

Mariam Martín Ferreiro, presidenta de VÍVEME

"LAS EMPRESAS TIENEN QUE CUIDAR AