos del INE, (2012).

		2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000
N/1.000h	TASA BRUTA NATALIDAD	10,06	10,20	10,53	10,75	11,37	10,94	10,92	10,71	10,61	10,49	10,11	9,95	9,85
Mu/1.000h	TASA BRUTA MORTALIDAD	8,77	8,37	8,25	8,34	8,43	8,54	8,38	8,87	8,66	9,11	8,86	8,78	8,89
Mu/1.000h	TASA BRUTA MORALIDAD INFANTIL	3,23	3,14	3,16	3,20	3,31	3,43	3,49	3,72	3,95	3,89	4,10	4,02	4,34
Si/1.000h	SALDO VEGETATIVO		1,83	2,28	2,41	2,95	2,40	2,54	1,84	1,96	1,38	1,25	1,17	0,96
Ma/1.000h	TASA BRUTA NUPCIALIDAD	3,58	3,51	3,66	3,82	4,28	4,52	4,67	4,79	5,02	5,01	5,07	5,07	5,32
Ma/1.000h	EDAD MATERNIDAD	31,50	31,45	31,21	31,05	30,83	30,84	30,90	30,91	30,87	30,84	30,79	30,76	30,72
Años	EDAD MEDIA AL 1º MATRIMONIO	32,58	32,47	32,08	31,67	31,26	31,02	30,95	30,50	30,17	29,85	29,58	29,38	29,12
Años	EDAD MEDIA DE LA POBLACIÓN		41,24	41,03	40,84	40,72	40,65	40,53	40,41	40,27	40,15	40,04	39,85	39,64
Años	EDAD MEDIA AL MATRIMONIO	34,61	34,52	34,10	33,63	33,04	32,68	32,52	31,95	31,57	31,14	30,83	30,56	30,22
Años	ESPERANZA DE VIDA AL NACER	81,89	82,10	81,95	81,58	81,24	80,94	80,95	80,29	80,30	79,71	79,77	79,69	79,34
%	INDICE DE ENVEJECIMIENTO	107,79	106,60	106,09	106,05	106,58	107,40	107,77	108,21	108,33	108,42	108,36	106,77	103,99

Figura 23- Datos de las anteriores gráficas sobre índices de demografía.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE, (2012).

Este progresivo incremento de la población supone demanda de viviendas para la formación de hogares. A priori es un elemento positivo para el sector inmobiliario, pero la crisis económica lo ha matizado y reducido en gran medida a medio y largo plazo. Esto es debido a que la población joven que se encuentra en paro, ha retrasado la edad en la que deciden casarse y también la edad a la que tendrán hijos, así como el número de ellos. Este descenso continuado desde 2007, en el índice de natalidad, ralentiza el aumento de población y pone en peligro la sostenibilidad del sistema a largo plazo. Estos elementos inciden directamente sobre la presión al sector inmobiliario, que se verá reducida en el futuro según las estimaciones estadísticas.

Otra aspecto de la crisis también incide en la demografía y es debido a los importantes recortes aplicados en sanidad y bienestar social que han invertido la tendencia de algunos índices demográficos, tal y como se aprecia en los gráficos anteriores. Se ha incrementado la mortalidad y la esperanza de vida al nacer se ha reducido por primera vez en 2012, estos hechos no son propios de una sociedad moderna y constatan en deterioro producido. El saldo vegetativo tiene una tendencia a la baja y es el resultado de las medidas políticas adoptadas en los últimos años. El futuro del sector inmobiliario también se ve perjudicado por estos cambios demográficos y sociales.

En apartados anteriores también se ha observado la reducción en el número de separaciones y divorcios, debido a que resulta difícil mantenerse solo. Existe mucha más dependencia en las parejas y a pesar de las diferencias, no pueden permitirse ese lujo. Por lo que se reduce el desdoblamiento de hogares por este motivo y en consecuencia también la necesidad de viviendas.

Inmigración

Desde el año 2000 hasta el 2008 la población inmigrante en España aumento de 1 millón a 5.2 millones, fue el gran crecimiento económico producido en esta época lo que motivó la necesidad de mano de obra externa. A partir de este momento la entrada de extranjeros se ha reducido drásticamente, pasando en 2 años a tener valores negativos.

Este factor de aumento de población también fomento la necesidad de vivienda y permitió dar salida a inmuebles más antiguos, a la vez que facilitó a los propietarios que las vendían, el acceso a nuevas viviendas mejor dotadas pero también más caras. Fue otro elemento dinamizador del sector en los años de gestación de la burbuja. En la actualidad este efecto es contrario, ya que gran parte de esa población se encuentra en el paro y muchos de ellos han regresado a sus países de origen o lo hará en los próximos años, disminuyendo la presión sobre la necesidad de viviendas.

Población extranjera en España (Censo a 1 de enero)		
Año	Extranjeros censados	% del total
1981	198042	0,52%
1986	241971	0,63%
1991	360655	0,91%
1996	542314	1,37%
1998	637085	1,60%
2000	923879	2,28%
2001	1370657	3,33%
2002	1977946	4,83%
2003	2664168	6,39%
2004	3034326	7,17%
2005	3730610	8,67%
2006	4144166	9,47%
2007	4482568	10,08%
2008	5190852	11,46%
2009	5632746	12,29%
2010	5684251	12,36%
2011	5748575	12,46%
2012	5718969	12,38%
2013*	5606880	12,16%

* Hasta Septiembre 2012

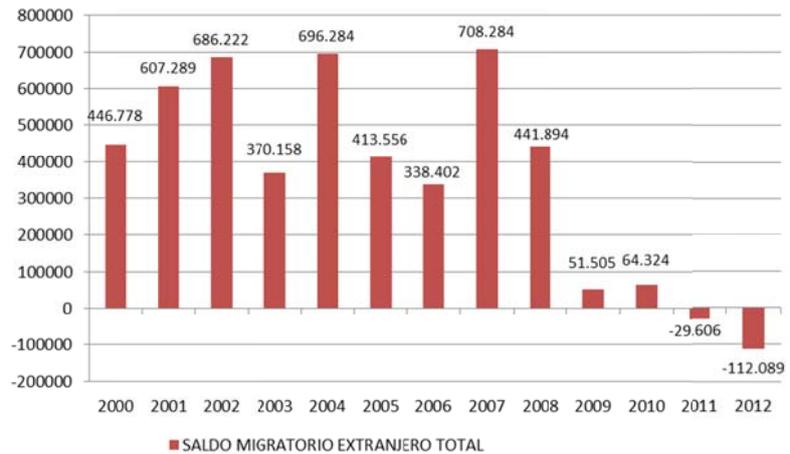


Figura F24- (Izquierda) Censo de inmigrantes en España hasta septiembre de 2012 a 1 de enero de cada año y su peso con respecto a la población total. (Derecha) Gráfico de saldo migratorio anual para extranjeros censados.

Fuente: Elaboración propia con datos del INE, (2012).

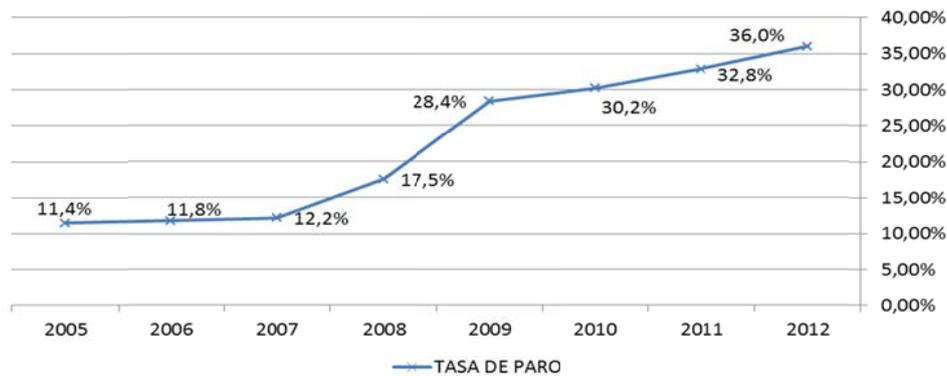


Gráfico G45- Tasa de paro en la población inmigrante cierre anual, último dato 4º trimestre 2012. Fuente: Elaboración propia con datos del INE, encuesta de población activa, (2012).

Desahucios

La crisis y el aumento del paro ha llevado a un gran número de familias a la pobreza extrema y les ha dejado sin recursos suficientes para poder continuar haciendo frente a la hipoteca de su casa. La oleada de desahucios culminó con varios suicidios en Málaga y Baracaldo que elevaron la protesta social a niveles alarmantes. Por otro lado, los estamentos judiciales denunciaron tanto la cantidad como el incremento sucesivo de este tipo de procesos debido a la crisis y solicitaron medidas urgentes para evitar seguir produciendo este enorme daño a la sociedad.

Se demanda la **dación en pago**¹⁶ de forma obligatoria en este tipo de procedimientos, ya que el código de buenas prácticas planteado por el gobierno no está siendo aplicado por la gran mayoría de entidades financieras.

El gobierno, en vista de los acontecimientos, legisla y aprueba el 15 de noviembre de 2012 el R.D. Ley 27/2012, en el que se establece una moratoria en la parte final de los procesos de ejecución que cumplan unas estrictas condiciones. En la siguiente tabla se puede observar un esquema de los objetivos y condiciones que han de cumplir los afectados por desahucios para poder acogerse a esta moratoria.

Las estimaciones a principios de 2013 rondan los **400.000** desahucios desde el inicio de la crisis y el Banco de España, en un informe presentado al gobierno espera que se produzca un aumento del 30% para 2013. Este elemento marca la actualidad social española y entre la población aumenta el temor a perder la vivienda. Para todo aquel que no dispone de ella, le va a resultar mucho más difícil decidirse a adquirirla, debido a la inseguridad laboral primera y jurídica después. Siendo un elemento muy perjudicial para las futuras operaciones de la SAREB y del resto de entidades con activos inmobiliarios.

Las medidas, su objetivo y las condiciones para acogerse al R.D.Ley se ofrecen en la figura F25.

<p>R.D.L. 27/2012, de 15 de noviembre.</p> <p>MEDIDAS URGENTES PARA REFORZAR LA PROTECCIÓN A LOS DEUDORES HIPOTECARIOS</p>	<p>1.- OBJETIVO PRINCIPAL</p>
	<p>LA SUSPENSIÓN INMEDIATA Y POR UN PLAZO DE 2 AÑOS DE LOS DESAHUCIOS DE LAS FAMILIAS QUE SE ENCUENTREN EN UNA SITUACIÓN DE ESPECIAL RIESGO DE EXCLUSIÓN</p>
	<p>1.- CONDICIONES PARA ACOGERSE</p>
<ul style="list-style-type: none"> - NO SE MODIFICA LA LEY HIPOTECARIA, NI EL CÓDIGO CIVIL, NI LA LEY DE ENJUICIAMIENTO CIVIL - VAGA REFERENCIA A LA POSIBILIDAD DE MODIFICAR LEGALMENTE EL SOBREINDEUDAMIENTO - APLICACIÓN REAL SOBRE UN NÚMERO REDUCIDO DE AFECTADOS, DEBIDO A LAS EXIGENCIAS IMPUESTAS - NO TIENE CARÁCTER RETROACTIVO - PROPÓSITO DE VIVIENDA SOCIAL EN ALQUILER, NADA CONCRETO - ESTABLECE LA DOCUMENTACIÓN A APORTAR PARA PODER INICIAR EL PROCEDIMIENTO. 	<p>1ª CONDICIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - FAMILIAS NUMEROSAS - FAMILIAS MONOPARENTALES DE 2 HIJOS - FAMILIAS CON UN MENOR DE 3 AÑOS - FAMILIAS CON PARIENTE DISCAPACITADO (3er. GRADO MÁXIMO) SUPERIOR AL 33% O INCAPACITADO PARA ACTIVIDAD LABORAL - FAMILIAS CON EL DEUDOR EN PARO Y SIN NINGÚN TIPO DE PRESTACIÓN POR DESEMPLEO - FAMILIAS CON UNA VÍCTIMA DE VIOLENCIA DE GÉNERO, SIEMPRE QUE LA VIVIENDA SEA SU RESIDENCIA HABITUAL <p>2ª CONDICIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - INGRESOS FAMILIARES INFERIORES A 1597€/MES <p>3ª CONDICIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - QUE EL PAGO DE LA HIPOTECA HAYA AUMENTADO SIGNIFICATIVAMENTE CON RELACIÓN A AL RENTA, 1,5* RENTA NETA - QUE LA CUOTA DE LA HIPOTECA SEA SUPERIOR AL 50% DE LOS INGRESOS NETOS - QUE LA HIPOTECA SEA SOBRE LA VIVIENDA HABITUAL - QUEDAN FUERA DE LA UNIDAD FAMILIAR LOS CONYUGES SEPARADOS LEGALMENTE <p>ACREDITACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - PERCEPCIÓN DE INGRESOS POR LOS MIEMBROS DE LA UNIDAD FAMILIAR - NÚMERO DE PERSONAS QUE HABITAN LA VIVIENDA - TITULARIDAD DE LOS BIENES

Figura F25- Resumen moratoria hipotecaria española.

Fuente: Elaboración propia con datos del RDL 27/2012 de 15 de noviembre, (2012).

El R.D. Ley también establece que el gobierno debe instar a las entidades financieras a crear una bolsa de viviendas que se destinará al alquiler social, para ello se inician negociaciones con estas entidades para tratar de concretar esta medida social.

(16) *La dación en pago se define como la transmisión, al acreedor o a los acreedores, del dominio de una cosa en compensación de una deuda.*
Fuente: Real Academia de la Lengua, (2012).

No existe una reglamentación específica ni mecanismo para obligar a las entidades a llevarlo a cabo.

Según el diario ABC los desahucios en Europa se regulan como se establece en la figura F26.

GESTIÓN DE LOS DESAHUCIOS EN EUROPA			
ALEMANIA	FRANCIA	REINO UNIDO	ITALIA
<ul style="list-style-type: none"> - La dación en pago no es habitual - Subasta forzosa pero con el propietario dentro, no se puede echar a nadie. - El propietario pasa a ser inquilino tras el proceso y el nuevo propietario ya puede iniciar trámites de desalojo. - Lo normal es que el antiguo propietario venda la vivienda pague la hipoteca y se vaya de alquiler. - En las ciudades entre un 60-85% vive de alquiler. - El gobierno paga a todo aquel que no puede costeárselo (HARTZ IV) 380€/mes de arriendo de vivienda, sin límite temporal- El dueño cobra seguro el alquiler. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se producen al año más de 100.000 expulsiones. Pero con una tregua entre noviembre y abril. - Basta el adeudo de 2 mensualidades para iniciar un proceso de expulsión. - Se contratan seguros antes de comprar una casa, para el riesgo de quedarse en el paro. - Existen medidas previas como el derecho a firmar cheques a partir del 2 impago. - Tras un trimestre de impagos se invita a escalar la deuda. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entre 2008 y 2011 más de 160.000 personas han perdido su casa. - 7 de cada 10 viviendas son en propiedad y el 45% está hipotecada. El 10% de la población tiene problemas para pagar la hipoteca, ya que el 40% depende de 2 sueldos. - Se obliga a los bancos a ser justos y dar opciones de pagos. El juez valora esas alternativas y en 8 semanas dicta orden de posesión. - En 2008 se incrementaron un 31% los desahucios -- Entró en vigor el Protocolo de Acciones previas -- Actuar de forma justa y razonable y fomentar los contactos prejudiciales. 	<ul style="list-style-type: none"> - Situación particular, se han dado hipotecas por el 60% del valor y excepcionalmente por el 80% con muchas garantías. No ha habido burbuja inmobiliaria. - Si no se puede pagar la ley permite la suspensión hasta un año, aunque se puede negociar y reducir la cuota durante un tiempo. - Si no se puede pagar el juez puede poner la vivienda en subasta. Quien se la queda paga la hipoteca y el dinero restante para el antiguo propietario. - No hay alquiler social, ellos prefieren la compra. El 85% de ellos lo hace.
BÉLGICA	PORTUGAL	GRECIA	NORUEGA
<ul style="list-style-type: none"> - La ley protege al propietario – fomenta el mercado de alquiler. Los bancos no tienen limitaciones para la concesión de hipotecas, solo se limita la subida del interés en los créditos variables al IPC. - Desempleo en tasas muy razonables, poco problema para la gente. (Paro indefinido) - Si hay un impago el banco intenta negociar y acaba con un aplazamiento. Si no se pudiera seguir pagando el juez subasta y con la venta se paga al banco. En caso de no cubrir, el banco asume la pérdida y el propietario se añade a una lista de mal pagador – dificultad para obtener otro crédito. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ha entrado en vigor la nueva ley hipotecaria con un régimen especial hasta 2015 - Carencia de uno o dos años, reducción del spread hasta 0.25%, prórroga de plazo amortización o préstamo adicional: - Uno de los cónyuges en paro o con reducción superior al 35% Se admite la dación en pago (Valor de tasación + cantidades entregadas) >= deuda – OK Pero si no se cubre con la hipoteca la deuda se seguirá, en la parte no amortizada. 	<ul style="list-style-type: none"> - En 2010 se legisla porque hay muchos desahucios. – Antes de procedimiento judicial hay que intentar acuerdos extrajudiciales. - Protege la vivienda principal del deudor, las restantes sí. El valor de la vivienda no puede exceder una cuantía en función del tipo de familia y nº de hijos. Generalmente se llega a un acuerdo y se congela la hipoteca por un período. 	<ul style="list-style-type: none"> - En caso de impago el propietario es forzado a vender. Pero es la corte quien garantiza que se hará de acuerdo a condiciones de libre mercado. En 6 semanas se realiza la venta y se saldan las deudas.

Figura F26- Resumen de tratamiento de los desahucios en distintos países de la zona euro.

Fuente: Elaboración propia con datos del artículo: "Así se regulan los desahucios en Europa" www.abc.es (14-11-2012).

3.3.1.4. OFERTA

Determinar la oferta real de viviendas en el mercado inmobiliario español es una tarea muy compleja y fuera del alcance de este estudio, aunque sí que se revisan distintos elementos de la oferta existente para conocer cuál es su composición y como puede comportarse en el futuro. Algunos de estos elementos se describen a continuación:

Parque de viviendas

El Ministerio de Fomento realiza periódicamente un estudio sobre el parque de viviendas en el mercado español, distinguiendo entre vivienda pública y libre o entre primera y segunda residencia. En el siguiente gráfico se observa la evolución del número de viviendas existentes desde 2001 a 2011, quedando en un valor superior a los 26 millones de viviendas.

No se encuentran disponibles los datos oficiales a finales de 2012, pero si tenemos en cuenta que el ritmo de construcción en la actualidad es un 90% inferior al máximo alcanzado en 2007, podemos establecer que los datos a finales de 2012 serán ligeramente superiores a los de la gráfica.

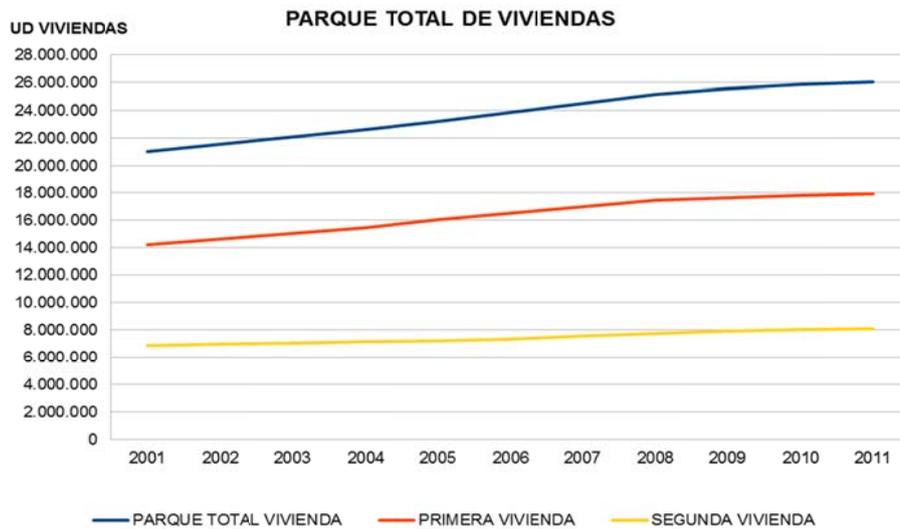


Gráfico G46- Gráfico de la evolución del parque de viviendas total, se incluye vivienda libre y protegida, también distinción entre primera y segunda vivienda. Desde 2001 hasta 2011. Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento – Informe sobre Stock de vivienda 2011. (2012)

Otra característica importante que se extrae del gráfico es el elevado porcentaje de *segunda residencia* sobre el total del parque de viviendas, superando el 28% del total. Este hecho refleja la gran cantidad de vivienda existente en provincias costeras y confiere a la oferta general una debilidad muy importante. Esto se debe a que en el parque español existe un stock de viviendas elevado y si gran parte de este stock se encuentra en determinadas provincias costeras, resultará complicado conciliar oferta y demanda en el medio y corto plazo.

Viviendas de nueva construcción

Otro factor que determinará la evolución del parque de viviendas y del stock existente, es la construcción de nuevas viviendas. Para orientarnos en este sentido podemos analizar la figura F27 donde aparece la cantidad de licencias de obras de edificación de viviendas, por año de solicitud y tipología edificatoria.

6. N° de viviendas según tipo de obra

AÑO MES	EDIFICACION DE NUEVA PLANTA				COLECTIV. Y NO RESIDENC.	OBRAS DE REHABILIT. TOTAL (2)	OBRAS DE DEMOLICION TOTAL (3)	TOTAL VIVIENDAS (1+2-3)
	TOTAL (1)	EDIF.RESIDENC.DEST.A VIV.FAMILIAR						
		TOTAL	UNIFAM.	NO UNIFAM.				
2012(julio)	33.763	33.728	11.001	22.727	35	3.928	4.474	33.217
2011	76.005	75.894	25.982	49.912	111	9.518	7.798	77.725
2010	91.645	91.509	28.932	62.577	136	11.704	8.716	94.633
2009	130.546	130.418	31.949	98.469	128	13.465	9.894	134.117
2008	268.435	267.876	63.352	204.524	559	16.984	15.842	269.577
2007	634.098	633.430	127.058	506.372	668	19.796	29.758	624.136
2006	737.186	734.978	163.569	571.409	2.208	23.128	32.421	727.893
2005	604.345	603.633	148.441	455.192	712	20.893	24.572	600.666
2004	544.578	543.518	134.508	409.010	1.060	21.099	22.184	543.493
2003	471.455	471.000	123.329	347.671	455	17.029	17.750	470.734
2002	403.789	403.271	106.423	296.848	518	13.980	15.927	401.842
2001	394.682	393.827	106.997	286.830	855	14.708	16.197	393.193
2000	440.065	439.682	117.598	322.084	383	14.147	15.006	439.206

Figura F27- Tabla sobre número de licencias según tipo de obra de edificación de vivienda. Valores nacionales actualizados a julio de 2012.

Fuente: Ministerio de Fomento / colegio de arquitectos– www.fomento.es, (2012).

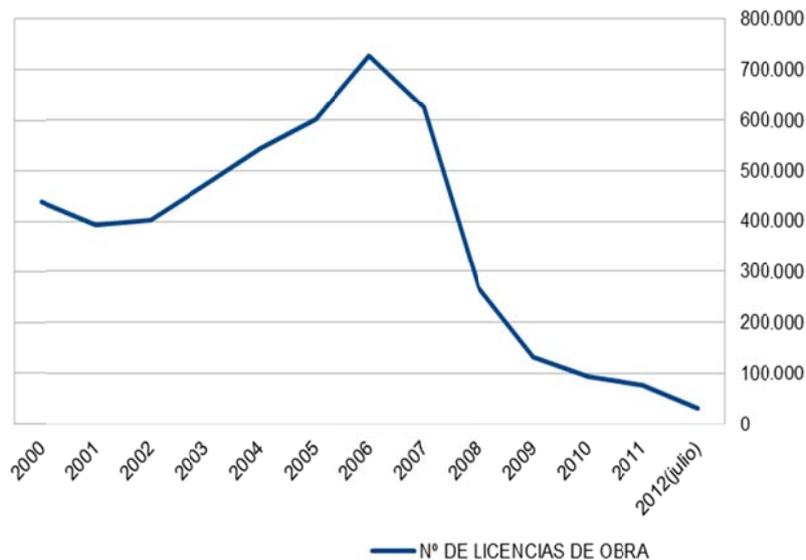


Gráfico G47- Gráfica evolución número de licencias según tipo de obra de edificación de vivienda. Valores nacionales actualizados a julio de 2012.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento / colegio de arquitectos, (2012).

La reducción en el número de licencias ha superado el 90% desde su valor máximo en 2006 y la tendencia es decreciente, por lo que resulta complicado aventurar su evolución.

Stock de viviendas nuevas sin vender

A partir de 2005 se empezó a generar una bolsa de inmuebles nuevos que no se conseguían vender, con la dinámica que llevaba el sector esta continuó creciendo hasta 2009, momento en el que finalizaron muchas de las obras iniciadas en años anteriores. A esto se unió que en plena crisis ya no se realizaban nuevos proyectos, por lo que a partir de 2010 este stock empezó a reducirse, pero a un ritmo medio del 1% anual. Esto no resulta sostenible, y los esfuerzos se centran en buscar la manera de dar salida a estas viviendas, porque de lo contrario la reactivación del sector se encuentra muy lejos de conseguirse.

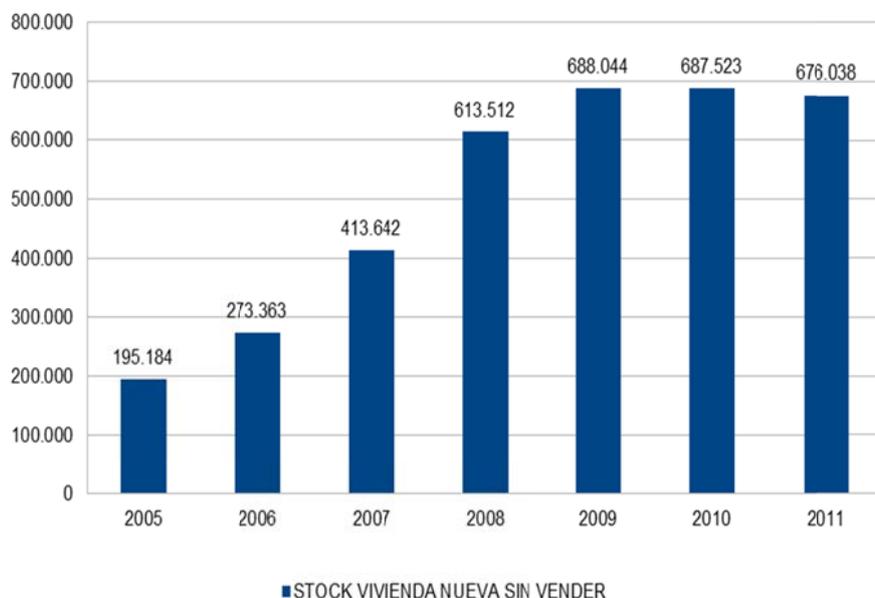


Gráfico G48- Gráfico de la evolución del stock de viviendas nuevas sin vender. Desde 2005 hasta 2011.
 Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento –Informe sobre Stock de vivienda 2011, (2012).

Este stock de vivienda se encuentra localizado geográficamente según aparece en los mapas que recoge la figura F28.

En el mapa 2 aparecen grafiados por colores los porcentajes del stock general que corresponden a cada una de las provincias. Tal y como se apuntaba en el estudio anterior sobre el porcentaje de *segunda vivienda*, las provincias con mayor porcentaje de stock corresponden a las costeras mediterráneas, que acumulan más del 51% del total.

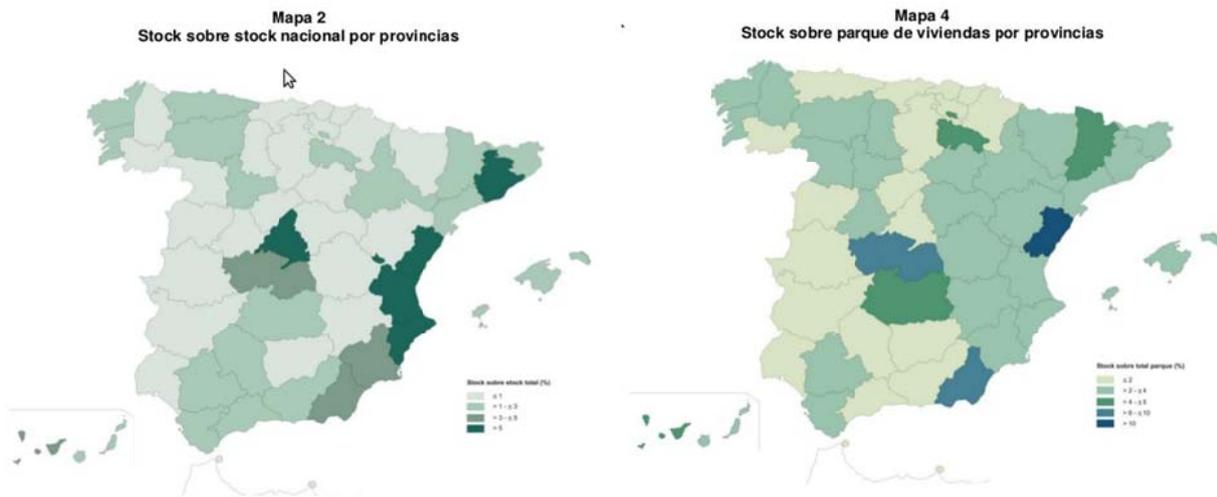


Figura F28- Mapa2 porcentaje del stock provincial sobre el total del stock nacional, estudio sobre stock de vivienda en 2011, Ministerio de Fomento. Mapa 4 porcentaje de stock provincial sobre el parque de vivienda de la propia provincia, estudio sobre stock de vivienda en 2011, Ministerio de Fomento. Fuente: Informe sobre Stock de vivienda 2011, (2012).

En el mapa 4, se representa el peso de ese stock en función del parque que tiene cada provincia, y se puede observar en que comunidades va ser más complicado absorber ese excedente en un tiempo sostenible. Existen casos en los que el stock supone el 11,99% del parque, esto sucede en la provincia de Castellón, donde el boom inmobiliario desarrolló enormes cantidades de vivienda en playas de nuevo desarrollo y que ahora están medio desiertas. Incluso se construyó un aeropuerto para permitir el acceso a esa masa de viviendas vacacionales, pero que no se ha conseguido poner en marcha debido a lo deficitario que sería.

Existen otros casos como la provincia de Toledo, Ciudad Real o Lérida que se encuentran en el interior y también cuentan con porcentajes elevados de stock sobre su parque, pero que la evolución de su población es menos importante que en otras regiones y además no cuentan con el impulso vacacional, por lo que absorber este stock también resultará complicado.

El caso de la comunidad de Madrid es algo diferente, ya que aparece con un porcentaje elevado del stock nacional, pero que este supone menos de un 2% de su parque de viviendas. Esto se debe a su elevada población, ya que aglutina un elevado número de viviendas, por lo que su crecimiento ha sido muy proporcional a sus necesidades y le resultará más fácil corregir ese pequeño desfase.

3.3.1.5. DEMANDA

La demanda en España ha sufrido grandes cambios debido a la crisis y a la evolución de la población, entre otros factores. Determinar los factores de la demanda real de vivienda

no es el objeto de este trabajo, pero sí analizar la evolución tanto del stock existente, número de transacciones y mercado de alquiler, dado que facilitará el diagnóstico de cómo puede comportarse el sector inmobiliario español y así permitirnos establecer estrategias adecuadas. En la actualidad, la demanda en España se establece en un 83% en adquisición de vivienda y un 17% en alquiler.

A continuación veremos algunos elementos de esta demanda, como son:

Stock de hogares

Según el estudio sobre la formación de hogares en España elaborado por el Ministerio de Fomento en 2009, que establece el número de hogares teórico y su proyección hasta 2013 en función de los datos proporcionados por el INE. Podemos establecer que presión social se ejerce sobre el mercado inmobiliario, aunque se trata de valores teóricos basados en estadísticas demográficas y que son afectados por el estado de crisis actual. Si observamos la variación neta de ese stock, representado en el gráfico G49, comprobamos que ha estado sufriendo un retroceso proporcional desde 2004 a un ritmo medio de un 6,7%, este hecho está relacionado con la evolución demográfica que refleja envejecimiento de la población, reducción de tasa de natalidad, retraso de la edad del matrimonio, etc. También se ve condicionado por factores económicos, como la situación de crisis prolongada que obliga a los jóvenes a retrasar sus planes de futuro, haciendo disminuir la necesidad de vivienda.

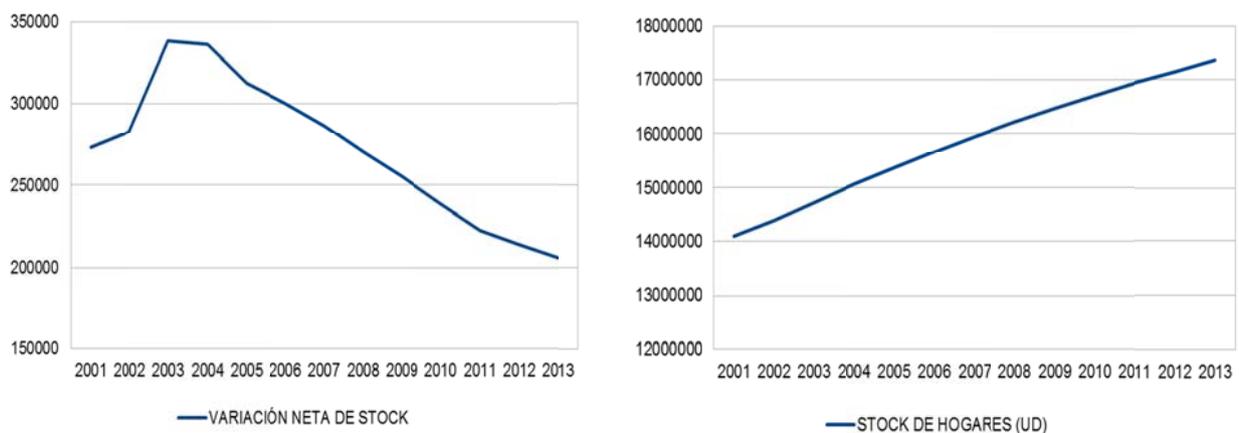


Gráfico G49- Gráficos sobre la Evolución anual del Stock de hogares y la Variación neta del stock de hogares estimados para el período 2000-2013. Utiliza datos de proyección de población según escenario 1 de largo plazo del INE.

Fuente: Elaboración propia con datos del Informe de Hogares en España 2009 - Ministerio de Fomento, (2012).

Como posible elemento positivo ante este hecho estaría la posibilidad de introducir parte del stock de viviendas existente en el mercado de alquiler, que en la actualidad se encuentra todavía en índices muy bajos de uso comparado con el resto de países europeos.

Transacciones Inmobiliarias de Vivienda

Otro punto de vista de la realidad en la que nos encontramos la muestra el propio mercado a través de las transacciones inmobiliarias de viviendas que se llevan a cabo en él.

En el siguiente gráfico se puede observar cómo ha descendido el número de viviendas transmitidas desde 2007 a 2012, en más de un 79%. La tendencia es bajista a un ritmo medio del 13,66% anual.

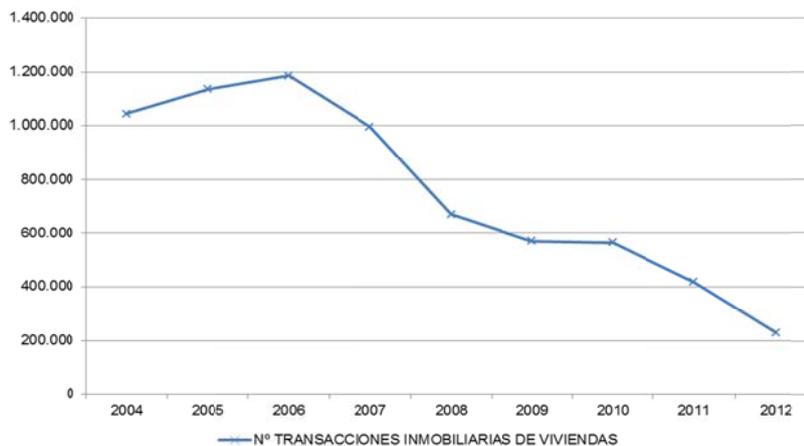


Gráfico G50- Gráfico de evolución de número de transacciones inmobiliarias de viviendas desde 2004 a 2012.

Fuente: Elaboración propia con datos del Ministerio de Fomento, (2012).

Mercado de alquiler

El mercado de alquiler puede dinamizar el sector inmobiliario ya que en la actualidad se encuentra con un volumen de operaciones muy por debajo de las que se realizan en el conjunto de los países europeos. En la actualidad el mercado inmobiliario está compuesto por un 83% de las viviendas en propiedad y por un 17% en alquiler. Es por ello que el gobierno se ha interesado en el desarrollo de legislación que posibilite su dinamización y así desviar parte del colectivo que está aplazando sus planes de adquisición de vivienda, hacia el alquiler. De este modo, se incidirá sobre el stock de vivienda existente, ayudando a su reducción en los próximos años y permitiendo a su vez la creación de hogares que en la actualidad están coartados por la crisis.

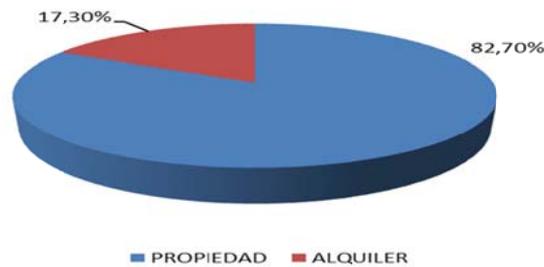


Gráfico G51- Gráfico de porcentaje de población según la tenencia de la primera vivienda en España.

Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2012).

Con este propósito el gobierno aprobó el 24 de agosto de 2012 el *Anteproyecto de Ley de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler de viviendas*. Sin duda, actuar sobre este mercado y lograr activarlo supondría una válvula de escape tanto para las entidades (Incluida la SAREB) que cuentan con un enorme parque de viviendas vacías sin vender, como para la sociedad en general que dispondría de una opción asequible para desarrollar sus proyectos de futuro.

El texto no se encuentra desarrollado, pero las principales medidas sobre las que pretende actuar están recogidas en figura F29.

<p>PROYECTO DE LEY DE MEDIDAS DE FLEXIBILIZACIÓN Y FOMENTO DEL MERCADO DE ALQUILER. 7 de septiembre B.C.Generales.</p> <ul style="list-style-type: none"> - PLANTEA MODIFICACIONES EN ALGUNAS LEYES VIGENTES - ENTRARÁ EN VIGOR CUNADO FINALICE TODO EL TRÁMITE PARLAMENTARIO - NO TENDRÁ CARÁCTER RETROACTIVO 	<p>1.- OBJETIVO PRINCIPAL</p> <p>DINAMIZAR EL MERCADO DE ALQUILER MEDIANTE SU FLEXIBILIZACIÓN, REDUCCIÓN DE PLAZOS DE CONTRATO, MEJORA DE LA SEGURIDAD JURÍDICA Y MEDIDAS FISCALES Y TRIBUTARIAS</p>
<p>2. PRINCIPALES MEDIDAS QUE CONTEMPLA</p> <ul style="list-style-type: none"> • REFORZAR LA LIBERTAD DE PACTOS, PRIORIZANDO LA VOLUNTAD DE LAS PARTES: <ul style="list-style-type: none"> - SE PODRÁ RENUNCIAR AL DERECHO DE ADQUISICIÓN PREFERENTE - SE PODRÁ PACTAR LA ACTUALIZACIÓN DE RENTA O QUE LAS MEJORAS QUE REALICE EL INQUILINO SE APLIQUEN AL PAGO DE LA RENTA • DURACIÓN DEL CONTRATO PACTADA POR LAS PARTES: <ul style="list-style-type: none"> - SE REDUCE LA PRÓRROGA OBLIGATORIA DE 3 A 5 AÑOS - SE REDUCE LA PRÓRROGA TÁCITA DE 3 A 1 AÑO • POSIBILIDAD DE RECUPERAR EL INMUEBLE SI SE DAN LAS CONDICIONES LEGALES Y TRANSCURRIDO ALMENOS 1 AÑO, SIN NECESIDAD DE QUE FIGURE EN CONTRATO • EL INQUILINO PODRÁ DESISTIR DEL CONTRATO SIEMPRE QUE AVISE CON UN MES DE ANTELACIÓN • INSCRIPCIÓN VOLUNTARIA EN EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD, GARANTIZARÁ LA POSICIÓN DEL INQUILINO • SE MODIFICA LA LEY DE ENJUICIAMIENTO CIVIL PARA AGILIZAR EL DASAHUCIO EN CASO DE IMPAGO, 10 DIAS PARA JUSTIFICAR LA SITUACIÓN 	
<p>1. MEDIDAS FISCALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • EN EL IMPUESTO DE SOCIEDADES SE FLEXIBILIZAN LOS CRITERIOS PARA APLICAR UNA DEDUCCIÓN DEL 85% SOBRE LAS RENTAS DE ALQUILER: <ul style="list-style-type: none"> - MÍNIMO 8 VIVIENDAS ALQUILADAS (ANTES 10) Y ESTAR ARRENDADAS 3 AÑOS (ANTES 7) • SE MEJORA EL REJIMEN JURÍDICO Y FISCAL DE LAS SOCIMI: <ul style="list-style-type: none"> - NO HAY MÍNIMO DE VIVIENDAS (ANTES 3) Y ESTAR ARRENDADAS 3 AÑOS (ANTES 7) - CAPITAL SOCIAL DE 5 MILLONES DE EUROS (ANTES 15M€) - BENEFICIOS DISTRIBUIBLES EL 80% DE LOS OBTENIDOS (ANTES EL 90%) - NO NÚMERO MÍNIMO DE ACCIONISTAS (ANTES 100), NO CAPITAL MÍNIMO EN CIRCULACIÓN (ANTES 25%) Y FINANCIACIÓN AJENA (ANTES <70%) - LAS SOCIMI NO TENDRÁN FISCALIDAD, LA PAGAN LOS SOCIOS POR LOS DIVIDENDOS (19%) • SE MODIFICA GRAVAMEN ESPECIAL SOBRE BIENES INMUEBLES DE ENTIDADES NO RESIDENTES, SOLO PAGAN LOS PARAISOS FISCALES 	

Figura F29- Resumen Anteproyecto de Ley Medidas de Flexibilización y Fomento del mercado de alquiler.

Fuente: Elaboración propia con datos del Boletín Oficial del Congreso 7 de septiembre de 2012, (2012)

3.4 SAREB

3.4.1. INTRODUCCIÓN

En este apartado se trata la estructura, características y funcionalidad de la Sociedad de Gestión de Activos procedentes de la Reestructuración Bancaria (SAREB), recetada por la Comisión Europea para dirigir el definitivo proceso de reestructuración de nuestro sector financiero y futuro dinamizador del mercado inmobiliario español.

3.4.2 CARACTERÍSTICAS DE LA SAREB

La Sociedad de Gestión de Activos Inmobiliarios procedentes de la Reestructuración Bancaria aparece como una exigencia de la Comisión Europea. Tras la solicitud del rescate al sector financiero, la Comisión Europea y el Gobierno de España negociaron las condiciones del proceso para obtener los fondos de ayuda. Al final de la negociación, se firmó el Memorando de Entendimiento el 20 de julio de 2012. En este documento se establece que la figura central del proceso de reestructuración ha de ser la Sociedad de Gestión de Activos y establece un calendario para su constitución. Esta sociedad recibirá gran cantidad de activos procedentes de las entidades intervenidas por el FROB y se encargará de su gestión durante los siguientes 15 años.

En el R.D. Ley 24/2012 de 31 de Agosto, Reestructuración y resolución de entidades de crédito, aparece por primera vez la SAREB y se establecen las condiciones básicas que regirán la constitución y funcionamiento de esta nueva entidad. También se inicia un proceso de incertidumbre, durante el cual los altos directivos y presidentes de las entidades de crédito tanto rescatadas como no, tratan de influir lanzando valoraciones y comunicados, en los que expresan su preocupación por cómo afectará esta entidad al sector inmobiliario, cuál será su operativa, en que centrará su estrategia y por supuesto, la valoración con que se transferirán los activos y las posibles consecuencias en función de dichos precios.

Valoración de activos

Durante la tramitación parlamentaria del Proyecto de Ley que desarrolla el R.D.Ley 24/2012 de 31/8/2012, se establece un criterio de valoración para la transferencia de activos que posteriormente se reflejará en la ley. Este se refleja en la figura **F30**, en función del tipo de activo inmobiliario.

VALORACIÓN DE ACTIVOS TRASPASADOS A SAREB			
	TIPO DE ACTIVO		DESCUENTOS
	<ul style="list-style-type: none"> • R.D.LEY 24/2012 • PROYECTO DE LEY • LEY 9/2012 DE 14 DE NOVIEMBRE 	PRÉSTAMOS	VIVIENDA TERMINADA
OBRAS CURSO			40,3%
SUELO URBANO			53,6%
OTRO SUELO			56,6%
OTROS CON GARANTIA REAL			33,8%
OTROS SIN GARANTIA REAL			67,6%
		MEDIA	45,6%
ACTIVOS ADJUDICADOS	VIVIENDA NUEVA	54,2%	MEDIA
	PROMOCIONES EN CURSO	63,2%	
	SUELO	79,5%	
		MEDIA	63,1%

Figura F30- Resumen valoración de activos en su transferencia a SAREB.

Fuente: Elaboración propia con datos nota de prensa del FROB 29-10-2012 y de 16-11-2012 sobre la ley 9/2012 de 14 de noviembre, (2012).

Características SAREB

Las principales características que definen a la SAREB han sido legisladas a lo largo de 2012 a consecuencia del rescate al sistema financiero, recogándose en los siguientes documentos:

- Memorando de Entendimiento
- R.D.Ley 24/2012
- Ley 9/2012

La Comisión Europea establece las condiciones de la Reestructuración del Sistema Financiero mediante el Memorando de entendimiento. Por su parte, el gobierno desarrolla el R.D. Ley 24/2012 que se tramita como Proyecto de Ley, y se aprueba como ley 9/2012 de 14 de Noviembre de 2012, de Reestructuración y Resolución de entidades de crédito. Esta ley permite la completa regulación de la SAREB que tiene fecha límite de creación el 31 de Noviembre de 2011. En la figura F31 se muestra un resumen de los distintos elementos que definen a esta entidad.

SOCIEDAD DE GESTIÓN DE ACTIVOS DE LA REESTRUCTURACIÓN BANCARIA (SAREB) - MEMORANDO DE ENTENDIMIENTO - R.D.LEY 24/2012 - PROYECTO R.D.LEY	1.- OBJETIVO PRINCIPAL
	PERMITIR LA SEGREGACIÓN DE ACTIVOS DE LOS BALANCES DE ENTIDADES RESCATADAS, REDUCIR LA INCERTIDUMBRE EN LA VIABILIDAD DE ESTAS, FACILITAR LA GESTIÓN CENTRALIZADA DE LOS ACTIVOS PROBLEMÁTICOS CON PLAZO DE DESINVERSIÓN DE 15 AÑOS
A.- GOBIERNO DE LA SAREB	E.- VALOR DE TRANSFERENCIA
1.- INICIALMENTE ÚNICA SOCIEDAD QUE PODRÁ CONSTITUIR FONDOS DE ACTIVOS ESPECÍFICOS 2.- ORGANOS DE GOBIERNO SEGÚN LEY PARA SOCIEDADES ANÓNIMAS, CON LOS SIGUIENTES MATICES: f. CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN – MÍNIMO 5 Y MÁXIMO 15. 1/3 INDEPENDIENTES CON PERSONAS DE RECONOCIDA HONORABILIDAD COMERCIAL Y PROFESIONAL g. COMITÉ DE AUDITORÍA Y COMITÉ DE RETRIBUCIONES Y NOMBRAMIENTOS, MAYORÍA INDEPENDIENTES h. COMITES DE DE DIRECCIÓN, DE RIESGOS, DE INVERSIONES Y DE ACTIVOS Y PASIVOS 3.- COMISIÓN ADICIONAL DE SEGUIMIENTO (MINISTERIO DE ECONOMÍA, MINISTERIO DE HACIENDA, BANCO DE ESPAÑA Y CNMV) – VIGILANCIA DE OBJETIVOS	1.- VALOR DE TRANSFERENCIA EN FUNCIÓN DE: a. VALOR ECONÓMICO REAL DE ACTIVOS b. AJUSTES ADICIONALES POR TIPOS DE ACTIVOS DEBIDO A: - ADQUISICIÓN DE ACTIVOS EN BLOQUE - COBERTURA DE DETERMINADOS RIESGOS DE SAREB - CONSIDERACIÓN DE OTROS GASTOS SOPORTADOS POR LAS ENTIDADES Y QUE AHORA PASARÁN A SAREB - PERSPECTIVAS DE DESINVERSIÓN DE DICHO ACTIVOS 2.- VALOR DE TRANSFERENCIA NO ES REFERENCIA PARA LA VALORACIÓN DE ACTIVOS NO TRANSFERIDOS 3.- ACTIVOS ADJUDICADOS DESCUENTO MEDIO DEL 63% SOBRE VALOR BRUTO DE LIBROS Y PRESTAMOS DESCUENTO DEL 45,6%
B.- ESTRUCTURA	F.- PLAN DE NEGOCIO
1.- LOS RECURSOS PROPIOS DE LA SAREB SERÁN DE 8% SOBRE EL VOLUMEN TOTAL DE ACTIVOS 2.- LA ESTRUCTURA DE CAPITAL ESTARÁ COMPUESTA POR PARTICIPACIÓN MAYORITARIA DE INVERSORES PRIVADOS Y MINORITARIA DEL FROB <50% 3.- UNA PARTE DE LOS RECURSOS SE PODRÁN INSTRUMENTAR MEDIANTE BONOS SUBORDINADOS	1.- SE ESTÁ DISEÑANDO UN PLAN DE NEGOCIO A 15 AÑOS, TENIENDO EN CUENTA LAS CONDICIONES Y SU POSIBLE EVOLUCIÓN 2.- SE TENDRÁ EN CUENTA LA CAPACIDAD DE ABSORCIÓN DEL MERCADO PARA CADA TIPO DE ACTIVO Y REGIÓN DONDE SE ENCUENTRE 3.- SE PREVÉ UNA RENTABILIDAD DE UN 14-15% SOBRE EL CAPITAL EN UN ENTORNO PESIMISTA 4.- LA EVOLUCIÓN PROPIA DEL SECTOR PERMITE TENER RESULTADOS MODESTOS INICIALMENTE Y LUEGO COMPENSAR
C.- PERÍMETRO	G.- ESTRUCTURA FINANCIERA
1.- EN LA PRIMERA FASE SE TRANSPASARÁN LOS ACTIVOS DE LAS ENTIDADES CLASIFICADAS DEL GRUPO 1: BANKIA, CATALUNYACAIXA, NOVACAIXAGALICIA, BANCO DE VALENCIA 2.- EN UNA SEGUNDA FASE SE TRANSFERIRÁN LOS ACTIVOS DE LAS ENTIDADES DEL GRUPO 3. 3.- CARACTERÍSTICAS DE ACTIVOS: c. ACTIVOS ADJUDICADOS → ACTIVOS INMOBILIARIOS CON VALOR NETO CONTABLE > 100.000€ d. PRÉSTAMOS O CRÉDITOS PROMOTOR → VALOR NETO CONTABLE > 250.000€ e. PARTICIPACIONES EMPRESARIALES → PARTICIPACIONES ACCIONARIAS VINCULADAS AL SECTOR PROMOTOR	1.- LA SOCIEDAD CONTARÁ CON LAS SIGUIENTES FUENTES DE FINANCIACIÓN: - DEUDA SENIOR AVALADA POR EL ESTADO- EMITIDA POR LA SAREB COMO CONTRAPARTIDA A LOS ACTIVOS RECIBIDOS - DEUDA SUBORDINADA Y CAPITAL ORDINARIO- SUSCRITOS POR INVERSORES PRIVADOS Y POR EL FROB
D.- TAMAÑO	
1.- EL VOLUMEN DE ACTIVOS A TRANSFERIR DEL GRUPO 1 SE ESTIMA EN 45.000 MILLONES DE EUROS 2.- TRAS LA INCORPORACIÓN DE LOS ACTIVOS DEL GRUPO 2 AUMENTARÁ EN 2013 3.- EN NINGÚN CASO EXCEDERÁ DE 90.000 MILLONES, SEGÚN R.D.LEY	

Figura F31- Resumen de características de la SAREB.

Fuente: Elaboración propia con datos nota de prensa del FROB 29-10-2012 y de 16-11-2012 sobre la ley 9/2012 de 14 de noviembre, (2012).



4. Próximos pasos



Figura F32- Calendario de SAREB establecido en el Memorando de Entendimiento.

Fuente: Nota de prensa del FROB 29-10-2012, (2012).

El Memorando de entendimiento establece los plazos y acciones a llevar a cabo durante todo el proceso de reestructuración del sistema financiero. Concretamente para las SAREB establece un calendario como el que se detalla la figura F31, en el que se establecen los principales hitos que se han de cumplir en el proceso de creación y posterior actuación de la entidad.

Constitución

Para su constitución se requiere de inversores que adquieran más del 50% de las participaciones de la entidad, porque si es el estado quién se encuentra en mayoría, el endeudamiento que le produce la inyección de fondos a SAREB se computa como deuda pública y aumenta el déficit del estado.

Se inicia una etapa contra reloj en busca de capital para completar el mínimo correspondiente al 8% de su volumen total estimado en 90.000 millones de euros, unos 7.200 millones de euros. Como el proceso se va a realizar por fases, no es necesario constituir la entidad con todo el capital, se realizarán ampliaciones de capital en función del volumen de activos transferidos.

El gobierno plantea incentivos de todo tipo para captar inversores, destacando:

- Los inversores con residencia en España tributarán únicamente al 1%, como si se tratara de una SICAV.
- Los inversores no residentes estarían exentos.
- Compromiso de modificación de la ley para que las transmisiones de SAREB se encuentren exentas del I.T.P y A.J.D.
- Se difiere la plusvalía hasta que los activos se transfieren al mercado.
- Plantean una rentabilidad mínima esperada del 14%.

Este proceso de captación de inversores no consigue los frutos deseados y finalmente, son los bancos no nacionalizados y algunas aseguradoras quienes asumirán gran parte de la aportación correspondiente a entidades privadas.

Este hecho introduce un elemento de distorsión importante en el funcionamiento de SAREB, y es sin duda el conflicto de intereses entre las entidades no nacionalizadas debido a que tiene que comercializar sus propios inmuebles y controlar a la vez las estrategias de SAREB para comercializar los suyos.

Por otro lado, los planes de reestructuración de las entidades intervenidas se aprueban el 28 de noviembre, por parte de la comisión europea, permitiendo que se puedan realizar las recapitalizaciones a partir del 12 de diciembre de 2012 y se inicien los procesos de transferencia a partir de ese momento. La SAREB se constituye en el límite del plazo para ello y lo hace como Sociedad Anónima, con un capital social de 60.000€, a la espera de la ampliación de capital de los socios e inversores.

Ampliaciones de capital

El proceso de entrada de socios se produce en 3 ampliaciones de capital, dos de ellas antes del 31 de diciembre de 2012 y la tercera el 13 de febrero de 2013. Finalmente, son las entidades financieras sanas y las aseguradoras españolas quienes junto al FROB, participan de la SAREB en su mayor porcentaje. El desembolso se establece en un **25% de capital y un 75% de deuda subordinada**. En los gráficos G52 y G53 se puede apreciar la distribución de capital en valor absoluto y en porcentaje para cada uno de los socios.

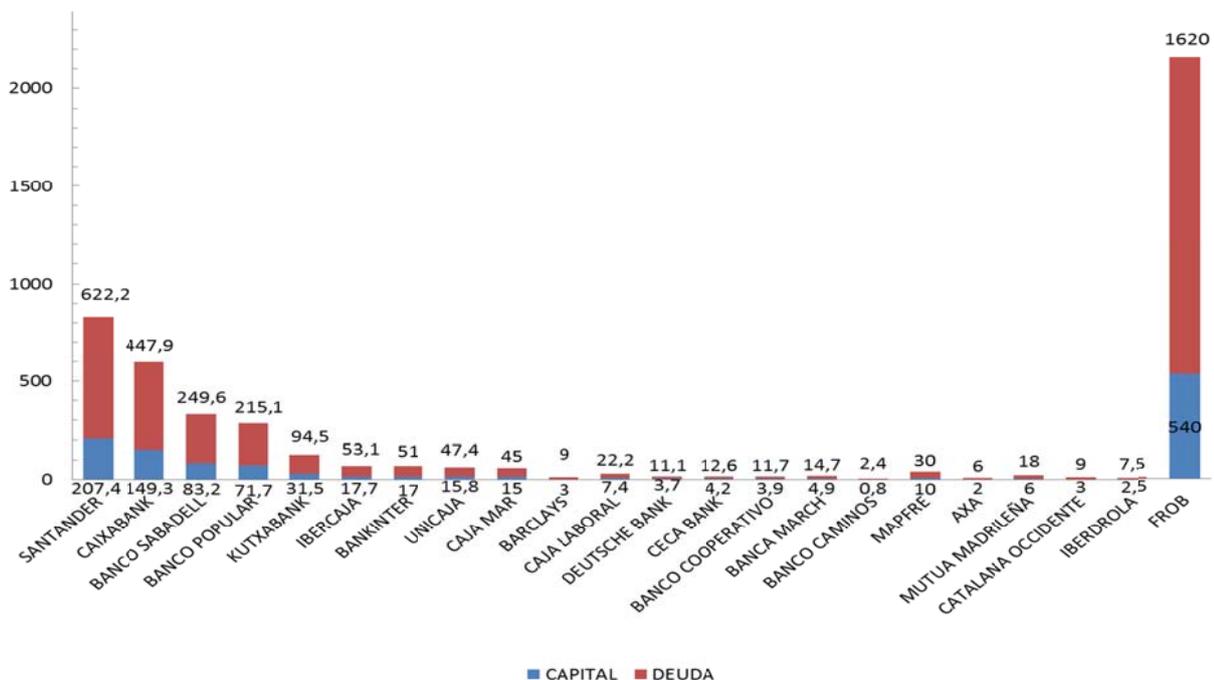


Gráfico G52- Capital social de SAREB en millones de euros, según accionistas y separado en capital directo y deuda subordinada.

Fuente: Elaboración propia con datos de las notas de prensa del FROB en informes de las distintas ampliaciones de capital. (2013).

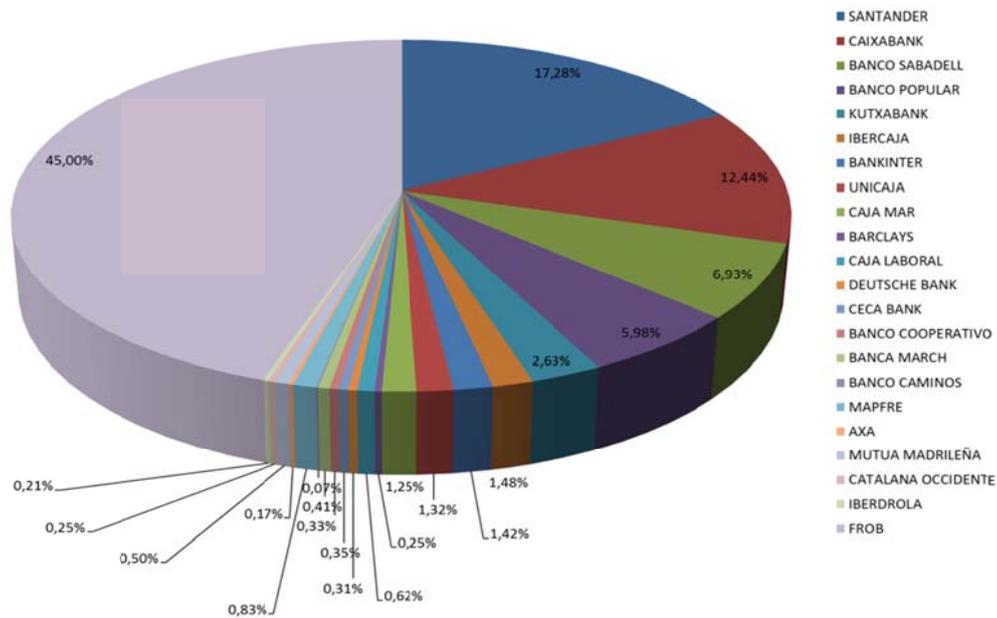


Gráfico G53- Capital social de SAREB en porcentaje según accionistas.

Fuente: Elaboración propia con datos de las notas de prensa del FROB, (2013).

	CAPITAL	DEUDA	TOTAL	%
SANTANDER	207,4	622,2	829,6	17,28%
CAIXABANK	149,3	447,9	597,2	12,44%
BANCO SABADELL	83,2	249,6	332,8	6,93%
BANCO POPULAR	71,7	215,1	286,8	5,98%
KUTXABANK	31,5	94,5	126	2,63%
IBERCAJA	17,7	53,1	70,8	1,48%
BANKINTER	17	51	68	1,42%
UNICAJA	15,8	47,4	63,2	1,32%
CAJA MAR	15	45	60	1,25%
BARCLAYS	3	9	12	0,25%
CAJA LABORAL	7,4	22,2	29,6	0,62%
DEUTSCHE BANK	3,7	11,1	14,8	0,31%
CECA BANK	4,2	12,6	16,8	0,35%
BANCO COOPERATIVO	3,9	11,7	15,6	0,33%
BANCA MARCH	4,9	14,7	19,6	0,41%
BANCO CAMINOS	0,8	2,4	3,2	0,07%
MAPFRE	10	30	40	0,83%
AXA	2	6	8	0,17%
MUTUA MADRILEÑA	6	18	24	0,50%
CATALANA OCCIDENTE	3	9	12	0,25%
IBERDROLA	2,5	7,5	10	0,21%
FROB	540	1620	2160	45,00%
	1200	3600	4800	

Figura F33- Tabla resumen del capital social.

Fuente: Elaboración propia con datos de las notas de prensa del FROB del 16-11-2012 y 29-12-2012, Informes de ampliaciones de capital por parte del FROB, (2012).

Según la figura F33, se puede comprobar que el FROB se encuentra en un 45% de participación, por debajo de las exigencias del 50%, para evitar que aumente el déficit del estado. Por otra parte, las necesidades de capital para recapitalizar al grupo 1 y el grupo 2 rondan los 52.000 millones de euros y las aportaciones del FROB los 2.160 millones de euros, sumados ascienden a un total de 54.160 millones de euros.

Esto exige un capital propio del 8% de esas necesidades, que asciende a un total de 4.332,8 millones de euros. Siendo el capital real de 4.800 millones de euros, tal y como aparece en la tabla y superior al requerido.

Consejo de administración



Gráfico G54- Consejo de Administración de SAREB.
Fuente: www.sareb.es, (2013).

Web corporativa

La SAREB cuenta desde hace poco tiempo con una web propia donde se informa de sus principales características, aunque la información resulta todavía insuficiente. El hecho de utilizar este formato de comunicación desde sus orígenes, posibilitará una ampliación progresiva de los datos a disposición de los ciudadanos, permitiendo conocer muchos aspectos importantes en su futuro desarrollo. Se muestra imagen de la web en la figura F34.

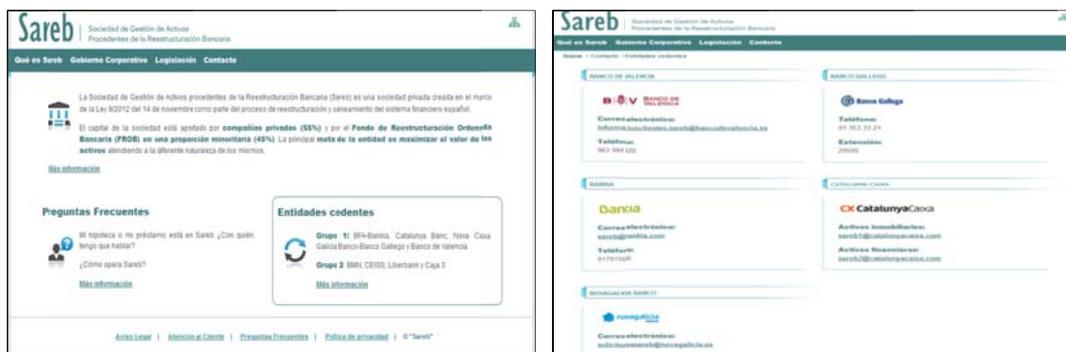


Figura F34- Capturas de pantalla de la web de Sareb.
Fuente: www.sareb.es, (2013)

3.4.3. PLAN DE ACCIÓN DE SAREB

La SAREB, en su plan de negocio, establece un programa de acciones para conseguir la desinversión en 15 años y con la que obtener una rentabilidad mínima del 14%. Para ello plantea un calendario distintas estrategias a nivel global, que más adelante seguro que matiza, cuando conozca la composición completa de su cartera de activos.

PLAN DE ACCIÓN DE SAREB	
FASE 1 6 a 18 PRIMEROS MESES (2013 Y 2014)	- COMERCIALIZAR INMUEBLES TERMINADOS MAS LIQUIDOS (2ª mano generalmente) SITUADOS EN ZONAS DE MAYOR DEMANDA
FASE 2 A PARTIR DEL PRIMER AÑO (2014)	- VENDER PISOS ACABADOS INDIVIDUALMENTE O EN PAQUETES - PLANTEAN OBTENER DEL ALQUILER DE INMUEBLES 97 MILLONES DE EUROS EN ESTE PERIODO, EN LOS 15 NOS 1.412 MILLONES DE EUROS
FASE 3 A PARTIR DE 1,5 AÑOS (2014)	- INTENTAR DAR SALIDA A VIVIENDAS EN ZONAS CON EXCESO DE OFERTA - INTENTAR DAR SALIDA A SUELO EN TERRENOS CON POCA OFERTA
FASE 4 A PARTIR DE 2016	- LAS PROMOCIONES IN ACABADAS SE PODRAN VENDER TAL CUAL O COMPLETADAS DE FORMA DIRECTA O A TRAVES DE EMPRESAS DEL SECTOR → SE PLANTEA LA DEMOLICION SI NO SALEN LOS NUMEROS.
FASE 5 ENTRE 2016 Y 2018	- SE ACOMETERA EL SUELO EN ZONAS SECUNDARIAS. EN LA ACTUALIDAD NO HAY MERCADO PARA EL
FASE 6 A PARTIR DE 2019	- SE DESARROLLARAN PARCELAS NO URBANAS
CRÉDITOS A PROMOTORES	- SUPONEN 2/3 DE LA CARGA DE ACTIVOS TOXICOS: - EN CREDITOS YA FALLIDOS --- SE PRIMARÁ LA DACIÓN EN PAGO, PARA REDUCIR COSTES JUDICIALES - EN CREDITOS SANOS --- MAXIMIZAR LA RENTABILIDAD Y REESTRUCTURAR LA DEUDA DEL DEUDOR PERO SIN DAR MÁS FONDOS

Figura F35- Plan de acción de SAREB.

Fuente: Elaboración propia datos de las Notas de prensa del FROB y web de Idealista, (2013).

3.4.4. ACTIVOS

Según datos del Banco de España y el FROB, los activos inmobiliarios de SAREB provienen, en primer lugar, de las entidades financieras del grupo 1 (BFA-Bankia, Catalunya Banc, Nova Caixa Galicia Banco-Banco Gallego y Banco de Valencia), nacionalizadas en 2012 y que realizaron la transferencia de activos antes del 31-12-2012. En segundo lugar de las entidades financieras del grupo 2 (BMN, CEISS, Liberbank y Caja 3), necesitadas de apoyo financiero y que realizarán la transferencia antes del 28-2-2013.

En el gráfico G55 se aprecian los porcentajes de activos transferidos por cada una de las entidades con respecto al total y los importes en millones de euros.

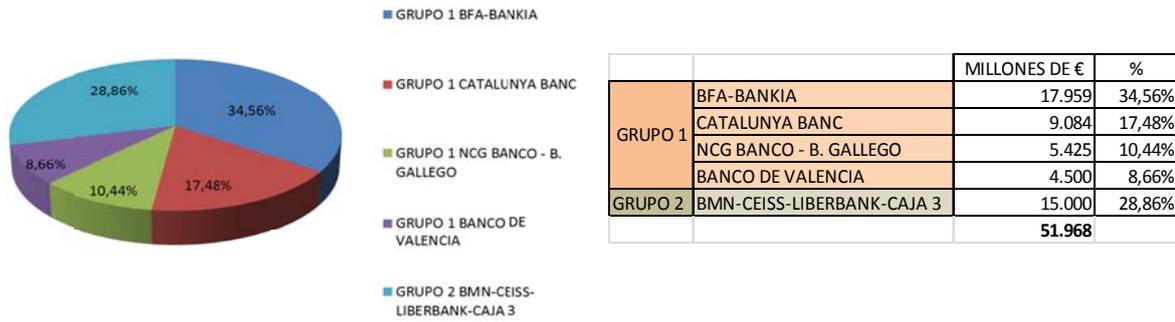


Gráfico G55- Transferencia de activos del grupo 1 y grupo 2, vista en porcentaje respecto del total.
Fuente: Elaboración propia datos de las Notas de prensa del FROB, (2012).

Los criterios de selección de activos para la transferencia a SAREB se establecen en la ley 9/2012 de 14 de noviembre y a continuación se detallan.

CRITERIO DE SELECCIÓN DE ACTIVOS		
- LEY 9/2012 - NOTA PRENSA FROB 16/11/2012	CATEGORÍA DE ACTIVO	CATEGORÍA DE ACTIVO
	BIENES INMUEBLES ADJUDICADOS	100% DE ACTIVOS ADJUDICADOS DECLARADOS AL BdeE A 30/6/2012 CON VALOR NETO CONTABLE > 100.000€
	PRÉSTAMOS A PROMOTORES INMOBILIARIOS: DUDOSOS	100% DE PRÉSTAMOS A PROMOTORES INMOBILIARIOS DECLARADOS COMO DUDOSOS A LA CENTRAL DE RIESGOS A 30/6/2012 CON VALOR NETO CONTABLE > 250.000€
	PRÉSTAMOS A PROMOTORES INMOBILIARIOS: SUBESTÁNDAR	100% DE PRÉSTAMOS A PROMOTORES INMOBILIARIOS DECLARADOS COMO SUBESTÁNDAR A LA CENTRAL DE RIESGOS A 30/6/2012 CON VALOR NETO CONTABLE > 250.000€
	PRÉSTAMOS A PROMOTORES INMOBILIARIOS: NORMALES	100% DE PRÉSTAMOS A PROMOTORES INMOBILIARIOS DECLARADOS COMO NORMALES A LA CENTRAL DE RIESGOS A 30/6/2012 CON VALOR NETO CONTABLE > 250.000€
	PARTICIPACIONES ACCIONARIAS VINCULADAS AL SECTOR INMOBILIARIO	100% PARTICIPACIONES ACCIONARIAS EN EL CAPITAL DE SOCIEDADES INMOBILIARIAS. SI PERMITEN CONTROL CONJUNTO O INFLUENCIA SIGNIFICATIVA. PREVIO ANÁLISIS.

Figura F36- Criterios de transferencia de activos a SAREB.
Fuente: Elaboración propia, datos de Nota de prensa del FROB 16-11-2012, (2012).

4. MATERIAL Y MÉTODOS

En este apartado se plantea un procedimiento con el fin de realizar distintos estudios sobre el mercado y las estrategias de comercialización en uso, para con ellos obtener resultados concretos que permitan obtener conclusiones sobre ellos.

En primer lugar se establece la muestra de estudio, que corresponde a ocho inmobiliarias pertenecientes a entidades financieras. Esta resulta una muestra representativa del conjunto de estudio, pues en ella, se encuentran representadas las principales entidades de este sector. Atendiendo al volumen de activos en España, la muestra representa al 79% de las entidades del sistema financiero español, siendo las siguientes:

BBVAVIVIENDA (BBVA)
BANKIAHABITAT (BANKIA)
SOLVIA (B.SABADELL)
ALTAMIRA (SANTANDER)
ALISEDA (BANCO POPULAR)
SERVIHABITAT (LA CAIXA)
CASAKTUA (BANESTO)
CXINMOBILIARIA (CATALUNYACAIXA)

Se establece un método de estudio que consta de las siguientes fases:

4.1. DEFINICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR INMOBILIARIO

Una vez obtenida toda la información del mercado, se tratan de identificar las principales circunstancias que puedan afectar a la evolución futura de este, con el fin de predecir sus cambios e intentar adaptar las estrategias a las necesidades reales. Se separan, mediante una matriz DAFO, los distintos elementos que caracterizan la situación en la que se encuentra el mercado inmobiliario, identificando las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas, con el fin de poder identificar y analizar las estrategias en uso.

Este estudio resulta muy práctico a la hora de comprender las decisiones que se están tomando en el sector y tratar de predecir cuales podrían ser las posibles líneas de evolución.

4.2. CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN DE ACTIVOS

Antes de abordar el estudio de las distintas estrategias identificadas durante el período de estudio, resultará interesante conocer cómo se están segmentando los activos inmobiliarios por parte de los agentes, puesto que en función del tipo de activo y sus características particulares, las estrategias para su comercialización serán muy distintas. El sector inmobiliario es muy amplio, pero la actualidad se centra en el sector financiero, debido a su complicada situación, así como a la entrada en escena de SAREB, que se adjudicará los activos de las entidades intervenidas.

En la legislación referida a SAREB, se exige a las entidades que le transfieran activos, deben adjuntar una base de datos perfectamente estructurada de dichos activos transferidos, aunque no existe un criterio estandarizado para ello.

Para identificar que segmentación de activos se está llevando a cabo por parte de las inmobiliarias en estudio, se ha seguido el siguiente procedimiento:

A- Diseño de tabla de resultados, en la que se recogen los datos de las distintas inmobiliarias. La tabla contendrá los principales criterios de segmentación en columnas y en ellas se anotarán las distintas interpretaciones que realizan las entidades, para cada criterio. También se establecerá como se gestionan esos criterios en la web, anotando a cuantos clics se encuentran desde la página principal. (N1- Página principal, N2- 2 clics, N3- 3 clics,...)

TIPOLOGÍA DE ACTIVO	COMUNIDAD	PROVINCIA	LOCALIDAD	PRECIO	SUPERFICIE	Nº HABITACIONES	Nº BAÑOS	OPERACIÓN	ESTADO	SUBTIPO	ZONA	FILTROS VARIOS 1
BBVA VIVIENDA (BBVA)												
BANKIA HABITAT (BANKIA)												
SOLVIA (B SABADELL)												
ALTAMIRA (B SANTANDER)												
ALIBERA (BANCO POPULAR)												
SERVIR HABITAT (LA CAJA)												
CASAKTUA (BANESTO)												
CXINN OBILIRIA (CA TALAYUECA)												
IDEALISTA												
FOTOCASA												

Figura F37- Tabla resultados criterios de segmentación de activos por parte de las entidades analizadas. Fuente: Elaboración propia, (2012).

B- Estos datos se obtienen de los portales web de cada una de ellas, donde tienen alojadas sus bases de datos de activos. A través de sus motores de búsqueda podemos identificar como segmentan sus activos y los gestionan. Esto resulta útil para identificar los grupos sobre los que se aplican las distintas estrategias.

C- También se toman datos de IDEALISTA y FOTOCASA, ya que son dos portales inmobiliarios con gran cantidad de visitas. De este modo se puede comparar con las de las muestras y extraer conclusiones útiles.

4.3. ESTUDIO DE ESTRATEGIAS EN USO

En este apartado se identifican, a través de las campañas de las distintas entidades en los principales medios, las estrategias puestas en marcha en el sector inmobiliario durante el período en el que nace la SAREB e inicia su actividad. De todos los agentes que intervienen en este mercado, son las entidades financieras no nacionalizadas las que más capacidad de maniobra tienen frente a las directrices Europeas y del Gobierno. Esto es debido a que controlan bolsas importantes de activos inmobiliarios propios y disponen de una participación mayoritaria de la SAREB, a la vez que ostentan la capacidad y función de financiación de la economía.

Para identificar las distintas estrategias que se están utilizando dentro del sector, se va a proceder a estudiar de los principales canales de comunicación existentes, y son los siguientes:

INTERNET, TV, PRENSA, PUNTOS LOCALES DE VENTA, VALLAS Y EVENTOS.

4.3.1. INTERNET

Las entidades financieras del país han ido implementando dentro de sus grupos empresariales inmobiliarias propias que gestionen y comercialicen sus activos inmobiliarios. Estas empresas inmobiliarias utilizan la red para alojar sus portales, puesto que gran parte de las gestiones se operan a través de Internet.

Desde la aprobación y entrada en vigor de los R.D.Ley 24/2012 de 31 de agosto y R.D.Ley 20/2012 de 13 de julio, se inició una frenética guerra en la venta de inmuebles debido a la aparición de la SAREB y cambios fiscales importantes antes de la finalización de 2012. En este sentido, se establecieron estrategias de comercialización hasta el 31 de diciembre de 2012 y a partir de esa fecha se han iniciado nuevas acciones ya pensando en el escenario actual, del que forma parte importante la SAREB.

Dentro de este apartado, se ha considerado oportuno realizar una distinción, por una parte se va a proceder al estudio de las estrategias de los portales web, y por otro lado, las estrategias de promoción y comercialización del producto dentro de la propia web e Internet

Para determinar que estrategias se utilizan en la red, se han llevado a cabo procesos de revisión y estudio en los distintos portales. En este medio se distinguen dos grandes

grupos, *las estrategias de promoción del portal y las de los productos desde el portal*, por lo que se diseñan distintos procesos para determinar cuáles están en uso y cuales no. Todos los datos se recogen en una tabla como la representada en la figura F41.

4.3.1.1 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DEL PORTAL

Los objetivos de las estrategias de los Portales web son, en un primer momento captar tráfico de visitantes, posteriormente intentar que dichos visitantes se registren como clientes dentro de su página, y de este modo conseguir la fidelización de los mismos hasta el momento en el cual toman la decisión de adquirir un inmueble.

ATRACCIÓN DE TRÁFICO

En la actualidad, como todos sabemos el medio más utilizado para la búsqueda de información es Internet y por ello, es importante que cuando un usuario realice una búsqueda, sea su web la primera o de las primeras en aparecer, esto es lo que se denomina posicionamiento en el buscador del sitio web. Debido a que **google** es el buscador con la cuota de utilización en España del 95%, se va a realizar el estudio de las distintas estrategias del portal web a través de dicho buscador.

1.1. SEO Y SEM

Hay dos opciones para el posicionamiento de las webs, por un lado está el “orgánico y natural” denominado **SEO**¹⁷, que es cuando realizamos una búsqueda en *google* las webs que aparecen en las páginas de resultados; y, por otro lado, tenemos el posicionamiento por medio de **enlaces patrocinados o SEM**, que consiste en una publicidad pagada a google por medio de enlaces. A diferenciada de la búsqueda “natural”, esta aparece dentro de un cuadro en color salmón pastel y suelen estar situadas en la primera posición de la página o en una columna en la parte derecha.

(17) **SEO** (Search Engine Optimization), El posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores.

Fuentes: Guía Optimización de motores de búsqueda de GOOGLE, (2013).

Para el estudio de los casos particulares, se ha procedido a realizar búsquedas mediante determinadas palabras clave, y se ha comprobado de este modo, si se está aplicando alguna estrategia en cuanto al posicionamiento de la web, tanto natural como patrocinado, y el resultado de este estudio queda plasmado a continuación. Se han buscado las posiciones de cada una de las webs del estudio y también la de dos de los portales más importantes (IDEALISTA y FOTOCASA), con la intención de poder compararlos.

Los números indican la posición que ha ocupado cada portal en función de la palabra clave con la que se realice dicha búsqueda. Las palabras clave aparecen en la primera fila de la Figura F38.

Al no disponer de todos los datos del conjunto del mercado, la valoración será relativa a los elementos del grupo de estudio. El criterio se establece en cuatro franjas según la intensidad con la que se utilizan y siempre con carácter relativo entre los resultados obtenidos. Es decir, la web que mejores resultados obtenga se calificará como A y la que peores resultados como D. (A- Muy Buena B- Buena C-Limitada y D-Nula)

Resultado en verde aparece la que mejor posición ha ocupado para una determinada palabra clave. En el caso de enlaces patrocinados en GOOGLE, se anota su utilización o no.

Siguiendo el siguiente esquema:

BUSQUEDA PALABRAS CLAVE EN GOOGLE

	ENLACES PATROCINADOS EN GOOGLE	PISOS	PISOS DE BANCOS	PISOS DE OFERTA	PISOS DE ALQUILER	VENTA DE VIVIENDAS	OFERTAS VIVIENDA	OFERTA INMOBILIARIA	COMPRO PISO	SUBASTA DE PISOS
BBVA VIVIENDA (BBVA)										
BANKIA HABITAT (BANKIA)										
SOLVIA (B. SABADELL)										
ALTAMIRA (SANTANDER)										
ALISEDA (BANCO POPULAR)										
SERVIHABITAT (LA CAIXA)										
CASAKTUA (BANESTO)										
CKINMOBILIARIA (CATALUNYACAJA)										
	ENLACES PATROCINADOS EN GOOGLE	PISOS	PISOS DE BANCOS	PISOS DE OFERTA	PISOS DE ALQUILER	VENTA DE VIVIENDAS	OFERTAS VIVIENDA	OFERTA INMOBILIARIA	COMPRO PISO	SUBASTA DE PISOS
IDEALISTA										
FOTOCASA										

Figura F38- Tabla de resultados de búsquedas con palabras clave en google. Fuente: Elaboración propia, (2012).

1.2. VÍNCULOS PUBLICITARIOS Y ANUNCIOS CLASIFICADOS

Dentro también de las estrategias en Internet, podemos encontrar *vínculos publicitarios*, estos aparecen en distintas webs y, lo que ve el visitante de la página es un enlace que le lleva a la web genérica de la inmobiliaria del banco, puede aparecer ofertado un producto concreto o el logo de la entidad. En este caso, el visitante tiene que navegar para encontrar el producto que se adecue a sus necesidades.

Por otra parte, nos encontramos con *anuncios clasificados en portales web*, es decir, anuncios sobre inmuebles concretos que se publican en prensa o medios digitales para ofertar los distintos productos y que a las entidades financieras les interesa vender. El método que estamos aplicando propone que seleccionemos los portales inmobiliarios con más vivistas del país, para realizar un búsqueda exhaustiva de las viviendas de cada una de las inmobiliarias objeto de estudio. Siguiendo el siguiente procedimiento:

1º Se establece una lista con los principales portales inmobiliarios de España, siendo los siguientes:

IDEALISTA – FOTOCASA – GLOBALIZA – INMOBILIARIA.EL PAIS – PORTAE – YAENCONTRE – MIPARCELA – URBANIZA.

2º Se navegan estos portales para localizar tanto los anuncios clasificados como los vínculos publicitarios y se anotan en la siguiente tabla:

		BBVAVIVIENDA (BBVA)	BANKAHABITAT (BANKIA)	SOLVIA (B.SABADELL)	ALTAMIRA (SANTANDER)	ALISEDA (BANCO POPULAR)	SERVIHABITAT (LA CAIXA)	CASAKTUA (BANESTO)	CXINMOBILIARIA (CATALUNYACAIXA)
VINCULOS PUBLICITARIOS EN OTROS PORTALES									
ANUNCIOS CLASIFICADOS EN PORTALES INMOBILIARIOS	IDEALISTA								
	FOTOCASA								
	GLOBALIZA								
	INMOB.ELPAIS								
	PORTAE								
	YA ECONTRE								
	MI PARCELA								
	URBANIZA								

Figura F39- Tabla resultados en las búsquedas de vínculos publicitarios en otros portales y anuncios clasificados. Fuente: Elaboración propia, (2012).

3º Aunque se trata de una muestra muy limitada, resultan los medios de mayor difusión en la red y en este sector, por lo que si no aparecen aquí es muy probable que no se utilicen en otro, ya que lo que se busca es llegar a la gente. (También se han realizado búsquedas en muchos de los portales españoles con mayor número de visitas de la red, pero no se han localizado vínculos de ninguna inmobiliaria, ni siquiera de fuera de la lista, por lo que no se han incluido en la tabla).

Al igual que en apartados anteriores el criterio es relativo y lo aplicaremos del mismo modo. Quién más veces utilice esta estrategia se calificará como A y quien menos como D. (A- Muy Buena B- Buena C-Limitada y D-Nula), cuando estos datos se pasen a la tabla resumen general de resultados en internet.

1.3. USABILIDAD

Por último, hay un factor a tener en cuenta dentro de las estrategias de los portales web que es la *usabilidad de la web*. Para un visitante y un posible cliente o comprador potencial, es muy importante que la web sea muy clara e intuitiva y no requiera de la inversión de demasiado esfuerzo y tiempo para dar con los productos que esté buscando, porque de lo contrario abandonará la página.

Para poder analizar la usabilidad de la web, se ha llevado a cabo una prueba con grupo de 10 personas de entre 25 y 35 años. Estos con conocimientos de navegación han completado un ejercicio cronometrado y de valoración. Se les ha pedido que realicen una búsqueda en cada una de las ocho webs de entidades bancarias que se están analizando, dando de partida unos datos (los mismos para todas), midiendo de este modo el tiempo que ha sido necesario emplear para poder extraer la información requerida.

Los resultados se han anotado en una tabla como la siguiente:

- **Redes Sociales:** Facilitan la difusión de información a través de la red y a un bajo coste, permitiendo ampliar el alcance de las campañas y promociones. Las más utilizadas son: Facebook, twitter y youtube.
- **Bloggin:** Se utiliza el blog de la entidad financiera o el de la propia inmobiliaria para difundir promociones y noticias de interés para los posibles clientes.
- **APP MÓVILES:** Aplicaciones para móviles que mejoran el proceso de búsqueda de vivienda sobre el terreno, y amplían la información disponible en cualquier momento y lugar.
- **Servicios de Alerta:** Permiten establecer, a través de la web y mediante un registro previo, las características principales del inmueble deseado y así recibir avisos cuando estas condiciones se den en algún inmueble ofertado, sin necesidad de estar buscando constantemente.
- **Canales de Noticias:** Se utilizan para aumentar el interés de los usuarios por visitar dicho portal. Suelen tratar temas de decoración, nuevas disposiciones legislativas sobre la vivienda, novedades en financiación y sus condiciones, etc.

4.3.1.2 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DESDE EL PORTAL

- **Acciones en la web:** Las acciones en la web corresponden a todas aquellas estrategias que se aplican para comercializar productos desde el portal, siendo las más importantes:
 - **Campañas:** Las campañas se realizan para intensificar la presión sobre la venta de inmuebles, seleccionando un grupo de productos a los que se les aplicará algún tipo de estrategia que potenciará sus características, con el fin de llegar a un determinado target, mediante la utilización de diversos medios y durante un período de tiempo definido.
 - **Promociones de fidelización:** Se utilizan desde la web para iniciar campañas o tratar de llegar a más gente mediante el ofrecimiento de algún tipo de incentivo.
 - **Ofertas y descuentos web:** Se utilizan para promocionar inmuebles más concretos con importantes descuentos, que se publicitan en un sector del portal destacado.

- **Financiación Especial:** Condiciones especiales de financiación para facilitar la captación de clientes.
- **Guías y ayuda:** Se utilizan para facilitar los procesos de búsqueda de información e incluso formalización de pujas por inmuebles. Debido al gran uso que se hace de las plataformas web.
- **Sección de inversores:** Se utiliza esta sección para publicitar activos con características muy concretas dirigidas a inversores con elevado poder adquisitivo.
- **Acción Social:** Después de la aprobación del R.D. Ley 27/2012, las entidades financieras inician la creación de un fondo social para las familias con menos recursos.
- **Difusión de eventos:** Las campañas o promociones que corresponden a eventos puntuales tales como ferias, jornadas de puertas abiertas, muestras en showrooms, etc. se publicitan a través de anuncios o reclamos. Tratan de difundir, a través de los distintos canales de la red, la celebración de eventos en los que se va participar y para los que se ha preparado una batería de descuentos, condiciones especiales de financiación o cualquier otro tipo de promoción.
- **Subastas Online:** Es utilizada por algunas inmobiliarias, existiendo 2 modalidades, gestión directa desde el portal o a través de una web de subastas. En ambos casos funciona de forma parecida y consiste en pujar por un inmueble y esperar a que venza el plazo, entonces la entidad decide si acepta la oferta o la rechaza.

La utilización de todas estas estrategias se determina mediante la observación directa, y el proceso es el siguiente:

- 1º Analizar y navegar todos los enlaces de cada una de las webs
- 2º Realizar los procesos de registro en todas las que lo permitan
- 3º Navegar por las redes sociales en aquellas webs que las utilicen
- 4º Anotar los datos recabados en la tabla siguiente y en las de estudio de campañas.
- 5º Establecer criterio de valoración para los resultados obtenidos en la tabla y así poder ordenar las inmobiliarias de mejor a peor, según el uso de estrategias en internet.

De este modo se han obtenido los datos correspondientes a:

A - MUY BUENA B - BUENA C - LIMITADA D - NULA			BBVA VIVIENDA (BBVA)	BANKIA HABITAT (BANKIA)	SOLVIA (B. SABADELL)	ALTAMIRA (SANTANDER)	ALISEDA (BANCO POPULAR)	SERVIHABITAT (LA CAIXA)	CASAKTUA (BANESTO)	CXINMOBILIARIA (CATALUNYACAIXA)	
INTERNET	ESTRATEGIAS DE PROMOCION DEL PORTAL	ATRACCION DE TRAFICO	SEO								
			SEM								
			VINCULOS PUBLICITARIOS								
			ANUNCIOS CLASIFICADOS								
		MECANISMOS DE CONVERSION	USABILIDAD								
			REGISTRO								
			TELEFONO UNICO								
			FIDELIZACION	MAIL-MARKETING							
				REDES SOCIALES							
				BLOGGIN							
	APP MÓVILES										
	SERVICIOS DE ALERTA										
	NOTICIAS O TEMAS DE INTERÉS										
	ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y COMERC. DEL PRODUCTO DESDE EL PORTAL	ACCIONES EN LA WEB	CAMPAÑAS (web-redes-blogg-@)								
			PROMOCIONES DE FIDELIZACION								
			OFERTAS-DESCUENTOS WEB								
			FINANCIACION ESPECIAL								
			GUIAS Y AYUDA								
			SECCION INVERSORES								
			ACCION SOCIAL-MEJORA IMAGEN								
DIFUSION DE EVENTOS											

Figura F41- Tabla resumen de resultados de las estrategias detectadas a través de internet. Fuente: Elaboración propia, (2012).

El criterio para puntuar a las inmobiliarias analizadas es el siguiente:

A=1; B=2; C=3; D=4 ; SI=0 ; NO=1

Las inmobiliarias con menor puntuación serán las mejor valoradas.

4.3.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES: Tv, Radio, Prensa

Estos se identifican por observación directa y si no se ha coincidido con su publicación se tratan de localizar en la red, aunque son difíciles de documentar. Esto se debe a que se utilizan bastante poco debido a su elevado coste y durante períodos de tiempo muy cortos, solo en algunos lanzamientos de campañas muy importantes. El procedimiento en este caso será:

- 1º- Entrevista con responsable de la empresa inmobiliaria. Se le pasará una encuesta sobre los distintos medios utilizados durante la promoción de sus campañas de comercialización.
- 2º- Si no fuera posible el paso 1, se realizarán búsquedas en youtube, o en las propias webs de las entidades inmobiliarias o las bancarias, por si se localizan videos publicitarios. En caso de no encontrar referencias entenderemos que no se han usado.

	MEDIOS	
	¿QUÉ MEDIOS DE DIFUSIÓN HAN UTILIZADO EN SUS CAMPAÑAS DE OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE DE 2012?	WEB
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	
	BLOG	
	RADIO	
	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	
	FOLLETOS	
	APIs	

	MEDIOS	
	¿QUÉ MEDIOS DE DIFUSIÓN HAN UTILIZADO EN SUS CAMPAÑAS DE ENERO Y FEBRERO DE 2013?	WEB
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	
	BLOG	
	RADIO	
	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	
	FOLLETOS	
	APIs	

Figura F42- Cuestionario para los representantes de empresas inmobiliarias analizadas.
Fuente: Elaboración propia, (2012).

Por este método se han localizado campañas de **TV** actuales, aunque resulta más habitual la promoción a través de **Videos promocionales**, cuñas de **Radio** o **Anuncios en prensa**.

Los resultados obtenidos en este tipo de búsquedas se anotan en la figura **F76**, donde se distingue entre período de 2012 y 2013, debido a la influencia en el uso de estrategias que tiene la finalización del año.

Los datos de estas reuniones y llamadas se han adjuntado en el anexo 1.

4.3.3. VALLAS

Estos se identifican por observación directa, aunque son difíciles de documentar, pues has de cruzarte con ellas. Para tratar de localizar alguna se establece el siguiente proceso:

- 1º Observación directa en la calle.
- 2º- Entrevista con responsable de la empresa inmobiliaria. Se le pasará una encuesta sobre los distintos medios utilizados durante la promoción de sus campañas de comercialización, figura **F42**. Si esto no fuera posible se procederá con los siguientes pasos:
- 3º Revisar las tres entradas de la ciudad de Valencia, donde se encuentran las vallas con mayor número de impacto.(VALLAS FIJAS)
- 4º Comprobar las líneas de autobús que circulan por las zonas más concurridas. (VALLAS MÓVILES)
- 5º Comprobar vallas retro iluminadas en las principales vías.
- 6º Documentar fotográficamente. En caso de no localizarlas se entenderá que no se están usando.

También resulta un medio caro y de poco alcance, debido a que las viviendas se localizan en toda España, la mayor parte de ellas muy lejos del emplazamiento de las vallas. Suelen utilizarse para tratar de vender activos muy concretos. Se distingue entre Estáticas o Dinámicas.

Los resultados se anotan en la tabla resumen figura F76, pero el hecho de que aparezca un “NO”, no significa que no se utilicen, sino que no se ha podido constatar por ninguno de los sistemas establecidos.

4.3.4. PUNTO DE VENTA

Esta parte dispone de dos posibilidades, por un lado apoyarse en una red de APIS con tiendas físicas repartidas por todo el territorio y con personal especializado, y por otro, utilizar las sucursales como inmobiliarias físicas.

APIS y Colaboradores

Se localiza la red de Apis y se realizan las consultas sobre la utilización o no por parte de las entidades financieras, es posible localizar campañas a través de la red. Estos pueden ser nacionales o internacionales.

Sucursales Bancarias

Las entidades financieras utilizan sus sucursales para lanzar sus campañas y como vínculo entre sus inmobiliarias y los posibles clientes, para identificar su uso se ha establecido el siguiente proceso:

- 1º Realizar visitas a sucursales de las ocho entidades
- 2º Documentar la visita recogiendo trípticos y fotografías
- 3º Comprobar cómo funcionan en este sentido interesándose por adquirir una vivienda en cada una de ellas.
- 4º Los datos se anotan en la tabla de campañas, figura F76 y aparecen en el Anexo 1.

Convenios Internacionales

Este tipo de estrategias se aplican sobre determinados productos para poder llegar a TARGETS concretos en otros países. Para determinar su utilización se establece el siguiente procedimiento:

- 1º Búsqueda en Internet de este tipo de ofertas internacionales a través de todos los sistemas vistos en el apartado correspondiente.

2º Entrevista con responsable de la empresa inmobiliaria. Se le pasará una encuesta sobre los distintos medios utilizados durante la promoción de sus campañas de comercialización, figura F42.

3º Los datos se anotan en la tabla de campañas, figura F76 y aparecen en el Anexo 1.

En caso de que aparezca un “NO”, no significa que no se utilicen, sino que no se ha podido constatar por ninguno de los procedimientos planteados, por lo que se entiende que no es una estrategia principal de la entidad o al menos una estrategia abierta y pública.

4.3.5. EVENTOS

Para realizar el lanzamiento de campañas o para estimular la venta en determinados momentos, se recurre a la realización de eventos, bien sea de tipo colectivo como ferias inmobiliarias, etc. o individual como fiestas de lanzamiento, jornadas de puertas abiertas, showrooms, etc.

- En esta parte toda la documentación se extraerá de internet, debido a que las principales ferias inmobiliarias se han desarrollado a mediados de octubre de 2012 y las próximas quedarán fuera del alcance del estudio.

Los resultados se anotan en la tabla resumen F76, el hecho de que aparezca un “NO”, no significa que no se utilicen, simplemente no se ha podido constatar.

NOVIEMBRE- DICIEMBRE 2012 Y ENERO- FEBRERO 2013		EBVA/VIVIENDA (EBVA)		BANJA-REITAT (BANJA)		SOLVIA (SABADELL)		ALTAMIRA (SANANDER)		ALISEDA (BANDOLILLAR)		SERVI-REITAT (LA OPIVA)		CASAKTUA (BANEJIC)		CINQUELLARIA (CATALUNYACADA)	
		2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
MEDIOS CONVENCIONALES: TV, RADIO	TV																
	VIDEOS PROMOCIONALES																
	RADIO																
	FOLLETOS-TRIPTICOS Y PRENSA																
VALLAS	ESTÁTICAS																
	DINÁMICAS																
EVENTOS	FERIAS																
	PUERTAS ABIERTAS																
PUNTO DE VENTA	OFICINAS																
	AFIS+COLABORADORES																
	CONVENIOS INTERNACIONALES																

Figura F76- Tabla resumen de resultados de las estrategias detectadas a través medios convencionales. Fuente: Elaboración propia, (2012).

4.4. ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS

Con los datos de las distintas campañas identificadas se completa un modelo de fichas que permite su comparación entre las distintas entidades. La tabla recoge las principales características que definen cada campaña o promoción importante que ha llevado a cabo cada entidad analizada.

ENTIDAD	SLOGAN	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
ESTÍMULO	MEDIOS	
	WEB	
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
	RADIO	
	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS	
	APIs	

Figura F43- Tabla resumen de las características de las acciones o campañas estudiadas.
Fuente: Elaboración propia, (2012).

Esta tabla permite visualizar toda la información sobre la campaña de un modo cómodo y ágil. Si agrupamos todas las tablas de campañas nos ayudará a identificar las distintas estrategias que desarrollan las entidades objeto de estudio, esta información se encuentra en el anexo 3. El procedimiento general en esta fase de análisis es:

- 1º Completar tablas de características para cada acción o campaña.
- 2º Realizar análisis para cada entidad distinguiendo entre el período de 2012 y el de 2013.
- 3º Completar gráfico temporal con los datos de cada una de las acciones, distinguiendo por tipologías de acciones. Permite la comparación de estas y su coincidencia en el tiempo. Gráfico **G56**
- 4º Confección de tabla de relación de campañas, en la que se relacionan y contabilizan las campañas por tipo, los eventos, los estímulos, los targets y las influencias específicas en cada una de las campañas, figura **F77**. Permitiendo la obtención de conclusiones de un modo más claro.

Se distingue entre campañas orientadas a la venta del inmueble y destinadas al alquiler, anotándose los datos antes de la finalización del año y después, puesto que suponía un hito muy importante y diferencial.

Se señalan en rojo las campañas o promociones que han estado activas antes y después de final de año, estas solo se contabilizan una vez cuando los gráficos se refieran a valores globales. En azul se indican las campañas que han continuado activas pero modificando sus condiciones, por lo que se consideran diferentes a nivel global.

5. RESULTADOS

En este apartado se identificarán las distintas estrategias utilizadas desde que la Comisión Europea impuso, como solución, la creación de un **Banco malo** para gestionar el gran volumen de activos inmobiliarios tóxicos que se encontraban en los balances de las entidades financieras españolas.

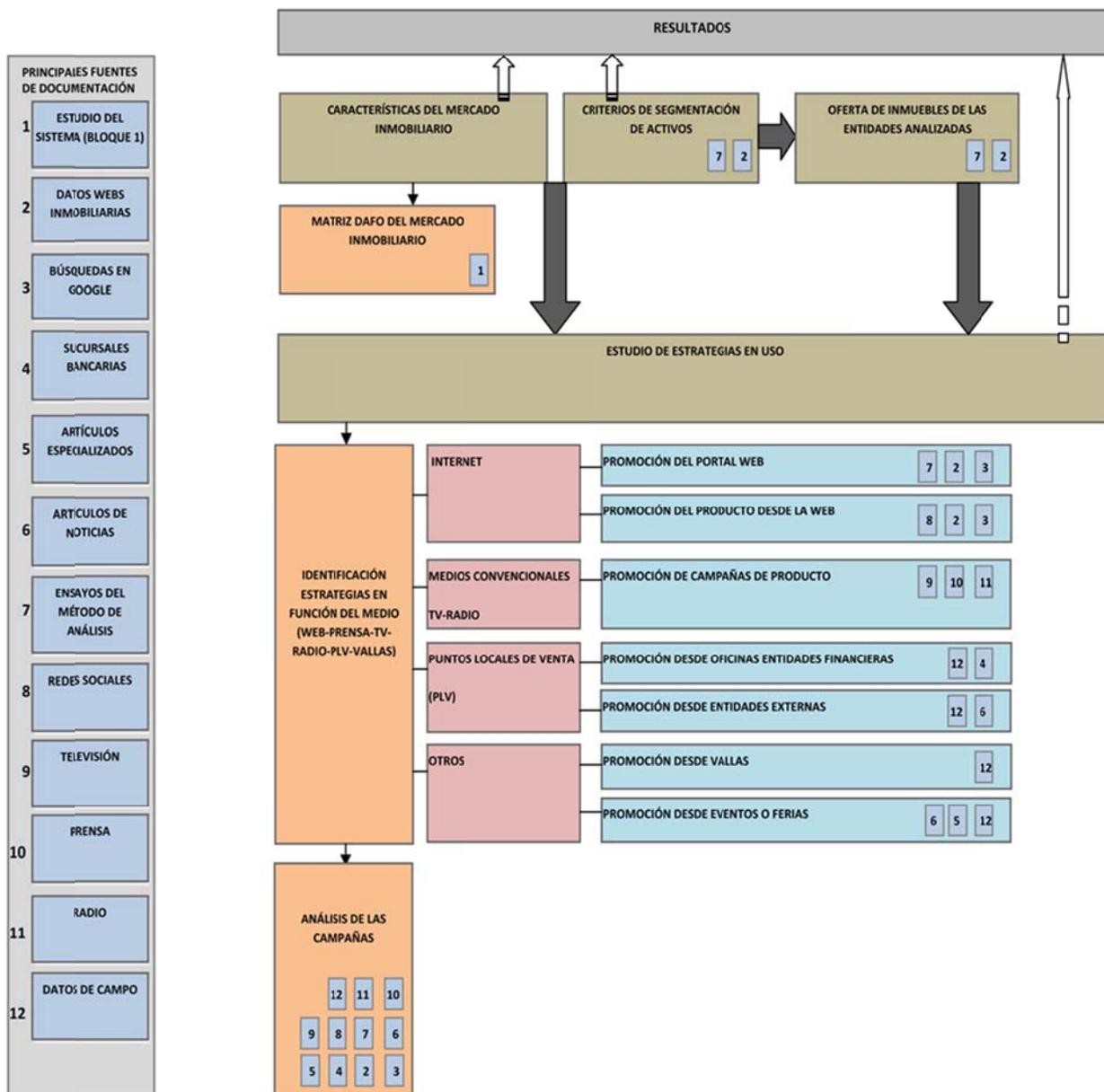


Figura F44- Esquema de flujo para el apartado de **RESULTADOS**.

Fuentes: Elaboración propia, (2013).

5.1. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO ACTUAL

De los estudios previos se obtiene la información para construir una matriz DAFO que recoge las principales características del mercado inmobiliario español en las circunstancias actuales de crisis y que queda reflejado en la figura F45.

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • FALTA DE LIQUIDEZ PARA LA FINANCIACIÓN HIPOTECARIA DEBIDO A QUE EL SECTOR HA COLAPSADO Y SE ENCUENTRA EN PROCESO DE RESCATE, NO FINANCIACIÓN INTERBANCARIA • ELEVADO NÚMERO DE VIVIENDAS VACIAS SIN VENDER, MUCHA COMPETENCIA, STOCK DE 688.000 UD • PRECIOS BAJOS DEBIDO A LA CRISIS Y A LAS QUITAS DE SAREB EN LA TRANSFERENCIA DE ACTIVOS • MONOPOLIO DE SAREB SOBRE EL SECTOR, DEBIDO AL GRAN PORCENTAJE QUE HA AGLUTINADO, CONDIONARÁ LAS FUTURAS ESTRATEGIAS DEL RESTO DE OPERADORES • CONFLICTO DE INTERESES EN SAREB, PUES LOS PRINCIPALES ACCIONISTAS SON SUS COMPETIDORES EN EL MERCADO INMOBILIARIO, LOS BANCOS NO RESCATADOS. ESTO PUEDE PROVOCAR DISTORSIONES Y TENSIONES IMPORTANTES • POCO PESO DEL MERCADO DE ALQUILER • REPARTO DEL STOCK NO CONCLUIDO CON LA DEMANDA A CORTO Y MEDIO PLAZO • EXIGENCIAS MUY ERICTRICAS PARA ACCEDER A LA FINANCIACIÓN DE VIVIENDAS, A PESAR DE QUE LAS CONDICIONES SON BUENAS • ELEVADO NÚMERO DE DESAHUCIOS, PÁNICO SOCIAL A PERDER SU VIVIENDA • POSIBILIDAD DE NUEVO AJUSTE EN LOS PRECIOS DEBIDO A LA ENTRADA DE SAREB, QUE HA ADQUIRIDO UN VOLUMEN ELEVADO DE INMUEBLES CON IMPORTANTES QUITAS 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • PRECIOS BAJOS DEBIDO A QUE LLEVA DESCENDIENDO DESDE 2007, CON UN ACUMULADO CERCAO AL 30% Y DESCENDIENDO, PERMITIRÁN UNA DINAMIZACIÓN SI MEJORA LA ECONOMÍA • MERCADO CONOCIDO Y CONIUNTO DE INMUEBLES CLASIFICADO PARA SU ADECUADA GESTIÓN • CREACIÓN DE HOGARES ESTIMADA PARA 2013 UNOS 200.000, AYUDARÁ EN LA REDUCCIÓN DE STOCK • GRAN PORCENTAJE DE PRODUCTO DE CALIDAD Y NUEVO, YA QUE SE HA CONSTRUIDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, ATRACTIVO CUANDO SE REACTIVE LA ECONOMÍA • EL SECTOR DE LUJO NO SE ENCUENTRA EN CRISIS, UNA PARTE DE LOS INMUEBLES DE ALTO STANDING PUEDEN COMERCIALIZARSE • NUEVA REGULACIÓN EN EL SECTOR DEL ALQUILER, CUANDO ENTRE EN VIGOR PUEDE DINAMIZARLO Y HACERLO CREER YA QUE SE ENCUENTRA EN UN 17% CON MUCHO MARGEN PARA EL AUMENTO. SE AYUDARÁ A RECOLOCAR PARTE DEL STOCK EXISTENTE
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • INESTABILIDAD EN LOS MERCADOS Y EN EL MARCO GLOBAL, LA SITUACIÓN PUEDE AGRAVARSE Y PLANEA EL RESCATE GLOBAL A ESPAÑA • INFORMES DEL FMI, LA OCDE Y LA COMISIÓN EUROPEA PREVEN UNA LENTA RECUPERACIÓN EN ESPAÑA, POCO INTERES SOBRE LOS INVERSORES • SAREB DISPONE DE 15 AÑOS PERO SI NO ORBTIENE RESULTADOS PUEDE INUNDAAR EL MERCADO Y HUNDIR DE NUEVO EL PRECIO • ESTADOS UNIDOS CON PROBLEMAS IMPORTANTES, ABISMO FISCAL. ES POSIBLE QUE GENERE GRAN INESTABILIDAD A CORTO Y MEDIO PLAZO • AUMENTO DEL PARO EN EL PRÓXIMO AÑO Y MAYOR EMPORRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN, PARO MENOR DE 25 AÑOS CERCA DEL 57%, PLANES DE FUTURO APLAZADOS • NUEVAS MEDIDAS DE AJUSTE QUE REDUCIRÁN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA TODAVÍA MÁS, IMPIDIENDO LA INVERSIÓN DE LA POBLACIÓN EN EL SECTOR INMOBILIARIO • DETERIORO DE INDICADORES DEMOGRÁFICOS Y DE POBLACIÓN, MENOR NECESIDAD DE VIVIENDA EN EL FUTURO • CRISIS EN EUROPA AFECTA A UNA PARTE DEL COLECTIVO DE POSIBLES CLIENTES • REDUCCIÓN DE LA INVERSIÓN EN I+D Y EN EDUCACIÓN, LASTRANDO LA RECUPERACIÓN ECONÓMICA Y SU SOSTENIBILIDAD FUTURA • EMPORRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN, MENOR PODER ADQUISITIVO DEBIDO A QUE GRAN PARTE DE LA POBLACIÓN ACTIVA ESTA EN PARO Y SUBIDA DE IMPUESTOS GENERAL • AUMENTO DE IMPUESTOS Y ELIMINACIÓN DE DESGRAVACIONES, DIRECTOS SOBRE LA VIVIENDA • ECONOMÍA EN RECESIÓN Y PRIMA DE RIESGO EN VALORES ELEVADOS • PESO IMPORTANTE DE LA POBLACIÓN INMIGRANTE, 5.000.000 Hb – PARTE VOLVERÁN A SUS PAISES • PROBLEMAS DEMOGRÁFICOS GRAVES A MEDIO Y LARGO PLAZO --- SOSTENIBILIDAD DEL SISTEMA 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • RECIENTE INYECCIÓN DE CAPITAL Y SANEAMIENTO DE LOS BALANCES DE LAS ENTIDADES NACIONALIZADAS CON 37.109 MILLONES DE €, POSIBILIDAD DE AJUMENTO EN LA FLUIDEZ DEL CRÉDITO EN EL SECTOR INMOBILIARIO • NUEVOS MERCADOS EMERGENTES CON CLIENTES RUSOS Y ASIÁTICOS QUE SE INTERESAN CADA VEZ MÁS POR INMUEBLES ESPAÑOLES Y QUE NO SE ENCUENTRAN AFECTADOS POR LA CRISIS ACTUAL • Poca ACTIVIDAD EN LA NUEVA CONSTRUCCIÓN CON UNA REDUCCIÓN DEL 90% RESPECTO A 2007, LAS NECESIDADES DE VIVIENDA ESTIMADA EN 200.000UD ANUALES EN 2013 SE ORIENTARÁN HACIA LA REDUCCIÓN DE STOCK MEDIANTE ADQUISICIÓN Y ALQUILER • BUENAS CONDICIONES DE FINANCIACIÓN, SI REUNES LOS REQUISITOS • EURIBOR EN MÍNIMOS HISTÓRICOS, CONDICIONES IDÓNEAS PARA EL ENDEUDAMIENTO

Figura F45- Tabla matriz DAFO con características del mercado Inmobiliario y elementos que lo influncian.

Fuente: Elaboración propia con los datos analizados, (2013).

Si observamos la tabla anterior, en la línea superior aparecen los criterios de segmentación generales y dentro de cada una de las casillas, cómo define ese criterio cada una de las entidades analizadas. Por otra parte, cada entidad ha establecido un sistema o motor de gestión y búsqueda, que amplía las opciones de personalización según despleguemos pantallas web, por lo que los niveles son N1-N2- N3 y N4 diferenciados por colores.

5.3. ESTUDIO DE ESTRATEGIAS EN USO

Para la identificación de las estrategias en uso se han aplicado los distintos métodos detallados anteriormente y que han posibilitado la obtención de la información que a continuación se describe. Extraída de los distintos medios empleados por las inmobiliarias para la difusión de sus campañas y promociones.

5.3.1. IDENTIFICACIÓN DE CAMPAÑAS Y ESTRATEGIAS

5.3.1.1 INTERNET

Internet resulta el medio más útil, dado que su uso está muy extendido en la actualidad y permite desde casa, acceder a toda la oferta de la mayor parte de agentes del mercado inmobiliario.

ESTRATEGIAS DEL PORTAL WEB

Dentro de la web se distinguen estrategias propias que se aplican sobre el portal y estrategias utilizadas en la comercialización de productos desde el portal. Dentro de las estrategias del portal se distinguen las siguientes: Atracción de tráfico – Mecanismo de conversión – Fidelización.

ATRACCIÓN DE TRÁFICO DE VISITANTES

SEO Y SEM

Aplicando el método descrito anteriormente se obtienen los siguientes resultados sobre la existencia de estrategias sobre el posicionamiento web en el buscador de referencia, GOOGLE. A continuación se representan varias capturas de pantalla como ejemplo de estas.

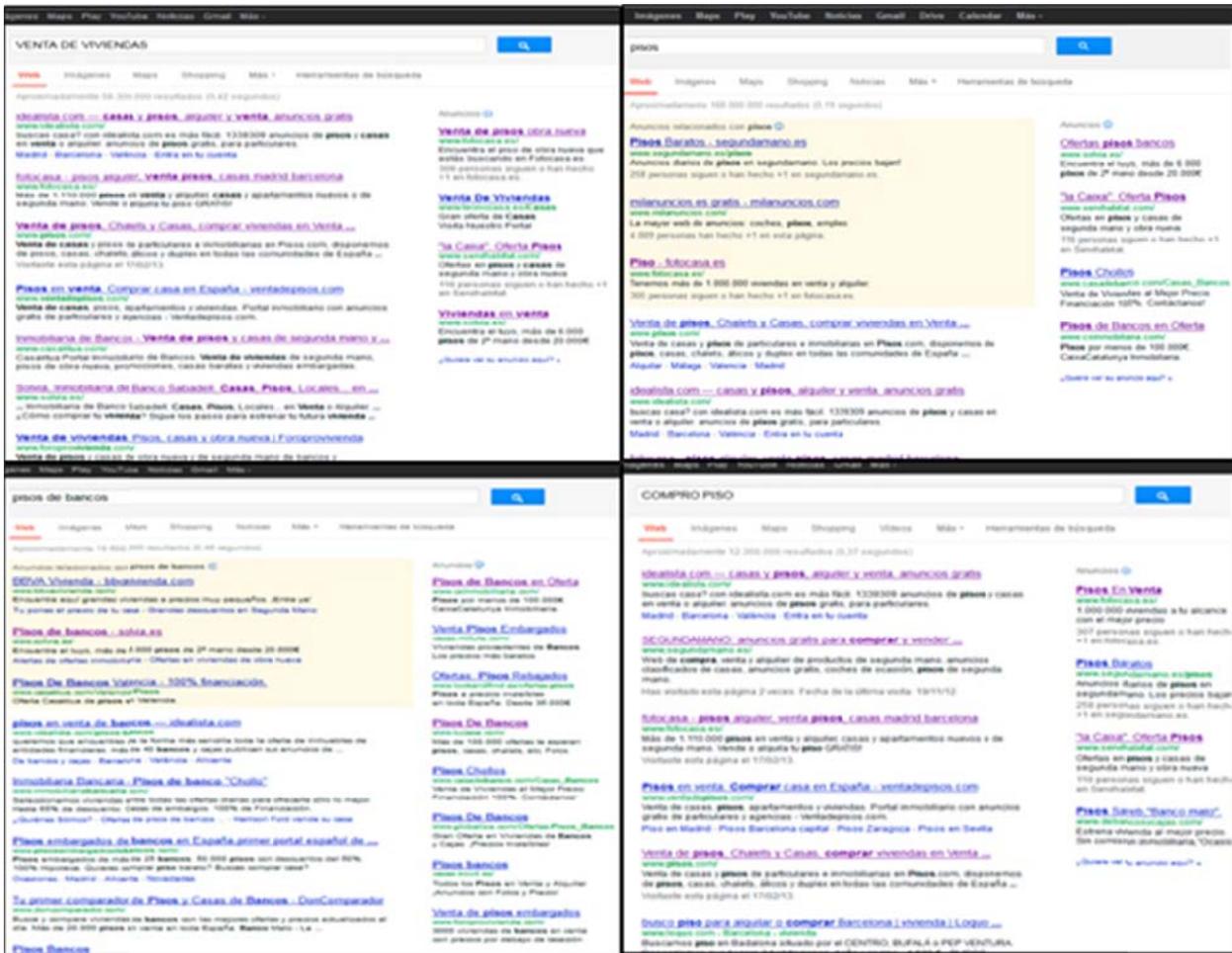


Figura F47- Búsquedas con algunas de las palabras clave elegidas para comprobación del posicionamiento de las webs, en el navegador google.

Fuente: www.google.es, (2013).

En la figura F48 se han anotado los resultados de todas esas búsquedas. Los números indican la posición que ha ocupado cada portal en función de la palabra clave con la que se realizó dicha búsqueda.

Resultado en verde aparece que mejor posición ha ocupado para una determinada palabra clave y en morado la utilización de enlaces patrocinados en google.

BUSQUEDA PALABRAS CLAVE EN GOOGLE		ENLACES PATROCINADOS EN GOOGLE	PISOS	PISOS DE BANCOS	PISOS DE OFERTA	PISOS DE ALQUILER	VENTA DE VIVIENDAS	OFERTAS VIVIENDA	OFERTA INMOBILIARIA	COMPRO PISO	SUBASTA DE PISOS
BBVA VIVIENDA (BBVA)	SI	28	519	7	54	?	5	50	11	?	
BANKIA HABITAT (BANKIA)	NO	?	427	31	504	?	34	355	?	3	
SOLVIA (B SABADELL)	SI	127	430	6	40	6	2	2	27	8	
ALMIRA (SANTANDER)	NO	?	?	308	?	?	?	?	?	?	
ALISEDA (BANCO POPULAR)	NO	?	?	?	?	420	?	420	?	?	
SERVINHABITAT (LA CAIXA)	SI	19	?	23	420	35	15	9	50	120	
CASAKTUA (BANEUSTO)	SI	226	55	15	?	5	16	21	127	80	
CXIMMOBILIARIA (CATALUNYACAIXA)	SI	?	?	55	?	?	?	?	?	?	
IDEALISTA	NO	2	1	2	1	1	6	?	1	15	
FOTOCASA	SI	4	?	?	4	2	?	?	3	?	

Figura F48- Posicionamiento de las distintas webs en el buscador google, en función de cada palabra clave.

Fuente: www.google.es, (2013).

ANUNCIOS CLASIFICADOS

A continuación se muestran algunos ejemplos de resultados de anuncios clasificados que se han localizado en distintos portales inmobiliarios españoles, y en los que se publicitan los inmuebles de las distintas inmobiliarias. Estos anuncios permiten exhibir artículos en otras webs y captar visitantes interesados hacia el portal de la inmobiliaria anunciante.

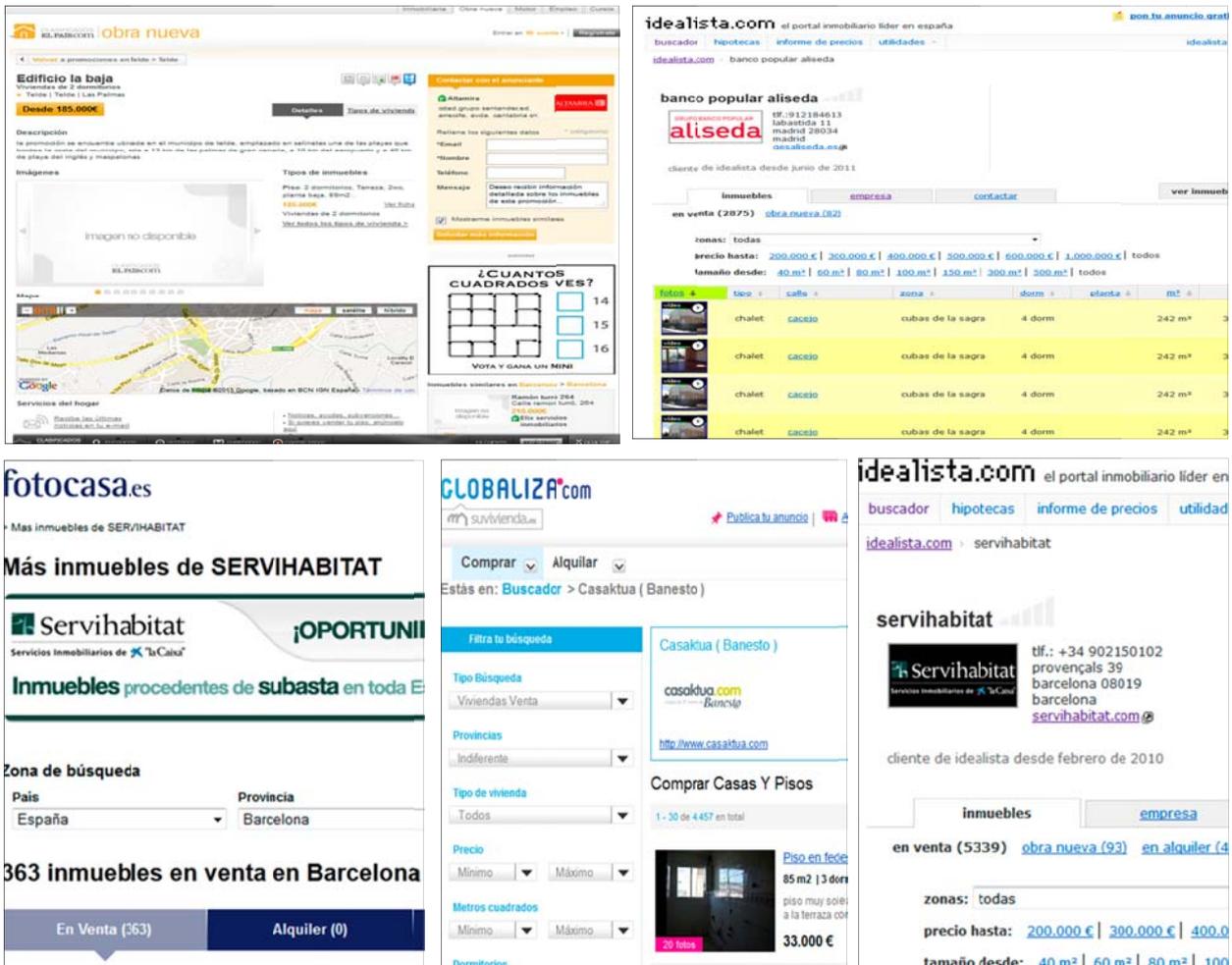


Figura F49- Búsquedas en páginas web de **anuncios clasificados** a lo largo del período de estudio. Captura pantalla arriba izquierda perteneciente a la web: www.elpais.com, arriba derecha perteneciente a la web: www.idealista.com, abajo izquierda perteneciente a la web: www.fotocasa.es, abajo centro perteneciente a la web: www.globaliza.com, abajo derecha perteneciente a la web: www.idealista.com.

Fuentes: Principales portales webs inmobiliarios en España, (2013).

Los resultados de esta búsqueda se detallan en la figura F51.

VINCULOS PATROCINADOS

En la misma búsqueda anterior se tomaron datos de los vínculos patrocinados localizados, siguiendo el procedimiento planteado en el apartado correspondiente al método. Este tipo de vínculos no suelen anunciar ofertas concretas, aunque en el caso de SOLVIA si es más común, pero si vinculan mediante el logo a la página principal de la inmobiliaria anunciante, aumentando el número de visitas en la web. La captura de pantalla de la izquierda pertenece a la web www.tucasa.com y la de la derecha pertenece a la web www.idealista.com. Se aprecian vínculos patrocinados de la gran mayoría de las entidades de estudio.

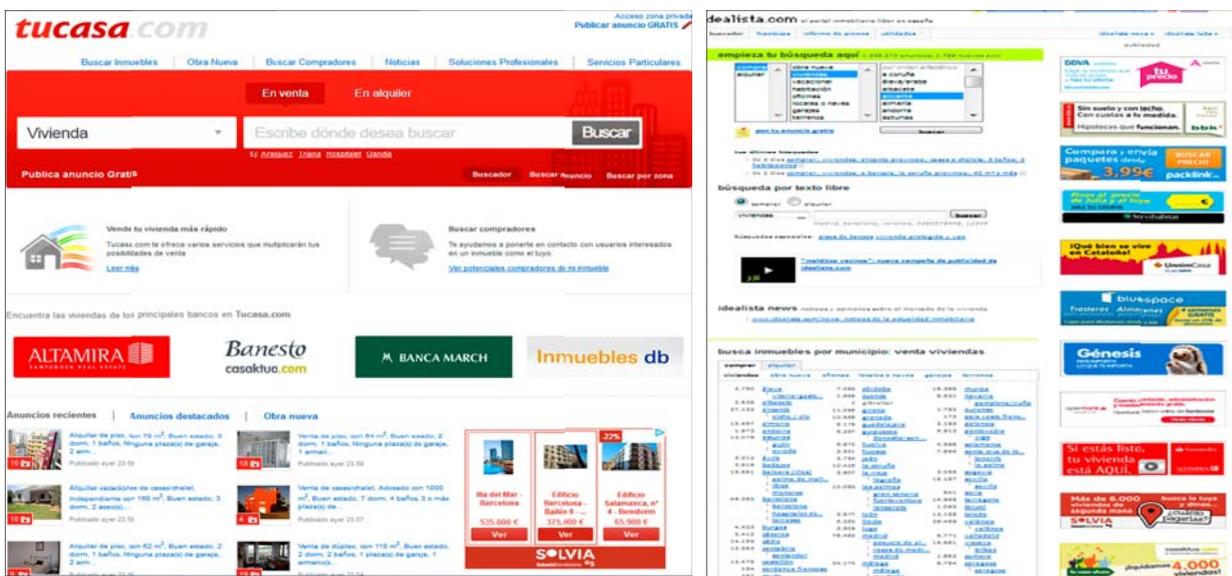


Figura F50- Resultado de búsquedas en google durante el período de estudio.
Fuentes: Principales portales webs inmobiliarios en España, (2013).

En la figura F50 se reflejan los resultados obtenidos de las búsquedas de vínculos publicitarios y anuncios clasificados siguiendo el procedimiento de estudio. Al igual que en apartados anteriores el criterio es relativo y lo aplicaremos del mismo modo. Quién más veces utilice esta estrategia se calificará como A y quien menos como D. (A- Muy Buena B- Buena C-Limitada y D-Nula)

El número que aparece en la columna de vínculos publicitarios corresponde al número de portales en los que han aparecido vínculos al realizar las distintas búsquedas. Los anuncios clasificados aparecen indicados con un “si” o un “no” en el caso de que se hayan detectado anuncios clasificados en cada uno de los portales observados.

Las búsquedas se realizan a lo largo del período de estudio.

	BBVA VIVIENDA (BBVA)	BANKIA HABITAT (BANKIA)	SOLVIA (B.SABADELL)	ALTAMIRA (SANTANDER)	ALISEDA (BANCO POPULAR)	SERVIHABITAT (LA CAIXA)	CASAKTUA (BANESTO)	CXINMOBILIARIA (CATALUNYACAIXA)
VINCULOS PUBLICITARIOS EN OTROS PORTALES	2	0	5	5	0	3	2	0
ANUNCIOS CLASIFICADOS EN PORTALES INMOBILIARIOS	IDEALISTA	NO	NO	SI	SI	SI	NO	NO
	FOTOCASA	NO	NO	SI	SI	NO	SI	NO
	GLOBALIZA	NO	NO	SI	SI	NO	SI	NO
	INMOB.ELPAIS	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO
	PORTAE	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	YA ECONTRE	NO	NO	SI	SI	NO	SI	NO
	MI PARCELA	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	URBANIZA	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

Figura F51- Tabla de resultados de la búsqueda de vínculos publicitarios y anuncios clasificados.

Fuentes: Principales portales webs inmobiliarios en España, (2013).

USABILIDAD

En el diseño de los portales se tienen en cuenta criterios de usabilidad que lo hacen más amigable a los visitantes y permiten captar mayor atención. En este caso se ha planteado un test para tratar de determinar qué grado de usabilidad tiene los portales y en consecuencia que grado de uso tiene esta estrategia.

El método a llevar a cabo está descrito en apartados anteriores y los resultados se han presentado en la figura F52. Al igual que pasa en los test anteriores el criterio sigue siendo relativo al conjunto de elementos de la muestra. En este caso es necesario establecer franjas de tiempo y puntuación. (A- Muy Buena B- Buena C-Limitada y D-Nula)

Tramo A		Tramo B		Tramo C		Tramo D	
0 - 1h 35"	67.5 - 90 pts	1h 35"-1h 45"	45 - 67.5 pts	1h 45"-1h 55"	22.5 - 45 pts	1h 55"- más	0 - 22.5 pts

Se trata de una muestra reducida, pero al menos indica que impresión causa cada una de las webs al utilizarlas para buscar inmuebles e información relativa a ellos.

MECANISMOS DE CONVERSIÓN

Son los mecanismos que se utilizan en la web para convertir las visitas en contactos. Los principales son el registro en la web y el teléfono único.

REGISTRO Y TELÉFONO ÚNICO



Figura F53- Capturas de pantalla de las webs analizadas con los mecanismos de conversión.

Fuente: Elaboración propia con capturas de las distintas webs, (2013).

Los datos en esta parte se han conseguido mediante la observación directa al navegar. Los resultados de este apartado se recogen en la tabla resumen del final del capítulo de internet.

FIDELIZACIÓN

MAIL-MARKETING

El 100% de las webs analizadas disponen de registro de datos, bien sea para establecer alertas sobre inmuebles con determinadas características o para utilizar zonas privadas de gestión de búsquedas. En ambos casos se rellena un formulario en el que es imprescindible introducir una dirección de correo electrónico. Es este correo el que será utilizado por la inmobiliaria cuando quiera difundir determinadas ofertas o campañas, así como mantener el contacto con el visitante de la web hasta que este decide dar el paso y comprar.

REDES SOCIALES

Las redes permiten difundir la información de un modo rápido y económico, a la vez que permiten mantener el contacto con el visitante hasta que decide ser cliente, es por ello que las inmobiliarias lo utilizan como parte de la promoción en sus campañas. Los principales canales utilizados son **Facebook**, **Twitter** y **Youtube**. A continuación se muestran algunos ejemplos. Los resultados se detallan en la tabla resumen de internet.



Figura 54- Capturas de pantalla de las webs analizadas utilizando redes sociales para difusión de campañas, promociones y mantener el contacto.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

BLOGGIN

Otro elemento que permite mantener el contacto y el interés de los visitantes es la utilización de un **blog**, en el que se actualizan noticias interesantes relacionadas con la vivienda o el sector en general. A continuación se muestran algunos resultados de estas búsquedas. Las cantidades se detallan en la tabla resumen de internet.



Figura F55- Capturas de pantalla de las webs Solvia y Altamira, con utilización de un blog propio o vinculado.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

APP MÓVILES

Las aplicaciones para móviles se han puesto de moda y desde ellas se pueden gestionar las búsquedas sobre el terreno, siendo una herramienta muy útil cuando se está buscando casa. Los principales portales han invertido en estas aplicaciones para conseguir dar mayor cobertura a sus futuros clientes, y estar conectados con sus móviles. A continuación se muestran algunos resultados de estas búsquedas. Las cantidades se detallan en la tabla resumen de internet.



Figura F56- Capturas de pantalla de las webs Solvia, Aliseda y BBVA vivienda, con utilización de APP para móviles.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

SERVICIOS DE ALERTA

Un elemento muy importante en la fidelización de los usuarios es la posibilidad de establecer alertas y recibir avisos cuando las condiciones establecidas se cumplan. Esta herramienta permite a ambas partes no estar pendientes una de la otra hasta el momento en que se dan las condiciones más propicias. Es ahí cuando salta la alerta y avisa al cliente. En la mayoría de portales se dispone de una zona privada para su gestión, y únicamente hay que registrarse. Los resultados se detallan en la tabla resumen de internet.



Figura F57- Capturas de pantalla de las webs Solvia, BBVAvivienda, Altamira y Bankiahabitat, con zonas de registro para gestión de búsquedas y configuración de alertas.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

CANALES DE NOTICIAS O TEMAS DE INTERÉS

Diversas webs utilizan canales de página de noticias, en los que se publica información diversa de forma continua. Suelen estar relacionados con decoración de interiores, jardinería, complementos, arquitectura ecológica, temas de gestión inmobiliaria, etc. Con ellos tratan de interesar a los clientes para que sigan visitando la web, hasta que se decidan por comprar. Es una manera de fidelizar el uso del portal. Las cantidades se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.



Figura F58- Capturas de pantalla de las webs de Altamira, Casaktua y CatalunyaCaixa, con canales de noticias e información de interés.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DESDE EL PORTAL

ACCIONES EN LA WEB

Las acciones en la web corresponden a todas aquellas estrategias que se aplican para comercializar productos desde el portal, se detallan a continuación los más importantes.

CAMPAÑAS

Las campañas se realizan para intensificar la presión sobre la venta de inmuebles, seleccionando un grupo de productos a los que se les aplicará algún tipo de estrategia que potenciará sus características, con el fin de llegar a un determinado target, mediante la utilización de diversos medios y durante un período de tiempo definido. Estas campañas utilizan también los portales web como medio de difusión de las distintas promociones y campañas. La identificación del uso de estas estrategias dentro del portal se hace directamente observando en la web o en las redes sociales asociadas al portal. Los resultados se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.



Figura F59- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales, con campañas en vigor.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

PROMOCIONES DE FIDELIZACIÓN

Se utilizan desde la web para iniciar campañas “boca-boca” o tratar de llegar a más gente mediante el ofrecimiento de algún tipo de incentivo, así como mantener a los clientes con el fin de puedan consumir en otro momento algún otro producto. Muchas de ellas se vinculan con las entidades financieras. Estas campañas pueden incluir como incentivos desde

descuentos en compras, regalos por obtener nuevos clientes, etc. Los resultados se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.



Figura F60- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales, con campañas de fidelización.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

OFERTAS Y DESCUENTOS WEB

Este apartado se refiere a inmuebles más concretos con importantes descuentos, que se publicitan en un sector del portal destacado. Es una modalidad muy extendida en las webs inmobiliarias y se refiere a los anuncios destacados del portal. Los resultados se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.

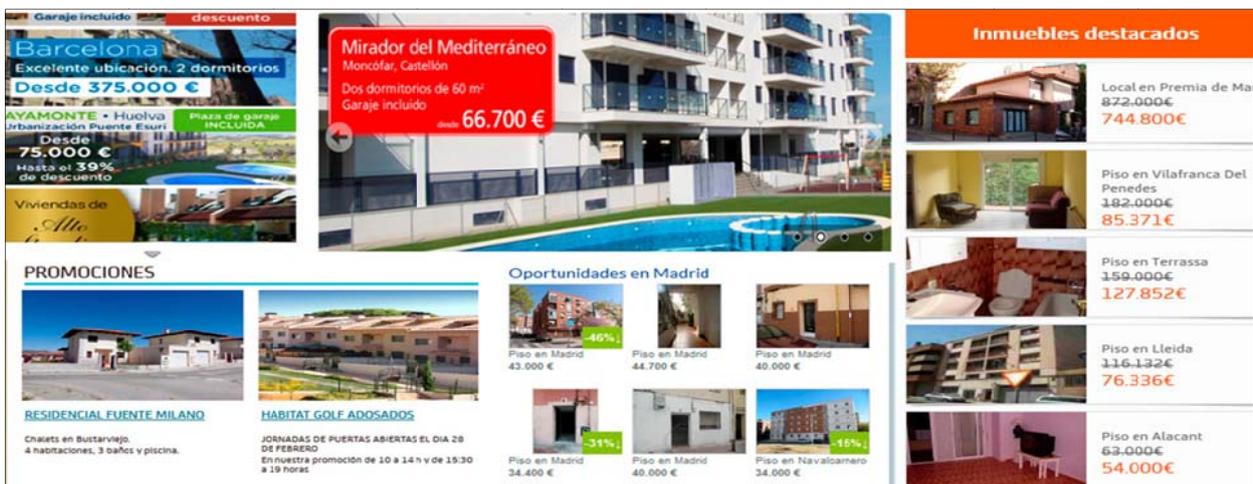


Figura F61- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales, con ofertas destacadas.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

FINANCIACIÓN ESPECIAL

En la actualidad la financiación en buenas condiciones y flexible es casi tan importante como disponer de un precio de venta muy competitivo, por lo que las entidades de crédito facilitan soluciones financieras a los clientes de sus inmobiliarias. Estas condiciones de financiación se publicitan en los portales web, puesto que también son factores a tener en cuenta a la hora de decidirse por uno u otro inmueble. Los resultados se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.

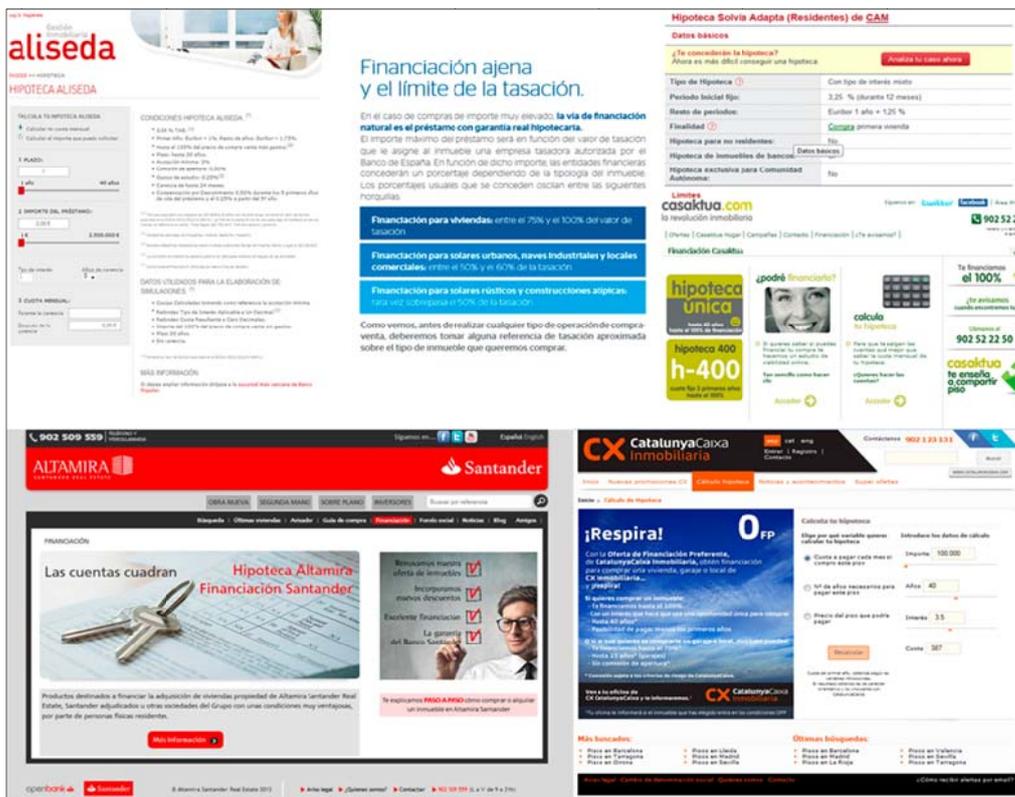


Figura F62- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las publicaciones sobre los sistemas de financiación planteados.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

GUÍAS Y AYUDA

Las inmobiliarias estudiadas utilizan la web como enlace con sus clientes, debido a que no disponen de red de oficinas propias repartida por todo el territorio. Muchos de sus posibles clientes visitan sus webs y seleccionan los inmuebles que les interesan, en estos portales se incluyen manuales y ayudas que les guían de forma ágil y rápida durante el proceso de búsqueda, concierto de visitas e incluso reserva y compra o alquiler del inmueble deseado. Se

trata de herramientas muy útiles que dinamizan la atención al público y suponen a la vez un ahorro en personal. Por otra parte, al utilizar las oficinas bancarias como puntos de captación de clientes los agentes que les atienden no son expertos inmobiliarios y a través de este soporte en la web son capaces de presentar las distintas opciones y luego derivar a los interesados hacia las inmobiliarias.

Se han visitado las distintas páginas buscando las guías y ayudas existentes en cada una de ellas. Los resultados de los resultados se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.

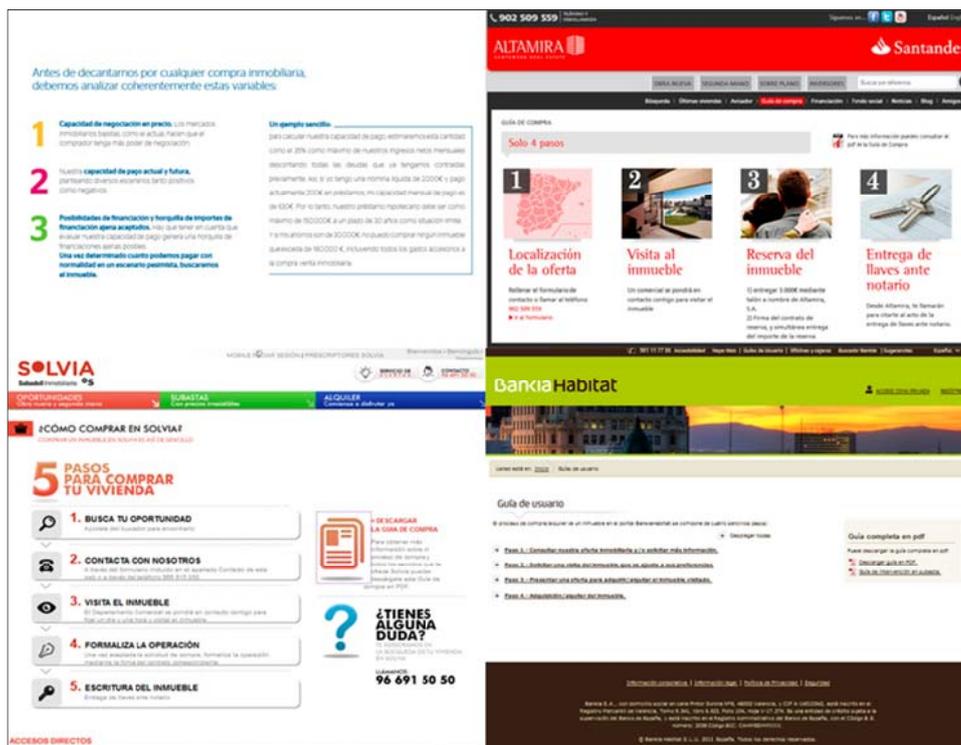


Figura F63- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las páginas de ayuda y guías. Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

SECCIÓN INVERSORES

Dentro de las estrategias utilizadas por las distintas entidades, encontramos algunas que seleccionan determinados activos con características concretas (Promociones por finalizar, Suelo, Complejos industriales, Hoteles, Locales, etc.) y los publicitan en una sección especialmente diseñada para inversores. En este apartado web, se trata de modo especial y muy personalizado a este tipo de clientes, facilitándoles condiciones especiales, documentación más específica, reuniones a alto nivel, etc. Con tal de sacar al mercado un determinado grupo de activos y dirigirlo a un Target muy concreto. Se han buscado las webs que utilizan esta estrategia desde el portal y los resultados se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.

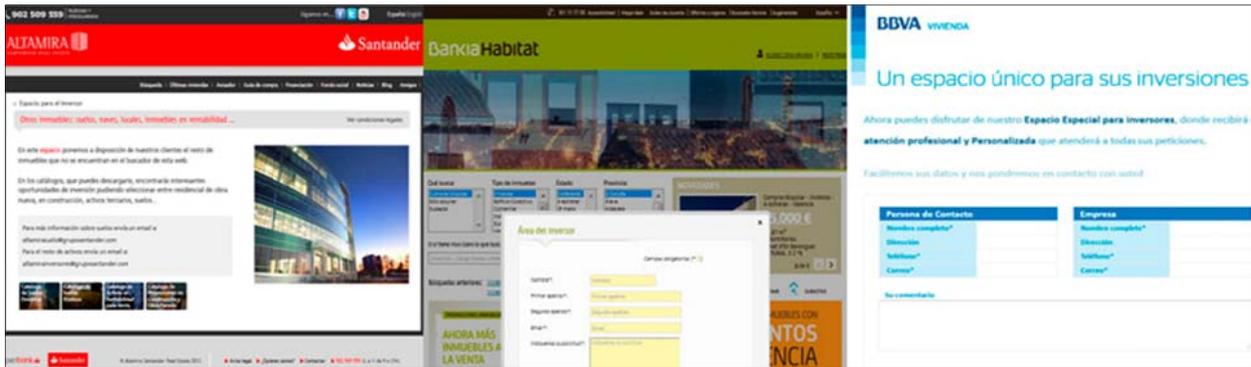


Figura F64- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las páginas dedicadas a inversores

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

ACCIÓN SOCIAL – MEJORA DE IMAGEN

En vista de la situación en la que se encuentra una parte importante de la sociedad española, el gobierno legisla y aprueba el 15 de noviembre de 2012 el R.D. Ley 27/2012, en el que se establece una moratoria en la parte final de los procesos de ejecución. También se incluye una recomendación para que se cree un fondo de vivienda social con la participación de las entidades financieras, en el que estas aportarán inmuebles para alquilar en condiciones asequibles. Este fondo ya se ha creado y distintas entidades se han adherido a él aportando inmuebles, algunas publicitan este hecho para mejorar su imagen y a su vez sacan al mercado una parte de sus inmuebles que por ubicación y estado tenían muy poco mercado. Se han visitado las webs donde se publican estas campañas, en este apartado únicamente hemos contabilizado las entidades que lo publicitan, ya que hay otras como el BBVA que han aportado 900 viviendas al fondo pero no hacen campaña con ello. Los resultados se detallan en la tabla resumen de internet.

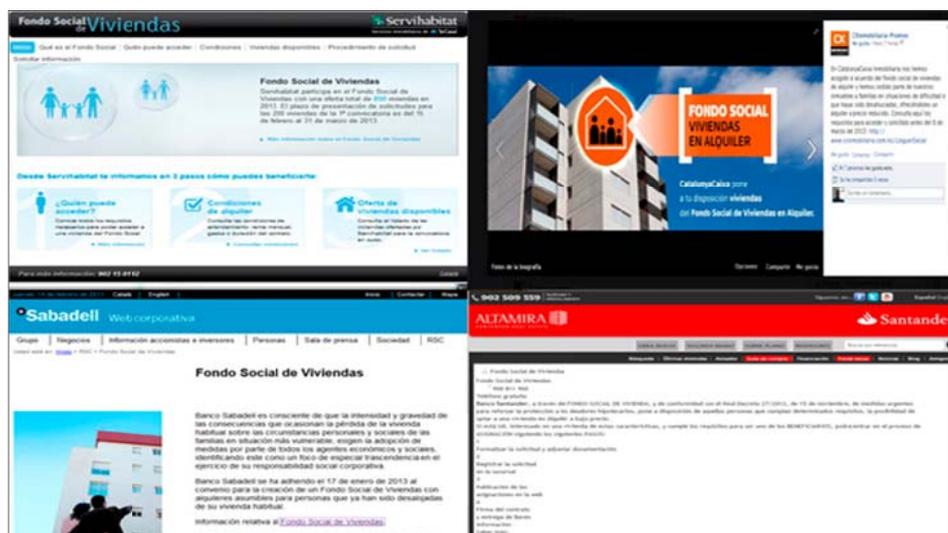


Figura F65- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las páginas dedicadas al Fondo Social.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

DIFUSIÓN DE EVENTOS

En las webs también encontramos publicitadas las campañas o promociones que corresponden a eventos puntuales tales como ferias, jornadas de puertas abiertas, muestras en showrooms, etc. Estos anuncios o reclamos tratan de difundir a través de los distintos canales de la red la celebración de eventos en los que se va participar y para los que se ha preparado una batería de descuentos, condiciones especiales de financiación o cualquier otro tipo de promoción, con el único fin de vender viviendas. Se han navegado los portales estudiados y sus vínculos a redes sociales para tratar de encontrar publicitados este tipo de actos. Los resultados se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.



Figura F66- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las publicaciones de eventos.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

SUBASTAS ONLINE

Una estrategia utilizada por algunas inmobiliarias ha sido el realizar continuadas subastas online. Existen 2 modalidades, gestión directa desde el portal o a través de una web de subastas. En ambos casos funciona de forma parecida y consiste en pujar por un inmueble y esperar a que venza el plazo, entonces la entidad decide si acepta la oferta. Se han navegado las distintas webs para localizar este sistema de comercialización y los resultados se detallan en la tabla resumen de internet, figura F68.



Figura F67- Capturas de pantalla de las webs de diversos portales con las páginas dedicadas subastas.

Fuente: Elaboración propia con los datos de las webs de las inmobiliarias visitadas, (2013).

La figura F68 reúne todos los datos recabados a través de internet, sobre la utilización de las distintas estrategias en los portales analizados durante el período de estudio.

En la figura F69, se representan las puntuaciones generales de cada una de las inmobiliarias analizadas aplicando el criterio establecido en metodología. Estas quedan ordenadas del siguiente modo:

- 1º SOLVIA
- 2º ALTAMIRA
- 3º BBVAVIVIENDA
- 4º SERVIHABITAT
- 5º CASAKTUA
- 6º CXINMOBILIARIA
- 7º BANKIAHABITAT
- 8º ALISEDA

La inmobiliaria del banco de Sabadell, SOLVIA, es la mejor valorada en cuanto al uso de estrategias a través de internet.

		A - MUY BUENA	B - BUENA	C - LIMITADA	D - NULA	BBVA VIVIENDA (BBVA)	BANKIA HABITAT (BANKIA)	SOLVIA (B. SABADELL)	ALTAMIRA (SANTANDER)	ALISEDA (BAICO POPULAR)	SERVIHABITAT (LA CAIXA)	CA SAKTUA (BAIESTO)	CXIMOBILIARIA (CATALUNYACAJA)		
INTERNET	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DEL PORTAL	ATRACCIÓN DE TRÁFICO	SEO	B	C	B	C	A	D	D	C	C	D		
			SEM	A	D	A	D	A	D	D	D	A	A	A	
			VINCULOS PUBLICITARIOS	B	D	B	D	A	D	A	D	D	B	B	D
			ANUNCIOS CLASIFICADOS	D	D	D	D	A	D	A	C	C	B	B	D
	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DEL PORTAL	MECANISMOS DE CONVERSIÓN	USABILIDAD	B	D	B	D	B	A	A	D	B	C	C	
			REGISTRO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
			TELÉFONO ÚNICO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
			MAIL-MARKETING	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DEL PORTAL	FIDELIZACIÓN	REDES SOCIALES	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	SI	SI	SI	
			BLOGGIN	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	
			APP MÓVILES	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	
			SERVICIOS DE ALERTA	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMERC. DEL PRODUCTO DESDE EL PORTAL	ACCIONES EN LA WEB	NOTICIAS O TEMAS DE INTERÉS	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	SI	SI	
			CAMPAÑAS (web-redes-blogg-@)	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
PROMOCIONES DE FIDELIZACIÓN			SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
OFERTAS-DESCUENTOS WEB			SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
FINANCIACIÓN ESPECIAL			SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
GUIAS Y AYUDA			SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
SECCIÓN INVERSORES			SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
ACCIÓN SOCIAL-MEJORA IMAGEN			SI-NO PUB.	SI-NO PUB.	SI-NO PUB.	SI-NO PUB.	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI		
DIFFUSIÓN DE EVENTOS			SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	
SUBASTAS ON LINE			NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	

Figura F68- Tabla resumen de acciones en internet.

Fuente: Elaboración propia con los datos recabados, (2013).

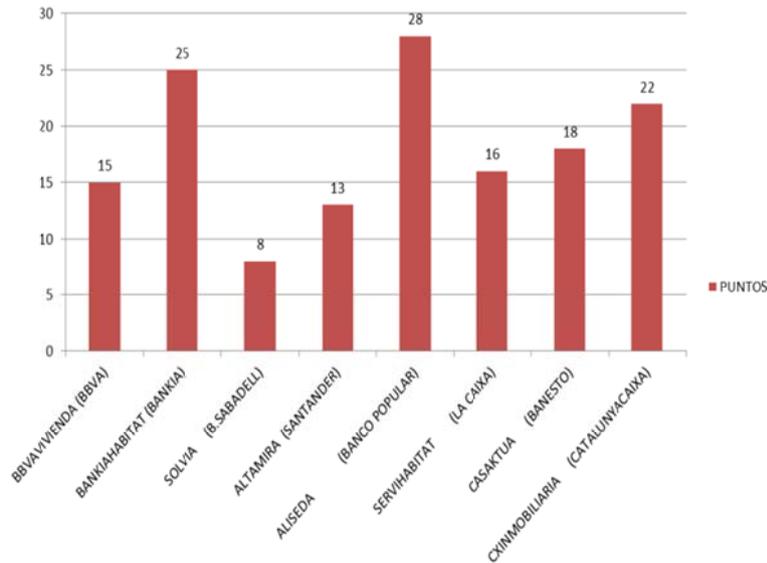


Figura F69- Tabla de puntuación de uso de estrategias a través de internet.

Fuente: Elaboración propia con los datos recabados, (2013).

5.3.1.2 MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES: Tv, Radio

En la identificación de campañas que se apoyan en este tipo de medios se han visitado las entidades financieras, aunque la información obtenida en estas reuniones no es muy completa, puesto que no son profesionales del sector y mucho menos están enterados de cómo realizan las campañas. En todos los casos, a excepción del BBVA me han remitido a la web y al teléfono único, puesto que estas inmobiliarias carecen de red de oficinas propias. También he tratado de obtener información a través de estos teléfonos, y los datos tampoco son del todo completos, ya que las personas que te atienden las llamadas se dedican a vender, y en muchas ocasiones, no recuerdan si se han utilizado o no determinados medios en las campañas.

TV

En este medio únicamente se ha identificado una campaña en estos 4 meses, corresponde a Servihabitat y promociona el alquiler de viviendas (ALQUILA FÁCIL). Se ha emitido a lo largo del mes de febrero en TVE1, varias veces y en horario de máxima audiencia, coincidiendo con las comidas y las cenas. La campaña llevaba unos meses activa, aunque en este nuevo impulso se han mejorado las condiciones.

<http://www.youtube.com/watch?v=TU6FfUbAmQk&list=UUPiPsJ5PPp0mAZ7kqDLiFxQ&index=5>, (2013).



Figura F70- Imágenes del spot de televisión correspondiente a la campaña Alquila Fácil de Servihabitat.

Fuente: Elaboración propia con imágenes del video:

Este medio resulta caro y no es muy utilizado por las entidades para la difusión de sus campañas, aunque Servihabitat sí que acostumbra a realizar estos vídeos promocionales. Los resultados se recogen en la tabla resumen de otros medios F76.

VIDEOS PROMOCIONALES

Se trata de una modalidad algo más extendida y consiste en la realización de videos promocionales, corporativos o de difusión de campañas para su emisión en cadenas locales o a través de canales de youtube, Facebook, y en soporte DVD para las entidades inmobiliarias colaboradoras, así como para presentaciones en ferias o eventos.

En la figura F76, aparecen representados resultados de estas búsquedas, siendo:

Solvía V1 (12-11-2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=SJB8F-6rJAQ>

Servihabitat V2 (11-12-2012)

<http://www.youtube.com/watch?v=MzoMEpQ4UFI&list=UUPiPsJ5PPp0mAZ7kqDLiFxQ&index=7>

Altamira V3 (20-11-2012)

http://www.youtube.com/watch?v=7aup4FQdzek&list=UUC3Qcm7mm2tgffM_AtnU3BQ&index=1

BBVAvivienda V4 (25-12-2012)

<http://vimeo.com/52539134>.



Figura F71- Imágenes de videos promocionales o corporativos realizados y presentados durante el período de estudio.

Fuente: Elaboración propia con imágenes de los distintos vídeos, (2013).

Algunas de las entidades estudiadas disponen de un canal propio en youtube, en el que los alojan y desde aquí los difunden por la red. Las direcciones de estos canales son las siguientes:

CANAL DE SERVIHABITAT

<http://www.youtube.com/user/ServihabitatTV?feature=watch>

CANAL DE SOLVIA

<http://www.youtube.com/SolvialInmobiliaria>

CANAL DE CASAKTUA

<http://www.youtube.com/user/Casaktua>

ALTAMIRA

http://www.youtube.com/user/AltamiraSRE?ob=0&feature=results_main

Los resultados de esta búsqueda se han anotado en la tabla resumen de otros medios F76, al ser acciones más puntuales y sensibles a los cambios de estrategia, se ha diferenciado en dos etapas, antes del 31-12-2012 y después.

RADIO

Las cuñas de radio con algún slogan o breve explicación, pueden ser utilizadas debido a que su coste no es excesivo y su alcance, si se elige una cadena estatal, es bastante grande. De todos modos, obtener información sobre este medio ha sido difícil, ya que únicamente se ha identificado una cuña de BBVA vivienda promocionando su nueva campaña.

En las entrevistas con el personal de las entidades financieras no se ha obtenido información rigurosa y llamando al teléfono único de las inmobiliarias tampoco se ha conseguido concretar. Por lo tanto, en la tabla se anota la única campaña localizada.

PRENSA ESCRITA, TRIPTICOS Y FOLLETOS

Al igual que sucede con la radio, la prensa escrita ha resultado difícil de evaluar pero en las visitas a las entidades financieras se han localizado trípticos, folletos, y catálogos de campañas y ofertas. Estos medios se utilizan generalmente para promocionar ofertas concretas o en los lanzamientos de campañas. Los resultados se recogen en la tabla resumen de otros medios F76, al final de este bloque.



Figura F72- Imágenes de folletos, trípticos, revistas, etc. De las distintas entidades analizadas.

Fuente: Oficinas de las entidades financieras visitadas en Valencia capital, (2013).

5.3.1.3 VALLAS

La información correspondiente a esta sección se ha obtenido de observación directa, algo escasa, y por las entrevistas con los empleados. Estos generalmente recordaban si se habían utilizado en los últimos meses. Distinguimos dos tipos principalmente:

ESTÁTICAS

Corresponden a todo tipo de vallas publicitarias fijas, y el uso general que se les ha dado en este período, ha sido el de publicitar promociones o activos concretos, situándose en el mismo emplazamiento que el inmueble o en lugares cercanos a él con mayor nº de impactos. Los resultados se anotan en la tabla resumen F76, el hecho de que aparezca un “NO”, no significa que no se utilicen, sino que no se ha podido constatar por ninguno de los medios utilizados.



Figura F73- Imágenes de vallas publicitarias.

Fuente: Algunas tomadas con mi cámara y otras recogidas en artículos de prensa digital, (2013).

DINÁMICAS

Corresponden a vallas sobre elementos en movimiento, generalmente autobuses. No se dispone de fotografías, aunque a través de las entrevistas hubo empleados que recordaron el uso de este tipo de promoción. Los resultados se anotan en la tabla resumen F76, el hecho de que aparezca un “NO”, no significa que no se utilicen, sino que no se ha podido constatar por ninguno de los medios utilizados.

5.3.1.4 PUNTO DE VENTA

Las inmobiliarias estudiadas no disponen de red de oficinas propia, por lo que utilizan tanto las de las entidades financieras a las que pertenecen, como las de colaboradores externos a través de convenios con APIS o redes inmobiliarias de ámbito nacional o internacional. Este medio es fundamental para la comercialización de inmuebles, ya que no tendrían otro modo de gestionar la promoción local, las visitas y las ventas en cualquier parte de España e incluso en el extranjero.

La información en este caso se ha obtenido de las entrevistas y llamadas a los teléfonos de las inmobiliarias, así como en publicaciones de prensa digital donde se comenta la utilización de alguna de estas redes.

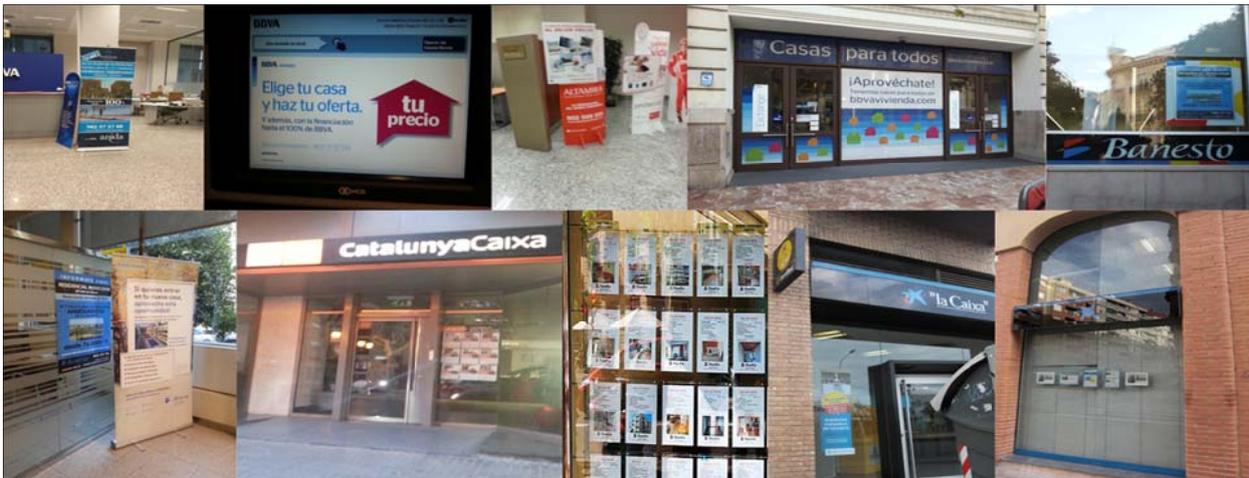
APIS y COLABORADORES

Los convenios con APIS y colaboradores como redes inmobiliarias se utilizan en el 100% de las entidades analizadas, aunque cada entidad tiene una política particular a este respecto y resultaría complejo de determinar.

OFICINAS

La red de oficinas que proporciona la entidad financiera a su inmobiliaria es una herramienta determinante a la hora de poder gestionar y comercializar los inmuebles. Funcionan como escaparate y lanzamiento de campañas, atienden a clientes y los derivan a la inmobiliaria, también gestionan trámites notariales y de financiación en los procesos de venta. En todos los casos son vitales para el funcionamiento de las inmobiliarias, pero solo se anotarán en la tabla de resultados **F76** aquellas que desarrollan actividad visible, ya que de este modo se evidencian más las estrategias utilizadas. En todas las oficinas de las entidades hay al menos un responsable que recibe a los clientes y activa el mecanismo oportuno para que la inmobiliaria continúe con el proceso.

La actividad en las oficinas ha variado considerablemente en algunas entidades desde que empezó el nuevo año. Es el caso de Bankia, Catalunya Caixa y Banco de Sabadell, en las que sí que te atienden cuando preguntas por una vivienda, pero no aparece publicidad en la oficina.



Figuras F73- Imágenes del interior y exterior de oficinas de entidades de crédito durante el período de estudio.

Fuente: Tomadas con mi cámara en la ciudad de Valencia y Gandía, (2013).

CONVENIOS INTERNACIONALES

Este tipo de estrategias no son tan comunes como las anteriores, pero sí que se aplican sobre determinados productos para poder llegar a TARGETS concretos en otros países. Estos convenios suponen un coste elevado en comisiones, pero permiten sacar al mercado segundas residencias que ahora mismo estarían fuera de él.

“según los datos facilitados por Jones Lang LaSalle y Prime Invest, un alto porcentaje de las ventas de estas viviendas de alta gama se han realizados entre compradores foráneos. De hecho, rusos y británicos habrían sido los que más inmuebles han adquirido con el 30% del total. El cliente extranjero se vislumbra así como un elemento clave para que los bancos puedan deshacerse de sus pisos. De ahí la relevancia de captar comercializadoras con contactos en agencias internacionales. “elegir un interlocutor con un buen know how de la base de clientes es fundamental para poder cerrar la venta de promociones en poco tiempo”, aseveran estas agencias”.

Fuente: Artículo [El secreto del éxito de las ventas de Solvia] de www.idealista.com (5-11-2012).

“Ante esta oportunidad, CatalunyaCaixa ha apostado por “exportar” su producto y establecer una estructura propia para comercializar sus inmuebles de Catalunya en los países de origen de los compradores: Rusia, Bielorrusia, Ucrania, Armenia, Georgia, Moldavia, Estonia, Letonia, Lituania, el Kazajistán.”

Fuente: Prensa Catalunya Caixa (23-10-2012).



Figura F74- Captura de pantalla del portal de Solvia internacional.

Fuente: www.solviaproperties.com , (2013).

El día 18-1-2013 Solvia lanza su plataforma en internet exclusiva para público internacional, en ella se enfocan las campañas, las promociones y los videos promocionales a un público muy particular, que piensa en España como lugar de descanso, donde abunda el sol, la playa y los campos de golf. Sin duda, es una apuesta por ampliar estos mercados y fortalecerse en ellos, tratando de captar clientes sin intermediarios.

Los resultados se anotan en la tabla resumen F76, el hecho de que aparezca un “NO”, no significa que no se utilicen, sino que no se ha podido constatar por ninguno de los medios utilizados, por lo que se entiende que no es una estrategia principal de la entidad.

5.3.1.5 EVENTOS

Las inmobiliarias utilizan los eventos para potenciar las ventas o lanzar campañas en momentos determinados, estos pueden ser a título individual como jornadas de puertas abiertas, fiestas de lanzamiento de campañas; o colectivo como Ferias Inmobiliarias. La información se ha obtenido de las webs de las distintas ferias, donde se indica que entidades han participado y para eventos de menor entidad, cualquier otro canal de los habituales. Los resultados se anotan en la tabla resumen **F76**, el hecho de que aparezca un “NO”, no significa que no se utilicen, simplemente no se ha podido constatar.

FERIAS INMOBILIARIAS

Este tipo de eventos tiene un elevado coste, debido al personal y los stands, pero también permiten llegar a mucha gente interesada. En ellos las inmobiliarias se emplean a fondo, lanzando sus mejores ofertas, planteando nuevas facilidades de financiación y mostrando del mejor modo posible su cartera de productos, con el fin de vender el máximo. Se puede decir que “es la guerra”, pero por este motivo atrae a tanto público.

Aunque únicamente ha habido una feria importante dentro del período de estudio, SIMA 2012 del 16 al 19 de noviembre, añadiremos también los datos de URBE (19 al 21 de octubre de 2012) y BARCELONA MEETING (17 al 21 de octubre de 2012), ya que las estrategias han sido las mismas por su proximidad en el tiempo. Gran parte de las entidades han participado en estas ferias, bien con stand propio o compartido con el de la entidad financiera a la que pertenecen.



Figura F75- Imágenes de las distintas ferias de muestras.

Fuente: webs propias de las ferias, URBE, Barcelona Meeting Point, Sima, (2013).

JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS

Son eventos puntuales, generalmente se producen en promociones de viviendas muy concretas sobre las que se aplica una campaña intensiva de ventas. Este tipo de estrategias pueden ser aplicados por la propia inmobiliaria o por cualquiera de sus colaboradores comercializadores.

	BBVAVIVIENDA (BBVA)		BAIKIAHABITAT (BAIKIA)		SOLVIA (R. SABADELL)		ALTAMIRA (SANTANDER)		ALISEDA (BANCO POPULAR)		SERVIHABITAT (LA CAJA)		CASAKTUA (BANESTO)		CXIMOBILIARIA (CATALUNYACAJA)		
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	
NOVIEMBRE-DICIEMBRE 2012 Y ENERO-FEBRERO 2013																	
MEDIOS CONVENCIONALES: TV - RADIO	TV	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	VIDEOS PROMOCIONALES	SI	NO	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO
	RADIO	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
	FOLLETOS-TRIPTICOS Y PRENSA	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
VALLAS	ESTÁTICAS	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO	SI	SI
	DINÁMICAS	SI	SI	SI	NO	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
EVENTOS	FERIAS	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO	SI	NO
	PUERTAS ABIERTAS	NO	NO	SI	NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	NO
PUNTO DE VENTA	OFICINAS	SI	SI	SI	NO	SI	NO	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	NO
	APIS + COLABORADORES	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI	SI
	CONVENIOS INTERNACIONALES	NO	NO	NO	NO	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	SI	SI

Figura F76- Tabla RESUMEN OTROS MEDIOS.

Fuente: elaboración propia con los datos recabados en diferentes medios, (2012-2013).

La figura F76 recoge el conjunto de resultados sobre los medios convencionales, vallas, eventos y puntos de venta. Puede que no estén todos los datos reales, simplemente aparecen los que han estado a nuestro alcance, ya que no es posible reunirse con responsables de estas campañas, y la gente que nos atiende tanto en las oficinas como en los teléfonos tiene como prioridad la venta y por lo general no disponen de la información referida a medios utilizados en sus campañas.

5.3.2. ANÁLISIS ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS

En este apartado se trata de analizar la estrategia de cada una de las distintas entidades estudiadas y con estos datos identificar las posibles influencias que ha supuesto la incorporación de SAREB al mercado inmobiliario

BANKIAHABITAT

Las circunstancias especiales de BFA-Bankia determinan las estrategias a seguir por su inmobiliaria Bankiahabitat. Este banco es el más expuesto al sector del ladrillo de todo el sistema financiero y su origen se encuentra en la 1ª reforma del sector financiero (2010-2011), mediante la fusión de varias cajas. En este proceso recibió ayudas del FROB por un importe cercano a los 4.500 millones de euros, aunque la entidad siguió operando y salió a bolsa, el tiempo ha demostrado que quizás debería haber sufrido un proceso de resolución. En la actualidad está siendo investigada por varias de sus actuaciones pasadas, puesto que ha obtenido los peores resultados de una entidad financiera en la historia de España.

El gobierno inicia la 2ª reforma del sector financiero en 2012 a través del R.D. Ley 2/2012 de 3 de febrero. Pero fue cuando el gobierno presentaba su ampliación a este Decreto Ley, mediante el R.D. Ley 18/2012 de 11 de mayo, cuando BFA-Bankia solicitaba el mayor rescate de la historia, unos 19.000 millones de euros, y desbordaba la nueva ampliación que hacía el gobierno para el FROB que era de 15.000 millones de euros. Este hecho junto a las anteriores nacionalizaciones del Banco de Valencia y la CAM, y las solicitudes de capital por parte Catalunya Caixa y BNG, desencadenaron el rescate financiero y motivaron la aparición de SAREB.

Las estrategias que se analizan corresponden a los meses de noviembre, diciembre de 2012 y enero, febrero de 2013, pero en este caso es muy importante conocer el proceso previo que ha seguido la entidad, tal y como se ha resumido en el párrafo anterior.

Tras la firma del Memorando de entendimiento entre el Gobierno de España y la Comisión Europea el 20 de julio de 2012, los pasos a seguir por BFA-Bankia están muy marcados, debido a su situación financiera. El gobierno aprueba el R.D. Ley 24/2012 de 31 de agosto, para cumplir con las directrices del Memorando y en él, la clasifica como entidad del Grupo 1, por lo que deberá proceder a su reestructuración tutelada, cediendo gran parte de sus activos inmobiliarios antes del 31 de diciembre de 2012.

El calendario establecido condiciona sus acciones y estrategias, siendo las fechas determinantes las siguientes:

31-08-2012 -- Clasificación como entidad del Grupo 1.

29-10-2012 -- El FROB publica las valoraciones de transferencia de activos (aunque llevan casi un mes haciendo Suposiciones en todos los foros).

14-11-2012 -- Se aprueba el Proyecto de ley de SAREB, como ley 9/2012.

28-11-2012 -- Se aprueban los planes de reestructuración de las entidades grupo 1.

31-11-2012 -- SAREB se constituye e inicia sus operaciones.

12-12-2012 -- Se inician los procesos de transferencia y recapitalización de entidades.

31-12-2012 -- Finalización de transferencia de activos grupo 1 y finalización de plazo para efectuar las dotaciones, Aunque en entidades intervenidas o en procesos de fusión se amplía hasta junio de 2013.

Durante el período de estudio y en la primera fase, es decir hasta finalizar el año 2012, destacan 2 Campañas importantes y su participación en 3 ferias inmobiliarias.

ENTIDAD	SLOGAN	B1	ENTIDAD	SLOGAN	B2
BANKIAHABITAT	LA GRAN SUBASTA		BANKIAHABITAT	DISFR. ENTERA PAGA 1/2	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA SUBASTA - venta	19-10-2012 a 15-11-2012		CAMPAÑA GENERAL - venta	29-9-2012 a 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
PUJAS EN LA WEB	WEB	X	DESCUENTOS ENTRE EL 40% Y EL 60%	WEB	X
FACILIDADES DE FINANCIACIÓN	ANUNCIOS CLASIF.	X	FACILIDADES DE FINANCIACIÓN	ANUNCIOS CLASIF.	X
(Hasta 100% valor de venta)	REDES SOCIALES		(Hasta 100% valor de venta)	REDES SOCIALES	
(Euribor+0,90)	VIDEO		(Euribor+0,90) (Plazo 40 años)	VIDEO	
(Plazo 40 años)	MAIL	X	DESGRAVACIÓN Y SUBIDA DE IVA	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
667 UD VIVIENDAS DE BANKIA	RADIO		619 UD VIVIENDAS DE BANKIA	RADIO	
440 UD PROMOTORES FINANCIADOS	TV		TODA LA PENINSULA	TV	
WEB SUBASTAS -- RESER	VALLAS	X	FECHA INICIAL HASTA EL 15-11-2012	VALLAS	X
	EVENTOS	X	PERO SE AMPLIA HASTA FINAL DE AÑO	EVENTOS	X
	OFICINAS	X	CON MÁS INMUEBLES	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	X
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X	TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

Desde que la entidad inició el proceso de reestructuración las campañas lanzadas se caracterizan por:

- Tener carácter general, debido a que el producto es variado y el target también, tratan de llegar al máximo número de compradores con políticas de descuentos sobre el precio entre 40%-60%.
- Disponen de financiación específica y la utilizan también como reclamo.
- Son campañas de venta con la clara intención de eliminar la mayor cantidad de activos inmobiliarios de su balance.

- Las fechas de finalización de las campañas coinciden con la aprobación de la ley 9/2012 de Reestructuración del Sistema Financiero, momento en el que iniciarán los trámites para formalizar la transferencia de activos.
- “La Gran Subasta” es una campaña con las características anteriores pero que además trata de potenciarse mediante su lanzamiento en las ferias de URBE y BARCELONA MEETING POINT. Es desesperada, y la variante principal que introduce es el sistema continuo de subastas durante el período de la campaña. Otro elemento diferencial es que incluye viviendas de promotores a los que ha financiado, con la clara intención de tratar de cerrar operaciones de crédito que les supondrán elevadas dotaciones. Esta campaña se lanza cuando se están debatiendo los valores de transferencia de los activos y las pérdidas por estos motivos se presentaban elevadas, por lo que había que hacer un nuevo y último esfuerzo, con la certeza de que puedes bajar más ya que SAREB se adjudicará las viviendas con descuentos altísimos.
- Dispone de un apartado específico para inversores que le permite tratar de desinvertir propiedades singulares, suelos, terciarios, etc. Este elemento forma parte de la estrategia de la entidad aunque no cuenta con una campaña al uso, está muy presente en su web y seguro que en la red de oficinas de la entidad.

Finalizados los plazos iniciales de las campañas y ya inmersa en el proceso de preparación de las transferencias a SAREB, aprovecha la feria de SIMA 2012 para tratar de eliminar activos de promotores de la comunidad de Madrid, a la vez que aprovecha para comercializar tantas viviendas como pueda antes de transferir.

Los resultados al finalizar el año muestran un elevado incremento de ventas en los últimos meses de año, constatando el esfuerzo realizado por la entidad.

“Bankia Habitat Se abre en ventana nueva, la sociedad inmobiliaria del Grupo BFA-Bankia, cerró 2012 con la venta de más de 5.600 inmuebles procedentes de los activos adjudicados. El ritmo de desinversión se intensificó un 23,6%, con un incremento más acusado al final del año. Fruto de estas enajenaciones, el banco ha ingresado 550 millones, lo que supone un incremento del 18,9%, con respecto a 2011. Si se suman las subrogaciones provenientes de promotores y la desinversión en activos singulares, entre ellos, suelo y promociones, que rondó las 9.000 unidades, la cifra de activos inmobiliarios en los que el grupo desinvirtió el pasado año supera las 14.600, por más de 1.600 millones de euros”.

Fuente: Artículo en www.bankia.com, (29-1-2013).

La segunda fase comprende los meses de enero y febrero de 2013 y en ella, la entidad sigue con todos los trámites de transferencia a SAREB, no están las cosas claras, todo parece parado. Desaparecen de las oficinas las referencias publicitarias de inmuebles y ahora se

centran en una campaña de mejora de imagen de la entidad “EMPECEMOS POR LOS PRINCIPIOS”.

Otro aspecto que han empezado a desarrollar es la reestructuración de la entidad, consistente en la reducción del 39% de la red de oficinas y del 28% de la plantilla, aprobada por la comisión Europea y para la que han estimado un plazo de 3 años.

Se distinguen en esta fase 3 campañas que se caracterizan por:

ENTIDAD	SLOGAN	B3
BANKIAHABITAT	2ª REBAJAS	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
CAMPAÑA VIVIENDA 2ª MANO - venta	20-1-2013 a 28-2-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS	
SELECCIÓN EN 2ª MANO	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
ADMITE OFERTAS DE INTERESADOS (Campaña por grupo de activos) (Clasificación ESTADO-2ª mano) Espera de instrucciones de SAREB	RADIO	
	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS	
SEGMENTO MEDIO Y BAJO	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	B4
BANKIAHABITAT	RINCON DEL OUTLET	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
OFERTAS EN WEB - venta	20-2-2013 a 31-3-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS	
VIVIENDAS CON PRECIOS REDUCIDOS	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
ADMITE OFERTAS DE INTERESADOS (Campaña por grupo de activos) (Clasificación ESTADO y PRECIO) Espera de instrucciones de SAREB SUBASTAS FINALES DE FEBRERO	RADIO	
	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS	
SEGMENTO BAJO	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	B5
BANKIAHABITAT	AHORA MÁS INMUEBLES...	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
CAMPAÑA SAREB - venta	2-2-2013 INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS	
13 000 NUEVAS VIVIENDAS A LA VENTA	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
VIVIENDAS DE SAREB	RADIO	
	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS	
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

- Inicio tardío en la puesta en marcha de las campañas, empiezan a publicitarse en la web a partir del 20 de Enero de 2013.
- Las viviendas no transferidas a SAREB corresponden a una franja de precio reducida, por debajo de los 100.000€. Generalmente estos inmuebles corresponden a viviendas de 2ª mano y se dirigen a segmentos con poco poder adquisitivo. Tanto el producto como el target son bastante concretos y el tipo de campaña es de precio, dirigida a operaciones de venta.
- Únicamente se publicitan en la web y a través de los colaboradores.
- Admiten ofertas de los interesados y la financiación ya no es específica, se flexibiliza un poco más estudiando cada caso particular, no publicitan características concretas porque no quieren eliminar posibles clientes.
- En productos de 2ª mano se ofertan oportunidades a muy bajo precio, dirigidas a un segmento con bajo poder adquisitivo y necesidad de vivienda. La sociedad sigue

empobreciendo por las condiciones económicas generales y el paro, por lo que las campañas se han de adecuar a la realidad.

- A principios de febrero se empiezan a comercializar las viviendas de SAREB, y por el tipo de activos van dirigidas a todos los segmentos.
- A mediados de febrero vuelven a funcionar las pujas en RESER, empresa participada por Bankihabitat, con activos muy concretos. Con esto hace frente a las nuevas campañas del resto de entidades y a las ofertas de las entidades del grupo 2 que transferirán sus activos el 28 de febrero de 2013.
- A pesar de que Bankia se ha adherido al Fondo Social con casi 900 viviendas, no aparece publicitado en la web ni hay publicidad en las oficinas, únicamente en las notas de prensa de la entidad. Esto puede ser debido a que no hayan finalizado todos los trámites con la SAREB, o que al estar inmersos en una campaña de imagen prefieran no mezclar y esperen a que mejoren las condiciones para lanzar una campaña de alquiler social.

BBVAVIVIENDA

El BBVA es el segundo grupo financiero del país y su exposición al sector inmobiliario, aunque ha sido grande, en términos relativos no ha supuesto tanto, debido a su gran volumen. La entidad ha cerrado el año con 1.600 millones de beneficio y en febrero de 2013 ya ha realizado gran parte de las dotaciones exigidas por la ley, a pesar de que la fusión con UNIM le permitía retrasarlas hasta junio de 2013.

Sus estrategias de comercialización no están condicionadas por plazos de reestructuración, lo que si les influye es la oferta y la demanda y en todo caso, los plazos para realizar las dotaciones, aunque la fusión con UNIM les ha permitido ampliarlos.

Antes de finalización del año 2012 se distinguen tres campañas, que se apoyan con la participación en tres ferias inmobiliarias de gran impacto:

ENTIDAD	SLOGAN	A1	ENTIDAD	SLOGAN	A2
BBVAVIVIENDA	OPORTUNIDAD 2ª MANO		BBVAVIVIENDA	OP. VIVIENDAS ESTRENAR	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA VIVIEND 2ª MANO-VENTA	24-9-2012 a 31-12-2012		CAMPAÑA VIVIEND NUEVA - VENTA	24-9-2012 a 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
DESCUENTOS DE HASTA EL 40%	WEB	X	DESCUENTOS DE HASTA EL 60%	WEB	X
FACILIDADES DE FINANCIACIÓN	ANUNCIOS CLASIF.	X	FACILIDADES DE FINANCIACIÓN	ANUNCIOS CLASIF.	X
(Hasta 100% valor de venta) (40 Años)	REDES SOCIALES		(Hasta 100% valor de venta) (40 Años)	REDES SOCIALES	
(4,04% 1ºAÑO) (Euribor+2% resto)	VIDEO		(4,04% 1ºAÑO) (Euribor+2% resto)	VIDEO	
(Cuota final 30%)(Respuesta en 48h)	MAIL	X	(Cuota final 30%)(Respuesta en 48h)	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
2227 UD DEL BBVA	RADIO	X	PROMOCIONES NUEVAS	RADIO	X
(Campaña por grupo de activos)	TV		(Campaña por grupo de activos)	TV	
(Clasificación ESTADO -2ª mano)	VALLAS	X	(Clasificación ESTADO -nuevas)	VALLAS	X
	EVENTOS	X		EVENTOS	X
	OFICINAS	X		OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO MEDIO Y BAJO	APIs	X	SEGMENTO MEDIO Y ALTO	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	A3
BBVA VIVIENDA	CASAS CON PREMIO	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN FIDELIZACIÓN - VENTA	24-9-2012 a 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
CONOCES A ALGUIEN QUE BUSQUE CASA?	WEB	X
500€ SI SE FINALIZA LA VENTA DE ALGÚN AMIGO	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	X
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
PREMIO DE 500€ COMO COMISIÓN (FIDELIZACIÓN)	RADIO	
	TV	
APLICABLE A TODAS LAS VENTAS	VALLAS	
	EVENTOS	X
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	

Las campañas tienen las siguientes características:

- Segmentan los activos en 2ª mano y nuevos, para así aplicarles condiciones y descuentos diferentes, con el fin de poder ajustarlos a las necesidades de los distintos targets.
- Sus descuentos son un poco más moderados que los de las entidades intervenidas, ya que en 2ª mano llegan al 40% y en vivienda nueva hasta el 60%. No quieren malvender y tampoco les obliga SAREB, solo han de preocuparse por las dotaciones.
- Las campañas son de ventas, les interesa eliminar activos.
- Complementan estas acciones con un programa promocional de fidelización, premiando con 500€ en caso de facilitar una venta, con esto intentan atraer clientes generando una campaña de “boca-boca”.
- Las condiciones de financiación son especiales, las publicitan para facilitar la venta.
- Ocasionalmente publicita alguna subasta en la web **subastas.de**, seguramente para atraer a un target interesado en ese tipo de eventos.
- Tampoco aparecen referencias a los nuevos impuestos ni a las modificaciones en la desgravación fiscal por adquisición de vivienda.
- Cuenta con un apartado para inversores que aparece publicitado desde la web. Este elemento forma parte de la estrategia de la entidad.
- Tienen presencia en las tres ferias importantes de final de año y llevan allí sus campañas de venta y promoción, con lo que mejoran sus cifras en el tramo final de las campañas.

Al finalizar el año 2012 la entidad no ha desvelado sus resultados concretos, ni siquiera a través de su gestora inmobiliaria **ANIDA**. A través de su informe anual indica que las mejores cifras corresponden a los meses finales y un dato relevante, es que estas ventas han permitido obtener un saldo positivo del 5% después de descontar y provisionar. Este hecho constata la estrategia de la entidad consistente en gestionar los activos de un modo racional y sin malvender, con el objetivo de reducir el stock pero sin poner más dinero. Se estima que el

stock de viviendas de la entidad al cierre del año es de 41.000 ud, y en las nuevas campañas lanzan unas 20.209 viviendas.

Al inicio del año 2013 se ajustan las condiciones de las campañas:

ENTIDAD	SLOGAN	A4
BBVAVIVIENDA	¿ESTAS BUSCANDO CASA?	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA VIVIENDA 2ª MANO - venta	8-1-2013 a 30-6-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS	
DESCUENTOS DE HASTA EL 70%	WEB	X
AQUÍ ESTÁ TU CASA	ANUNCIOS CLASIF.	X
GRAN VARIEDAD OPORTUNIDADES DE 2ª MANO	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
1.124 UD DEL BBVA	RADIO	X
PERMITE OFERTAS DEL INTERESADO (Campaña por grupo de activos)	TV	
(Clasificación ESTADO - 2ª mano)	VALLAS	X
FINANCIACIÓN PERSONALIZADA	EVENTOS	
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO MEDIO Y BAJO	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	A5
BBVAVIVIENDA	¿ESTAS BUSCANDO CASA?	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA VIVIENDA NUEVA - venta	8-1-2013 a 30-6-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS	
DESCUENTOS DE HASTA EL 70%	WEB	X
TU CASA NUEVA	ANUNCIOS CLASIF.	X
CON UN PRECIO SUPER AJUSTADO	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
770 VIVIENDAS NUEVAS	RADIO	X
PERMITE OFERTAS DEL INTERESADO (Campaña por grupo de activos)	TV	
(Clasificación ESTADO - nuevas)	VALLAS	X
FINANCIACIÓN PERSONALIZADA	EVENTOS	
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO MEDIO Y ALTO	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	A3
BBVAVIVIENDA	CASAS CON PREMIO	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN FIDELIZACIÓN - venta	1-1-2013 a 28-2-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS	
¿CONOCES A ALGUIEN QUE BUSQUE CASA?	WEB	X
500€ SI SE FINALIZA LA VENTA DE ALGÚN AMIGO	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES	X
	VIDEO	X
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
PREMIO DE 500€ COMO COMISIÓN (FIDELIZACIÓN)	RADIO	
SE PRORROGA LA PROMOCIÓN ANUNCIADO EN FACEBOOK BBVA	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	A6
BBVAVIVIENDA	PON TU PRECIO	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN PRECIO - venta	8-1-2013 A 30-4-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS	
¿TE GUSTAN ESTAS CASAS?	WEB	X
ELIGE LA QUE MÁS TE GUSTE Y HAZ TU OFERTA	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
APLICABLE A LAS DOS CAMPAÑAS EN VIGOR	RADIO	
PERMITE OFERTAS DEL INTERESADO	TV	
FINANCIACIÓN PERSONALIZADA	VALLAS	X
	EVENTOS	
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	A7
BBVAVIVIENDA	¿BUSCAS PISO ALQUILER?	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN ALQUILER	25-2-2013 - INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS	
ESTAS BUSCANDO PISO DE ALQUILER? ENCUENTRALO AQUÍ EN EL CENTRO, EN LAS AFUERAS, GRANDE O PEQUEÑO	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
67 PROMOCIONES EN ALQUILER	RADIO	
	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

- La tendencia general es de continuidad en su forma de enfocar las campañas, aunque se adaptan a las nuevas condiciones del mercado. Siguen con la segmentación de activos por nuevos o segunda mano, a los que aplican condiciones distintas puesto que sus targets son distintos. Aunque estas condiciones varían a la baja notablemente, ahora se han homogeneizado todos en el 70%. Las posibles razones son:

- Entrada en acción de SAREB, quieren eliminar la mayor parte de sus activos inmobiliarios antes de que esta entidad funcione a pleno rendimiento, tratan de aprovechar la ventaja en el tiempo.
- Entrada en vigor de la subida del IVA y eliminación de la desgravación fiscal, quieren mantener sus inmuebles dentro del mercado, asumiendo esta subida.
- Dan continuidad a la promoción de fidelización por ventas, prorrogándola hasta el 28 de febrero de 2013.
- Implementan una nueva promoción aplicable a las viviendas de sus campañas en vigor, se trata de una promoción aplicable al precio y permite que los interesados realicen ofertas sobre los inmuebles. Esta modalidad está extendiéndose en el mercado.
- Mantienen también la financiación especial para la adquisición de sus inmuebles.
- A finales de febrero de 2013 lanzan su primera campaña de alquiler, este nuevo cambio de estrategia ha coincidido con el impulso que ha dado Servihabitat a su campaña “**ALQUILA FACIL**” en televisión.

SOLVIA

La inmobiliaria Solvia pertenece al Banco de Sabadell y este es una de las entidades con solvencia dentro de nuestro sistema financiero. Durante el último año las labores de comercialización de inmuebles se han intensificado, permitiendo duplicar las cifras conseguidas en el ejercicio anterior. En gran medida, esto se debe a que cuenta con una plataforma web de primer nivel que ha estado bien posicionada en buscadores, vinculada en multitud de webs y nutrida de contenido y ofertas de forma constante. Por supuesto, también por las campañas agresivas sobre promociones concretas, apoyadas en redes de colaboradores profesionales y capaces.

Debido a su tamaño, el volumen de provisiones que le han exigido los cambios de normativa han sido importantes y más después de su fusión con la CAM. Pero precisamente por este motivo, los plazos de provisionamiento se han alargado hasta junio de 2013, relajando la presión a 31-12-2012.

Entre las campañas que se han identificado antes de finalizar 2012 destacan las siguientes:

ENTIDAD	SLOGAN	C1
SOLVIA	SUBASTAS	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN SUBASTAS - venta	INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS	
CON PRECIOS IRRESISTIBLES	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	X
	VIDEO	X
	MAIL	X
	BLOG	X
CARACTERÍSTICAS	RADIO	
PROTOCOLO DE PUJAS Y AYUDA	TV	
1-Registro y activación	VALLAS	
2-Selección inmueble - opción visita	EVENTOS	
3-Pujar (vigencia 5 días)	OFICINAS	
4-Adjudicar despues del cierre	FOLLETOS	X
TARGET	APIs	
TODOS LOS SEGMENTOS		

ENTIDAD	SLOGAN	C2
SOLVIA	25 RAZONES	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA GENERAL - venta	14-10-2012 a 30-11-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
SUBIDA DEL IVA DEL 4% AL 10%	WEB	X
FIN DE DESGRAVACIÓN FISCAL	ANUNCIOS CLASIF.	X
100% DE FINANCIACIÓN	REDES SOCIALES	X
25% DESCUENTO ADICIONAL	VIDEO	X
LAS MEJORES VIVIENDAS SE AGOTAN	MAIL	X
	BLOG	X
CARACTERÍSTICAS	RADIO	
HIPOTECA SOLVIA (3,25% 1ºaño)	TV	
(Euribor anual+1%)(40 años)	VALLAS	X
(Edad máxima 75 años)(Interés suelo)	EVENTOS	X
VIDEO PROMOCIONAL	OFICINAS	X
http://blog.bancosabadell.com/bs/page/9/	FOLLETOS	X
TARGET	APIs	X
TODOS LOS SEGMENTOS		

ENTIDAD	SLOGAN	C3
SOLVIA		
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
OFERTAS EN WEB-ventas	HASTA EL 31-1-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
25% DESCUENTO ADICIONAL	WEB	X
JORNADAS PUERTAS ABIERTAS EN PROMOCIONES Y MOMENTOS CONCRETOS	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	X
	VIDEO	X
	MAIL	X
	BLOG	X
CARACTERÍSTICAS	RADIO	
PERMITE OFERTAS DEL INTERESADO	TV	
CATÁLOGOS DIGITALES	VALLAS	X
	EVENTOS	X
	OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS	X
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	

ENTIDAD	SLOGAN	C4
SOLVIA		
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN FIDELIZACIÓN v+a	INDEFINIDA	
ESTÍMULO	MEDIOS	
PRESCRIPTORES SOLVIA PROFESIONALES	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	
	BLOG	
CARACTERÍSTICAS	RADIO	
COMISIONES POR VENTAS	TV	
TE DAS DE ALTA Y YA PUEDES	VALLAS	
VENDERLE PISOS	EVENTOS	X
APLICABLE A TODAS LAS VENTAS Y ALQUILERES	OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS	
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	

Las campañas tienen las siguientes características:

- Son campañas generales, dirigidas al máximo público posible y sin distinguir tipologías de producto. El reclamo principal es el precio.
- Utilizan todos los recursos que hay en internet para difundir sus campañas y comercializar sus promociones.
- Comercializa Activos de promotores a los que ha financiado, con ello consigue reducir las dotaciones, este es su principal problema. Aunque con la fusión ha conseguido alargar el plazo.
- Disponen de un canal de subastas permanente donde se puede pujar por los inmuebles de esa sección. El sistema está perfectamente estructurado y con una guía de uso muy detallada, con esto permite llegar a un target al que le gustan este tipo de modos de comerciar. La duración de esta campaña es indefinida.
- La campaña “25 Razones” trata de motivar la compra de un inmueble argumentando que va a resultar más caro con la subida del IVA y la eliminación de la deducción fiscal, se trata de una campaña de precio en la que publicitan un descuento adicional del 25% sobre las ofertas de la web. Su fecha de finalización es el 31-11-2012, momento en el que SAREB se constituye y la presión de las entidades nacionalizadas disminuye por el caos y los procesos de transferencia.

- Dispone de una financiación especial para sus inmuebles y lo publicita en sus campañas, es un reclamo más.
- El resto de campañas tiene duración hasta que finalice el año, seguramente porque revisarán los descuentos y precios debido a los cambios que se van a producir en la fiscalidad. También se encuentra a la expectativa sobre cuáles serán las acciones de SAREB y cómo le pueden afectar.
- Aplica una campaña adicional sobre promociones concretas, en las que añade un 25% de descuento y realiza jornadas de puertas abiertas. Estas campañas selectivas le han dado muy buen resultado, en ellas realiza un estudio exhaustivo del mercado en la zona, a continuación establece unos precios muy competitivos y un plazo de finalización de campaña, con el que consigue que los interesados piensen que la oferta acaba. También pacta con los agentes inmobiliarios de la zona la comercialización y ofrece la promoción a la cartera de clientes del Banco de Sabadell. Si fuera necesario, cuando las promociones son de medio o alto standing y en zonas de playa o residenciales de Golf, busca intermediarios internacionales y conviene con ellos la comercialización.
- En la campaña de ofertas llega a admitir las ofertas de los clientes interesados, valorándolas y dando una respuesta en breve plazo.
- Dispone de una promoción indefinida para homologar profesionales inmobiliarios como agentes comerciales de Solvia a cambio de una comisión. A través de la web se puede presentar la solicitud y conseguir la acreditación para vender viviendas. Es una campaña para fidelizar profesionales expandiendo su red de contactos y permitiéndole mejorar sus resultados en gran medida.
- También ha asistido a las principales ferias inmobiliarias, en las que ha desplegado sus medios para sacar el mayor partido a este tipo de eventos.

Al final del 2012 los números de Solvia y en consecuencia el Banco de Sabadell son muy buenos, el esfuerzo realizado le ha merecido una buena recompensa. La entidad ha obtenido unos beneficios netos de 81,9 millones de euros, superando a los del ejercicio anterior y a pesar de las circunstancias actuales de la economía. También se ha producido un aumento de casi el 100% en el número de unidades vendidas, casi 13.800 ud. De este total, unas 6.000 ud se vendieron en el último trimestre. El importe total de ventas de activos ronda los 2.234 millones de euros, siendo la entidad que mejores resultados ha obtenido en este campo.

Con estos resultados, la inmobiliaria inicia el año con fuerza. Por un lado quiere reducir sus dotaciones y por otro gestionar su cartera de activos antes de que SAREB empiece a

comercializar sus inmuebles seriamente, ya que los descuentos con los que se adjudicó las viviendas fueron muy altos y puede ser una dura competencia.

El banco de Sabadell ha iniciado el año desvinculando la promoción de sus inmuebles desde las oficinas bancarias, en su lugar hay una promoción de mejora de imagen de la entidad. Esto puede ser debido a varios motivos:

- Al desgaste, en general, de las entidades financieras por los escándalos de Bankia, las preferentes, así como su fusión con la CAM (entidad que fue intervenida por el Banco de España).
- Que cuenta con una inmobiliaria muy eficiente que a través de su plataforma web y su extensa red de contactos puede seguir con la desinversión sin vincular la imagen de la entidad al sector inmobiliario.

En las oficinas del Banco de Sabadell únicamente se recuerda a los clientes que si quieren informarse sobre inmuebles, pueden hacerlo aunque no haya publicidad explícita.

Las principales campañas al inicio de 2013 son las siguientes:

ENTIDAD	SLOGAN	C1	ENTIDAD	SLOGAN	C5
SOLVIA	SUBASTAS		SOLVIACUANTO PAGARIAS?	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN SUBASTAS-venta	INDEFINIDO		CAMPAÑA 2ª MANO -ventas	1-1-2013 a 28-2-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
CON PRECIOS IRRESISTIBLES	WEB	X	¡BUSCA LA TUYA Y DINOS....	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.		CUANTO PAGARIAS?	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES	X	MÁS DE 6000 VIVIENDAS DE 2ª MANO	REDES SOCIALES	X
	VIDEO	X		VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
	BLOG	X		BLOG	X
CARACTERÍSTICAS	RADIO		CARACTERÍSTICAS	RADIO	
CONTINÚA LA PROMOCIÓN ANTERIOR	TV		APLICABLE A 6000 VIVIENDAS	TV	
	VALLAS		(Campaña por grupo de activos)	VALLAS	
	EVENTOS		(Clasificación ESTADO - 2ª mano)	EVENTOS	
	OFICINAS		(Ajuste de slogan y grupo de activos)	OFICINAS	
	FOLLETOS	X	YA EXISTENTE LA CAMPAÑA	FOLLETOS	X
TARGET	APIs		TARGET	APIs	X
TODOS LOS SEGMENTOS			SEGMENTO MEDIO Y BAJO		X

ENTIDAD	SLOGAN	C6	ENTIDAD	SLOGAN	C7
SOLVIA	FONDO SOCIAL VIVIENDA		SOLVIA	NOW IS THE MOMENT	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA SOCIAL - alquiler	17/01/2013-INDEFINIDO		NUEVA WEB INTERNACIONAL	18/01/2013-INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
	WEB	X	GOLF RESORTS APARTMENTS FROM	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.		60.500 €	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES		SPANISH WILLAGES HOMES FROM	REDES SOCIALES	X
	VIDEO		60.000 €	VIDEO	
	MAIL			MAIL	X
	BLOG			BLOG	X
CARACTERÍSTICAS	RADIO		CARACTERÍSTICAS	RADIO	
250 VIVIENDAS APORTADAS	TV		(Criterio de PRECIO Y LOCALIZACIÓN)	TV	
PLAZO SOLICITUD 13-2 AL 13-3-2013	VALLAS		(Flash en web comparando la lluvia	VALLAS	
VICTIMAS DE LOS DESAHUCIOS DEL	EVENTOS		y frío de sus países con el sol)	EVENTOS	
BANCO SABADELL	OFICINAS		PRECIOS AGRESIVOS EN 2ª RESIDENC	OFICINAS	
(Criterio de ESTADO Y LOCALIZACIÓN)	FOLLETOS		www.solviaproperties.com	FOLLETOS	
TARGET	APIs		TARGET	APIs	X
SEGMENTOS BAJOS			SEG. MEDIO Y ALTO INTERNACIONAL		X

ENTIDAD	SLOGAN	C8	ENTIDAD	SLOGAN	C9
SOLVIA			SOLVIA	...Y PRESUME DE PRECIO	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
OFERTAS EN WEB-ventas	1-1-2013- 28-2-2013		CAMPAÑA GENERAL - venta	28-2-2013 a 30-4-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
DESCUENTOS DE HASTA EL 69% EN PROMOCIONES CONCRETAS	WEB	X	DESCUENTOS DE HASTA EL 40% SOBRE PRECIOS REBAJADOS	WEB	X
JORNADAS PUERTAS ABIERTAS EN PROMOCIONES Y MOMENTOS PLINTUALES	ANUNCIOS CLASIF.	X	PRESUME DE PRECIO	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES			REDES SOCIALES	
	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
PERMITE OFERTAS DEL INTERESADO (Criterio de PRECIO Y ESTADO)	RADIO		(Criterio de PRECIO Y ESTADO)	RADIO	
CATALOGOS DIGITALES	TV			TV	
	VALLAS			VALLAS	
	EVENTOS			EVENTOS	
	OFICINAS			OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS		TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTOS BAJOS Y MEDIOS	APIs	X	SEGMENTOS BAJOS Y MEDIOS	APIs	X

Las campañas tienen las siguientes características:

- Se producen cambios importantes para esta nueva etapa, las campañas son segmentadas por tipología de activos para orientarlas a targets de forma más selectiva. Empiezan campañas sobre vivienda de segunda mano. El reclamo sigue siendo el precio, aunque ahora explícitamente, se indica al interesado que haga una oferta por la vivienda que le gusta.
- Utilizan todos los recursos que hay en internet para difundir sus campañas y comercializar sus promociones, es más los aumentan. A mediados de enero se inaugura una plataforma web similar a la original de Solvia pero orientada a un público internacional. En ella tanto los reclamos como las ofertas y los tipos de inmueble, están dirigidos a este target. Se utiliza como base para sus convenios internacionales, pero también potencia su negocio en el exterior, con el fin de captar más clientes sin intermediarios y así reducir las costosas comisiones en divisas.
- Continúa con su campaña de oferta sobre promociones financiadas y los descuentos se amplían hasta el 69%, esto puede deberse a:
 - o La SAREB ya dispone de los activos y empezará su comercialización en breve, por lo que intensificar sus acciones antes de que esto suceda puede resultar conveniente.
 - o El resto de entidades también se han ajustado y en parte puede ser debido a las medidas fiscales, para mantener los inmuebles en mercado. Debido a que la situación de la economía cada vez es peor y la población se empobrece, disminuyendo sus posibilidades de adquisición.
 - o Ajuste de precios en las entidades del grupo 2 que transferirán sus activos el día 28 de febrero y hacen que la competencia sea dura hasta ese momento. La campaña de viviendas de segunda mano tiene fecha para ese mismo día.

- Se mantiene el canal de subastas y su duración es indefinida.
- Ya no se publicita la financiación especial, puesto que en su campaña se aceptan ofertas, prefieren estudiar caso a caso el tema de la financiación, así que lo dejan indeterminado para no excluir a nadie.
- Se mantienen las jornadas de puertas abiertas de modo selectivo en campañas a promociones, siguiendo el procedimiento descrito en la fase anterior. También permite que los interesados realicen ofertas, aunque los descuentos llegan al 69%.
- Dispone de una promoción indefinida para homologar profesionales inmobiliarios como agentes comerciales de Solvia a cambio de una comisión. A través de la web se puede presentar la solicitud y conseguir la acreditación para vender viviendas. Es una campaña para fidelizar profesionales expandiendo su red de contactos y permitiéndole mejorar sus resultados en gran medida.
- Se inicia a mediados de enero de 2013 una campaña sobre el Fondo Social, para la que la entidad ha dotado con 250 unidades en condiciones de alquiler social. Esta campaña puede estar publicitada por varios motivos:
 - o Mejora de imagen debido a que el gobierno solicitó a las entidades la creación de este Fondo de un modo negociado y la entidad pone a disposición un número de viviendas para las familias desahuciadas por esta misma entidad.
 - o Las viviendas destinadas a este fin seguramente tiene poco mercado, por el estado, calidades o ubicación. Así que resulta interesante poder encontrarles un rendimiento aunque sea de alquiler.
- El 28 de febrero se sustituye la campaña en vigor de “**Y TÚ CUANTO PAGARÍAS**” por una nueva de carácter general “**COMPRA Y PRESUME DE PRECIO**”. Esto puede deberse a que las entidades del grupo 2 ya han cedido sus inmuebles a SAREB e inicia una nueva fase de comercialización.
- Se elimina la campaña de ofertas y ya no se aceptan ofertas de los interesados, es posible que esto sea porque las entidades del grupo 2 ya han cedido sus activos.

ALTAMIRA

Altamira es la inmobiliaria del Banco de Santander, esta entidad es la tercera a nivel mundial por volumen de negocio, en su sector. Su exposición al sector inmobiliaria ha sido elevada, pero también ha sido capaz de realizar los esfuerzos dotacionales requeridos por la normativa, a costa de limitar los beneficios en 2012.

Esta entidad no ha estado condicionada por plazos de reestructuración, sino más bien por los plazos de dotación, puesto que no ha realizado ninguna fusión y por lo tanto los plazos dotacionales finalizaban el 31-12-2012. Sus principales esfuerzos se han centrado en conseguir la mayor desinversión posible de activos antes de esta fecha.

Las principales campañas que ha desarrollado son las siguientes:

ENTIDAD	SLOGAN	D1	ENTIDAD	SLOGAN	D2
ALTAMIRA			ALTAMIRA	LA CUENTA ATRÁS	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO		TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
PROMOCIÓN DESAHUCIOS -venta	hasta el 31-12-2012		CAMPAÑA GENERAL -venta	hasta el 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
	WEB	X	SUBIDA DEL IVA DEL 4% AL 10%	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.		FIN DE DESGRAVACIÓN FISCAL	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES		GARANTIA GRUPO SANTANDER	REDES SOCIALES	X
	VIDEO		FINANCIACIÓN ESPECIAL	VIDEO	X
	MAIL			MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
SE OFERTAN A PARTE COMO (PROXIMAMENTE DISPONIBLES)	RADIO		HIPOTECA ALTAMIRA	RADIO	
(Se explican sus circunstancias generales y sin compromisos)	TV		(Financiación 100%)(40 años)	TV	
SIN POSESION	VALLAS		(Comisión apertura 0.2%)	VALLAS	
TARGET	EVENTOS		EN URBE DESCUENTO ADICIONAL	EVENTOS	X
TODOS LOS SEGMENTOS	OFICINAS			OFICINAS	X
	FOLLETOS		TARGET	FOLLETOS	X
	APIs		TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	D3	ENTIDAD	SLOGAN	D4
ALTAMIRA	100 DIAS DE ALTAMIRA		ALTAMIRA	AMIGOS	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO		TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
CAMPAÑA VIVIENDA NUEVA - venta	17-11-2012 a 31-12-2012		PROMOCIÓN FIDELIZACIÓN - venta	INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
DESCUENTOS DEL 58%	WEB	X		WEB	X
OBRA NUEVA	ANUNCIOS CLASIF.	X		ANUNCIOS CLASIF.	
1 AÑO DE HIPOTECA GRATIS O REGALO DEL IVA	REDES SOCIALES	X	500€ SI SE FINALIZA LA VENTA DE ALGÚN AMIGO	REDES SOCIALES	X
FINANCIACIÓN ESPECIAL	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
HIPOTECA ALTAMIRA	RADIO			RADIO	
(Financiación 100%)(40 años)	TV		SE PRORROGA LA PROMOCIÓN	TV	
(Comisión apertura 0.2%)	VALLAS			VALLAS	
EN URBE DESCUENTO ADICIONAL	EVENTOS	X		EVENTOS	
	OFICINAS	X		OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	
SEGMENTO MEDIO Y ALTO	APIs	X	TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	

Las campañas tienen las siguientes características:

- Su principal interés es llegar al mayor número de clientes, por lo que su campaña es de carácter general. Dentro de esta campaña sí que realiza ofertas por grupos de activos y dirigida a determinados targets, pero siempre dentro del marco de la campaña principal con las condiciones generales para todos.
- Tanto desde su web, como a través de sus campañas o eventos trata de transmitir la solvencia del grupo empresarial al que pertenece.
- Su portal web es una de sus bazas, ya que es uno de los más operativos y completos del sector, con información muy estructurada por tipos de activos y un apartado muy importante dedicado a la gestión con inversores, donde se encuentra gran cantidad de información, con la intención de captar clientes de este tipo.

- Aprovechando las ferias de URBE y BARCELONA MEETING POINT lanza la campaña “**LOS 100 DÍAS DE ALTAMIRA**”, se trata de una campaña de ventas y alquiler sobre productos nuevos en toda España, seguramente de promotores financiados por la entidad. El target en este caso es más específico, utilizando argumentos de precio como descuentos de hasta el 58% .
- También realiza OFERTAS en promociones concretas, sobre las que aplica grandes descuentos y comercializa de un modo especial a través de sus colaboradores.
- La financiación está muy definida y se utiliza como reclamo en las campañas.
- Otro elemento utilizado es la garantía de la marca BANCO SANTANDER, con la que trata de transmitir seguridad y garantía a los clientes. Esto le permite ofrecer viviendas en construcción, sobre plano, siendo la única entidad que las publicita.
- Una estrategia que no goza de buena crítica es la de ofrecer inmuebles sin disponer de la posesión, es decir, procedente de embargos que todavía no han finalizado. Esto demuestra hasta donde se podía llegar con tal de sacar del balance los activos. Para optar a estos inmuebles, los interesados hacían una reserva y esperaban a que el desahucio se produjera para poder escritura. Esta oferta caducaba el 31-12-2012.
- Campaña de fidelización por venta, en la que al igual que BBVA vivienda, se comprometen a pagar una comisión por la venta a cualquier persona que haga de intermediario. Intención de ampliar la red de contactos a través del boca-boca.

El Banco de Santander ha realizado las dotaciones exigidas antes de final de año y a pesar de ello ha obtenido unos beneficios de 2.205 millones de euros. El importe vendido en inmobiliario ha superado los 8.200 millones de euros, de los cuales 714 han correspondido a vivienda adjudicada y el resto a suelo o promociones. La entidad afronta el inicio de año con nuevas campañas que se caracterizan por:

ENTIDAD	SLOGAN	D5	ENTIDAD	SLOGAN	D6
ALTAMIRA	...LISTOS PARA 2013		ALTAMIRA		
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA GENERAL-ventas	INDEFINIDO		OFERTAS EN WEB -ventas	INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
SI ESTAS LISTO TU VIVIENDA ESTÁ AQUÍ	WEB	X	TE OFRECEMOS LOS MEJORES SUELOS Y PARCELAS	WEB	X
FINANCIACIÓN ALTAMIRA	ANUNCIOS CLASIF.	X	LO MEJOR DEL MERCADO (Locales) (Naves, oficinas)	ANUNCIOS CLASIF.	X
LA MAYOR OFERTA AL MEJOR PRECIO	REDES SOCIALES	X		REDES SOCIALES	X
	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
	BLOG			BLOG	
CARACTERÍSTICAS	RADIO		CARACTERÍSTICAS	RADIO	
RENOVACIÓN DE INMUEBLES	TV		(Campaña por grupo de activos) (Clasificación por TIPO y ESTADO)	TV	
NUEVOS DESCUENTOS (sin especificar)	VALLAS		EXCELENTE FINANCIACIÓN	VALLAS	
EXCELENTE FINANCIACIÓN	EVENTOS		GARANTÍA GRUPO SANTANDER	EVENTOS	
GARANTÍA GRUPO SANTANDER	OFICINAS	X	Ofertas resaltadas muy puntuales	OFICINAS	X
INCLUSO VENDE SOBRE PLANO	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	X
TARGET	APIs	X	TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X
TODOS LOS SEGMENTOS					

ENTIDAD	SLOGAN	D7	ENTIDAD	SLOGAN	D4
ALTAMIRA	FONDO SOCIAL VIVIENDA		ALTAMIRA	AMIGOS	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA SOCIAL -alquiler	INDEFINIDO		PROMOCIÓN FIDELIZACIÓN - venta	INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
	WEB	X		WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.			ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES		500€ SI SE FINALIZA LA VENTA DE ALGÚN AMIGO	REDES SOCIALES	X
	VIDEO			VIDEO	
	MAIL			MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
400 VIVIENDAS DISPONIBLES	RADIO			RADIO	
CONDICIONES EN LA WEB	TV		SE PRORROGA LA PROMOCIÓN	TV	
BIEN DOCUMENTADO	VALLAS			VALLAS	
(Criterio de ESTADO, LOCALIZACIÓN Y PRECIO)	EVENTOS			EVENTOS	
TARGET	OFICINAS			OFICINAS	X
SEGMENTOS BAJOS	FOLLETOS		TARGET	FOLLETOS	
	APIs		TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	

- Las nuevas campañas segmentan por tipo de TARGET, una se destina a la gente que busca vivienda y otra a inversores, seleccionando sus distintos activos por tipología y orientándolos hacia un determinado target.
- Ha desaparecido cualquier referencia a la campaña de venta de viviendas sin posesión, supongo que por la mala imagen que crea. Lo que no significa que se haya dejado de usar.
- En sus campañas habla de los mejores activos al mejor precio, pero sin indicarlo. Al igual que la financiación, indica que es excelente pero no la detalla. Esto indica que quizás la intención es estudiar las condiciones de un modo más personal. Es un modo de entrar en negociación si aparentar desesperación.
- No se ha unido a la corriente de aceptar ofertas de los clientes, seguramente porque no va con la imagen que quieren dar y también porque han cumplido con sus exigencias de solvencia y no necesitan malvender, prefieren temporizar. Aunque saben que la SAREB inicia sus actividades y será su competencia directa.
- Publicitan una campaña de alquiler social, sus motivos pueden ser mejorar la imagen, aunque esta ya es buena, o dar salida a viviendas con pocas opciones de venta.

ALISEDA

Es la inmobiliaria del Banco Popular y su tamaño en España es similar al del Banco Sabadell, aunque sus estrategias de comercialización y venta, distan mucho de las que ha desarrollado Solvia para esta última entidad. Se han identificado las siguientes campañas hasta finales de año:

ENTIDAD	SLOGAN	E1
ALISEDA	ESTAS EN TU CASA	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
CAMPAÑA VIVIENDA NUEVA-ventas	hasta el 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
BIENVENIDO, ESTAS EN TU CASA	WEB	X
HIPOTECA PROMOCIONES POPULAR	ANUNCIOS CLASIF.	X
(TAE 2,47%)(Euribor+0,5% 1ºaño)	REDES SOCIALES	
(Euribor+1,25%) (100%)(40 años)	VIDEO	
(C.A.0,5% - G.E. 0,25%)	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(Campaña por grupo de activos)	RADIO	
(Clasificación TIPO-Promociones)	TV	
FINANCIACIÓN ESPECÍFICA PARA	VALLAS	
ESTE GRUPO DE ACTIVOS-ENFASIS	EVENTOS	X
EN LA FINANCIACIÓN	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO MEDIO Y ALTO	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	E2
ALISEDA	...DE TU NEGOCIO	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
CAMPAÑA INVERSORES -ventas	hasta el 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
BIENVENIDO, ABRE LAS PUERTAS DE	WEB	X
TU NEGOCIO	ANUNCIOS CLASIF.	X
HIPOTECA PROMOCIONES POPULAR	REDES SOCIALES	
(TAE 3,90%)(Euribor+1,5% 1ºaño)	VIDEO	
(Euribor+2,5%) (100%)(22 años)	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(Campaña por grupo de activos)	RADIO	
(Clasificación TIPO-Terciario)	TV	
FINANCIACIÓN ESPECÍFICA PARA	VALLAS	
ESTE GRUPO DE ACTIVOS-ENFASIS	EVENTOS	X
EN LA FINANCIACIÓN	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO COMERCIAL E INVERSOR	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	E3
ALISEDA	DEJA DE PERDER EL SUEÑO	
TIPO DE ACCIÓN	PERÍODO	
CAMPAÑA 2ª MANO - ventas	hasta el 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
DEJA DE PERDER EL SUEÑO	WEB	X
HACIENDO CUENTAS...	ANUNCIOS CLASIF.	X
HIPOTECA ALISEDA	REDES SOCIALES	
(TAE 2,90%)(Euribor+0,5% 1ºaño)	VIDEO	
(Euribor+1,5%) (100%)(40 años)	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(Campaña por grupo de activos)	RADIO	
(Clasificación TIPO-Inmuebles)	TV	
FINANCIACIÓN ESPECÍFICA PARA	VALLAS	
ESTE GRUPO DE ACTIVOS-ENFASIS	EVENTOS	X
EN LA FINANCIACIÓN	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIs	X

Se caracterizan por:

- Ir dirigidas a grupos de activos como viviendas nuevas o en promociones, propiedades de terciario y viviendas de segunda mano. Estas campañas se orientan a targets distintos y definidos. Tratan de llegar al máximo número de clientes con distintas campañas específicas. Se trata de una estrategia ordenada que segmenta sus activos y les aplica estrategias diferentes para alcanzar distintos objetivos.
- Utilizan la financiación especial en cada una de las campañas como reclamo para las ventas. Estas se han adaptado mucho a cada tipo de activo, siendo la única entidad que utiliza este reclamo de un modo tan exhaustivo.
- También incluye activos de promotores para reducir sus dotaciones a final del año, puesto que su fusión con el Banco Pastor se produjo en 2010 -2011, no puede aplazarlas más. Por lo que todas las campañas coinciden con final de año por este motivo.
- Utilizan la red de colaboradores para llevar a cabo la desinversión, pero no es una de las entidades que más énfasis hayan puesto en sus campañas de promoción. Sus campañas reciben poca influencia del resto y del entorno, están condicionadas por la entidad financiera.
- Ha participado en la feria de SIMA 2012 donde ha realizado ofertas con la intención de reducir las dotaciones a final de año.

El Banco Popular ha finalizado el año con unas pérdidas de 2.358 millones de euros debidas a su exposición al sector inmobiliario que le ha obligado a realizar dotaciones por 9.300 millones en 2011 (adelantadas por decisión propia) y otros 2.200 millones en este ejercicio 2012. Finalmente, su ampliación de capital por 2.500 millones tuvo mucha aceptación entre los pequeños inversores, evitando la recapitalización a través del FROB y por consiguiente las transferencias a SAREB.

El año 2013 se inicia con la sombra de SAREB como competencia directa, para lo que Aliseda ha planteado una estrategia de continuidad con lo que había estado haciendo hasta ahora, reflejada en las siguientes campañas:

ENTIDAD	SLOGAN	E1	ENTIDAD	SLOGAN	E2
ALISEDA	ESTAS EN TU CASA		ALISEDA	...DE TU NEGOCIO	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA VIVIENDA NUEVA-ventas	1-1-2013 a 31-3-2013		CAMPAÑA INVERSORES -ventas	1-1-2013 a 31-3-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
BIEN VENIDO, ESTAS EN TU CASA	WEB	X	BIENVENIDO, ABRE LAS PUERTAS DE TU NEGOCIO	WEB	X
HIPOTECA PROMOCIONES POPULAR (TAE 3,08%)(Euribor+1,25% 1ºaño)	ANUNCIOS CLASIF.	X	HIPOTECA PROMOCIONES POPULAR (TAE 3,69%)(Euribor+1,5% 1ºaño)	ANUNCIOS CLASIF.	X
(Euribor+1,75%) (100%)(30 años)	REDES SOCIALES		(Euribor+2,5%) (100%)(22 años)	REDES SOCIALES	X
(C.A. 0,5% - G.E. 0,25%)(comp.dest.)	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(Campaña por grupo de activos)	RADIO		(Campaña por grupo de activos)	RADIO	
(Clasificación TIPO-Promociones)	TV		(Clasificación TIPO-Terciario)	TV	
FINANCIACIÓN ESPECÍFICA POR TIPO	VALLAS		FINANCIACIÓN ESPECÍFICA PARA	VALLAS	
SIGUE LA CAMPAÑA CON AJUSTE	EVENTOS		SIGUE LA CAMPAÑA CON AJUSTE	EVENTOS	
EN LAS CONDICIONES	OFICINAS	X	EN LAS CONDICIONES	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO MEDIO Y ALTO	APIs	X	TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	E4
ALISEDA	UN HOGAR PARA TI	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA GENERAL ventas	1-1-2013 a 31-3-2013	
ESTÍMULO	MEDIOS	
¡TENEMOS UN HOGAR PARA TI	WEB	X
LA SOLUCIÓN A TU FINANCIACIÓN (TAE 1,99%)(Euribor+0,5% 1ºaño)	ANUNCIOS CLASIF.	X
(Euribor+1,25%) (100%)(40 años)	REDES SOCIALES	
(C.A. 0,5% - G.E. 0,25%)(comp.dest.)	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(Campaña por grupo de activos)	RADIO	
(Clasificación UBICACIÓN)	TV	
FINANCIACIÓN ESPECÍFICA POR TIPO	VALLAS	
CAMPAÑA POR ZONAS GEOGRÁFICAS	EVENTOS	
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

Se caracterizan por lo siguiente:

- Dos de las campañas anteriores continúan activas, con el único ajuste en las condiciones hipotecarias, que es el principal reclamo de la entidad. Son la de vivienda nueva o en promociones y la de propiedades en terciario, orientada a inversores y emprendedores.
- Se elimina la campaña de segunda mano, seguramente porque la competencia de las entidades que transferían a SAREB a final de año ya han completado el proceso.

- Se inicia una campaña de tipo general para tratar de llegar a todos los segmentos. Esta se caracteriza por no enfatizar las ofertas o descuentos, sino centrarse en la financiación. Su intención es rentabilizar de algún modo las inversiones inmobiliarias, no quiere malvender, aunque el proceso se alargue. Cuenta que la SAREB tardará en ser operativa. Su línea es continuista y se plantea los próximos cambios a finales de Marzo de 2013. Esta campaña segmenta los activos por tipología y ubicación, permitiendo comercializar de un modo más selectivo tanto desde las oficinas de la entidad como con los colaboradores y APIS.

SERVIHABITAT

Es la inmobiliaria de Caixa Bank (La Caixa), entidad de mayor volumen de activos dentro de nuestro mercado financiero. Esta entidad se fusionó con banca cívica en 2011, aumentando así su exposición a los activos inmobiliarios. Cuenta con dos entidades para la gestión de activos inmobiliarios, **Building Center** y **Sarvihabit**. Las campañas que han desarrollado hasta finalizar el año son las siguientes:

ENTIDAD	SLOGAN	F3
SERVIHABITAT	ALQUILA FACIL	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA ALQUILER	INDEFINIDA	
ESTÍMULO	MEDIOS	
AHORA ALQUILAR ES FÁCIL	WEB	X
2 PRIMEROS MESES GRATIS	ANUNCIOS CLASIF.	X
SIN AVALES - INCLUIDO IBI	REDES SOCIALES	X
5% DESCUENTO ADICIONAL PARA CLIENTES MULTIESTRELLA	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(Campaña por grupo de activos)	RADIO	
(Clasificación OPERACIÓN -Alquiler)	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	X
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIS	X

ENTIDAD	SLOGAN	F2
SERVIHABITAT	TU PROPONES EL PRECIO	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA GENERAL -ventas	10-10-2012 a 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
SI AHORA EL PRECIO DE NUESTRA VIVIENDA LO PROPONEMOS NOST. DECIDETE ANTES DE FINAL DE AÑO Y BENEFICIA TE DE LA DED. FISCAL FINANCIACIÓN ESPECIAL.	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES	X
	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
CAMPAÑA DE PRECIOS	RADIO	
Financiación (Hasta 100%)(30 años)	TV	
(Carencia de 5 años máximo)	VALLAS	
	EVENTOS	X
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIS	X

ENTIDAD	SLOGAN	F4
SERVIHABITAT	DESCUENTOS Y VENTAJAS	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN FIDELIZACIÓN -V-A	hasta el 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
5% DESCUENTO ADICIONAL EN EN LOS PROGRAMAS: CLUB AHORA, MULTIESTRELLA Y LKXA	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(FIDELIZACIÓN)	RADIO	
COMPRA Y ALQUILER	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	X
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO CONCRETO CLIENTES	APIS	X

ENTIDAD	SLOGAN	F4
SERVIHABITAT		
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN DESAHUCIOS -venta	hasta el 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
SE OFERTAN A PARTE COMO (PROXIMAMENTE DISPONIBLES)	RADIO	
(Se explican sus circunstancias generales y sin compromisos)	TV	
SIN POSESION	VALLAS	
	EVENTOS	
	OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS	
SEGMENTO BAJO	APIS	

Se caracterizan por:

- Las líneas de trabajo de Servicaixa son radicales al resto de las entidades estudiadas, debido a que sus líneas de trabajo se centran en alquiler y venta, encontrando mayor fomento del alquiler, ya que la entidad cuenta con 10.000 viviendas en este régimen, siendo la empresa de estas características más grande del país.
- Dispone de una campaña indefinida de alquiler con incentivos claros en cuanto a precio y condiciones favorables para hacerlo. El target en este sentido es bastante amplio debido al gran volumen de inmuebles disponibles.
- Cuenta con una campaña de ventas muy agresiva en la que es el cliente quien propone el precio por el que se quedaría la vivienda. En este momento es una de las pocas empresas que lo hace. Están interesados en vender para poder hacer frente a las provisiones que establece la ley, debido a que Banca Cívica les ha supuesto mucho lastre en este aspecto, casi el 50% del total.
- Otro elemento importante en sus campañas es la fidelización específica para sus clientes, una vez forma parte quieren mantenerte como cliente, mediante programas de puntos, descuentos, etc. Esto es muy interesante cuando tienes muchas propiedades en alquiler, ya que estas tienen mayor rotación que una venta y si hay incentivos por alquilar siempre atrae más clientes.
- También incorpora una promoción de viviendas en proceso de desahucio, esta sección contiene precios muy interesantes pero no genera muy buena imagen.
- Todas las campañas de venta finalizan el 31-12-2012, seguramente porque están condicionadas a las dotaciones que hay que provisionar y a las transferencias del grupo 1, ya que estas entidades están lanzando campañas muy agresivas.

Al finalizar el año Caixa Bank ha realizado provisiones por un importe de 10.299 millones de euros, de los cuales 4.550 millones de euros corresponden a Banca Cívica. El resto de provisiones 902 millones de euros se ha completado a mediados de febrero de 2013, cumpliendo con el 100% de los nuevos R.D. Esto ha lastrado sus resultados, arrojando unos beneficios netos de 230 millones de euros.

Los activos inmobiliarios han ascendido a 5.088 millones de euros, de los cuales 3.800 millones provienen de promotores. La entidad cuenta con un parque de viviendas en alquiler que ronda las 10.000 ud. Y los ingresos por este concepto en 2012 han ascendido a 695 millones de euros.

Para el año 2013 Servihabitat plantea estrategias de continuidad en el núcleo de las campañas, siendo las siguientes:

ENTIDAD	SLOGAN	F1	ENTIDAD	SLOGAN	F2
SERVIHABITAT	ALQUILA FACIL		SERVIHABITAT	TU PROPONES EL PRECIO	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA ALQUILER	1-1-2013-15-4-2013		CAMPAÑA GENERAL -Ventas	1-1-2013 INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
MAS VENTAJAS MENOS PROBLEMAS	WEB	X	BUSCAS PISO?	WEB	X
2 PRIMEROS MESES GRATIS	ANUNCIOS CLASIF.	X	PISOS AL PRECIO DE JULIA Y AL TUJO	ANUNCIOS CLASIF.	X
SIN AVALES - 1 MES DE FIANZA	REDES SOCIALES	X	FINANCIACIÓN ESPECIAL	REDES SOCIALES	X
PINTADA-ASIST.HOGAR24H-SOPORTE ALTAS DE SUMINISTROS	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(Campaña por grupo de activos)	RADIO		CAMPAÑA DE PRECIOS	RADIO	
(Clasificación OPERACIÓN -Alquiler)	TV	X	Financiación (Hasta 100%)(30 años)	TV	
ALQUILER EN 3 PASOS: 123	VALLAS		(Carencia de 5 años máximo)	VALLAS	
BUSCAR-VISITAR-ALQUILAR	EVENTOS			EVENTOS	
SPOT TV (FEBRERO 2013 1 TVE)	OFICINAS	X		OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIs	X	SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	F5	ENTIDAD	SLOGAN	F6
SERVIHABITAT	PISOS PRECIO LIMITE		SERVIHABITAT	FONDO SOCIAL VIVIENDA	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA SELECTIVA - venta	13-2-2013 a 17-3-2013		CAMPAÑA SOCIAL - alquiler	15-2-2013 - INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
EUGE UN PISO CON ETIQUETA ROJA Y CONSIGUELO A UN PRECIO INCREIBLE	WEB	X		WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	X		ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES			REDES SOCIALES	
	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
CAMPAÑA DE PRECIOS	RADIO		850 VIVIENDAS	RADIO	
	TV		CONDICIONES EN LA WEB	TV	
	VALLAS		BIEN DOCUMENTADO	VALLAS	
	EVENTOS		(Criterio de ESTADO,LOCALIZACIÓN Y PRECIO)	EVENTOS	
	OFICINAS			OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS		TARGET	FOLLETOS	
SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIs		SEGMENTOS BAJOS	APIs	

ENTIDAD	SLOGAN	F3
SERVIHABITAT	DESCUENTOS Y VENTAJAS	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
PROMOCIÓN FIDELIZACIÓN -V-A	INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS	
5% DESCUENTO ADICIONAL EN EN LOS PROGRAMAS: CLUB AHORA, MULTISTRELLA Y LKXA	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	
(FIEDLIZACIÓN)	RADIO	
COMPRA Y ALQUILER	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	X
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO CONCRETO CLIENTES	APIs	X

Se caracterizan por:

- La continuidad en ambas campañas principales se mantiene, y se promociona en televisión, mediante anuncios en el primer canal de televisión española. Es una campaña costosa, pero la entidad dispone de muchos activos en el mercado de alquiler y los resultados en este aspecto han sido muy positivos. Su estrategia es de conservación de inmuebles antes que mal vender. Se amplían las ventajas de esta campaña colocándola como la línea estratégica más importante en este momento.
- También se da continuidad a la campaña de ventas, en la que es el cliente quien propone un precio y la entidad se compromete a estudiarlo y contestar en 48h,

sigue en su línea agresiva. Utiliza la financiación como reclamo, aunque no facilita condiciones específicas, seguramente porque prefiere analizar cada oferta que reciba.

- Se lanza una campaña selectiva con inmuebles determinados, en función de criterios de precios y de dificultad de venta por parte de la entidad. En esta oferta de productos muy concretos se bajan los precios y se establece una fecha límite, algo posterior a la que tienen las entidades del grupo 2 para transferir sus activos. Seguramente se utilizará para tratar de competir con las campañas de estas entidades.
- A mediados de febrero se publicita la campaña de alquiler social, en la que hay una dotación de 850 viviendas. Esto sin duda mejorará la imagen de la entidad y permitirá dar mejor salida a inmuebles que se encuentran fuera de mercado por mala ubicación y por estado de menor conservación.
- Se han eliminado las referencias a la campaña de viviendas de desahucios, seguramente debido a la situación social y a la mala imagen generada. Aunque es probable que se sigan ofreciendo por otros canales.
- Prolongan sus campañas de fidelización indefinidamente.
- La financiación permite hasta 5 años de carencia, lo que reduce mucho la cuota durante este período permitiendo sobrellevar los años de crisis hasta que las condiciones mejoren.

CASAKTUA

Es la inmobiliaria de Banesto que pertenece al grupo de empresas del Banco de Santander. Se encuentra en un proceso de incorporación y reestructuración dentro del grupo, que le supondrá un cierre de 700 oficinas.

Las principales campañas que ha desarrollado antes de la finalización de año son las siguientes:

ENTIDAD	SLOGAN	G1	ENTIDAD	SLOGAN	G2
CASAKTUA	LIQUIDAMOS 4000 VIV.!		CASAKTUA		
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA GENERAL- ventas	25-9-2012 a 31-12-2012		OFERTAS WEB -ventas	IDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
1800 UD CON COSTE MED. DE 57000€	WEB	X	OPORTUNIDADES	WEB	X
DESCUENTOS DE HASTA EL 80%	ANUNCIOS CLASIF.	X	DESCUENTOS ENTRE 50% Y 77%	ANUNCIOS CLASIF.	X
PRECIOS DE HACE 20 AÑOS	REDES SOCIALES	X		REDES SOCIALES	
FINANCIACIÓN HASTA EL 100%	VIDEO			VIDEO	
PLAZO MÁXIMO 40 AÑOS	MAIL	X		MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
CAMPAÑA DE PRECIOS	RADIO		CAMPAÑA DE PRECIOS	RADIO	
	TV		VIVIENDAS CONCRETAS DE 2ª MANO	TV	
	VALLAS		(Criterio de ESTADO y PRECIO)	VALLAS	
	EVENTOS		Cualquier ubicación y precio)	EVENTOS	
	OFICINAS	X		OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO BAJO	APIs	X	SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIs	X

Se caracterizan por ser:

- Campañas de precio dirigidas a segmentos con medio y bajo poder adquisitivo, debido al tipo de activos que oferta, en una de ellas el valor medio es de 57.000€ y en la otra los descuentos son del 50% al 77%. Esto se debe a que se encuentra influenciada por las grandes ofertas que existen en el mercado en ese momento y sus problemas dotacionales a final de año. Son campañas muy agresivas que buscan reducir el número de activos, se encuentran precios por debajo de muchas de las entidades analizadas.
- Ambas campañas corresponden a viviendas de segunda mano, no tienen estrategias complejas, únicamente quieren liquidar.

Al finalizar el año la entidad ha provisionado 977 millones de euros y su balance dentro del grupo Santander es de 94 millones de beneficio aunque si lo presentara de modo independiente arrojaría unas pérdidas de 955 millones de euros. Su exposición queda en 4.000 millones de euros en el sector inmobiliario.

Inicia el año 2013 con las siguientes campañas:

ENTIDAD	SLOGAN	G3	ENTIDAD	SLOGAN	G4
CASAKTUA	4000 CASAS...		CASAKTUA	...300 PUEBLOS!!!	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA SELECTIVA - ventas	15-2-2012 INDEFINIDO		CAMPAÑA SELECTIVA - ventas	2-2-2012 INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
4000 CASAS PARA LOS QUE GANAN 1000€ AL MES	WEB	X	ESTAS REBAJAS SE PASAN 300 PUEBLOS	WEB	X
HIPOTECA ÚNICA (40 años)(100%)	ANUNCIOS CLASIF.	X	HIPOTECA ÚNICA (40 años)(100%)	ANUNCIOS CLASIF.	X
HIPOTECA 400 (CUOTA FIJA 3 AÑOS)	REDES SOCIALES	X	HIPOTECA 400 (CUOTA FIJA 3 AÑOS)	REDES SOCIALES	X
	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
CAMPAÑA DE PRECIOS, SELECCIÓN DE VIVIENDAS POR - CUOTA BAJA COMPRA O ALQUILER	RADIO		CAMPAÑA DE PRECIOS, SELECCIÓN DE VIVIENDAS POR UBICACIÓN + PRECIO. (Entorno Rural)	RADIO	
ESTUDIO DE VIABILIDAD INDIVIDUAL	TV		(Calificación UBICACIÓN DET+PRECIO)	TV	
	VALLAS		ESTUDIO DE VIABILIDAD INDIVIDUAL	VALLAS	
	EVENTOS			EVENTOS	
	OFICINAS	X		OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO 1000 EURISTA	APIs	X	SEGMENTO BAJO Y MEDIO + RURAL	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	G3	ENTIDAD	SLOGAN	G4
CASAKTUA	LIQUIDAMOS 4000 VIV.!		CASAKTUA		
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA SELECTIVA - venta	1-1-2013 INDEFINIDO		OFERTAS WEB	INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
1800 UD CON COSTE MED. DE 57000€	WEB	X	OPORTUNIDADES	WEB	X
DESCUENTOS DE HASTA EL 80%	ANUNCIOS CLASIF.	X	DESCUENTOS ENTRE 50% Y 77%	ANUNCIOS CLASIF.	X
FINANCIACIÓN HASTA EL 100%	REDES SOCIALES			REDES SOCIALES	
PLAZO MÁXIMO 40 AÑOS	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
CAMPAÑA DE PRECIOS ES LA MISMA CAMPAÑA ANTERIOR VUELVEN A EDITARLA	RADIO		CAMPAÑA DE PRECIOS VIVIENDAS CONCRETAS DE 2ª MANO (Criterio de ESTADO y PRECIO) Cualquier ubicación y precio)	RADIO	
	TV			TV	
	VALLAS			VALLAS	
	EVENTOS			EVENTOS	
	OFICINAS	X		OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO BAJO	APIs	X	TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	X

Se caracterizan por:

- Practican una política de continuidad con sus dos campañas agresivas, dirigidas a segmentos bajos y medios y mantienen las condiciones. Ahora deben competir con las entidades que transferirán a finales y también con la SAREB.
- En febrero intensifican sus acciones incorporando 2 nuevas campañas muy selectivas, en una de ellas presentan un conjunto de activos que por su cuota hipotecaria se ajusta a las necesidades de la gente que tiene un sueldo de 1.000 €, en target es muy concreto.
- Otra campaña selectiva, selecciona inmuebles en entornos rurales que también tienen importes asequibles y los compara con los de las ciudades, indicando las ventajas y los costes. El producto es muy concreto y el target también, ya que a todo el mundo no le gusta vivir en el campo.
- Utiliza una financiación definida para incentivar la venta de sus inmuebles.

CXINMOBILIAIRA

Es la inmobiliaria de CatalunyaCaixa, una de las entidades intervenidas por el FROB durante el año 2012. Solicito recapitalización al igual que Bankia y BNG, se catalogó como entidad del Grupo 1 y sigue el proceso de reestructuración aprobado por la Comisión Europea, en el que se pretende el cierre de 1.000 oficinas y el despido de 3.000 empleados

Las principales campañas que ha desarrollado antes de la finalización de año son las siguientes:

ENTIDAD	SLOGAN	H1	ENTIDAD	SLOGAN	H2
CXINMOBILIARIA	PUERTAS ABIERTAS		CXINMOBILIARIA	SON CHOLLOS	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA SELECTIVA -ventas	HASTA 31-12-2012		OFERTAS EN LA WEB	11-10-2012 a 31-12-2012	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
PRECIO-UBICACIÓN- COSTE ALQUILER	WEB	X	LOS MEJORES MAYORES	WEB	X
VISTAS-SERVICIOS, ETC..	ANUNCIOS CLASIF.	X	DESCUENTOS DE LA RED	ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES	X		REDES SOCIALES	X
	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
PUERTAS ABIERTAS. SON TEMÁTICAS	RADIO			RADIO	
(Criterios UBICACIÓN Ó TIPOLOGIA	TV			TV	
Ó LOCALIZACIÓN...	VALLAS			VALLAS	
EVENTOS LOCALIZADOS	EVENTOS	X		EVENTOS	
	OFICINAS	X		OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	
SEGMENTO CONCRETO-	APIs	X	SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIs	X

ENTIDAD	SLOGAN	H3
CXINMOBILIARIA		
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA INTERNACIONAL	23/10/2012	
ESTÍMULO	MEDIOS	
	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	X
	REDES SOCIALES	
	VIDEO	
	MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	X
RED INTERNACIONAL	RADIO	
	TV	
	VALLAS	
	EVENTOS	X
	OFICINAS	X
TARGET	FOLLETOS	X
SEGMENTO ALTO	APIs	X

Se caracterizan por:

- Sus tiempos están definidos por la normativa aprobada ya que es una de las entidades que transfiere activos a SAREB, por lo que sus campañas finalizan el 31 de diciembre de 2012.
- Como característica principal se encuentra su gran esfuerzo a través de la red de APIS y Colaboradores, realizando multitud de campañas temáticas de puertas abiertas, en las que se seleccionaban productos muy concretos y se establecía una estrategia definida para dirigir el producto a un target concreto. De este modo se conseguía aumentar las posibilidades de comercialización.
- Aunque no se ha encontrado ninguna campaña específica, su labor de comercialización de inmuebles en alquiler ha sido importante.
- Entre los incentivos que utilizaba para la comercialización estaban los descuentos, los precios ajustados, seguros contra el paro y la compensación de las medidas de deducción.
- También utiliza las principales ferias inmobiliarias para potenciar estas campañas a la vez que lanza una nueva propuesta internacional, en la que mediante la firma de convenios con agentes en países de Europa del este y Rusia comercializa segundas residencias de lujo. Este es un nuevo mercado a explotar.

Al finalizar el año, CatalunyaCaixa ha presentado unas pérdidas de 12.000 millones de euros, debido a su gran exposición al sector inmobiliario. Habiendo recibido ayudas del FROB por un importe superior a los 9.000 millones de euros. Como dato positivo está la desinversión de 7.275 viviendas y el alquiler de 1.408 viviendas, con un importe total de 1.500 millones de euros.

Al igual que Bankia se encuentran en una fase de incertidumbre y en sus oficinas tampoco aparecen campañas publicitarias, aunque en la web a finales de enero retoman la comercialización.

Inicia el año 2013 con las siguientes campañas:

ENTIDAD	SLOGAN	H3	ENTIDAD	SLOGAN	H5
CXINMOBILIARIA			CXINMOBILIARIA	HAZ TU OFERTA	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA INTERNACIONAL	23/10/2012		CAMPAÑA SAREB	29-1-2013 a INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
	WEB	X	HAZNOS UNA OFERTA PARA COMPRAR UN PISO DE SAREB TRES PASOS : 1-BUSCALO 2-OFFERTA 3-TE DAMOS UNA RESPUESTA RÁPIDA	WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.	X		ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES			REDES SOCIALES	X
	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	X
CARACTERÍSTICAS	BLOG	X	CARACTERÍSTICAS	BLOG	
RED INTERNACIONAL	RADIO		GESTIÓN DE SAREB	RADIO	
	TV			TV	
	VALLAS			VALLAS	
	EVENTOS	X		EVENTOS	
	OFICINAS	X		OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS	X	TARGET	FOLLETOS	
SEGMENTO ALTO	APIs	X	TODOS LOS SEGMENTOS	APIs	

ENTIDAD	SLOGAN	H6	ENTIDAD	SLOGAN	H7
CXINMOBILIARIA	YA VA SIENDO HORA...		CXINMOBILIARIA	FONDO SOCIAL VIVIENDA	
TIPO DE ACCIÓN	PERIODO		TIPO DE ACCIÓN	PERIODO	
CAMPAÑA ALQUILER	1-1-2012 -30-3-2012		CAMPAÑA SOCIAL - alquiler	15-2-2013 - INDEFINIDO	
ESTÍMULO	MEDIOS		ESTÍMULO	MEDIOS	
DE ALQUILARTE UN PISO 2 MESES GRATIS SIN AVALES G.COMUNIDAD+IBI INCLUIDOS 1 MES DE FIANZA - 10% DTO CLIENTES	WEB	X		WEB	X
	ANUNCIOS CLASIF.			ANUNCIOS CLASIF.	
	REDES SOCIALES			REDES SOCIALES	
	VIDEO			VIDEO	
	MAIL	X		MAIL	
CARACTERÍSTICAS	BLOG		CARACTERÍSTICAS	BLOG	
CAMPAÑA DE ALQUILER	RADIO		325 VIVIENDAS	RADIO	
COPIA DE LA DE SERVICIAIXA	TV		CONDICIONES EN LA WEB BIEN DOCUMENTADO (Criterio de ESTADO, LOCALIZACIÓN Y PRECIO)	TV	
	VALLAS			VALLAS	
	EVENTOS			EVENTOS	
	OFICINAS			OFICINAS	
TARGET	FOLLETOS		TARGET	FOLLETOS	
SEGMENTO BAJO Y MEDIO	APIs	X	SEGMENTOS BAJOS	APIs	

Se caracterizan por:

- Inicia el mes de enero con una campaña de alquiler copiando la estrategia de Servihabitat, sin duda el mercado de alquiler se encuentra sin explotar y es una de las maneras de aumentar los ingresos, ya que las viviendas que no salen solo producen gastos y de este modo empiezan a rendir.
- A finales de enero se inician las actividades en web para iniciar la comercialización de inmuebles de SAREB y los propios. Se distinguen 2 campañas:
 - o Campaña con viviendas propias muy agresiva, grandes descuentos y acepta ofertas por parte de los interesados. Publicita la hipoteca Respira, con la intención de facilitar la adquisición, permitiendo la posibilidad de ajustar la mensualidad en los primeros años. Momento de gran competencia debido a que las entidades del grupo 2 transfieren sus activos a final del mes de febrero.

- Campaña de SAREB bastante agresiva, ya que también permite que los clientes realicen ofertas por los inmuebles.

- A mediados de febrero inicia una campaña sobre el Fondo Social, dotada con 325 viviendas y en condiciones de alquiler social. Al igual que otras entidades que también han publicitado este hecho, pretenden mejorar su imagen y a la vez sacar al mercado viviendas que por ubicación y estado de conservación estaban fuera.

Una vez analizadas las distintas entidades a través de las principales campañas y promociones que han desarrollado en el período de estudio, procedemos a cruzar los datos en las siguientes tablas.

En la primera de ellas se establece una cronología comparativa de las distintas acciones, el gráfico permite visualizar la coincidencia o no de acciones y los tipos utilizados en cada momento.

La segunda tabla recoge y relaciona los datos de todas las campañas y promociones analizadas en el estudio. Para su realización se han establecido distintos criterios de recuento de datos, como son: Tipología de la acción, Eventos en los que se han promocionado las acciones, estímulos utilizados para potenciar la necesidad de compra o alquiler, distintos grupos de target a los que se han dirigido las campañas o promociones y un conjunto de influencias propias del momento actual a parte de las generales del entorno, que pueden haber condicionado algunas condiciones promocionales.

Por otra parte, se ha distinguido entre campañas orientadas a la venta del inmueble y destinadas al alquiler, anotándose los datos antes de la finalización del año y después, puesto que suponía un hito muy importante y diferencial.

Se han señalado en rojo las campañas o promociones que han estado activas antes y después de final de año, estas solo se contabilizan una vez cuando los gráficos se refieran a valores globales. En azul se indican las campañas que han continuado activas pero modificando sus condiciones, por lo que se consideran diferentes a nivel global.

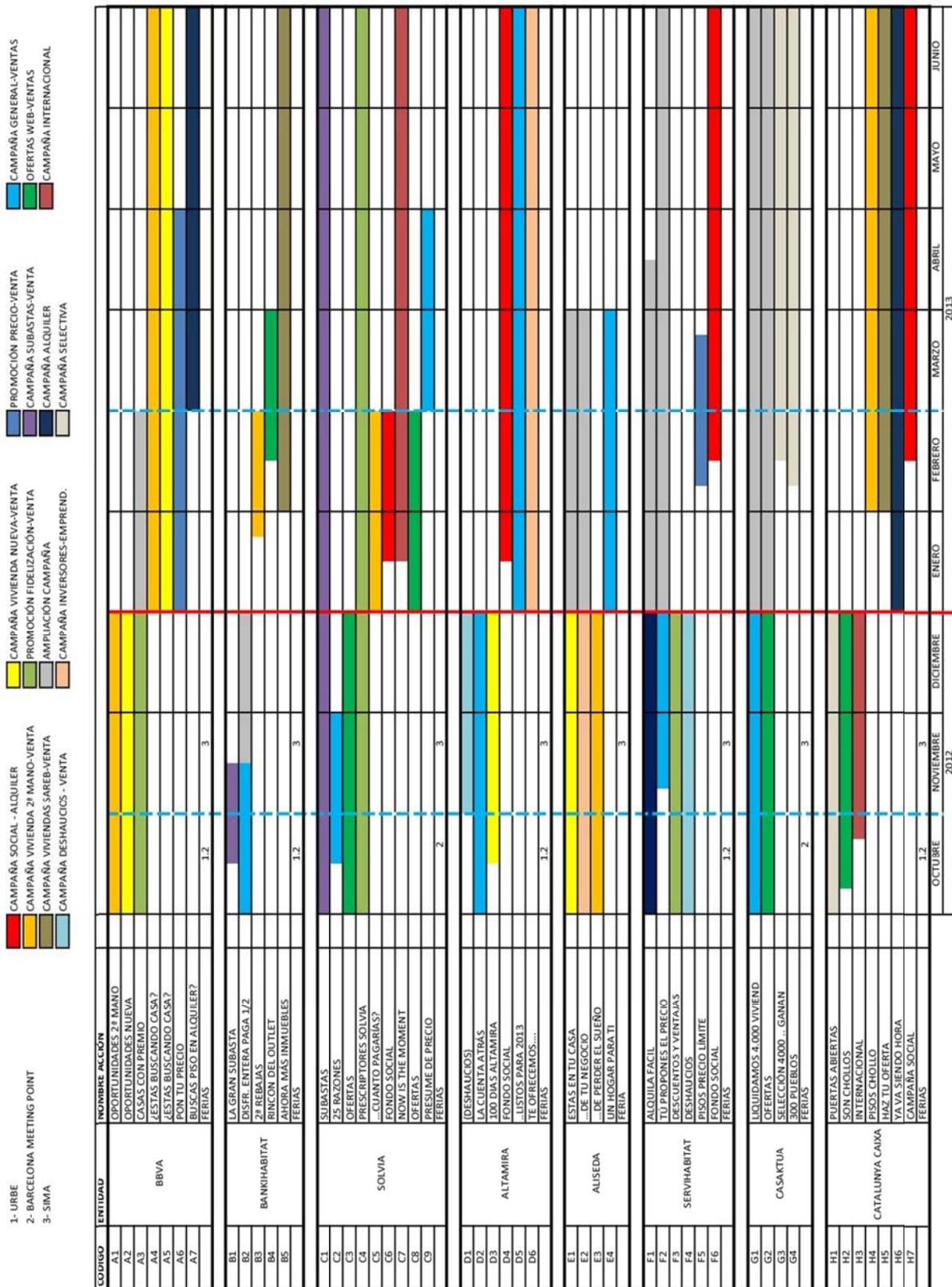


Gráfico G56- **GRÁFICA TEMPORAL** de las principales acciones de comercialización identificadas en el período de estudio.
 Fuente: Elaboración propia con los datos recabados en el estudio, (2012 - 2013).

NOV -DIC 2012 Y ENÉ-FEB 2013	BBVIVIENDA (BBVA)		BANKIAHABITAT (BANKIA)		SOLVIA (B SABADELL)		ALTMIRA (SANTANDER)		ALIBEDA (BANCO POPULAR)		SERVIHABITAT (LA CAIXA)		CASAKTUA (BANESTO)		CKINMOBILIARIA (CATALUNYA CAIXA)		TOTALES	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013	2012	2013
TIPO DE CAMPAÑA O PROMOCIÓN																		
SUBASTA - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
GENERAL - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2ª MANO - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
NUUEVAS - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
OFERTAS WEB - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
PROMOCIÓN FIDELIZACIÓN - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
PROMOCIÓN PRECIO - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
INTERNACIONALES - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SOCIAL - alquiler	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SAREB - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
DESHAUCIOS - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
INVERSOIRES - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SELECTIVA - venta	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ALQUILER	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total venta - Total Alquiler	3	0	4	1	2	0	3	0	4	0	6	1	4	0	3	1	2	7
EVENTOS																		
URBE Y DESARROLLO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
BARCELONA MEET POINT	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SIIMA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total	3	0	3	0	3	0	0	0	2	0	0	0	3	0	0	0	0	0
ESTIMULO																		
PIJAS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
FINANCIACIÓN ESPECIAL	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
FINANCIACIÓN A MEDIDA-NO EXPLÍCITA	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
DESCUENTOS - PRECIOS BAJOS	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
DESGRAVACIÓN FISCAL + SUBIDA IVA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SEGUNDA MANO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
NUUEVAS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
EN PROMOCIONES	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ACEPTA OFERTAS DEL CUENTE	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
SUELO Y PARCELAS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
LOCALES Y NAVES	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SOLVENCIA - MARGA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
SOLVENCIA - MARGA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
CARACTERÍSTICAS POSITIVAS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
VIVIENDAS SAREB	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total	6	0	8	0	5	0	8	0	9	0	14	0	10	0	6	0	7	0
TARGET																		
SEGMENTO BAJO PODER ADQUISITIVO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SEGMENTO MEDIO PODER ADQUISITIVO	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
SEGMENTO ALTO PODER ADQUISITIVO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
INTERNACIONAL	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
INVERSOIRES	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TODOS LOS SEGMENTOS	1	2	1	2	1	4	1	3	2	1	3	2	1	1	1	1	1	1
TARGET MUY CONCRETO	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total	5	0	5	1	2	0	4	0	4	0	10	1	5	0	3	1	5	0
INFLUENCIA SOBRE LA CAMPAÑA																		
REESTRUCTURACIÓN GRUPO 1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
REESTRUCTURACIÓN GRUPO 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
TRANSFERENCIA ACTIVOS GRUPO 1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
TRANSFERENCIA ACTIVOS GRUPO 2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
CONSTITUCIÓN SAREB	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
DOTACIONES	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
OFERTAS CONCRETAS OTRAS ENTIDADES	1	4	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
COMPETENCIA DE SAREB	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
AUMENTO DEL IVA Y ELIMINACIÓN DESGR	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
NORMATIVA DESHAUCIOS	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total	5	0	9	1	8	0	1	0	5	0	11	1	8	0	4	1	9	0
TOTAL	58	0	42	6	106	0	0	0	49	0	58	0	107	0	0	0	0	0

Figura F77- Tabla de **RELACIÓN CAMPAÑAS**, en la que se relacionan y contabilizan las campañas por tipo, los eventos, los estímulos, los targets y las influencias específicas en cada una de las campañas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recabados, (2012 – 2013)

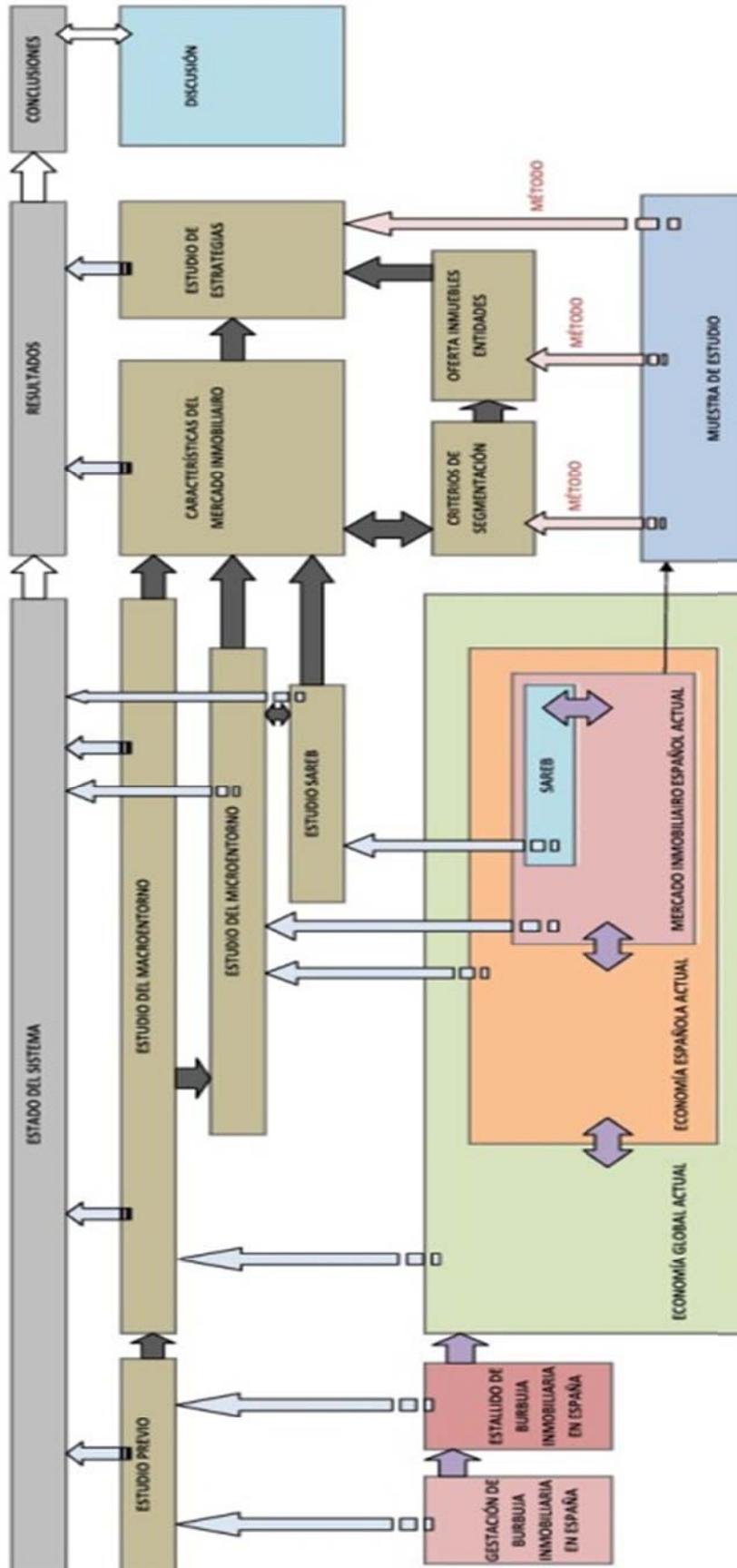


Figura F79- **DIAGRAMA DE FLUJOS DEL PROCEDIMIENTO**
Fuente: Elaboración propia, (2013).

6. CONCLUSIONES

A) Del estudio previo se deduce una situación global de colapso en el sector financiero e inmobiliario español, con unas perspectivas poco alentadoras a corto y medio plazo. La mayor parte de los indicadores macro-económicos, micro-económicos y demográficos muestran valores muy adversos. También la situación social y política es muy complicada, agravada con un elevado número de desahucios y multitud de casos de corrupción, que merman la poca confianza existente, sin la cual, resultará muy complicado remontar. Destaca la incertidumbre generalizada, la falta de expectativas en el sector y en el futuro desarrollo de la SAREB.

B) La matriz DAFO permite hacerse una idea muy certera y rápida de las principales características del mercado inmobiliario. Aunque aparecen multitud de **debilidades** y muy graves, el hecho de haberlas identificado facilitará la definición de una solución lo más adecuada posible dadas las circunstancias, sobre todo, en aquellas sobre las que el gobierno puede actuar directamente, como las relacionadas con el *mercado de alquiler, la legislación hipotecaria o la regulación de las actividades futuras de SAREB*, que presentan un claro conflicto de intereses.

Otro elemento de análisis importante son las amenazas que se ciernen sobre el sector, que deberían ayudarnos a enfocar los distintos problemas y diseñar nuevas estrategias para tratar de superarlas con el menor coste posible. Aunque muchas de estas amenazas no dependen de las decisiones de nuestro gobierno, la atención debería centrarse en las que sí, como *la inversión en educación o en I+D, el incremento incontrolado de paro y en particular el juvenil o el deterioro de indicadores demográficos relacionados con la salud o el bienestar social* y por supuesto el gran problema demográfico que plantean las previsiones a medio y largo plazo, que no favorecen el crecimiento del sector y ponen en grave duda la sostenibilidad del sistema en general.

La parte positiva de la matriz nos muestra como **fortalezas y oportunidades** índices de precios y costes de financiación muy buenos (si cumple los exigentes requisitos), también se establece una presión sobre la demanda debida a la necesidad de creación de hogares, que si bien se encuentra en valores bajos comparados con años anteriores, todavía se estima en cifras que rondan las 200.000 ud para 2013, según estudios del Ministerio de Fomento.

Para cubrir estas necesidades, existe un mercado con mucho recorrido, este es sin lugar a duda el de alquiler. Si el gobierno consigue finalizar el proyecto de ley sobre este sector, que actualmente se encuentra en desarrollo parlamentario, permitirá dinamizarlo en

gran medida. Actualmente la cuota del mercado de alquiler se encuentra en valores próximos al 17% del total, muy lejos de los valores europeos, por lo que un pequeño avance en este sentido ayudaría mucho en la reducción del stock y debería ser una de las principales líneas de actuación.

C) Se han transferido a SAREB gran cantidad de activos de diferentes entidades financieras, esto supone un gran volumen de datos a gestionar y que de algún modo, se debe de homogeneizar para conocer exactamente qué tipo de activos y con qué características cuenta la entidad. Si esto no se lleva a cabo, resultará complicado evaluar correctamente las estrategias y definir sobre que grupos se aplican. Así como afrontar la gestión de su comercialización de un modo práctico y efectivo.

Al observar la tabla de criterios de segmentación del apartado 5.2 donde se comparan las muestras recogidas en distintas webs de entidades financieras en contraposición con los principales portales inmobiliarios del sector, obtenemos las siguientes conclusiones:

TIPOLOGÍA DE ACTIVO	COMUNIDAD	PROVINCIA	LOCALIDAD	PRECIO	SUPERFICIE	Nº HABITACIONES	Nº BAÑOS	OPERACIÓN	ESTADO	SUBTIPO	ZONA	FILTROS VARIOS 1	MAPA
100,00%	12,50%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	87,50%	62,50%	62,50%	87,50%	75,00%	75,00%	87,50%	87,50%

Figura F80- Tabla sobre criterios de segmentación de activos inmobiliarios en porcentaje de utilización en las distintas muestras del apartado 5.2.

Fuente: Elaboración propia con los resultados de la tabla del capítulo 5.2, (2013).

- Hay gran coincidencia de criterios entre los portales de las distintas entidades financieras, tal y como se observa en la tabla anterior. En ella, destacan principalmente la clasificación por **Comunidad Autónoma**, que solo aparece en uno de los portales (Aliseda) y que a pesar de ser muy útil si tuviéramos que obtener resultados analíticos, no lo es tanto cuando buscamos una vivienda para comprar o alquilar, puesto que una comunidad autónoma es un espacio demasiado grande para establecer un rango. Otro criterio importante y que debería estar en todas las clasificaciones es el de **subtipo**, en el que se desgranar las distintas tipologías de activos, aportado mucha información sobre las características concretas de estos y facilitando enormemente la localización de activos en función de unas necesidades mucho más concretas de los posibles clientes.

- El criterio principal de segmentación es el de **tipología de activo**, que resulta el más lógico para diferenciar los grandes grupos de activos. En este hay coincidencia plena al igual que en los de precio, superficie y localización. Las diferencias aparecen cuando empezamos a matizar más las características propias de cada inmueble, como nº habitaciones, nº de baños,

tipo de operación, etc. Existen inmobiliarias que no le dan importancia a este tipo de datos, centrándose únicamente en localización y precio.

En la web de *Aliseda* aparece un criterio que distingue entre inmuebles y promociones, para luego referirse a lo mismo, generando confusión en la búsqueda. La organización debe ser estructurada y clara.

- En los portales inmobiliarios (Fotocasa e Idealista) se definen con más campos la mayoría de criterios de segmentación, aportando mucha información de los inmuebles y permitiendo gestionar mejor sus bases de datos, focalizando las búsquedas en las necesidades concretas que establezca cada cliente. Ambas son buenos ejemplos ya que funcionan muy bien, aunque una dispone de muchos niveles (Idealista) y la otra es mucho más dinámica (Fotocasa), puesto que con solo dos niveles permite gestionar muchos más parámetros. Los portales de las entidades financieras no superan los tres niveles, aunque en muchos de ellos faltan datos para filtrar de un modo más efectivo las búsquedas, por lo que dada la gran cantidad de activos que deben comercializar quizás deberían completar sus bases de datos con mayor número de campos. De la muestra de estudio se han analizado cuantos niveles utilizan en sus motores de búsqueda, llegando a la conclusión de que el 50% utiliza 3 niveles y el resto 2 niveles.

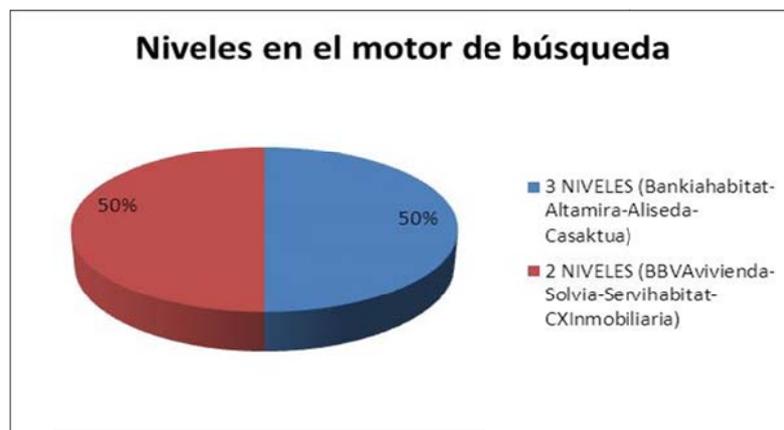


Gráfico G57- Tabla sobre niveles en los motores de búsqueda de las entidades de la muestra de estudio.

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla del capítulo 5.2.

- Por otra parte, cuantos más campos de datos se pueden personalizar en una búsqueda, mejor resulta y más próxima al objeto de esta. Se han comparado los portales de la muestra en estudio y los portales IDEALISTA y FOTOCASA, obteniendo el número de campos personalizables al realizar búsquedas de inmuebles en cada uno de ellos. En la siguiente tabla podemos comprobar como los portales de entidades financieras ofrecen menos información y por consiguiente, permiten búsquedas menos concretas, siendo este un aspecto a mejorar como estrategia de comercialización de sus inmuebles a través del portal web.

	Nº DE CAMPOS SELECCIONABLES
BBVAVIVIENDA (BBVA)	38
BANKIAHABITAT (BANKIA)	37
SOLVIA (B.SABADELL)	27
ALTAMIRA (SANTANDER)	39
ALISEDA (BANCO POPULAR)	38
SERVIHABITAT (LA CAIXA)	45
CASAKTUA (BANESTO)	33
CXINMOBILIARIA (CATALUNYACAIXA)	32
IDEALISTA	56
FOTOCASA	67

Gráfico G58- Tabla sobre la personalización de las búsquedas en la web, indicando el número de campos configurables.

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla del capítulo 5.2, (2013).

- Por último, cabe destacar que no hay ninguna referencia a las viviendas Protegidas o de V.P.O. A excepción de un pequeño enlace, difícil de localizar, en la pantalla principal de Idealista. Esto nos indica cómo se encuentra el sector, ya que no hay diferencia entre renta libre o protegida. Es más, los módulos de V.P.O. han quedado desfasados al alza en muchas zonas.

D) En la promoción de los distintos portales web analizados se identifican varias estrategias para conseguir visitas y las conclusiones son las siguientes:

- En el posicionamiento de los portales web se puede comprobar que el 62,5% utiliza estrategias de posición patrocinada SEM y únicamente el 12,5% tiene una buena posición natural SEO. Si comparamos estos números con IDEALISTA, este último portal no utiliza estrategias de SEM pero en cambio ocupa las mejores posiciones en cuanto a SEO, en cambio FOTOCASA si utiliza estrategias de SEM y también dispone de una muy buena posición SEO. Tal y como aparece reflejado en las siguientes gráficas, existe una gran preferencia por pagar el posicionamiento en google frente a conseguirlo por técnicas naturales.

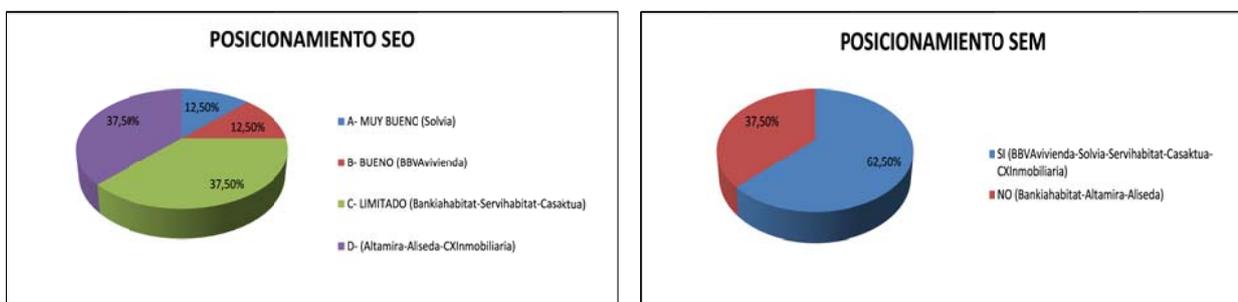


Gráfico G59- Izquierda, gráfico de porcentajes en función del grado de posicionamiento SEO de los portales y derecha, porcentaje de uso de posicionamiento patrocinado SEM (2013).

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla del capítulo 5.3 SEO, (2013).

- Todas las webs se diseñan con cierto grado de usabilidad y en el siguiente gráfico se detalla este nivel relativo según el criterio establecido en el estudio.

Existe un 25% de las entidades estudiadas que se han preocupado muy poco por este tipo de estrategias y utilizan una web muy básica, con la información muy justa y el diseño pobre. Únicamente un 12,5% de las webs analizadas han mostrado mucho interés por estos aspectos al diseñar su portal. El 50% de los portales al menos presenta niveles buenos de usabilidad, quizás es un aspecto a tener en cuenta por parte de los portales más descuidados, pues se trata de una herramienta poderosa que no se utiliza al 100% de su capacidad.

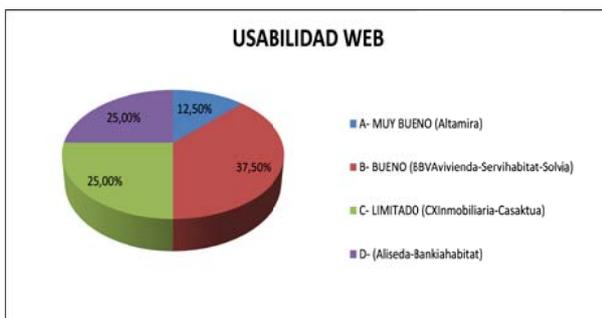


Gráfico G60- Gráfico de usabilidad de los distintos portales, clasificados en 4 grupos de uso.

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 USABILIDAD, (2013).

- En el 100% de los portales analizados disponen de sistemas de registro y teléfono único, con ello permiten a los visitantes establecer contacto.

E) Si atendemos a las estrategias de fidelización las conclusiones son las siguientes:

- El 100% de portales utiliza el **Mail-Marketing** en algún nivel de intensidad, esto se lo permite el mecanismo de registro. Con este sistema, establecen comunicación con los interesados, enviándoles tanto las alertas que estos clientes han fijado, como las nuevas campañas u ofertas que se están lanzando.

- El uso del resto de estrategias de fidelización se detalla en los siguientes gráficos, aunque es de destacar que las redes sociales solo se utilizan en el 62,5% de los portales. Este aspecto resulta importante debido al gran alcance que tienen en nuestra sociedad, no se acaba de entender como casi el 40% de las entidades las dejan de lado, siendo este un aspecto a revisar su parte. Es probable que en un espacio corto de tiempo acaben incorporándolas, si quieren mejorar sus índices de venta.

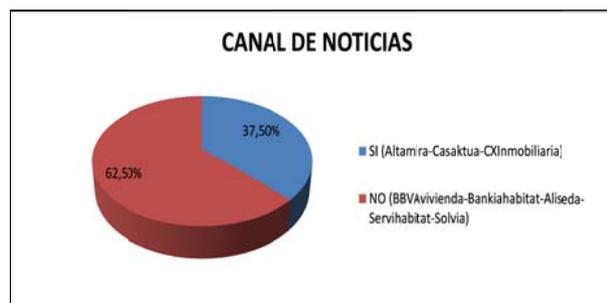
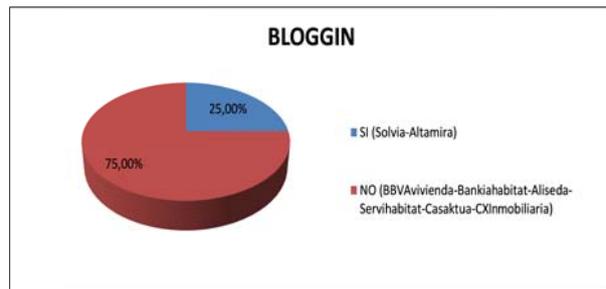
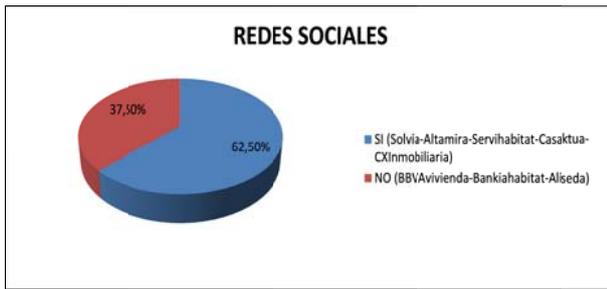


Gráfico G61- Gráficos de porcentaje de uso de las Redes Sociales, el Bloggin y los Canales de Noticias.
Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN INTERNET, (2013).

F) Analizando las acciones que llevan a cabo desde la web llegamos a las siguientes conclusiones:

- El 100% de las entidades utiliza los portales para presentar y promocionar sus campañas, resaltar sus ofertas y difundir sus eventos.
- Destacan varias acciones por su disparidad de aplicación. Las entidades inmobiliarias no disponen de oficinas propias para la atención de clientes, funcionan como un departamento de la entidad financiera que gestiona y comercializa los inmuebles. Por lo que la parte más accesible de estas entidades es la web y es por esto que varias entidades presentan guías y ayudas para el proceso de compra. En mi opinión, este elemento facilita mucho la comprensión del proceso y más, cuando en las oficinas de los bancos no encuentras profesionales inmobiliarios.

Una estrategia importante, por el volumen económico de los activos sobre los que se aplica, son las acciones personalizadas dirigidas a inversores profesionales con capacidad económica elevada. Todas las entidades cuentan con grandes bolsas de suelo, promociones inacabadas y activos de características singulares y precios elevados, que no son accesibles para el público en general. Para estos casos se plantean secciones en la web con información especializada y más detallada, así como procedimientos para contactar y desarrollar negociaciones. Es una estrategia importante que únicamente aplican a través de la web el 37,5% de las entidades analizadas.

Otra estrategia que se está utilizando desde primeros de año, es la de publicitar las viviendas del Fondo Social. Estas se facilitan en alquiler y con rentas reducidas, aunque también habría que ver que inmuebles se han dedicado a este fin. A pesar de que casi el 80%

de las entidades ya han destinado viviendas al fondo social, únicamente el 50% las publicita a través de la web.

Las subastas Online tampoco tienen demasiada presencia en los portales, únicamente Solvia y Bankiahabitat los utilizan desde hace tiempo, seguramente por razones distintas. Una ha desarrollado mucho potencial en la red y eso incluye también las subastas y la otra ha tenido y tiene necesidad de vender. Por otra parte, las campañas de principio de año tienden a permitir que los interesados realicen ofertas por la vivienda que les gustan, siendo algo similar a la subasta.

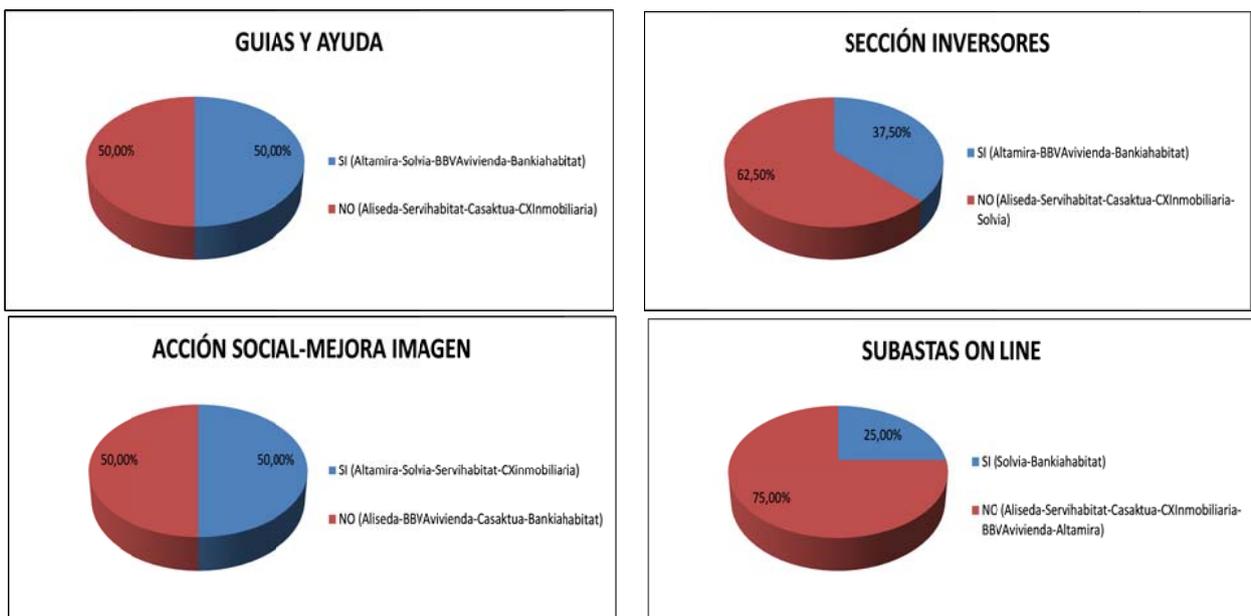


Gráfico G62- Gráficos de porcentaje de uso de acciones desde el portal, se detallan las que no se usan en el 100% de los casos. Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN INTERNET, (2013).

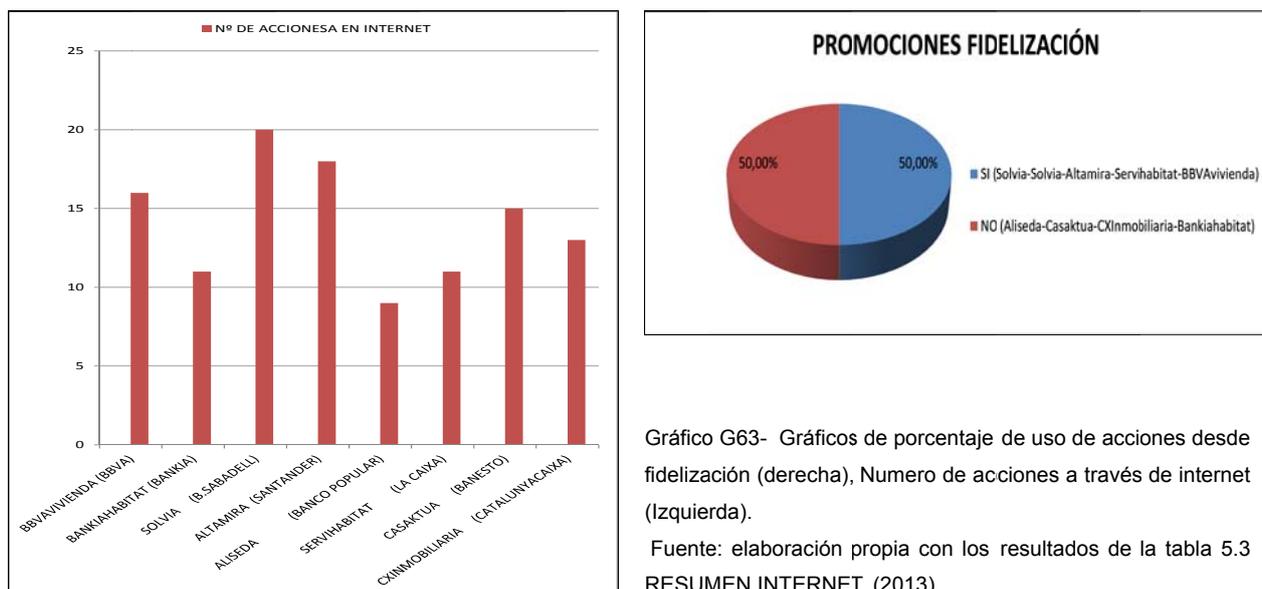


Gráfico G63- Gráficos de porcentaje de uso de acciones desde fidelización (derecha), Numero de acciones a través de internet (Izquierda).

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN INTERNET, (2013).

En el gráfico anterior se aprecia que entidades utilizan más estrategias en internet, lo que supone que tienen mayor presencia en este medio y por lo tanto, mejores resultados de ventas debido a este tipo de acciones. Solvia destaca sobre el resto, como la que más recursos utiliza y este hecho se hace evidente al navegar, ya que es habitual encontrar sus anuncios y ofertas.

G) Analizando las acciones que se llevan a cabo en los medios convencionales obtenemos las siguientes conclusiones:

- En el caso de la televisión su uso está muy limitado debido a las grandes dificultades que está atravesando el sector inmobiliario, la prioridad es racionalizar los pocos recursos disponibles. Resulta más útil un despliegue que permita mostrar productos concretos con grandes descuentos, ya que la idea general “GRANDES DESCUENTOS INMOBILIARIOS” ya flota en el ambiente, y no es prioritario difundirla por televisión.

Los videos promocionales o corporativos son una alternativa visual muy interesante debido a que su coste es mucho menor y permite la difusión tanto por redes sociales, como por redes inmobiliarias, oficinas bancarias y eventos.

La utilización de estos vídeos se limita al 50% de las entidades analizadas, en un período en el que la necesidad de vender era y es muy importante. Esto puede ser que suceda debido a que el período de estudio abarca la parte final de 2012 y el inicio de 2013, aunque tampoco se han encontrado muchas referencias fuera de ese espacio de tiempo y menos ampliando el número de entidades que los utilizan.

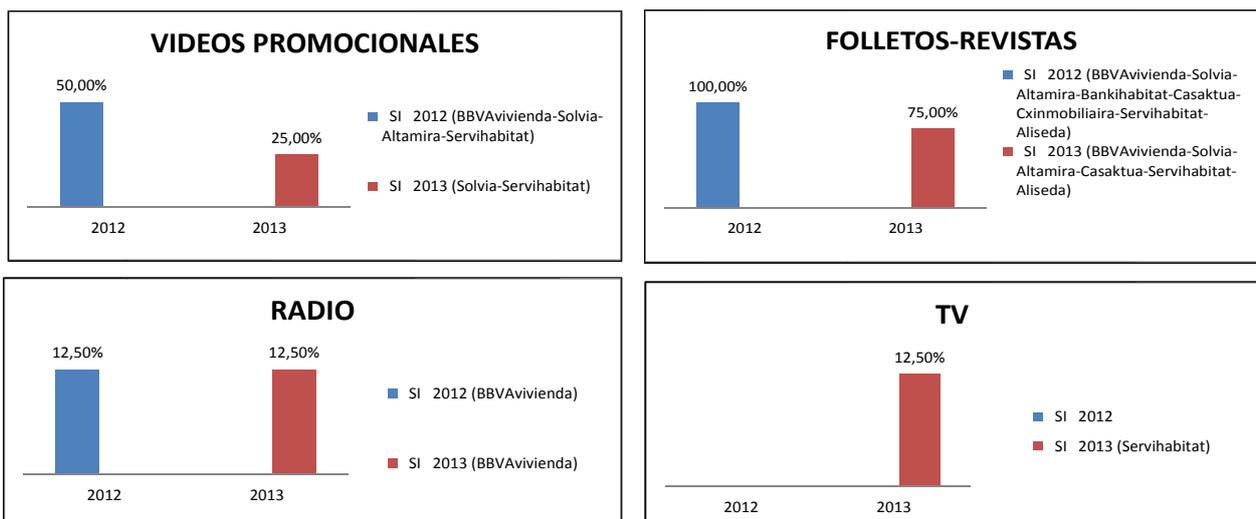


Gráfico G64- Gráficos de porcentaje de uso de acciones en medios convencionales.

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN RESTO DE MEDIOS, (2013).

En este grupo de medios destacan los folletos y revistas, en los que aparecen las ofertas y campañas, con gran utilización por parte de las entidades estudiadas. Quizás se deba a que los interesados en adquirir una vivienda les gusta llevarse a casa este tipo de publicidad y revisarla tranquilamente. También sucede que las dos entidades intervenidas y que han transmitido sus activos a la SAREB, Catalunya Caixa y Bankiahabitats, todavía no disponen de este tipo de publicidad en sus oficinas. Posiblemente por un cambio de estrategia o porque no tienen las cosas claras con los activos que les quedan y los transferidos. Ambas entidades han iniciado la comercialización de inmuebles de SAREB únicamente a través de la web a partir de febrero de 2013, sufriendo un retraso apreciable con respecto a las entidades que no han tenido contacto con esta entidad.

- Las ferias y eventos permiten dinamizar mucho las ventas de inmuebles y las entidades tienen la experiencia de años anteriores, por lo que han acudido en masa a URBE, BARCELONA MEETING POINT y SIMA. Estas ferias han acontecido en el último trimestre del año, permitiéndoles mejorar los números de ventas.

Una vez más aparece la sombra de SAREB, ya que las dos entidades intervenidas no han realizado nuevas jornadas de puertas abiertas, es como si se encontraran a la espera de definir las nuevas estrategias, tanto para sus inmuebles como para los transferidos.

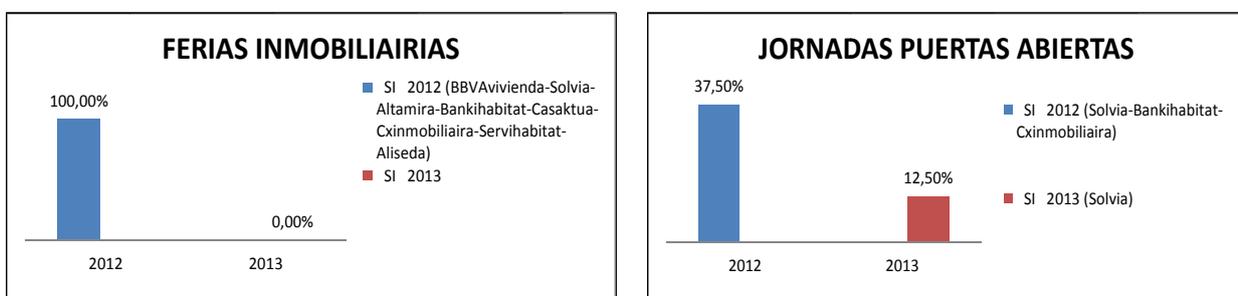


Gráfico G65- Gráficos de porcentaje de uso de eventos.

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN RESTO DE MEDIOS, (2013).

- El elemento fundamental en la comercialización de los inmuebles es la red de puntos de atención al cliente. Por ello, las entidades se vuelcan en este aspecto, realizando pactos con las principales redes inmobiliarias y aprovechando las redes de oficinas bancarias. En este último aspecto aparecen nuevamente las oficinas de Bankia y Catalunya Caixa desmarcándose del resto, seguramente por dos motivos posibles. Uno por un cambio de estrategia durante un tiempo determinado, en el que optan por lanzar una campaña de confianza, tal es el caso de Bankia o debido a que los temas con SAREB evolucionan despacio y todavía no han definido las nuevas líneas de actuación. El caso es que en sus

oficinas, y desde que empezó el año, no aparecen muestras de publicidad de inmuebles, aunque si preguntas por ellos te atienden como siempre.

Otro caso especial es el del Banco de Sabadell, no ha sido rescatado por SAREB, pero desde que inició 2013 ha desvinculado sus actividades de promoción de campañas inmobiliarias de las del propio banco, por lo que no se encuentra publicidad de ningún tipo en sus oficinas, de hecho, a mediados de febrero han retomado una campaña para mejorar la imagen y confianza en la entidad. Esta campaña ya fue lanzada meses atrás por televisión y ahora se recupera con posters en las oficinas. Únicamente aparece un vinilo en la puerta de acceso a la entidad, en el que te recuerda que puedes preguntar por las viviendas, aunque no se encuentran en la oficina ningún tipo de referencias publicitarias. El peso de la gestión y la comercialización de los inmuebles recae en SOLVIA, quizás este motivo la haya empujado a expandirse en otros campos, como en la red, donde es la entidad que más presencia tiene de las analizadas.

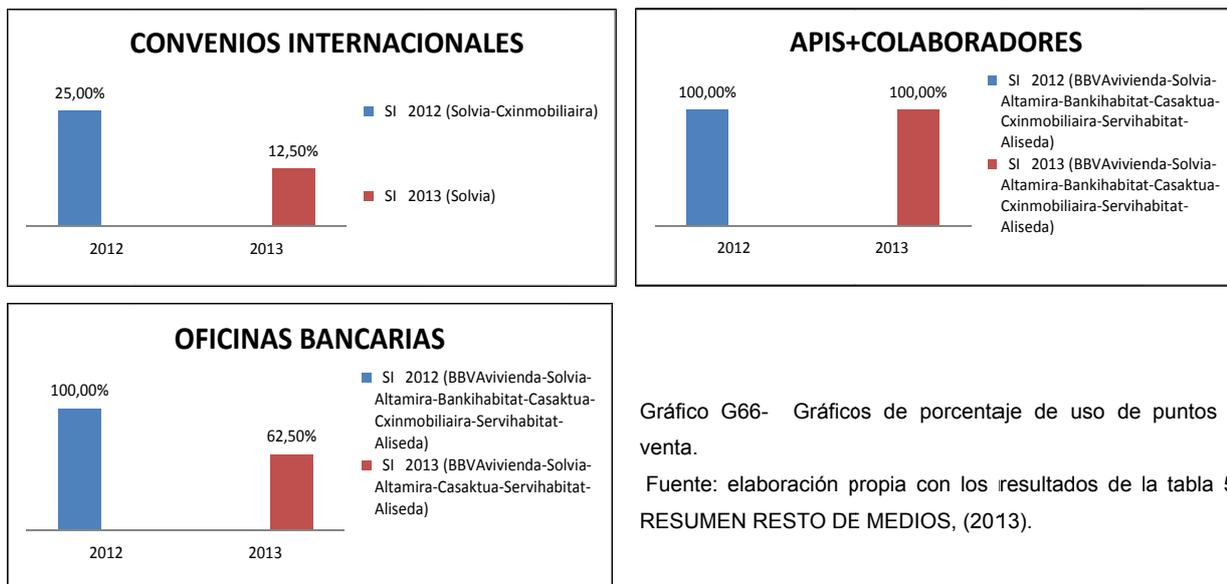


Gráfico G66- Gráficos de porcentaje de uso de puntos de venta.

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESUMEN RESTO DE MEDIOS, (2013).

H) En el análisis del GRÁFICO TEMPORAL de campañas, destacan distintos aspectos:

- Se identifica muy claramente el 31 de diciembre de 2012 como punto de inflexión en la mayoría de campañas de las distintas entidades.
- Las ferias inmobiliarias son utilizadas por varias entidades para lanzar nuevas campañas y también potenciar las existentes, en el gráfico se aprecia cómo el origen de varias campañas está justo antes del inicio de los eventos.
- Se observa como las entidades nacionalizadas y en proceso de reestructuración y transferencia de activos han detenido o ralentizado sus acciones desde finales de Diciembre de 2012 hasta principios de febrero de 2013. De hecho, su actividad se reactiva vía web, pero no dispones de acciones especiales en otro sentido.

- Las entidades no nacionalizadas dan continuidad o prorrogan algunas de sus campañas en 2013, pero en muchas de ellas modifican gran parte de las condiciones, haciéndolas más agresivas.
- Se observa el enorme crecimiento de campañas de alquiler social debido a la negociación del gobierno con las entidades financieras, a raíz del R.D. Ley 27/2012 de 15 de noviembre, en el que se insta a llegar a un acuerdo en este sentido.
- Servihabitat era la única entidad de las analizadas que disponía de una campaña importante destinada exclusivamente a la promoción de vivienda en alquiler, pero a partir del cambio de año han aparecido nuevas en distintas entidades.
- Se utiliza mucho el establecer plazos de finalización en las campañas o promociones, esto puede ser debido a que hay fechas determinantes por cambio de normativa o relacionadas con los procesos de reestructuración, que los condicionan; o simplemente debido a estrategias comerciales que tratan de presionar sobre la decisión de los posibles clientes, indicándoles que la oferta se acaba.

I) Sobre la tabla de RELACIÓN DE CAMPAÑAS podemos extraer las siguientes conclusiones:

- A pesar de que los dos meses finales de 2012 fueron muy intensos en cuanto a actividad y promociones debido a la aparición de SAREB y a los cambios de fiscalidad, el año 2013 ha empezado con un aumento considerable en el número de campañas utilizadas pasando de 25 a 35 hasta estos momentos. Esto supone un incremento del 40% en el número de campañas, puede que se deba a que las entidades financieras quieren vender el mayor número de viviendas antes de que SAREB sea operativo.

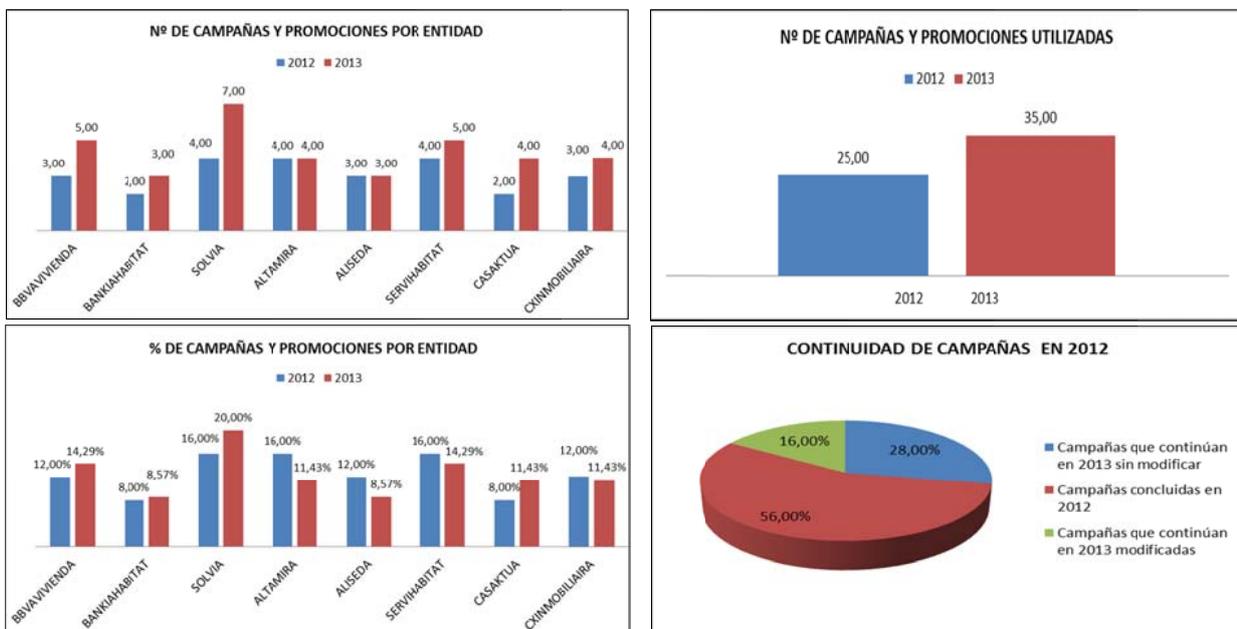


Gráfico G67- Gráfico de número de campañas utilizadas por entidad en cada uno de los dos períodos, también en porcentaje.

Fuente: elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

Ninguna de las entidades ha retrocedido en el número de acciones desarrolladas aunque varias de ellas se han mantenido. Destaca la actividad que presenta Solvia, pues ya era de las más activas antes de finalizar el año y casi ha duplicado sus acciones en el nuevo, al igual que BBVA vivienda y Casaktua que también presentan avances importantes.

Si observamos los valores de las distintas entidades en porcentaje sobre el conjunto de campañas por año, se observa la presión que están ejerciendo en comparación con el resto y lo que han aumentado o disminuido en relación a los demás. En este caso, se observa como a pesar de haber aumentado el número de campañas han reducido presión sobre el mercado debido a que otras entidades se han potenciado más.

- Al segmentar las campañas en función del **tipo de operación**, aparecen dos grupos significativos, por una parte están las campañas de venta y por otro las de alquiler, con los siguientes resultados.

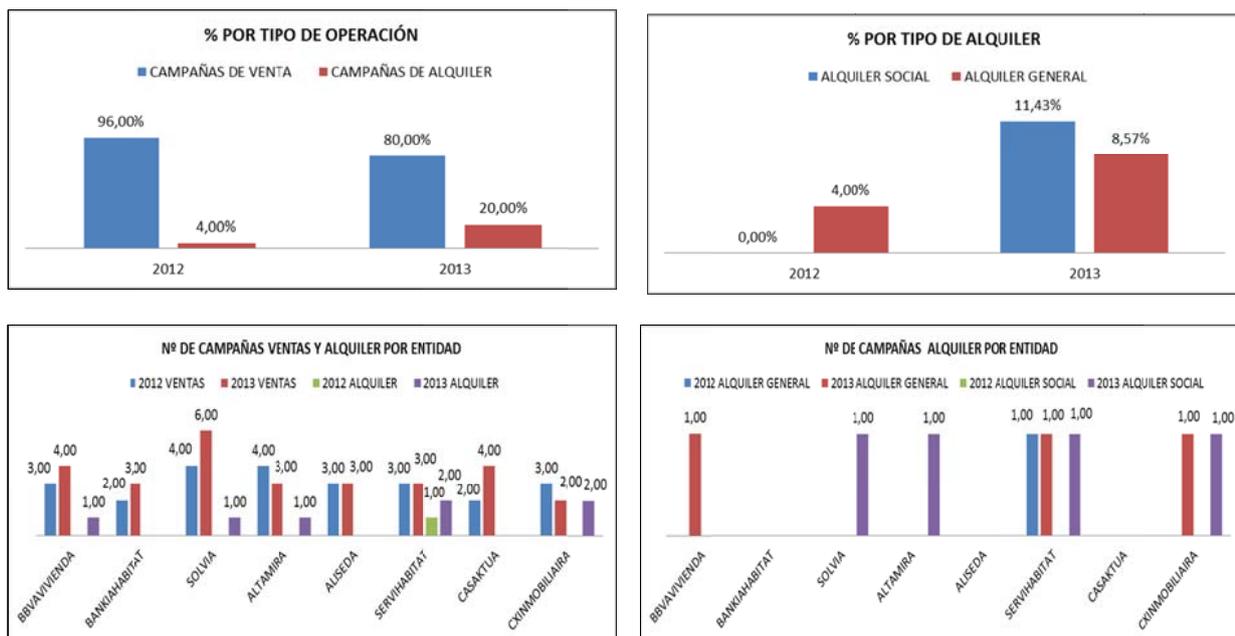


Gráfico G68- Gráficos sobre segmentación de las campañas en función del tipo de operación, VENTAS O ALQUILER, distinguiendo 2 tipos de alquiler.

Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

En la etapa de finales de 2012 el 96% de las campañas que se pusieron en marcha fueron potenciando la venta, frente a un 4,00% el alquiler general. Esto demostraba, claramente, la intención de las entidades financieras en eliminar cuantos más activos de su balance mejor. Todas ellas por evitar las nuevas provisiones que se establecieron con los

nuevos decretos y las entidades intervenidas, además querían evitar muchas de las pérdidas que les ocasionaría la transferencia de activos a SAREB.

Al cambiar el año, se observa un enorme crecimiento de las campañas de alquiler y esto se debe a dos motivos principalmente. Uno es la legislación sobre desahucios que insta al gobierno a crear un Fondo de vivienda Social y otro, porque ya se han realizado las provisiones legales y las entidades están menos presionadas, a la vez que la sociedad se encuentra más empobrecida y una de las vías que todavía les permite acceder a la vivienda es el alquiler. Las entidades financieras empiezan a creer que es mejor alquilar las viviendas que tenerlas paradas o incluso malvenderlas.

Servihabitat es pionera en este tipo de iniciativas y cuenta con un parque de 10.000 viviendas en alquiler general, otras entidades como BBVAvivienda o CXInmobiliaria la han imitado al iniciar el año.

El caso del Alquiler Social es extraño puesto que hay cuatro entidades que lo publicitan en sus campañas, pero al menos seis han dotado el Fondo con viviendas.

- En función de las **características principales** que la definen, se han distinguido las siguientes tipologías: Alquiler, Selectiva, Inversores, Desahucios, SAREB, Social, Internacionales, Promoción precio, Promoción fidelización, Ofertas en la web, Nuevas, 2ª Mano, General y Subasta.

A continuación se describen los resultados de cada una de ellas:

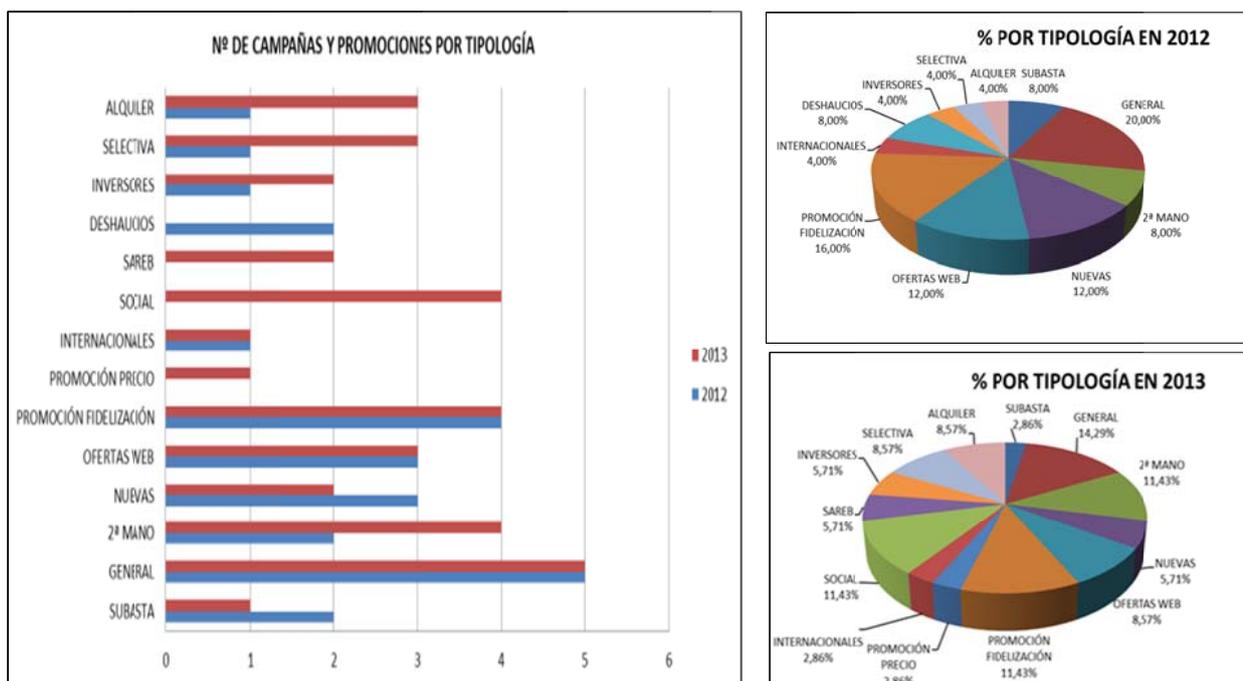


Gráfico G69- Gráficos sobre las distintas tipologías de campaña tanto en número como en porcentaje.
Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

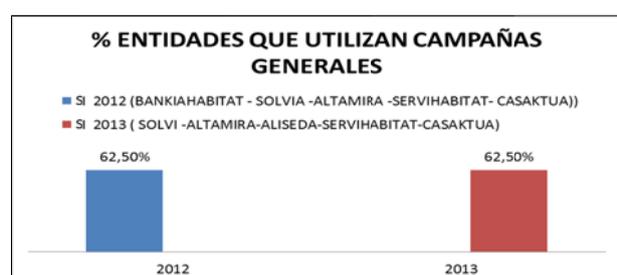
El abanico de tipologías es variado debido a que se trata de vender productos distintos a diferentes tipos de target. Las más utilizadas son las campañas de carácter general, en las que se ofertan multitud de productos distintos cuyo carácter común es un gran descuento o un precio reducido. En ambos períodos son las que mayor peso tienen aunque en 2013 proliferan distintos tipos nuevos que no se utilizaban, como son las campañas de Alquiler Social y las campañas de comercialización de viviendas de SAREB, entre otras.

También hay elevado crecimiento en las campañas de alquiler por las razones antes comentadas y en las de viviendas de 2ª mano y las campañas más selectivas, seguramente por los siguientes motivos:

- Las viviendas que ha dejado SAREB en las entidades nacionalizadas son de un precio inferior a 100.000€ por lo que muchas de ellas deben ser de 2ª mano. Por lo tanto estas entidades promocionarán esta tipología.
- El resto de entidades ofertará viviendas de esta gama para competir con las entidades intervenidas.
- La situación general de la economía y las decisiones políticas ha empobrecido a la población por lo que la media de poder adquisitivo ha bajado, siendo más posible el acceso a este tipo de inmuebles.
- El aumento de IVA es para inmuebles nuevos, pues las segundas transmisiones se gravan con el ITP.
- Las campañas selectivas eligen grupos muy concretos de inmuebles y los dirigen a segmentos concretos, permitiendo ser más precisos y efectivos en momentos donde existe mucha oferta en el mercado.

Otro tipo de campañas con mucho porcentaje de utilización son las promociones de fidelización, que se utilizan por las entidades más solventes y con mayor gestión a través de internet, con la intención de ampliar su red comercial.

Si observamos estas tipologías desde el prisma de las entidades analizadas encontramos los siguientes resultados:



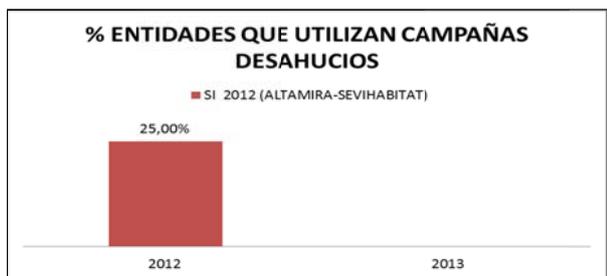
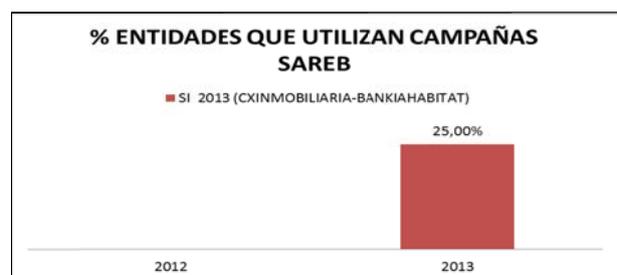
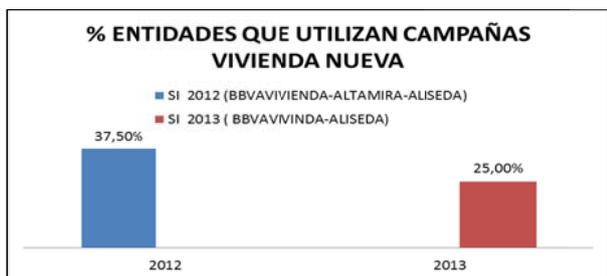
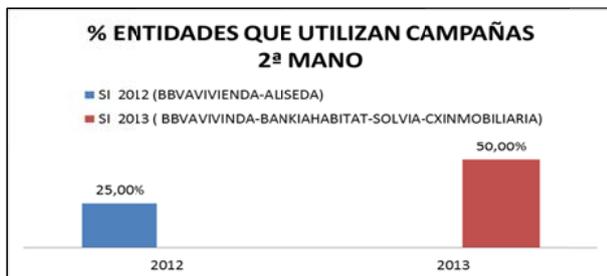


Gráfico G70- Gráficos sobre uso de tipologías de campañas en función de las distintas inmobiliarias.

Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

- Las subastas de Bankihabitat a través de la red han permanecido cerradas durante el proceso de transferencia de activos y a finales de febrero han empezado a volver a iniciarse. Por su parte Solvia ha mantenido su página de subastas permanentemente. El resto de entidades se han apuntado a una modalidad menos complicada que consiste en aceptar ofertas por parte de los interesados.
 - Las campañas generales son las más utilizadas entre las distintas entidades, porque permiten ofrecer muchos más productos a un conjunto más grande de targets. Sí que se aprecia como Bankiahabitat que en la fase de 2012 las utilizaba por sus necesidades de venta, ahora las ha sustituido por campañas de 2ª mano probablemente por los tipos de activos que le ha dejado SAREB. Esto mismo le sucede a CXInmobiliaria, ya que sus campañas antes eran más selectivas.
 - Los programas de fidelización tienen mucha aceptación entre las entidades más solventes ya que son ellas las que pueden planificar a más largo plazo y además transmitir seguridad y solvencia. Por lo tanto se aprovechan de ello durante todo el período de análisis.
 - Las campañas serias a nivel internacional todavía no se han generalizado y es Solvia la que más interés muestra en este campo, llegando a iniciar la promoción de un portal internacional vinculado con su red comercial externa.
 - A principios de febrero han aparecido las primeras campañas de viviendas de SAREB, estas se publicitan a través de las entidades que las transfirieron. Esto al menos funcionará así durante el próximo año. El resto de entidades se han aplicado para poder comercializar activamente durante esta fase de transición de SAREB.
 - Las campañas de desahucios se publicitaron en 2012 en algunas entidades debido al gran incremento de adjudicaciones que estaban sufriendo y con la intención de agilizar los trámites antes de que llegara el final de año y tuvieran que provisionarlas. Este hecho genera muy mal imagen y ya se han eliminado todas las referencias de los portales, aunque seguramente se sigan utilizando.
 - Se nota un considerable aumento de las entidades que se interesan por dirigir campañas a inversores ya que el mayor volumen de activos no son las viviendas, sino el suelo y préstamos promotores de edificios sin terminar.
- Otra estrategia fundamental en la comercialización de los inmuebles es sin duda la participación en ferias inmobiliarias. En el siguiente gráfico se aprecia esta participación por parte de las entidades analizadas. Queda de manifiesto que debido al coste que supone

participar en ellas y a la afluencia de gente no todas las entidades han acudido a todos los eventos. También se da la circunstancia de que la feria de Valencia (URBE) y la de Barcelona (B.Meeting Point) han coincidido en el tiempo, hecho que ha perjudicado a la primera.

Hay un aumento gradual en la participación según se aproxima el final del año, ya que en SIMA coinciden todas las entidades analizadas, siendo esta la última gran oportunidad.

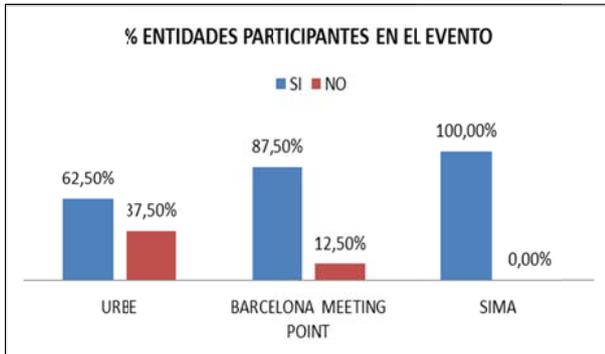


Gráfico G71- Gráfico sobre el porcentaje de asistencia a las 3 ferias del 3º trimestre de 2012.

Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

- Otra característica a analizar en las campañas son los distintos estímulos utilizados en ellas para motivar la venta de los inmuebles, a continuación se detallan los resultados:

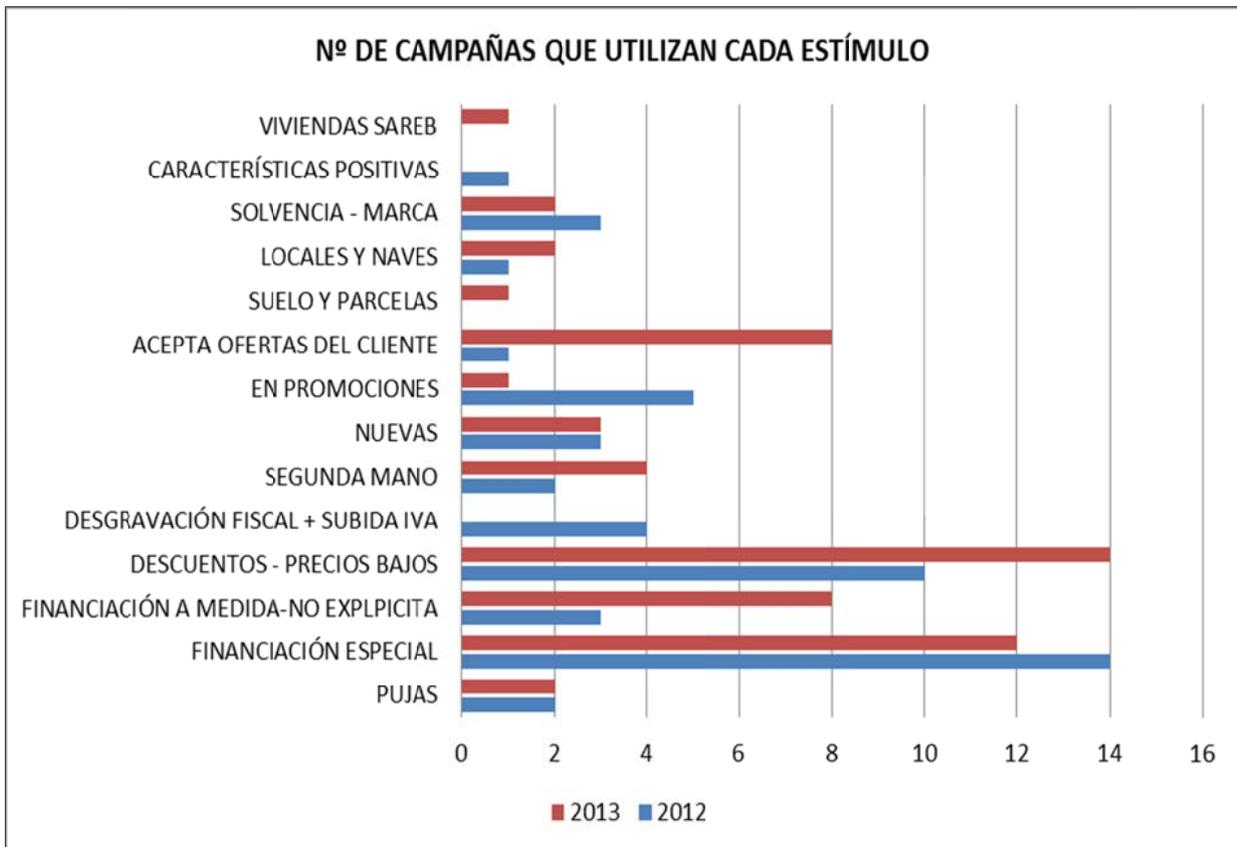


Gráfico G72- Gráfico comparativo de los distintos estímulos- en función del número de veces que se utilizan en las campañas analizadas.

Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

El gráfico de los estímulos utilizados en las campañas permite establecer que:

- Las campañas se han basado, principalmente, en ofrecer a los posibles clientes grandes descuentos o precios muy bajos, Financiación especial o personalizada y aceptar ofertas por las viviendas.
- En primer lugar la utilización de estímulos sobre el precio o los descuentos ha sufrido incremento desde la fase de 2012 a la de 2013 posiblemente debido a:
 - Empobrecimiento continuo y creciente de la sociedad, a la que cada vez le cuesta más acceder a la compra de la vivienda, esto requiere ajustes en el precio como principal reclamo.
 - Competencia con las rebajas que plantean las entidades pertenecientes al grupo nº2 y que han cedido sus activos a finales de febrero de 2013.
 - Incremento del IVA que desvía la atención sobre el mercado de segunda mano, sobre el que generalmente se tributa mediante el ITP (únicamente ha aumentado un 1%).
 - El incremento del IVA también fuerza a un ajuste para asumir parte de esa subida, porque de lo contrario muchos inmuebles quedarían fuera del mercado actual y su salida se aplazaría mucho tiempo.
 - Competencia con las entidades intervenidas, pues se han transferido a SAREB los inmuebles con valor de libros superior a 100.000€, esto reduce las tipologías en cartera, siendo gran parte de 2ª mano.
 - SAREB ha empezado a operar a través de las entidades intervenidas, esto da un margen al resto de entidades a tratar de agilizar su proceso de desinversión.
 - Perspectivas a corto y medio plazo no permiten confiar en una recuperación, por lo que cuanto antes liberen el lastre inmobiliario mejor podrán afrontar los nuevos retos que están por llegar.
- En segundo lugar encontramos estímulos sobre la financiación y sus posibles causas son:
 - Elevadas tasas de paro que reducen el número de clientes con posibilidades, a la vez que se transmite una sensación de inseguridad que no favorece el compromiso a largo plazo que supone una hipoteca. Por lo que presentar las virtudes y flexibilidad en las condiciones hipotecarias puede ayudar en este sentido.

- Época caracterizada por la Crisis de Deuda en la que se encuentra el sistema financiero y que se ha transmitido a la economía. Por lo tanto, conseguir financiación también es un problema importante y el hecho de publicar que los requisitos para conseguirla no son tan difíciles de cumplir, puede fomentar las decisiones de compra.
 - Se produce un hecho diferencial con el tema de la financiación, mientras en las campañas de 2012 el reclamo de la financiación se planteaba con condiciones muy concretas y definidas, en 2013 las nuevas campañas no presentan requisitos concretos y esto puede ser debido a que quieren flexibilizar este aspecto estudiando cada uno de los casos y personalizando la solución. Va cogida de la mano con las nuevas campañas en las que el cliente realiza ofertas por los inmuebles.
- En tercer lugar encontramos estímulos relacionados con el modo de concebir el propio sistema de comercio de inmuebles, se rebajan tanto las pretensiones del vendedor que hasta permite que los interesados le hagan ofertas. Esto era algo inimaginable hace unos años. Las causas deben ser las anteriormente vistas a las que podemos añadir:
 - Iniciativas desarrolladas desde 2012 en sistemas de pujas que han dado resultados a las entidades que las han utilizado y que ahora se han mejorado dinamizando el proceso mediante un mecanismo integrado en la web y que permite incluir una oferta económica por un inmueble que te gusta, simplemente identificándote. Además de comprometerse a estudiarla en un breve plazo.
 - Encontramos otros muchos incentivos que se utilizan de un modo más singular por parte de determinadas entidades, siempre con la intención de acceder a segmentos del mercado más concretos o explorando nuevas vías de comercialización.

Si observamos los estímulos desde el punto de vista de las entidades y las campañas, comprobamos que:

- “Aceptar Ofertas de interesados” es un recurso que utilizó Solvia en una Campaña muy agresiva de final de año y que ha sido copiada por varias de las entidades,

siendo el estímulo que mayor crecimiento ha tenido. Los motivos se han explicado en apartados anteriores y están vinculados al nuevo IVA, el inicio de actividades de SAREB.

- “Financiación no explícita” este recurso ha sido implementado por Solvia en sus nuevas campañas de 2013 y también las dos entidades intervenidas. En el primer caso se utiliza para no descartar a ningún interesado antes de estudiar su caso, en el segundo además puede estar relacionado con la poca definición de los procesos relacionados con SAREB, ya que la financiación de sus inmuebles está por negociar.

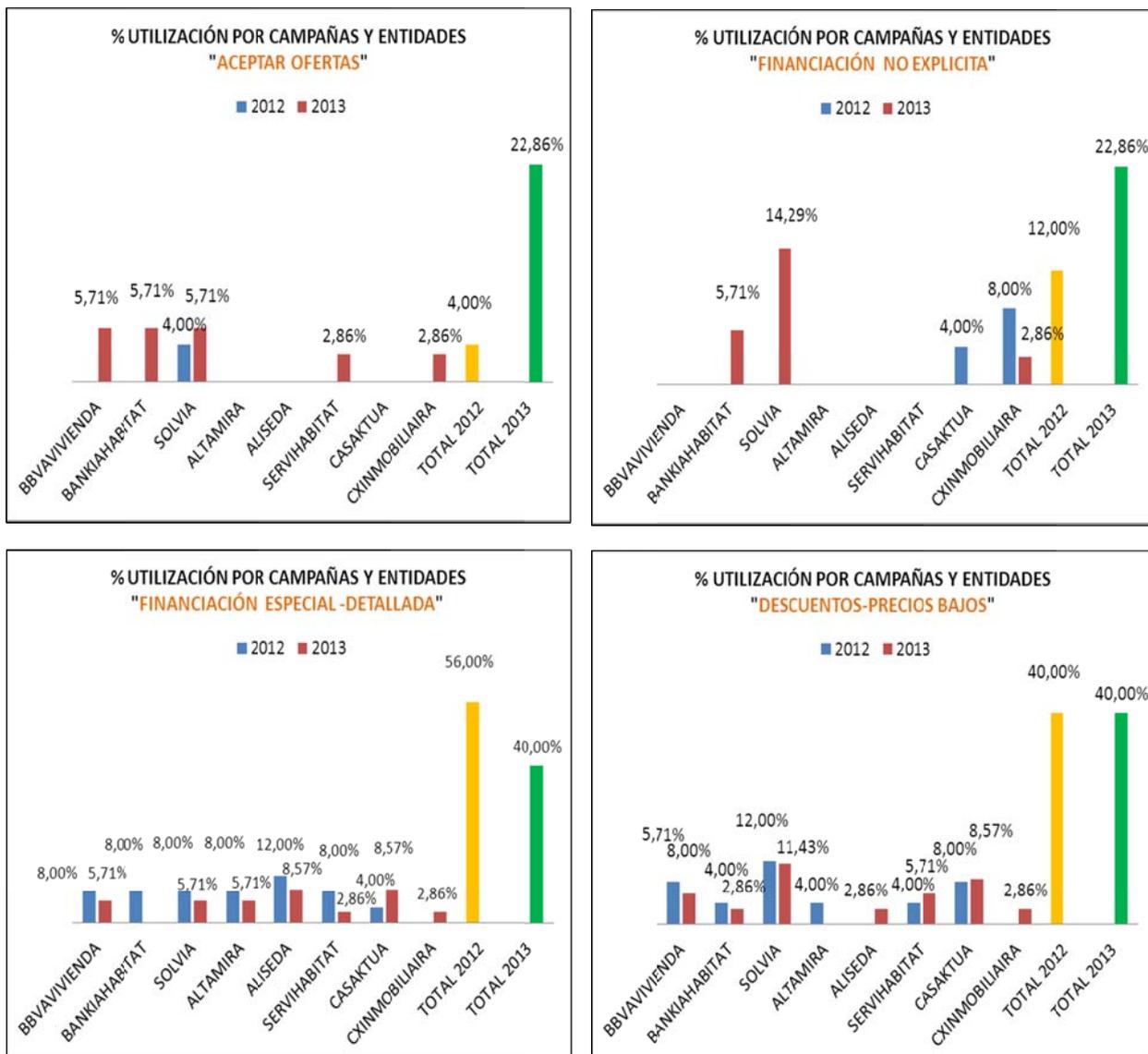


Gráfico G73- Gráficos de los principales estímulos identificados en las campañas analizadas. Corresponden al % de uso con respecto al número de campañas del período, Clasificados por entidades.

Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

- “Financiación Especial - detallada” es un recurso importante dentro de las campañas y al que muchas de las entidades financieras recurren. Se aprecia un descenso en su utilización a favor de una publicidad menos definida de la financiación aunque su uso sigue muy extendido.
- “Descuentos –Precios bajos” es, junto con la financiación, el recurso por excelencia en las campañas ya que se ha utilizado en el 40% de estas en los dos períodos. Esto supone un aumento importante en su utilización ya que en 2013 el número de campañas aumentó a 35 y el porcentaje se ha mantenido en un 40%. Los motivos de su uso son los detallados en apartados anteriores y se pueden añadir criterios de marketing y comerciales, que aconsejan su uso en función de las condiciones del entorno, los targets a quienes va dirigido y las tipologías de producto.

- El objetivo de las campañas se denomina “Target” y también es un elemento a analizar. Se han establecido distintos tipos genéricos y se han extraído las siguientes conclusiones:

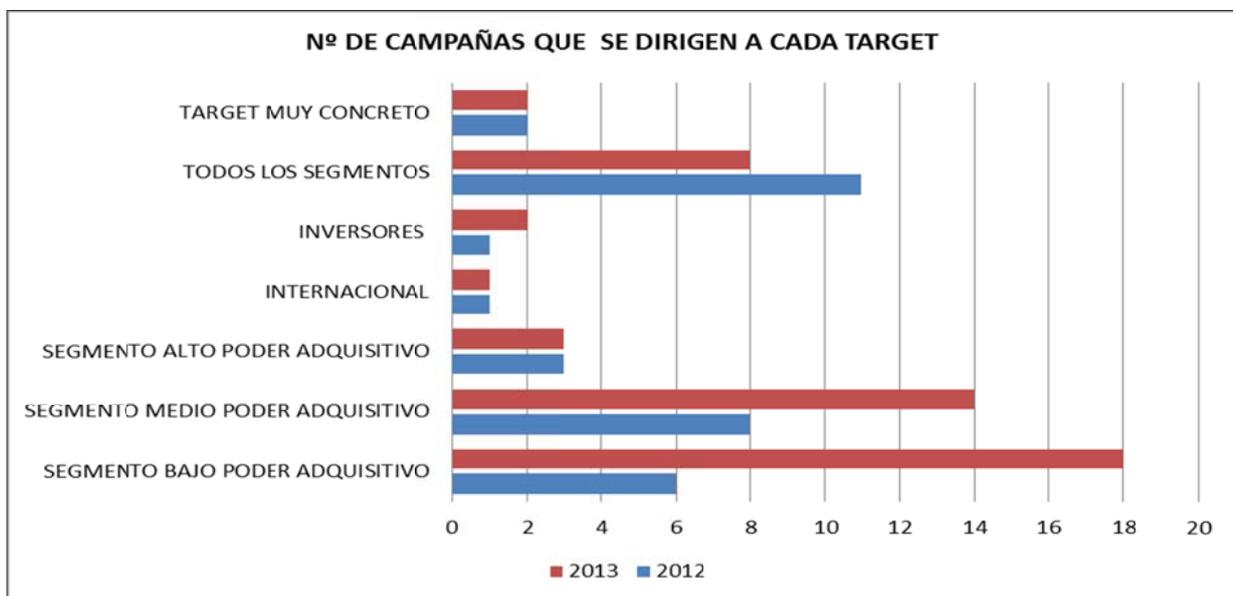


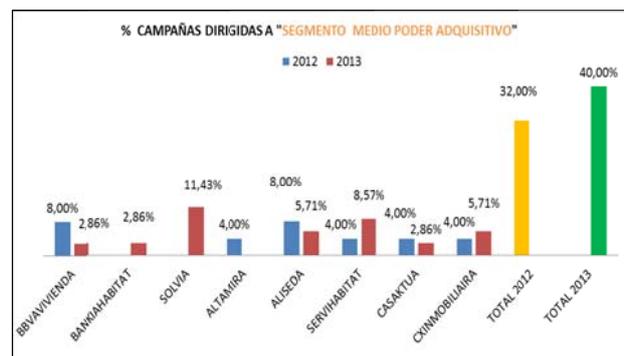
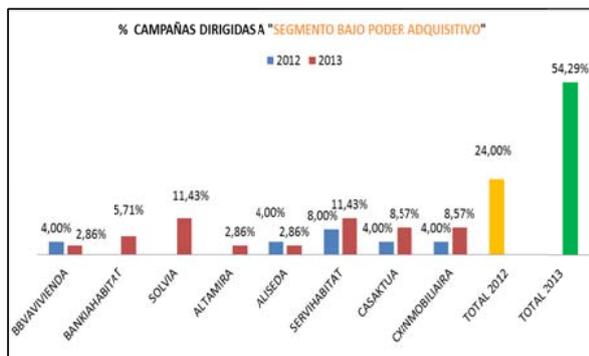
Gráfico G74- Gráficos de los principales targets identificados en las campañas analizadas. Corresponde al número de campañas que se dirigen a cada uno de ellos.

Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

- La tendencia general es que las campañas se dirigieran a segmentos medios y bajos, debido a que son los que mayor cantidad de población aglutinan.

- El incremento de nuevas campañas en la etapa de 2013 se ha dirigido de nuevo a estos segmentos, aunque es el de bajo poder adquisitivo el que mayor crecimiento ha tenido. Esto puede ser debido a:
 - Condiciones muy negativas en la economía con el consiguiente empobrecimiento social y disminución de rentas. Por ello, las campañas se redirigen al sector que más está creciendo.
 - Las entidades intervenidas disponen de una cartera con alto porcentaje de producto económico, lo que también condiciona las decisiones de la competencia a la hora de dirigir sus campañas.
- Se aprecia un aumento en las campañas dirigidas a inversores y a emprendedores, con la clara intención de empezar a gestionar, de un modo más serio, el resto de tipos de activos. Es posible que al haber realizado ya gran parte de las dotaciones, las entidades se sientan más liberadas para empezar a tomar decisiones en otro sentido.
- El segmento internacional de medio y alto poder adquisitivo resulta interesante, pero todavía son dos entidades, las que se han lanzado a explorarlo con seriedad. Destaca Solvia como entidad puntera en decisiones innovadoras en este campo.
- Importante grupo de campañas de tipo general que incluyen todo tipo de productos con denominador común los descuentos o precios bajos y que se dirigen a amplios sectores de población. Esto era más acusado en la etapa de 2012. En las campañas de 2013 se selecciona más el tipo de target, encontrándose campañas muy específicas dirigidas a grupos muy concretos de posibles clientes.

Si observamos los targets desde el punto de vista de las entidades y las campañas, Comprobamos que:



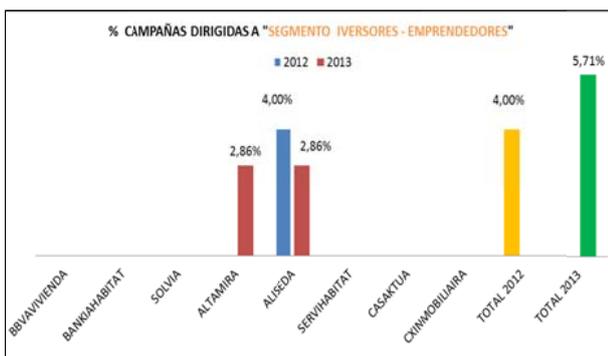
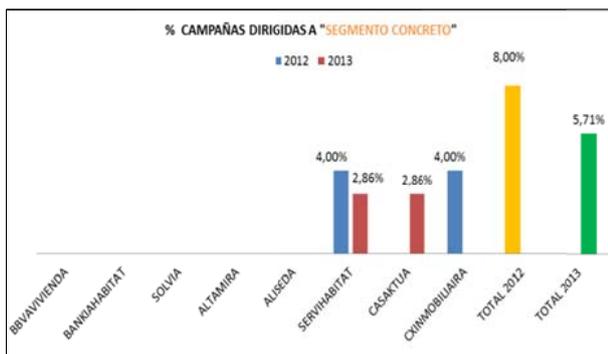
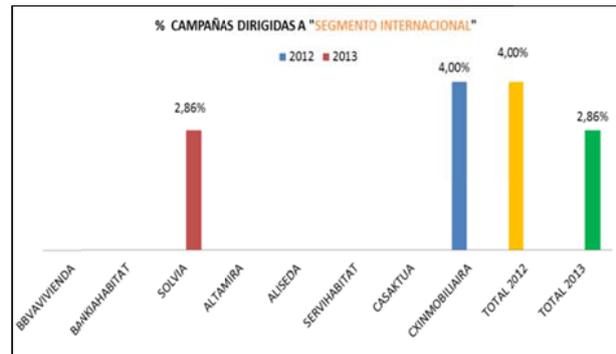
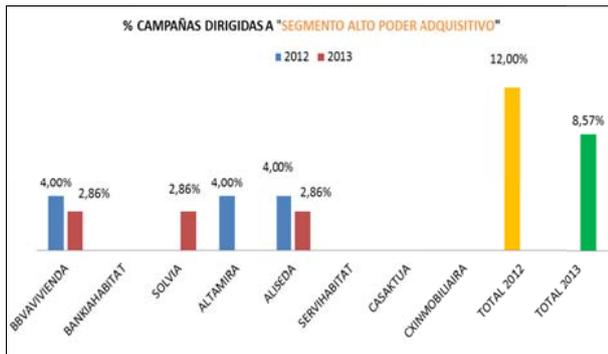


Gráfico G75- Gráficos de los porcentajes de campañas dirigidas a los targets identificados, por entidades.

Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

- Aumenta el número de entidades que dirigen campañas a este segmento de población, pasando al 100% de ellas. Destaca nuevamente Solvia, con un gran crecimiento en este sentido. Los motivos son los expuestos anteriormente y se relacionan con el empobrecimiento social, principalmente.
- Destacamos a Solvia con campañas dirigidas a prácticamente todos los grupos de targets, solo le faltan las dirigidas a inversores. En este sentido Solvia si presentó iniciativas importantes a principio de 2012, ofreciendo suelo a cambio de obra y financiación, pero no se trataba del momento idóneo para estas iniciativas y las dejó congeladas. Es posible que a medio plazo las retomara, de momento está muy centrada en la desinversión de inmuebles.
- Tanto Aliseda como Altamira apuestan por iniciar la desinversión de activos como suelo, edificios sin terminar, etc. Lanzando campañas específicas en este sentido.

- Destaca Casaktua por lanzar este último año campañas muy selectivas, dirigidas a Trageys que ganan 1.000€ o que no les importe vivir en un pueblo, etc. Por un lado trata de explorar segmentos del mercado y a la vez intenta colocar inmuebles que por su situación y estado resultan más difíciles de sacar al mercado. También Servihabitat utiliza este tipo de campañas aunque para la fidelización de sus clientes.
- La mayor parte de entidades que utilizaban campañas de tipo general han reducido su uso por el de campañas más dirigidas, destaca BBVAvivienda por aumentar su utilización, aunque esto es debido a que ha incrementado el número de campañas en 2013.

- Las campañas reciben grandes influencias del entorno y las condiciones generales, aunque también hay motivos más concretos y específicos que modifican su diseño. Se han descrito algunas de estas influencias y se han contabilizado cuantas campañas han podido afectar de forma especial.

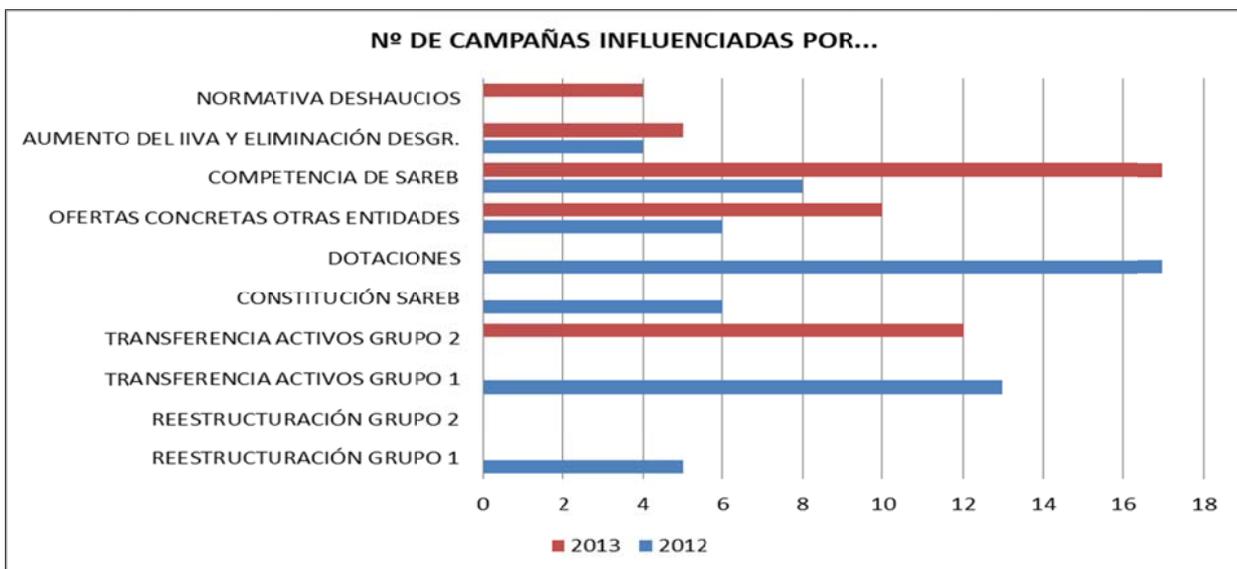


Gráfico G76- Gráfico de número de campañas con influencia especial. Fuente: Elaboración propia con datos de la tabla 5.3 RELACIÓN CAMPAÑAS, (2013).

- La nueva normativa de desahucios ha determinado la aparición de distintas campañas de promoción de inmuebles del fondo social. Cuatro entidades analizadas han promocionado esta iniciativa, se da la circunstancia de que entidades que han participado en el Fondo no publicitan esta actividad.

- La influencia del IVA y los cambios de fiscalidad ha influenciado en dos sentidos:
 - Antes de 2012 diversas entidades utilizaban estos estímulos para favorecer la decisión de compra, entre las que destaca Solvia.
 - Al inicio de 2013 al entrar en vigor estas medidas, diversas entidades tratan de asumir el aumento con más descuentos. También favorece el aumento de campañas relacionadas con viviendas de 2ª mano, ya que el IVA no se les aplica de modo obligatorio.
- La puesta en marcha de SAREB influencia a todas las entidades, aunque la intensidad con la que lo hace depende mucho de en qué condiciones se encuentra la entidad o qué tipo de cartera inmobiliaria tiene.
 - Antes de finalizar 2012 se produce influencia sobre las entidades intervenidas en mayor grado, y sobre el resto aparece una presión porque supondrá una competencia que empieza con ventajas, al adjudicarse muchas viviendas con importantes descuentos.
 - A partir de 2013 la influencia aumenta, ya que se han iniciado sus actividades y la amenaza se hace más real si cabe.
- Las provisiones y dotaciones de los bancos han marcado la etapa de 2012 hasta que ha finalizado el año. Todas las entidades se han sentido presionadas por los nuevos decretos y lo han transmitido en sus estrategias de comercialización.
- Aparecen cambios de estrategia por imitación, cuando una entidad toma un camino, el resto de entidades lo están evaluando y en poco tiempo si consideran que la medida es adecuada la toman también. Podemos destacar el aumento de campañas que aceptaban ofertas de clientes o el cambio de dirección en campañas que promocionan el alquiler, entre otras.
- La transferencia de activos de ambos grupos condicionan cada una de las etapas por diversos motivos:
 - Las entidades intervenidas han de cumplir unos plazos y sus campañas se limitan a estos, así como el contenido de estas aumenta su presión mediante ofertas o descuentos antes de la finalización.
 - El aumento de presión de las entidades intervenidas obliga al resto a tomar medidas para competir con este tipo de ofertas.

J) Sobre la tabla de RESULTADOS 2012 podemos extraer las siguientes conclusiones:

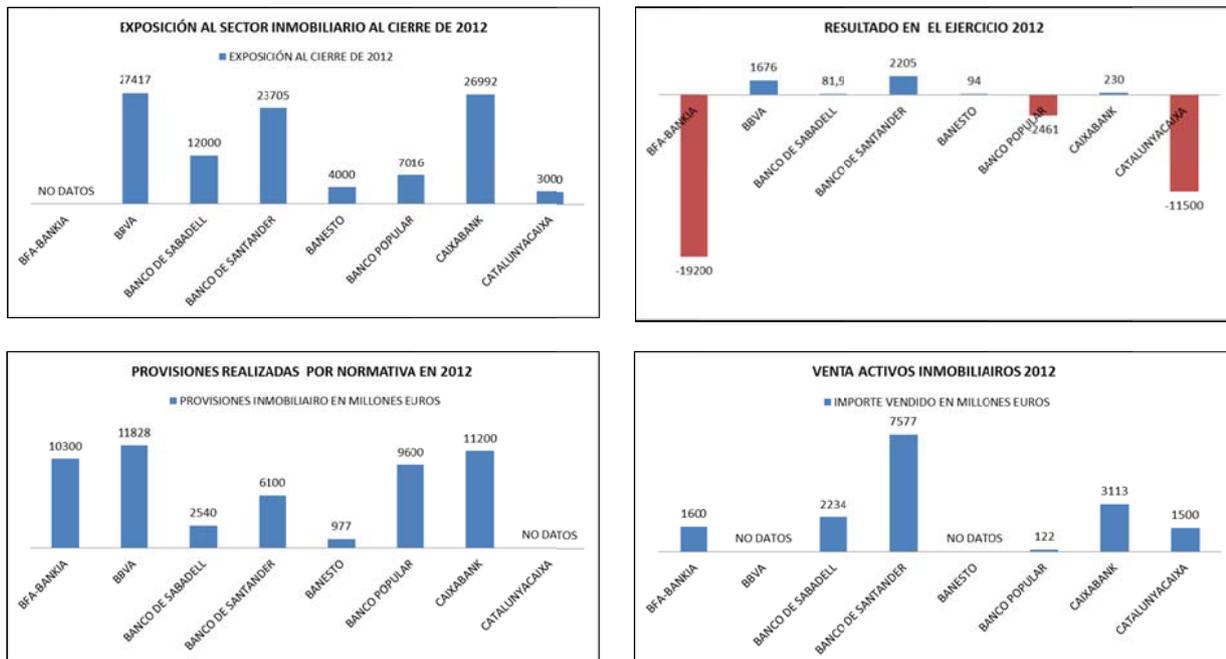


Gráfico G77- Gráficos sobre los principales resultados de las entidades financieras propietarias de las inmobiliarias analizadas, resultados en millones de euros.

Fuente: Elaboración propia con los resultados de la tabla 5.3 RESULTADOS 2012, (2013).



Gráfico G78- Gráfico de evolución de venta de viviendas nuevas y usadas desde 2007, series mensuales (Superior). Gráfico de variación interanual por meses (inferior).

Fuente: www.idealista.com [Artículo del 11-2-2013]. Datos del INE, (2013).

- En primer lugar, se observa que las entidades financieras no han mostrado los resultados obtenidos de forma clara, simplemente han facilitado los importes totales de las ventas y generalmente no han distinguido entre los distintos tipos de activos inmobiliarios comercializados. Existe mucha opacidad debido a que la competencia es muy grande.
- No es posible determinar el número de inmuebles vendido por estas entidades, a pesar de que en algunas publicaciones lo estiman en un 35% del volumen de ventas total en 2012.
- El importe de su desinversión ha sido considerable y generalmente proporcional al volumen de la entidad, pero no ha podido contrarrestar el efecto negativo de las provisiones establecidas en la normativa aprobada durante el pasado año. Los beneficios han sido reducidos en las entidades sanas y las intervenidas presentan importantes pérdidas.
- A pesar de los esfuerzos realizados y del aumento en cifras de desinversión durante el pasado año, los volúmenes de exposición al sector continúan en cifras muy elevadas y pronostican nuevos ajustes en precios para poder sacar al mercado todo el stock que acumulan.
- Se aprecia la enorme repercusión que ha tenido, sobre la evolución del sector inmobiliario español, tanto la 2ª reestructuración del sistema financiero como el posterior rescate a la banca, en el que la figura de SAREB ha sido el elemento determinante.
- La incidencia de las campañas analizadas ha sido determinante en los resultados obtenidos por las entidades, al igual que la aparición de SAREB y las modificaciones en fiscalidad e IVA. Inicialmente se consiguió invertir la tendencia decreciente en la variación anual de ventas de viviendas para los meses de octubre, noviembre y diciembre, llegando a alcanzar un incremento del 2,3%, pero no fue suficiente para revertir la tendencia general a la baja.
- La venta de viviendas ha sufrido un retroceso del 11,3% con respecto a 2011, a pesar de todos los esfuerzos realizados. El deterioro de la economía ha pesado más que los ajustes en precios, descuentos, incentivos fiscales o de IVA y la aparición de SAREB..

RESUMEN DE LAS PRINCIPALES CONCLUSIONES

- SITUACIÓN GLOBAL DE **COLAPSO FINANCIERO**, INDICADORES ECONÓMICOS ADVERSOS Y PERSPECTIVAS A CORTO Y MEDIO PLAZO MUY DESFAVORABLES
- **DEBILIDADES** IMPORTANTES EN EL SECTOR INMOBILIARIO, CENTRADAS EN: EL MERCADO DE ALQUILER, LA LEGISLACIÓN HIPOTECARIA O LA REGULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES FUTURAS DE LA SAREB.
- DESTACAN LAS **AMENAZAS** A MEDIO Y LARGO PLAZO GENERADAS POR: FALTA DE INVERSIÓN EN EDUCACIÓN O EN I+D, INCREMENTO INCONTROLADO DEL PARO Y EN PARTICULAR EL JUVENIL O EL DETRIORO DE INDICADORES DEMOGRÁFICOS RELACIONADOS CON LA SALUD O EL BIENESTAR SOCIAL, ASÍ COMO EL GRAN PROBLEMA DEMOGRÁFICO QUE SE OBSERVA EN LAS PREVISIONES.
- COMO **FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES** EN EL SECTOR ESTÁN:
- ÍNDICES DE PRECIOS Y COSTES DE FINANCIACIÓN MUY BUENOS (SI CUMPLES LOS EXIGENTES REQUISITOS) Y NECESIDAD DE CREACIÓN DE HOGARES QUE RONDAN LAS 200.000 UD PARA 2013, SEGÚN ESTUDIOS DEL MINISTERIO DE FOMENTO.
- **CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN** DE ACTIVOS MUY HOMOGÉNEOS ENTRE LAS DISTINTAS ENTIDADES ANALIZADAS. NÚMERO DE CAMPOS DE BÚSQUEDA INFERIOR A LOS DE IDEALISTA Y FOTOCASA. DESTACA EL CRITERIO DE SUBTIPO QUE PERMITE FOCALIZAR LA BÚSQUEDA. NIVELES EN EL MOTOR DE BÚSQUEDA AL 50% EN 2 Y 3 NIVELES

PORTALES WEB

- EL **62,5%** UTILIZA ESTRATEGIAS DE POSICIÓN PATROCINADA **SEM** Y ÚNICAMENTE EL **12,5%** TIENE UNA BUENA POSICIÓN NATURAL **SEO**.
- EL **50%** DE LOS PORTALES ESTUDIADOS PRESENTA **NIVELES BUENOS DE USABILIDAD** EN EL DISEÑO DE LA WEB.
- EL **100%** PERMITE REGISTRARSE Y DISPONE DE TELÉFONO ÚNICO DE CONSULTAS.
- ÚNICAMENTE EL **62%** DE ELLOS UTILIZA LAS **REDES SOCIALES** PARA LA DIFUSIÓN DE SUS CAMPAÑAS Y OFERTAS.
- SOLO EL **37,5%** DE LAS ENTIDADES DISPONE DE **SECCIÓN ESPECÍFICA PARA INVERSORES**. (DISPONRIENDO DE GRAN CANTIDAD DE ACTIVOS SIN TERMINAR Y SUELO).
- GRAN CANTIDAD DE OPERACIONES FACILITADAS A TRAVÉS DEL PORTAL, AUNQUE ÚNICAMENTE EL **50%** DE LAS ENTIDADES DISPONE DE **GUÍAS Y AYUDAS** PARA EL PROCESO DE ADQUISICIÓN.
- EL **80%** DE LAS ENTIDADES DISPONE DE VIVIENDAS EN EL **FONDO SOCIAL**, AUNQUE LO PUBLICITAN EL **50%** DE ELLAS.

OTROS MEDIOS

- EL **50%** DE LAS ENTIDADES UTILIZA **VIDEOS PROMOCIONALES** EN 2012, AUNQUE SE REDUCE SU USO AL 25% EN 2013.
- EL **100%** DE LAS ENTIDADES SE APOYA EN **FOLLETOS** PARA DIFUNDIR OFERTAS DE ACTIVOS EN 2012, PERO LAS ENTIDADES INTERVENIDAS DEJAN DE HACERLO EN 2013.
- **TV Y RADIO** POCO UTILIZADAS DEBIDO A SU COSTE, ÚNICAMENTE EL **12,5%** DE LAS ENTIDADES.
- EL **100%** DE LAS ENTIDADES PARTICIPA EN **FERIAS INMOBILIARIAS**, CONSIGUIENDO CIFRAS DE NEGOCIO IMPORTANTES.
- EN 2012 EL **100%** DE LAS ENTIDADES UTILIZABA LAS OFICINAS COMO PUNTOS DE VENTA EXPLÍCITOS, A PARTIR DE 2013 SOLAMENTE EL **62,5%**.(ENTIDADES INTERVENIDAS GRUPO 1 Y BANCO SABADELL).
- POCO DESARROLLO DEL **MERCADO INTERNACIONAL**, CON RECORRIDO PARA SU AMPLIACIÓN.

RELACIÓN DE CAMPAÑAS

- SE PRODUCE UN INCREMENTO DEL **40%** EN EL **Nº DE CAMPAÑAS** A PARTIR DE 2013 Y GRAN CANTIDAD DE ELLAS SE PRORROGAN O MODIFICAN SUS CONDICIONES, SIENDO MÁS AGRESIVAS.
- LAS ENTIDADES INTERVENIDAS REDUCEN SU ACTIVIDAD DEBIDO A QUE SAREB NECESITA TIEMPO PARA ACTUAR DESPUÉS DE LA TRANSFERENCIA DE ACTIVOS.

* POR TIPO DE OPERACIÓN

- INCREMENTO DE CAMPAÑAS DE **ALQUILER DE VIVIENDAS** EN UN **50%** EN 2013 Y GRAN CRECIMIENTO DE **ALQUILER SOCIAL** DESDE INICIO A TRÁMITE DEL PROYECTO DE LEY.
- LOS CAMBIOS NORMATIVOS Y EL GRAN DETERIORO DE LA ECONOMÍA CONDICIONA LAS NUEVAS ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN, IMPULSANDO EL ALQUILER.
- CAMPAÑAS MÁS SELECTIVAS EN 2013, MAYOR ORIENTACIÓN AL TARGET. (SOCIAL, SAREB, SELECTIVA, INVERSORES...)
- NUEVAS TIPOLOGÍAS DE CAMPAÑAS, **VIVIENDAS DE SAREB**.

* POR TIPO DE ESTÍMULO

- CAMPAÑAS MÁS AGRESIVAS, **SE ACEPTAN OFERTAS DEL CLIENTE**. INCREMENTO DEL **800%** EN 2013. UN **22,8%** DEL TOTAL DE CAMPAÑAS.
- MAYORES DESCUENTOS Y BAJADAS DE PRECIOS EN 2013, INCREMENTO DEL **40%**, PARA COMPENSAR LA SUBIDA DEL IVA Y LA COMPETENCIA DE SAREB.
- LA **FINANCIACIÓN A MEDIDA** SE OFERTA UN **67%** MÁS EN 2013, PERMITIR MAYOR ACCESO A LOS CLIENTES.

* POR TIPO DE TARGET

- TENDENCIA A DIRIGIR CAMPAÑAS A TARGETS CON MEDIO PODER ADQUISITIVO, AUMENTA UN **75%** EN 2013.
- TENDENCIA A DIRIGIR CAMPAÑAS A TARGETS CON BAJO PODER ADQUISITIVO, AUMENTA UN **300%** EN 2013.
- CAMPAÑAS DIRIGIDAS A INVERSORES SE INCREMENTAN UN **200%**. (COMERCIALIZAR ACTIVOS)
- DISMINUYEN LAS CAMPAÑAS GENÉRICAS UN **37,5%**.

* POR INFLUENCIA SOBRE CAMPAÑAS

- EL **50%** DE LAS ENTIDADES ANALIZADAS PUBLICITA **VIVIENDA SOCIAL**.
- EL IVA + DESGRAVACIÓN FISCAL SE ÚTILIZA EN 2012 COMO RECLAMO DE VENTAS Y EN 2013 PARA AMPLIAR LOS DESCUENTOS EN LAS NUEVAS CAMPAÑAS.
- LA PUESTA EN MARCHA DE SAREB AUMENTA SU INFLUENCIA UN **212%** EN 2013. EN 2012 INFLUYE SOBRE TODO EN ENTIDADES INTERVENIDAS G1 Y EN 2013 A TODAS.
- IMITACIÓN EN LAS ESTRATEGIAS, ACEPTAR OFERTAS DE CLIENTES O CAMPAÑAS DE FOMENTO DEL ALQUILER.

EVOLUCIÓN DE VENTAS

- TODAS LAS MEDIDAS Y ACCIONES HAN LOGRADO INVERTIR LA TENDENCIA DECRECIENTE DE LA VARIACIÓN INTERANUAL DE VENTA DE INMUEBLES ÚNICAMENTE EN ENERO DE 2013. (+2,35%)
- LA VENTA DE VIVIENDAS HA SUFRIDO UN RETROCESO DEL **11,3%** CON RESPECTO A 2011.

LIMITACIONES

Para la realización del estudio se ha establecido el inicio en la recogida de datos el 1 de noviembre de 2012 y su finalización el 28 de febrero de 2013. La parte correspondiente a documentación y definición del entorno se ha cerrado prácticamente a 31 de diciembre de 2012 y la correspondiente al análisis de las campañas se ha alargado hasta el 28 de febrero de 2013 para permitir identificar mejor las distintas estrategias de las entidades objeto de estudio. Al tratarse de temas de actualidad y encontrarse en constante desarrollo es necesario establecer este rango temporal.

Otra limitación que condiciona el nivel de profundidad de análisis en el estudio es sin duda los recursos disponibles y el tiempo, que en el caso de una persona son muy limitados.

7. DISCUSIÓN

7.1. NUEVAS ESTRATEGIAS

En este apartado solo se pretende presentar algunas posibles vías de reducción del stock inmobiliario existente, mediante mecanismo que se encuentran en nuestro propio mercado.

7.1.1. FOMENTO DEL ALQUILER DE ACTIVOS INMOBILIARIOS



Gráfico G79- Gráfico del parque de viviendas principales europeo diferenciando entre régimen de propiedad o alquiler.

Fuente: Elaboración propia con datos de Eurostat, (2013).

En la tabla anterior se puede apreciar que porcentaje del parque total de viviendas europeo se utiliza en propiedad y que parte en alquiler. Si nos fijamos en España, el 83% del parque se utiliza en propiedad y el 17% en alquiler, muy lejos de los valores medios europeos.

Según el ministerio de fomento, el parque de viviendas en España a finales de 2012 superaba los 26.100.000 Ud., si el 17% se encuentra en alquiler estaríamos hablando de unas 4.437.000 Ud. destinadas a este uso.

Por otra parte, los valores medios de alquiler en Europa rondan el 23,87%, y si se fomentara este tipo de uso en España hasta alcanzar estos valores medios, deberíamos aumentar un 6,87% nuestro índice de alquiler. Este aumento supondría destinar 1.793.070 ud al desarrollo de este mercado. Aunque el stock de vivienda nueva se estima en 675.000 viviendas, estas no podrían destinarse de una vez, pues la demanda actual ronda las 275.000 ud al año, y tampoco sería bueno para el sector construcción, ya que no dejaría margen para construir nueva edificación frenándolo por completo.

Por lo que una solución intermedia sería hacerlo de modo gradual, facilitando mucho el acceso a la vivienda de sectores que en la actualidad no pueden plantearse la adquisición y a la vez reducir el stock existente. En pocos años se habría eliminado este stock, permitiendo de nuevo un mayor crecimiento del sector construcción, a la vez que facilitaría el desarrollo social de mucha gente joven que está aplazando sus planes de formar familia.

La nueva legislación del gobierno aboga en este sentido, por una parte con el proyecto de ley que modificará la ley actual de arrendamientos y por otra parte, el R.D. ley 27/2012 de 15 de noviembre, que establece la base para la negociación y creación del Fondo Social de alquiler. En Febrero de 2013 el fondo social ya se encuentra dotado con viviendas de multitud de entidades de crédito que inician ahora su promoción y adjudicación. Aunque su alcance es limitado, ya que las previsiones del gobierno cifran este Fondo en unas 6.000 viviendas cuando esté completamente dotado. Esto supone aumentar la media de vivienda en alquiler social en España por cada 1.000 habitantes en 0,22 puntos.

Respecto al mercado de alquiler general, se ha detectado que las nuevas campañas de las entidades financieras objeto de estudio están empezando a centrarse en él, ya que permite mucho margen de crecimiento en los próximos años.

7.1.2. EVALUAR LOCALIZACIÓN DE OFERTA Y DEMANDA.FÓRMULAS DE PROMOCIÓN EN SUELOS RENTABLES



Figura F81- Esquema de estrategia para selección de suelo óptimo para desarrollo.

Fuentes: Elaboración propia, (2013).

Uno de los mayores problemas del sistema inmobiliario es la gran cantidad de suelo hipotecado durante las épocas de bonanza y que ahora se encuentra en los balances de las entidades financieras. La solución para este tipo de activos se ha de plantear a más largo plazo, pero resulta imprescindible definir planes de actuación y ponerlos en marcha cuanto antes.

El suelo presenta dos inconvenientes importantes:

- Mucha oferta de suelo en distintos grados de desarrollo.
- Desembolsos muy importantes para convertirlos en el producto final, viviendas, que facilitan su salida al mercado.

Por ello, las actuaciones sobre este tipo de activos deben ser muy selectivas y contar con un estudio previo muy fundamentado, que permita elevar las posibilidades de venta de las futuras viviendas a construir.

Desde el punto de vista de las entidades poseedoras de estos activos, incluido la SAREB, resulta conveniente empezar a actuar en este sentido. Como posible esquema de trabajo se puede establecer:

1º REALIZAR UN ESTUDIO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE CADA UNO DE LOS ACTIVOS DE ESTE TIPO QUE CONSTITUYEN LA CARTERA DE LA ENTIDAD.

En este estudio se detallarán todas las características relevantes de esos activos, como son: Localización, superficie, planos, documentación urbanística completa, cargas de urbanización, cargas hipotecarias, estudios geotécnicos, estudios de viabilidad existentes, peculiaridades propias de cada activo, etc.

Con todo ello se seleccionarán los campos de información más importantes y se elaborará una completa base de datos, que de un modo eficaz y rápido, permitirá gestionar los activos.

2º REALIZA UN ESTUDIO SOBRE LA OFERTA Y LA DEMANDA, QUE PERMITA ESTABLECER UNA CONCILIACIÓN DE ESTA TANTO EN ESPACIO COMO EN TIEMPO, O CONSULTAR ESTUDIOS REALIZADOS POR ENTIDADES SOLVENTES A ESTE RESPECTO.

Este tipo de estudios son difíciles de elaborar, porque entre otras cosas no existe un patrón a seguir para desarrollarlos. Por otro lado, requieren de la intervención de distintas disciplinas que traten y crucen multitud de datos. Pero el elevado volumen económico de estos activos bien merece estas molestias, puesto que los errores en este tipo de decisiones suponen grandes pérdidas, como ya hemos podido comprobar en las transferencias de activos a SAREB.

En referencia a esto he encontrado un estudio que acaba de publicar la consultoría española Analistas Financieros y que consiste en:

- A- Se han seleccionado las principales variables que pueden incidir en la recuperación de la demanda: *Stock de viviendas nuevas, ajuste de los precios, infraestructuras de la zona, emancipación de la población, desempleo, renta per cápita y reactivación de las ventas.*
- B- Se han analizado estos índices por provincias, estableciendo el porcentaje del total en cada una de ellas.
- C- Se ha definido un índice de recuperación de demanda que se calculará para cada una de las provincias. Este índice está en función de los parámetros analizados y que lo influyen del siguiente modo: *el stock de vivienda (que pesa un 20%); el ajuste desde el máximo del precio de la vivienda libre (15%); la disponibilidad de infraestructuras (5%); la demanda potencial (con un peso del 15%); la solvencia de la demanda (40%) y la elasticidad de la demanda actual (5%).*
- D- Con el índice aplicado a las condiciones de cada provincia se establece un ranking temporal de recuperación, en el que las provincias con menor índice recuperarán antes la demanda y las de mayor índice después.

A continuación se muestran los resultados de este estudio en el que aparecen, en primer lugar los gráficos por provincias de los parámetros que determinan el índice y a continuación la tabla de ranking temporal de recuperación. Se trata de gráficos en porcentaje sobre el total.

Este tipo de estudios serán de gran utilidad para realizar una programación ordenada en el desarrollo de los distintos suelos, permitiendo una toma de decisiones fundada y con mayor probabilidad de éxito.

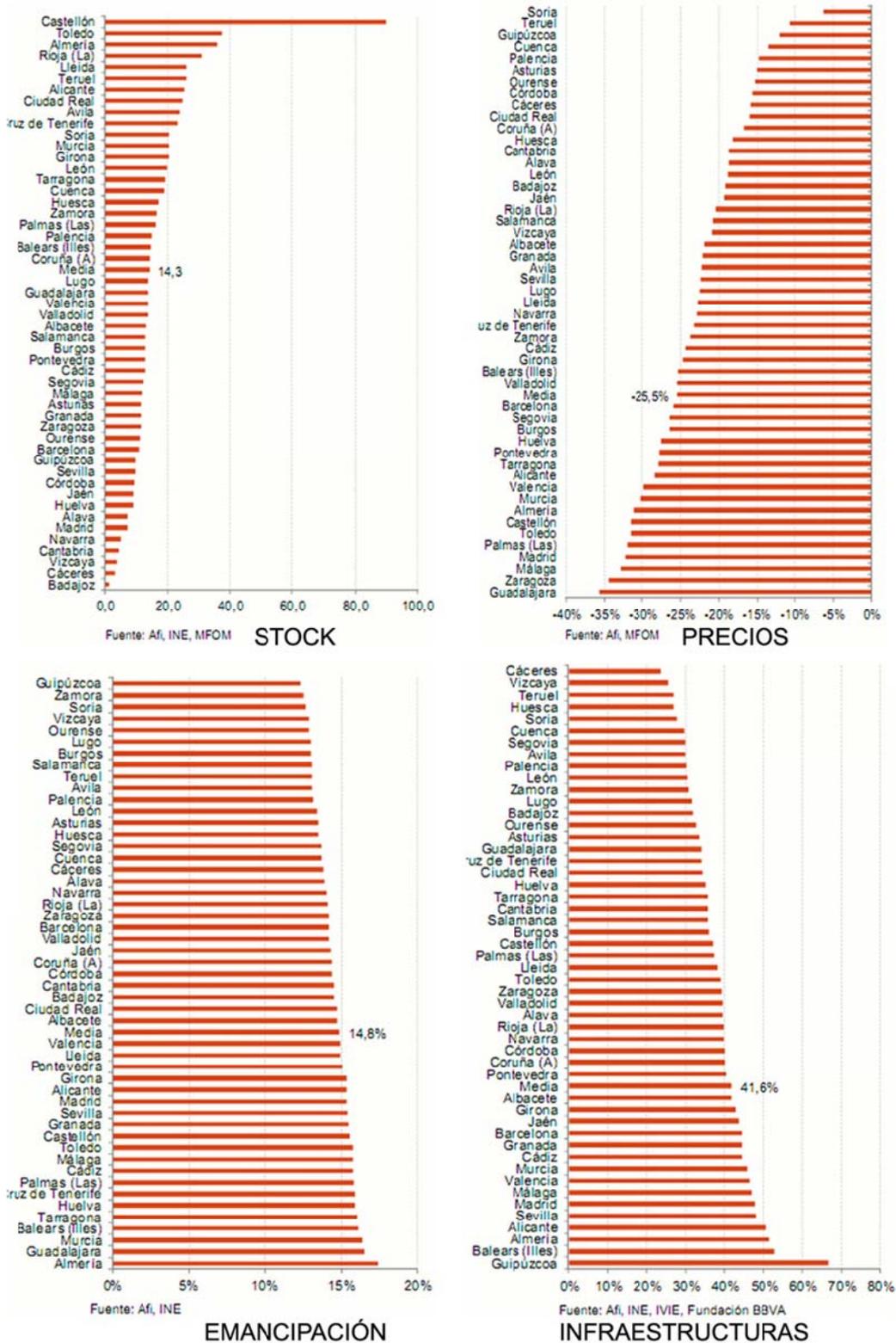
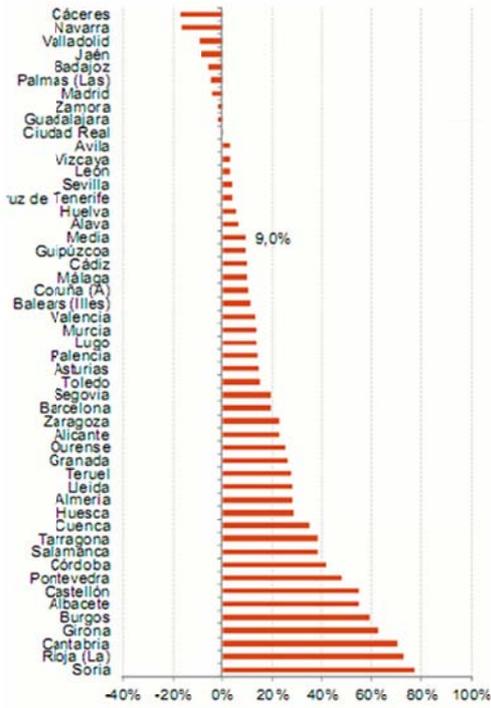
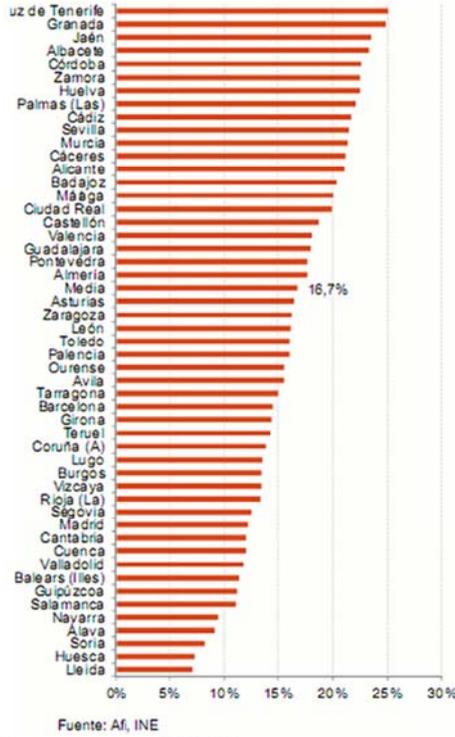


Gráfico G80- Tablas de variables del índice de recuperación de la demanda.

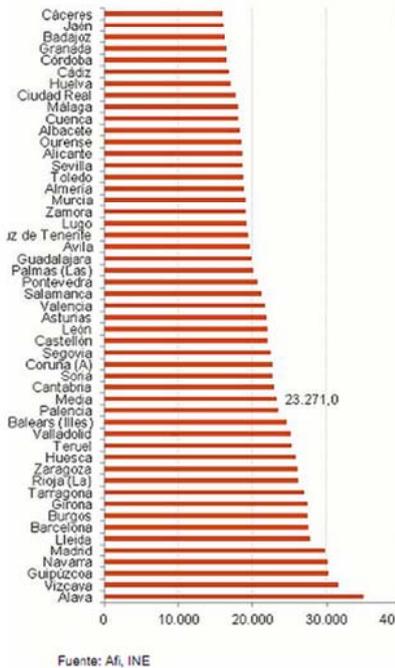
Fuente: Estudio realizado por Analistas Financieros, (2012).



REACTIVACIÓN VENTAS



PARO



RENDA PER CAPITA

Índice Afi de recuperación de la demanda por provincias

Rk	Provincias	Índice Afi	Rk	Provincias	Índice Afi
1	Madrid	10,2	26	Sevilla	26,0
2	Navarra	14,6	27	Coruña (A)	26,1
3	Balears (Illes)	15,7	28	Castellón	26,3
4	Álava	16,4	29	Murcia	26,7
5	Barcelona	16,9	30	Toledo	27,5
6	Zaragoza	17,8	31	Cádiz	28,0
7	Cantabria	18,2	32	Soria	28,7
8	Tarragona	19,1	33	Lugo	29,1
9	Lleida	19,5	34	Badajoz	29,1
10	Burgos	19,9	35	Alicante	29,4
11	Vizcaya	20,2	36	Granada	29,8
12	Girona	20,5	37	Asturias	29,9
13	Guipúzcoa	20,8	38	Albacete	30,6
14	Valladolid	20,9	39	Palencia	30,8
15	Segovia	21,2	40	Córdoba	31,2
16	Pontevedra	22,1	41	Ourense	31,5
17	Guadalajara	22,6	42	Cuenca	31,7
18	Málaga	23,3	43	Teruel	31,9
19	Valencia	23,5	44	Jaén	32,3
20	Huesca	24,2	45	León	32,4
21	Salamanca	24,3	46	Santa Cruz de Tenerife	32,5
22	Almería	25,0	47	Ávila	33,4
23	Huelva	25,6	48	Cáceres	33,8
24	Rioja (La)	25,7	49	Ciudad Real	36,8
25	Palmas (Las)	25,8	50	Zamora	36,8
				Media	25,5

Fuente: Afi, INE, MFOM, IVIE, Fundación BBVA

RESUMEN ESTUDIO

Gráfico G81- Tablas de variables del índice de recuperación de la demanda y tabla resumen por comunidades.

Fuente: Estudio realizado por Analistas Financieros,(2012).

3º CRUZAR LOS DATOS DE LOS ACTIVOS CON LA TABLA DE INDICES POR PROVINCIAS PARA OBTENER UNA PROGRAMACIÓN PARA EL SUELO.

Con los datos del suelo y los índices de recuperación se puede programar un calendario de actuación para el desarrollo de los distintos tipos de suelo en función del momento óptimo y de su ubicación. Dentro de una determinada ubicación, (Provincia - utilizando el estudio anterior) habría que realizar un estudio más detallado para establecer que suelos, de los disponibles en esa área geográfica, tienen mayor probabilidad de éxito.

4º FÓRMULAS DE DESARROLLO DEL SUELO EN FUNCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN ESTABLECIDA.

Una vez se han delimitado las regiones que antes recuperarán la demanda y se ha establecido un calendario para el desarrollo de los distintos suelos, hay que establecer los mecanismos para su desarrollo. En España existe una infraestructura muy especializada para el desarrollo de proyectos de este tipo, por lo que únicamente habría que establecer la mejor fórmula para cada caso y llevarlo a cabo. Las más usuales serían: Convenios con promotoras experimentadas, convenios con gestoras de cooperativas, desarrollo de proyectos por partes mediante un Project Manager, etc.

7.1.3. SEGMENTAR EL MERCADO INMOBILIARIO: LEGISLACIÓN Y USO DE NUEVAS FIGURAS

Otra vía a explorar para localizar fórmulas que permitan reducir el stock actual facilitando el acceso a segmentos sociales que en la actualidad tienen grandes dificultades para ello, es la vía jurídica. Permitiendo nuevas formas o fórmulas de acceso a la posesión de inmuebles.

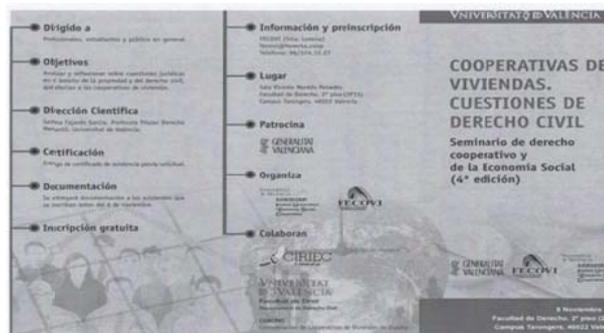


Figura F82- Tríptico FECOEVI de la conferencia del 9 de noviembre 2012 en la Universidad de Valencia.

Fuente: FECOEVI, (2012).

En Noviembre de 2012 asistí a una conferencia organizada por la Federación de Cooperativas de Viviendas en la Universidad de Valencia, con la intención de recabar información sobre las distintas alternativas al modelo actual de desarrollo. Uno de los ponentes, *Sergio Nasarre Aznar - Catedrático Derecho Civil en la Universidad Rovira i Virgili*, expuso un tema novedoso para mí, el cual abría un camino nuevo en la manera de optar a la propiedad de las viviendas. Esta posibilidad se está desarrollando en Cataluña, encontrándose pendiente de aprobación por en sus cortes.

Aunque la idea no es nueva, ya que lleva años utilizándose en Reino Unido, es la primera vez que se plantea en España.

La estrategia basada en las *Posesiones Intermedias* trata de desarrollar nuevas formas de posesión que permitan un acceso a la vivienda distinto al convencional (Alquiler y Dominio). Es sin duda, una 3ª vía de posesión inmobiliaria que combina *asequibilidad, flexibilidad y estabilidad*.

Los retos a los que nos enfrentamos son:

- Gran stock inmobiliario que hay que reducir
- Entidades de crédito con problemas de liquidez → Menor liquidez en las familias
- Sobreendeudamiento excesivo → búsqueda de fórmulas de endeudamiento responsable.

Los modelos de propiedad que plantea pueden ser:

- **P. COMPARTIDA:** Un nuevo propietario adquiere una parte de un inmueble coexistiendo con el propietario original. Se realiza de forma gradual hasta completar el 100%.
 - Es propietario desde el inicio, pero con menor endeudamiento y mayor flexibilidad en la adquisición.
 - Tiene todas las facultades del dominio.
 - Se financiaría a través de hipotecas, pero sin sobre-endeudarse y podría inscribirse en el Registro de Propiedad.
 - Posibilidad de adaptarse a programas de ayuda a la vivienda, estableciendo prerequisites para su acceso.
 - Podría pactarse el ascenso en propiedad por tramos de una forma gradual. En casos de vivienda social se podría articular incluso el descenso de propiedad si fuera necesario, para adaptarse a las necesidades.
 - Para proteger al propietario original – no podrá alterar la base del inmueble, ni los

elementos estructurales y su uso será el pactado. Se hará cargo de los tributos derivados del uso y la parte proporcional de los derivados de la propiedad. Así como derechos de tanteo y retracto legales.

- Podría aplicarse en casos de ejecución hipotecaria de propiedades absolutas, se podría consolidar la cantidad pagada hasta la fecha como propiedad compartida con la entidad financiera y de este modo volver a negociar los tramos de escalada de propiedad así como el alquiler por el resto.
- **P. TEMPORAL:** Un nuevo propietario adquiere la titularidad temporal de un inmueble, con todas sus facultades de dominio y haciéndose cargo de los gastos.
 - Se constituye una propiedad temporal cuando un nuevo propietario adquiere la titularidad de un inmueble por un período cierto y determinado. Durante este período dispondrá del dominio total y se hará cargo de gastos y tributos.
 - Se adquiere la vivienda por el número de años que se necesita, esto aumenta la estabilidad frente al alquiler y reduce costes frente a la compra para siempre. Podrán pactarse prorrogas y se indemnizará al propietario original por las depreciaciones debidas a un uso negligente de la vivienda. Transcurrido el período retorna al propietario original de forma automática.
 - Da solución a multitud de situaciones, siempre con la idea de dar estabilidad y dejar mayor renta disponible. Especialmente útil en situaciones de movilidad laboral estable o con propiedades heredadas que en la actualidad no tienen interés para el propietario (no está convencido de alquilar—mercado poco establecido) pero que en un futuro resultará útil para sus hijos.
 - Se podría encontrar una fórmula para convertir en propiedad temporal los alquileres de larga duración.

Con los dos nuevos modelos planteados se consigue:

- Aprovechar el stock existente incentivando su ocupación de un modo estable y asequible.
- Las políticas de ayuda a la vivienda se pueden centrar en fórmulas de alquiler social, con las que se consigue llegar a más gente con muchos menos recursos. Cambiando vivienda social en propiedad por vivienda social en alquiler.
- Acceso a vivienda de un modo más estable que el alquiler, para familias que no pueden comprar una vivienda sin sobre-endeudarse, pero que tampoco cumplen con los requisitos de alquiler social, de este modo tienen alternativa al alquiler.

Las Propiedades intermedias tratan de llenar el vacío entre dominio y alquiler. Fracciona el pleno dominio haciéndolo más asequible. Se trata de una adquisición progresiva, por tramos. En Cataluña se ha modificado la ley de la vivienda y ya se encuentra pendiente de aprobación. (Art. 71. Propiedad compartida). Código Civil de Cataluña Art. 556-1 y 557-1

PROPIEDADES INTERMEDIAS		
OBJETIVOS	PROPIEDAD COMPARTIDA	PROPIEDAD TEMPORAL
CREAR UN 3º MERCADO INMOBILIARIO -Reducir Stock -Reactivar Sector	VENDE PARTES DE VIVIENDA Y ALQUILER POR EL RESTO -Tramos del 20%, 30%...	VENDE VIVIENDAS POR PERÍODO DE TIEMPO -Ajustado a las necesidades de las personas -Mínimo 7 años
REDUCIR APORTACIONES DE LAS ENTIDADES DE CRÉDITO	CRÉDITOS MÁS PEQUEÑOS EN FUNCIÓN DEL PORCENTAJE ADQUIRIDO	PRÉSTAMOS MÁS PEQUEÑOS EN FUNCIÓN DE LA DURACIÓN DE LA PROPIEDAD
EVITAR SOBREINDEUDAMIENTO DE LAS FAMILIAS	COMPRA PROGRESIVA DE LA VIVIENDA	PLANIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES REALES DE VIVIENDA EN FUNCIÓN DEL TIEMPO DE USO
FLEXIBILIZA EL ACCESO A LA VIVIENDA	CONSIGUE UN TIPO DE PROPIEDAD QUE SE AJUSTA A UN MAYOR NÚMERO DE FAMILIAS	CONSIGUE UN TIPO DE PROPIEDAD QUE SE AJUSTA A UN MAYOR NÚMERO DE FAMILIAS
PROPIEDAD FLEXIBLE PERO SEGURA	CONSIGUE UN TIPO DE PROPIEDAD QUE SE AJUSTA A UN MAYOR NÚMERO DE FAMILIAS	CONSIGUE UN TIPO DE PROPIEDAD QUE SE AJUSTA A UN MAYOR NÚMERO DE FAMILIAS

Figura F83- Resumen de Objetivos de las propiedades intermedias.

Fuente: Documentación recogida en la conferencia organizada por FECOVI, facilitada por Nasarre S. (9-11-2012)

BIBLIOGRAFÍA

Bankia, Nota de Prensa. “ Bankia Habitat vendió en 2012 más de 14.600 inmuebles”. 29 de enero de 2013. Fecha de consulta: 10 de febrero de 2013

<http://www.bankia.com/es/comunicacion/actualidad/noticias/bankia-habitat-vendio-en-2012-mas-de-14600inmuebles.html?idCategoria=0&fechaDesde=&texto=&fechaHasta=&csrfToken=B6CB884C99B8848B8590C85BDCCDB7E8>

Bueno, E. “*Estrategias en el mundo inmobiliario. Dónde y cuándo comprar, qué construir y cómo vender, incluso en época de crisis*”. 2a edición. Ediciones Díaz de Santos. 2009

“*Debate en el Senado del proyecto de ley de Medidas tributarias*”. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas. Nota de Prensa. (13-12-2012).

“*Economic Surveys: Spain*”. OCDE. Informe 11/2012. (2012).

“*Encuestas sobre préstamos bancarios en España*”. Banco de España. Boletín Informativo. (Febrero 2013).

Europa. Banco Central Europeo. Data base. Actualización Febrero 2013, [Fecha consulta: 1-11-2012 al 28-2-2013]. Economic Index.

Europa. Comisión Europea. Eurostat. Statistics. Revisión y actualización Diciembre 2012, [Fecha consulta: 1-11-2012 al 28-2-2013]. Economy and finance.

Europa. Comisión Europea. Eurostat. Statistics. Revisión y actualización Diciembre 2012, [Fecha consulta: 1-11-2012 al 28-2-2013]. Population and Social Conditions.

Estudio. “*El stock de capital en viviendas en España y su distribución territorial (1990-2007)*”. Fundación BBVA-Ivie. (2009).

España. “*Real Decreto Ley 2/2012, Saneario del sector financiero*”. Boletín Oficial del Estado. (3-2-2012).

España. “*Real Decreto Ley 18/2012, Saneario y venta de los activos inmobiliarios del sector financiero*”. Boletín Oficial del Estado. (11-5-2012).

España. “*Real Decreto Ley 20/2012, Medidas para garantizar la estabilidad presupuestaria*”. Boletín Oficial del Estado. (13-7-2012).

España. *"Real Decreto Ley 24/2012, Reestructuración y resolución de entidades de crédito"*. Boletín Oficial del Estado. (31-8-2012).

España. *"Real Decreto Ley 27/2012, Medidas urgentes para reforzar la protección a los deudores hipotecarios"*. Boletín Oficial del Estado. (27-11-2012).

España. Ministerio de Fomento. *"Informe de Flujos de Inversión de no residentes en inmuebles residenciales"*. (2005).

España – Comisión Europea. *"Memorando de Entendimiento"*. (20-7-2012).

España. *"Ley 9/2012 de 14 de Noviembre, Desarrollo del RDL 24/2012 de 31 de agosto"*. Boletín Oficial del estado. (14-11-2012).

España. Ministerio de Fomento. *"Informe sobre Stock de vivienda"*. (2011).

España. *"Anteproyecto de Ley Medidas de Flexibilización y Fomento del mercado de alquiler"*. Boletín Oficial del Congreso. (2012).

España. Banco de España. Estadísticas. Revisión y actualización Diciembre 2012, [Fecha consulta: 1-11-2012 al 28-2-2013]. Datos Económicos.

Fonseca, E. *"El secreto del éxito de las ventas de pisos de Solvia"*. 5 de noviembre de 2005. Fecha de consulta: Diciembre 2012.

<http://www.idealista.com/news/archivo/2012/11/05/0535305-el-secreto-del-exito-de-las-ventas-de-pisos-de-solvía>

"Informe General sobre la Actividad de la Unión Europea 2010". Comisión Europea.(2011).

"Informe General sobre la Actividad de la Unión Europea 2011". Comisión Europea.(2012).

"Informe General sobre la Actividad de la Unión Europea 2012". Comisión Europea.(2013).

Instituto Nacional de Estadística. INEbase. Revisión y actualización Diciembre 2012, [Fecha Consulta: 1-11-2012 al 28-2-2013]. Economía.

Instituto Nacional de Estadística. INEbase. Revisión y actualización Diciembre 2012, [Fecha consulta: 1-11-2012 al 28-2-2013]. Demografía y Población.

“La Evolución Financiera en España”. Banco de España. Informe. (2011).

“Los precios de transferencia a la Sociedad de gestión de Activos(Sareb) serán muy ajustados para asegurar su rentabilidad””. España. Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria. Notas de prensa. (16-11-2012).

Nasarre Aznar, S. “El acceso a la vivienda en un contexto de crisis”. Edisofer. (2011).

Nasarre Aznar, S. “Articles d'opinió – Observatori Local d'habitatge Juny 2012 - Les tinences intermitges: combinant assequibilitat, flexibilitat i estabilitat en l'accés a l'habitatge”. 9 de Novembre de 2012.

Prensa Catalunya Caixa. “El canal de CX Inmobiliaria para captar compradores extranjeros en sus países de origen”. 16 de octubre de 2012. Fecha de consulta: 15 de diciembre de 2012.

http://www.catalunyacaixa.com/salaprensa/noticies/detall.action?request_locale=es&idNoticia=3961

Rajoy, M. “Discurso de Investidura (X Legislatura)”. Discurso de Mariano Rajoy en la sesión de investidura como presidente del Gobierno. (19-12-2011).

“Reestructuración y Recapitalización del Sector Bancario: La Sociedad de Gestión de Activos (Sareb)”. España. Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria. Notas de prensa. (29-10-2012).

Rodríguez López, J., Fellinguer, E. , Domínguez, J.J. “Hogares en España. Proyecciones 2001-2012”. Ministerio de Fomento. (2012).

“Sociedad de Gestión de activos procedentes de la reestructuración bancaria”. España. Fondo de Reestructuración Ordenada Bancaria. Notas Informativas. (2012).

Short, D. “The East-West Divide”. World Markets Weekend Review. (2012).

“Spain: Financial Stability Assessment”. Fondo Monetario Internacional. Country Report nº 12/137. (2012).

Thomson, R. “Political battles still in EU”. Agencia Reuters Washington. (3-1-2013).

Thomson Reuters. Database. Revisión diciembre 2012.[diciembre 2012].Histórico de la prima de riesgo en base Alemania (2010,2011,2012).

WEBS VISITADAS CON ASIDUIDAD DURANTE LA REALIZACIÓN DEL TFM.

www.bbvavivienda.com (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.gesaliseda.es (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.altamirasantander.com (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.bankiahabitat.es (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.servihabitat.com (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.solvia.es (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.fomento.es (Enero 2013)
www.bankia.es (Enero-Febrero 2013)
www.bbva.es (Enero-Febrero 2013)
www.bancsabadell.com (Enero-Febrero 2013)
www.santander.com (Enero-Febrero 2013)
www.banesto.es (Enero-Febrero 2013)
www.bancopopular.es (Enero-Febrero 2013)
www.caixabank.com (Enero-Febrero 2013)
www.Caixabank.com (Enero-Febrero 2013)
www.catalunyacaixa.com (Enero-Febrero 2013)
www.idealista.es (Enero-Febrero 2013)
www.sareb.es (Enero-Febrero 2013)
www.fotocasa.es (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.globaliza.com (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.Inmobiliaria.elpais.com (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.portae.com (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.yaencontre.com (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)
www.urbaniza.com (Noviembre-diciembre 2012 , enero 2013)

ANEXO 2

CRONOLOGIA ESTALLIDO DE LA BURBUJA INMOBILIARIA Y DESARROLLO DE LA CRISIS

2007	2008	2009	2010	2011	2012
<p>INTERNACIONAL EEUU Y RESTO</p> <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> LA ASOCIACION DE BANCOS HIPOTECARIOS AVISA DE AUMENTO DE IMPAGOS. (6 MILLONES CONTRATOS -> 600.000 MILL. \$ PRECIO VIVIENDA EN EEUU -Δ POR 1º VEZ DESDE 1996 <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> LA FINANCIERA NEW CENTURY SUSPENDE PAGOS CITY GROUP PIERDE 5.000 MILL. \$ <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> QUEBRAN DOS FONDOS EEUU DEL BANCO BEAR STEARNS BANK AMERICAN HOME MORTGAGE SUSPENDE PAGOS COMISION DE VALORES EEUU INVESTIGA ENTIDADES DE WALL STREET. HOMEFINANC DECLARA BANCARROTA LA FED INYECTA 24.000 MS <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> LA FED RECORTA INTERES -0,5 PTO HASTA EL 4,75%. SE DUPLICAN LAS ELECCIONES EN 1 AÑO IMPAGO EN EEUU SUBE UN 66% LA FED INYECTA 38.000MS EN 1.SHORAS <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> LA FED RECORTA INTERES -0,25 PTO HASTA EL 4,50%. <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> BUSH CONGELA EL INTERES DE LAS SUPRIME <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> BUSH ANUNCIA PLAN DE AYUDA PARA 1,2 MILLONES DE PERSONAS LA FED RECORTA INTERES -0,25 PTO HASTA EL 4,25%. FED, BCE Y LOS BC DE INGLATERRA SUIZA Y CANADA ACUERDAN PLAN CONTRA LA FALTA DE LIQUIDEZ B. MORGAN STANLEY PERDIDAS 9.000 MILLIS 	<p>INTERNACIONAL EEUU Y RESTO</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> MERY LINCX PIERDE 7000 M.€ EN 2007 CONTAGIO DE PANICO EN LAS BOLSAS <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> B. NORTHERN ROCK NACIONALIZADO PRECIO DE VIVIENDA EN EEUU CAE UN 8,9% EL CRUDO DE LA OPEP SUPERA LOS 95\$/BB <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> SE ESTIMAN UNAS PERDIDAS GLOBALES DE 430.000 M. \$ HASTA LA FECHA M.5 HASTA LA FECHA DÓLAR EN MINIMOS HISTÓRICOS JP MORGAN COMPRA BEAR STERNS POR 237M\$ Y ESTE PIERDE EL 83,7% DE SU VALOR BURSÁTIL EN 1 DÍA <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> EL CRUDO DE LA OPEP A 103,74 \$/BB EL FMI ESTIMA LAS PERDIDAS MUNDIALES EN 1 B\$ <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> EL PARO EN EEUU SUBE HASTA EL 5,5% <p>JUL</p> <ul style="list-style-type: none"> EL CRUDO DE LA OPEP A 147 \$/BB INDYMAC NACIONALIZADA EN EEUU RESCATE A FANIE MAE Y FREDDIE MAC LA MAYOR PETROLERA CHINA DESPIDE 80.000 OP <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> FED MANTIENE LOS TIPOS AL 2% EN EEUU <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> QUEBREA DE LEHMAN BROTHERS WALL STREET SE HUNDE Y ABRASTRAL AL RESTO FED INYECTA 85.000 MS PARA SALVAR AIG INYECCION MASIVA DESDE LOS BC RECHAZO AL 1º RESCATE -> CRACK EN WALL STREET -> RESTO DEL MUNDO HP DESPIDE A 24.000 EMPLEADOS <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> APRUEBA PLAN DE RESCATE EEUU 700.000 MS FED REBAJA EL TIPO AL 1% EL BARRIL DE LA OPEP BAJA HASTA 77,38\$/B WALL STREET SE HUNDE UN 7,33% CITIGROUP PIERDE 10.500M€ Y 11.000 DESPIDOS <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> EEUU LLEVA 17 ENTIDADES FINANCIERAS QUIEBRA FED INYECTA 800.000 MS MAS <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> FED REBAJA LOS TIPOS DEL 1% AL 0,5% EEUU RESCATA GM, FORD Y CHRYSLER 	<p>INTERNACIONAL EEUU Y RESTO</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> OBAMA EXIGE MEDIDAS DRÁSTICAS AL CONGRESO CHINA SUPERA A ALEMANIA - 3ª ECONOMIA BANK OF AMERICA RECIBE 104.000MS EL PARO EN EEUU AUMENTA EN 600.000 P NISAN ANUNCIA 20.000 DESPIDOS <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> SE APRUEBA EL PLAN DE RESCATE A LA ECONOMIA POR 787.000MS GM Y CRISLES PIDEN 21.000MS MAS FMI ALERTA DE UN SEGUNDO SHOCK BANCARIO <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> SE APRUEBA EL PLAN DE RESCATE A LA ECONOMIA POR 787.000MS EL PIB DE EEUU SE UNDE UN 4,2% LA BANCA MUNDIAL PIERDE 50.000MS EN 1 DÍA EL JUEZ ORDENA CARCEL PARA MADOFF LOS PARAISOS FISCALES CEDEN ANTE LA OCDE <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> GM ENTRA EN CONCURSO CON UN PASIVO DE 172.800MS <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> POLEMICO RETORNO DE LOS BONUS A DIRECTIVOS 	<p>INTERNACIONAL EEUU Y RESTO</p> <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> BP CAE UN 15% CON LA IMPOSIBILIDAD DE SELLAR LA FUGA DE CRUDO EN MEXICO EL MERCADO CIERRA EL GRIFO DE LA LIQUIDEZ A LA BANCA ESPAÑOLA RUMANIA DESPEDIA A MAS DE 60.000 FUNCIONARIOS PARA RECORSTAR GASTO <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> EL ICBC CHINO MONTA SUCURSAL EN ESPAÑA LA DECLARACION DE INTENCIONES DE LA FED APUNTA AL EURO <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> BASILEA III PERMITE NUEVAS OFERTAS POR LAS PREFERENTES BANCARIAS EL FMI PRESTA 900M€ A RUMANIA EL ORO ALCANZA 1.317\$/ONZ <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> BASILEA III ESTIMA QUE LA BANCA NECESITA 602.000M€ 	<p>INTERNACIONAL EEUU Y RESTO</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> CHINA CRECE UN 10,3%. 2ª ECONOMIA <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> JAPON TEME EL DESASTRE NUCLEAR <p>MAY</p> <ul style="list-style-type: none"> EEUU DEMANDA A DEUTSCHE BANK POR FRAUDE CON HIPOTECAS BASURA <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> ISLANDIA LLEVA A JUICIO A SU PRIMER MINISTRO POR LA QUIEBRA DEL PAIS EEUU ESTUDIA DEMANDAR A LAS AGENCIAS DE CALIFICACION <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> LAS DUDAS SOBRE LA RECUPERACION DE EEUU HACEN CAIR LAS BOLSAS EEUU MANTENDRIA LOS TIPOS MUY BAJOS FED TEME CONTAGIO DE FALTA DE LIQUIDEZ <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> OBAMA LANZA UN PLAN DE EMPLEO DE 350.000MS BRASIL, CHINA, RUSIA E INDIA AYUDARAN A EUROPA <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> FMI PRESIONA AL BCE PARA QUE REDUZCA TIPOS PARO EN EEUU EN EL 9,1% <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> FMI ABRE LINEA DE CREDITOS A PAISES CON CRISIS DE DEUDA ACTUACION CONJUNTA DE BANCOS CENTRALES 	<p>INTERNACIONAL EEUU Y RESTO</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> FMI AUGURA UN DEFICIT DE 6,3% PARA ESPAÑA EN 2013 <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> FMI DARA PRESTAMO A GRECIA DE 28.000M€ <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> FMI PIDE REFORMAS A ESPAÑA E ITALIA ARGENTINA EXPROPIA YPF <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> AUSTRALIA CONDENA A S&P POR CAUSAR LA CRISIS DE 2008 OBAMA VENCE LAS ELECCIONES FMI PIDE A RAJOY MODERACION CON LOS RECORTES <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> PACTO EN EEUU POR EL ABISMO FISCAL
<p>INTERNACIONAL EUROPA</p> <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> EL EURIBOR SUBE A 4,506% Y SE ACERCA A SU MAXIMO HISTORICO. ENCADENA 21 SUBIDAS CONSECUTIVAS <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> EL BCE DEJA EL EURIBOR EN 4% PREVE SUBIDAS DESPUES DEL VERANO <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> EL BCE INTERVIENE PARA EVITAR EL CONTAGIO DE FALTA DE LIQUIDEZ EL BCE INYECTA 94.000 MILL. € EURIBOR SUBE A 4,661. MAYOR VALOR EN 7 AÑOS <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> EL BANCO BRITANICO NORTHERN ROCK RESCATADO POR EL ESTADO SUSPENDEN 3 FONDOS DEL B. BNP PARIBAS EURIBOR SUBE AL 4,72% <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> SWISS RE TIENE 733M€ EN PERDIDAS BCE ACUDE AL RESCATE DEL MERCADO INTERBANCARIO ESCALA EL IPC EUROPEO HASTA VALORES DE 2001 <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> EURIBOR EN MAXIMOS DE LOS ULTIMOS 7 AÑOS 	<p>INTERNACIONAL EUROPA</p> <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> INGLATERRA NACIONALIZA EL B. NORTHERN ROCK <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> EURIBOR SUBE AL 5,432% INFLACION ZONA EURO SUBE AL 4% <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> INYECCION MASIVA DESDE LOS BC EURIBOR SUBE A 5,467% <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> CAIDA DE LA CONFIANZA EN EUROPA 5,8% EURIBOR SUBE A 5,55% POSIBLE BAJADA FUTURA ALEMANIA RESCATA AL B. HYPO REAL ESTATE ISLANDIA NACIONALIZA EL 2º BANCO GRAN BRETAÑA RESCATE BANCARIO 50.000M€ BC BAJAN TIPOS PERO EL EURIBOR SUBE RESCATE BANCARIO ALEMAN DE 500.000M€ GARANTIA DE 100% DEPOSITOS EN ALEMANIA <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> ISLANDIA NACIONALIZA EL 2º BANCO RESCATE A ING DE 10.000M€ <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> FRANCIA DESTINA 26.000M€ PARA ESTIMULAR LA ECONOMIA RESCATE A ING DE 10.000M€ REDUCCION DE TIPOS EN BC MUNDIALES 	<p>INTERNACIONAL EUROPA</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> EURIBOR AL 3% LA EUROZONA ESTA EN RECESSION MERKEL PRESENTA SU SEGUNDO PLAN ANTICRISIS CON 50.000M€ ING ANUNCIA PERDIDAS DE 1000M€ Y 7000 DESPIDOS UBS REGISTRA PERDIDAS DE 13.000M€ <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> EL GOBIERNO GRIEGO DE PAPANDEU SOLICITA UN PRESTAMO DE 110.000M€. NO PUEDE HACER FRENTE A LOS INTERESES DE LA DUDA. <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> EL EURIBOR BAJA HASTA EL 1,5% KRUGMAN PIDE MEDIDAS MAS DRÁSTICAS LOS INVERSORES DAN LA ESPALDA AL GOBIERNO BRITANICO HUELGA GENERAL EN FRANCIA <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> EL BCE COMPRARA DEUDA PARA ATAJAR LA CRISIS <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> BRUSELAS EXIGIR MAS RESERVAS A LA BANCA <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> ALEMANIA Y FRANCIA FINALIZAN LA RECESSION <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> EL BCE GANA 15.200M€ EN UN AÑO <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> BRUSELAS LIMITA LA ACTIVIDAD DE LOS BANCOS INTERVENIDOS Y PONE EL MODELO FINANCIERO ESPAÑOL COMO MODELO 	<p>INTERNACIONAL EUROPA</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> BRUSELAS ABORDA REFORMA DEL MUNDO FINANCIERO <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> LA LIBRA EN EL PUNTO DE MIRA DE LOS ESPECULADORES FRANCIA, BRUSELAS Y EL BUNDESBANK ENFRIAN EL PROYECTO DEL FMI EUROPEO <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> EL GOBIERNO GRIEGO DE PAPANDEU SOLICITA UN PRESTAMO DE 110.000M€. NO PUEDE HACER FRENTE A LOS INTERESES DE LA DUDA. <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> SE APRUEBA EL CREDITO A GRECIA A ENTREGAR EN 3 AÑOS EL CONSEJO EUROPEO DECIDE CREAR EL FEEF DOTADO CON 750.000M€ Y EL MEDE PERO ESTE ENTRARA EN VIGOR EN JULIO DE 2012 <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> FRANCIA AHORRA 600M€ EN SANIDAD EL BCE ASEGURARA LA LIQUIDEZ PARA EL RESTO DEL AÑO MAS DE 60.000M€ NEGOCIAN VOLVER A ESPAÑA <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> LA UE DA EL PRIMER PASO PARA EL IMPUESTO A LA BANCA <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> INICIA EL BANCO MALO ALEMÁN DE HYPO REAL STATE HUELGA GENERAL EN PORTUGAL EL 70% DE LA LIQUIDEZ ESPAÑOLA DEPENDE DEL BCE <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> BCE SE UNE AL GOBIERNO Y PIDE Celeridad EN LAS FUSIONES IRLANDIA ACEPTA UN RESCATE DE 85.000M€ <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> EL BCE ALERTA A LA BANCA DE LOS RIESGOS PARA REFINANCIAR UN BILLON EN DEUDA 	<p>INTERNACIONAL EUROPA</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> ALEMANIA CRECE AL 3,6% EN 2011 EURIBOR SUBE A 1,55% <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> MOODYS REBAJA LA DEUDA DE LOS BANCOS IRLANDESES A BONO BASURA <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> DISMISION DE SOCRATES EN PORTUGAL POR LOS AJUSTES <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> RESCATE A PORTUGAL POR 78.000M€ LA DEUDA PUBLICA DE LAS ECONOMIAS RICAS SUPERA EL 100% DEL PIB. <p>MAY</p> <ul style="list-style-type: none"> GRECIA ASUME NUEVOS AJUSTES PARA FLEXIBILIZAR EL RESCATE <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> EL PARO EN LA ZONA EURO 9,9% Y EN ESPAÑA 20,9% <p>JUL</p> <ul style="list-style-type: none"> DEUDA DE PORTUGAL BONO BASURA ALEMANIA Y FRANCIA TIENEN 130.000M€ DEUDA P <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> ITALIA CENTRO DE ESPECULACION MERKEL RECHAZA LOS EUROBOBOS <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> DUROS RECORTES EN GRECIA. 40% PENSIONES. PLANTEA REFERENDUM <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> PARO EN INGLATERRA SUBE AL 8,3% CRISIS DEL EURO PRIMA DE RIESGO DE ESPAÑA E ITALIA DESBOCADA <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> EUROPA ANDA HACIA LA UNION ECONOMICA 	<p>INTERNACIONAL EUROPA</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> EL ESTADO NACIONALIZA LA MATRIZ DE BANKIA RD/L 18/2012 SANEAMIENTO Y VENTA DE ACTIVOS FINANCIEROS MOODYS REBAJA LA CALIFICACION DE 16 CAJAS Y BANCOS ESPAÑOLES. CONSULTORAS ROLAND BERGER Y OLIVER WYMAN EVALUARAN LA BANCA ESPAÑOLA PRIMA DE RIESGO EN 539 PB FITCH REBAJA LA NOTA DE VARIAS CAJAS DEJANDOLAS EN BONO BASURA BANKIA SOLICITA RESCATE DE 23.465M€ <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> PRIMA DE RIESGO EN 547,9 PB CATALUNYA CAIXA YNGALICIA 9.000+5.500M€ FROB FITCH REBAJA LA NOTA DE LA DEUDA ESPAÑOLA A BBB CON PERSPECTIVAS NEGATIVAS FITCH REBAJA LA SOUVENIA DE 4 AUTONOMIAS: MADRID, CANTABRIA, ASTURIAS Y PAIS VASCO FMI ADELANTA SU INFORME DE LA BANCA ESPAÑOLA Y ESPAÑA SOLICITA AYUDA AL SISTEMA FINANCIERO DE MAXIMO 100.000 M€ PRIMA RIESGO S&P INFORME OLIVER WYMAN RECAPITALIZACIÓN HASTA 60.000M€ Y PETICIÓN FORMAL DE RESCATE. AYUDA DIRECTA DESDE EL FROB <p>JUL</p> <ul style="list-style-type: none"> LA LUZ SUBE UN 3,9% LA TASA DE AHORRO DESCENDIO UN 3% SE PROHIBEN LAS OPERACIONES EN CORTO CATALUNYA RESCATE DE 3500M€ Y CATALUNYA 5000M€ NEGOCIA EL RESCATE AL SISTEMA FINANCIERO POR 100.000M€ MAXIMO SE FIRMA EL MOU Y R.D. LEY 20/2012 ESTABILIDAD PRESUPUESTARIA PARO EN 593.100 PARADOS 24,63% BCE PLANEA COMPRAR DEUDA ESPAÑOLA <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> RD/L 24/2012 REESTRUCTURACION Y DISOLUCION DE ENTIDADES FINANCIERAS MOROSIDAD EN LA BANCA 9,5% SUBIDA DEL IVA HASTA 13% SEGÚN TIPOS PARO EN EL 25,2% Y DEFICIT EN EL 4,77% <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> AUDITORES DE OLIVER-WYMAN POSIBILITAN AVANCES EN EL RESCATE EL GOBIERNO LE VA DANDO FORMA A SAREB <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> NACE SAREB CON TECHO DE 90.000M€ EN ACTIVOS. FUNCIONARA EN DICIEMBRE. PROYECTO DE LEY VARIAS AUTONOMIAS PIDEN EL RESCATE LA PRIMA DE RIESGO BAJA DE 400 PB OCDE INDICA QUE 2013 SERA PIOR SE APRUEBAN LOS PLANES DE REESTRUCTURACION DE ENTIDADES GRUPO 1 Y ESPAÑA PEDIRA 42500M€ PARA EL RESCATE - RECORTES EN LAS ENTIDADES ESPAÑA CON PROBLEMAS PARA ENCONTRAR A LOS INVERSORES DE SAREB RD/L 27/2012 MEJORA HIPOTECARIAS <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> NACE SAREB CON TECHO DE 90.000M€ EN ACTIVOS. FUNCIONARA EN DICIEMBRE SAREB NEGOCIA CON INVERSORES Y FALTA DETERMINAR COMO VA A FINANCIAR LAS VENTAS PACTO PARA SUPERVISION BANCARIA POR EL BCE A PARTIR DE ACTIVOS >30.000M€ CAPITALIZACIÓN DE SAREB CON LAS ENTIDADES ESPAÑOLAS NO NACIONALIZADAS Y TRANSFERENCIA DE ACTIVOS
<p>NACIONAL</p> <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> BAJA MOROSIDAD -> EL GOBIERNO NIEGA LA POSIBILIDAD DE CRISIS HIPOTECARIA. ENDEUDAMIENTO PRIVADO ALTISIMO. <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> CAIDA DE BOLSA POR LAS INMOBILIARIAS SINTOMAS DE BURBUJA, CRACK INMINENTE <p>MAY</p> <ul style="list-style-type: none"> SE ESTIMA QUE EN ESPAÑA HAY 28.000 MILLIS EN HIPOTECAS DE RIESGO -> 3% DEL TOTAL <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> SE ENDURECEN LAS CONDICIONES DE PRESTAMOS A INMOBILIARIAS EL AHORRO Y LA DEUDA DE LAS FAMILIAS CRECEN A MENOR RITMO EL CREDITO AL CONSUMO CRECE A SU MENOR RITMO EN 2 AÑOS <p>JUL</p> <ul style="list-style-type: none"> SE PRESENTA EL CHEQUE BEBE 2.500€ LAS GRANDES ENTIDADES GANAN 10.700 MILLE <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> SOLO EFECTOS INDIRECTOS DE LA CRISIS, ESPAÑA AGUANTA MEJOR LA CRISIS <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> B. ESPAÑA Y GOBIERNO DEFENDEN LA SOLIDEZ DE LOS BANCOS ESPAÑOLES APARECE LA DESCONFIANZA EN EL M. INTERBANCARIO -> MENOR LIQUIDEZ <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> BANCOS Y CAJAS HAN DEVOLVER 24.450 M€ EL CREDITO HIPOTECARIO SE ESTANCA SE TARDA 6 MESES EN VENDER UNA VIVIENDA <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> LA BANCA AVISA DE QUE LOS EFECTOS DE LA CRISIS PUEDEN AUMENTAR CAE LA CONTRATACION DE HIPOTECAS LA BANCA ESPAÑOLA GANA 14.141M€ ENTRE ENERO Y SEPTIEMBRE 	<p>NACIONAL</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> BOLSA A LA BAJA 7 SESIONES SEGUIDAS EL PIB CERRO 2007 EN 3,8% CREDITOS MOROSOS CRECEN UN 46% <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> SE REDUCE LA PREVISION DE CRECIMIENTO PLAN DE 10.000M€ PARA ESTIMULAR LAS PROMOTORAS DEBEN 30% PIB A LAS ENTIDADES FINANCIERAS <p>ABR</p> <ul style="list-style-type: none"> LA DEUDA DE LAS FAMILIAS > 945.700M€ VENTA DE COCHES DESCENDE UN 28% EL PARO SUBE AL 9,6% PREVISION DE CRECIMIENTO BAJA AL 2,3% <p>MAY</p> <ul style="list-style-type: none"> LA SUSPENSION DE PAGOS SUBE UN 79% BAJA PRECIO DE LA VIVIENDA HASTA UN 30% <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> AUMENTO IMPAGADOS UN 83,69% CAE LA VENTA DE PISOS UN 31,8% CHEQUE BEBE 1000M€ - DEDUCCION 400€ IRPF <p>JUL</p> <ul style="list-style-type: none"> AUMENTO IMPAGADOS UN 83,69% CAE LA PRODUCCION INDUSTRIAL UN 9,9% SUSPENSION DE PAGOS MARTINS. DEUDA DE 5.000M€ SE PARALIZA LA ECONOMIA <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> CAE EL TURISMO UN 8% LAS PROMOTORAS PIERDEN 3.000M€ EN 6 MESES <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> EL ENDEUDAMIENTO DE LOS HOGARES -25% EL PARO REGISTRA 2.625.368 DESEMPLEADOS <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> GARANTIA POR DEPÓSITO 100.000€ IBEX CAE UN 8,16% EL ESTADO EMITIRÁ A CVALES POR 100.000M€ <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> ESPAÑA ESTÁ EN RECESSION PLAN E DE 8.000M€ PARA REACTIVAR EL IBEX ACUMULA PERDIDAS DEL 39% DEL TOTAL 	<p>NACIONAL</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> REBAJA LA CALIFICACIÓN TRIPLE A ESPAÑA VENTAS DE COCHES SE REDUCEN UN 28% EN 2008 EL PARO ROMPE LA BARRERA DE LOS 3 MILLONES EL DEFICIT DE 2008 SUPERO EL 3,8% <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> B. ESPAÑA INTERVIENE C. CASTILLA LA MANCHA EL IPC ARMONIZADO EN -0,1% LOS IMPAGOS AUMENTAN UN 84% EN 2008 EL PRECIO DE LA VIVIENDA A CAIDO UN 20% LAS CAJAS ACAPARAN EL 74% DEL FONDO DEL GOBIERNO. 14.000M€ EL NUMERO DE HIPOTECAS CAE EN 2008 UN 32% LAS VENTAS DE COCHES SE HAN MUNDIDO UN 50% LA S500 PERDIO MAS DE 1 MILLON DE AFLUJOS EN UN AÑO BAJA LA CALIFICACION DE LA DEUDA ESPAÑOLA MOROSIDAD EN EL 4% EL TURISMO CAE UN 16% EN FEBRERO <p>MAY</p> <ul style="list-style-type: none"> SE REDUCE LA DESGRAVACION POR VIVIENDA <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> SE CREA EL FROB CON 9.000 M€ PARA LA REESTRUCTURACION BANCARIA <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> SE AMPLIA EL PLAN E PARA 2010 CON 5.000M€ 25.000M€ EN MORA INMOBILIARIA <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> SE ELEIMINA LA DEDUCCION DE 400€ EL IPC ARMONIZADO EN -1% EL GOBIERNO SUBE IMPUESTOS EL SUPERAVIT DE LA S500 CAE UN 33,3% <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> SE LANZA EL MAYOR PLAN DE ESTIMULO FISCAL DE LA EUROZONA. 2,3% DEL PIB <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> EL PARO SE ENCUENTRA EN 4.326.500 Y LA TASA EN 18,83% EL PIB CAE A LO LARGO DEL AÑO UN 3,6% EL DEFICIT PUBLICO SUPERA EL 11% DEL PIB LEY DE CAJAS POR SORPRESA 	<p>NACIONAL</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> NUEVA LEY DE ECONOMIA SOSTENIBLE, PERO SIN LAS REFORMAS ESTRUCTURALES LA MOROSIDAD SUBE AL 5% EL FROB COBRARA A LAS CAJAS UN 7,25% SE PLANEA ALARGAR LA JUBILACION A LOS 67 AÑOS <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> LA BOLSA PIERDE UN 5,84% PO LAS DECLARACIONES DEL BCE Y FMI SOBRE LOS RECORTES DEL GOBIERNO LA BANCA PERDIERA 50.000M€ POR LOS DESPLOMES INMOBILIARIOS LOS PARTICULARES MUEVEN 1 BILLON EN DEPOSITOS DURANTE LA CRISIS <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> EL PARO SUPERA EL 20% Y 1,3 M DE FAMILIAS CON TODOS SUS MIEMBROS EN PARO LA ECONOMIA EMERGE DE LA RECESSION DE 18MESES S&P REBAJA LA NOTA A ESPAÑA EL BENEFICIO DE LAS CAJAS CAE UN 46% EN ENERO <p>MAY</p> <ul style="list-style-type: none"> EL GOBIERNO ANUNCIA RECORTES DEL 1,5% DEL PIB INCLUIDOS RECORTES A FUNCIONARIOS, CHEQUE BEBE Y CONGELAR PENSIONES BANCO DE ESPAÑA INTERVIENE CAJA SUR FICH REBAJA LA NOTA AL FROB <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> REFORMA DEL MERCADO LABORAL <p>JUL</p> <ul style="list-style-type: none"> SUBE EL IVA 2% SE PERMITE EL CAPITAL PRIVADO EN CAJAS DE AHORRO PARA ACABAR LA REESTRUCTURACION 4 CAJAS DE AHORRO SUSPENDEN LAS PRUEBAS DE ESTRÉS <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> LA BANCA OFRECE HIPOTECAS A 50 AÑOS Y 100% DE FINANCIACION <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> HUELGA GENERAL DE IMPACTO REDUCIDO <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> EL ESTADO FUERZA A LAS COMUNIDADES A PUBLICAR SU DEFICIT S&P REBAJA LA NOTA DE LAS CAJAS 	<p>NACIONAL</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> SE APRUEBA LA JUBILACION A LOS 67 AÑOS LA INFLACION ROZA EL 3% LA CRISIS DE DEUDA CIERRA LA FINANCIACION LAS CAJAS PREVEN SACAR 15-20% DE CAPITAL A BOLSA <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> 2ª FASE REESTRUCTURACION BANCARIA, FUSIONES DE CAJAS EL ICO LANZA LA MAYOR EMISION DE SU HISTORIA EL PARO ALCANZA LOS 4,2 MILLONES DE PARADOS EL FROB INYECTA 977M€ EN BANCA CIVICA RUIZ MATEOS ATRAPA A MUCHOS INVERSORES EL SUELO SUPONE LA MITAD DE LOS ACTIVOS DE LAS CAJAS <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> MOODYS REBAJA LA CALIFICACION DE 30 BANCOS Y CAJAS ESPAÑOLAS LA MOROSIDAD SUPERA EL 6% SE CONSTRUYE EL 10% DE VIVIENDAS RESPECTO A EL BOOM <p>MAY</p> <ul style="list-style-type: none"> 5 PROVINCIAS SUPERAN EL 30% DE PARO <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> 8 DE LOS 90 BANCOS Y CAJAS EUROPEOS SUSPENDEN EL TEST DE STRES Y SON CAJAS ESPAÑOLAS <p>JUL</p> <ul style="list-style-type: none"> EL BANCO DE ESPAÑA INTERVIENE LA CAM BANKIA SALE A BOLSA <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> LA PRIMA DE RIESGO CIERRA EN 398,3€ <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> ENMIENDA CONSTITUCIONAL POR EL EQUILIBRIO PRESUPUESTARIO <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> MOODYS REBAJA LA CALIFICACION DE 10 COMUNIDADES AUTONOMAS <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> LA PRIMA DE RIESGO LLEGA A 409,9 PB EL B. ESPAÑA INTERVIENE AL BANCO DE VALENCIA E INYECTARA 3.000M€ S&P REBAJA LA NOTA DE 30 BANCOS, EN ESPAÑA SOLO SABADELL Y BANKINTER CAMBIO DE GOBIERNO MAYORIA DEL PP <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> S&P REBAJA LA NOTA DE 10 BANCOS EN ESPAÑOLES. BANKIA/CAJABANK/BANCO POPULAR/ BANCO SABADELL Y BANKINTER VOLUMEN DE CREDITOS DUDOSOS 130.000M€ RAJOY ANUNCIA RECORTES POR 16.000M€ EN SU INVERSIÓN EL PARO SUBE AL 21,5%. SE PREVE RECESSION ESPAÑA CIERRA 2011 CON DEFICIT SUPERIOR AL PACTADO CON BRUSELAS + 25.000M€ 	<p>NACIONAL</p> <p>ENE</p> <ul style="list-style-type: none"> SE APRUEBA LA JUBILACION A LOS 67 AÑOS LA INFLACION ROZA EL 3% LA CRISIS DE DEUDA CIERRA LA FINANCIACION LAS CAJAS PREVEN SACAR 15-20% DE CAPITAL A BOLSA <p>FEB</p> <ul style="list-style-type: none"> 2ª FASE REESTRUCTURACION BANCARIA, FUSIONES DE CAJAS EL ICO LANZA LA MAYOR EMISION DE SU HISTORIA EL PARO ALCANZA LOS 4,2 MILLONES DE PARADOS EL FROB INYECTA 977M€ EN BANCA CIVICA RUIZ MATEOS ATRAPA A MUCHOS INVERSORES EL SUELO SUPONE LA MITAD DE LOS ACTIVOS DE LAS CAJAS <p>MAR</p> <ul style="list-style-type: none"> MOODYS REBAJA LA CALIFICACION DE 30 BANCOS Y CAJAS ESPAÑOLAS LA MOROSIDAD SUPERA EL 6% SE CONSTRUYE EL 10% DE VIVIENDAS RESPECTO A EL BOOM <p>MAY</p> <ul style="list-style-type: none"> 5 PROVINCIAS SUPERAN EL 30% DE PARO <p>JUN</p> <ul style="list-style-type: none"> 8 DE LOS 90 BANCOS Y CAJAS EUROPEOS SUSPENDEN EL TEST DE STRES Y SON CAJAS ESPAÑOLAS <p>JUL</p> <ul style="list-style-type: none"> EL BANCO DE ESPAÑA INTERVIENE LA CAM BANKIA SALE A BOLSA <p>AGO</p> <ul style="list-style-type: none"> LA PRIMA DE RIESGO CIERRA EN 398,3€ <p>SEP</p> <ul style="list-style-type: none"> ENMIENDA CONSTITUCIONAL POR EL EQUILIBRIO PRESUPUESTARIO <p>OCT</p> <ul style="list-style-type: none"> MOODYS REBAJA LA CALIFICACION DE 10 COMUNIDADES AUTONOMAS <p>NOV</p> <ul style="list-style-type: none"> LA PRIMA DE RIESGO LLEGA A 409,9 PB EL B. ESPAÑA INTERVIENE AL BANCO DE VALENCIA E INYECTARA 3.000M€ S&P REBAJA LA NOTA DE 30 BANCOS, EN ESPAÑA SOLO SABADELL Y BANKINTER CAMBIO DE GOBIERNO MAYORIA DEL PP <p>DIC</p> <ul style="list-style-type: none"> S&P REBAJA LA NOTA DE 10 BANCOS EN ESPAÑOLES. BANKIA/CAJABANK/BANCO POPULAR/ BANCO SABADELL Y BANKINTER VOLUMEN DE CREDITOS DUDOSOS 130.000M€ RAJOY ANUNCIA RECORTES POR 16.000M€ EN SU INVERSIÓN EL PARO SUBE AL 21,5%. SE PREVE RECESSION ESPAÑA CIERRA 2011 CON DEFICIT SUPERIOR AL PACTADO CON BRUSELAS + 25.000M€

Anexo 2- Gráfico Cronológico de la crisis desde 2007 a 2012.

Fuente: Elaboración propia con los datos recabados para el estudio.

ANEXO 3

Table with columns for bank names (e.g., BNP PARIBAS, BANCARIBAT, SOLVIA) and rows for campaign characteristics (e.g., ENTIDAD, PERIODO, ESTIMADO, MEDIOS, CARACTERÍSTICAS, OBJETIVOS, RESULTADOS). The table is organized into a grid with 12 columns and multiple rows for each bank's campaigns.

Anexo 3- Tabla resumen de características de campañas analizadas. Fuente: Elaboración propia con los datos recabados para el estudio.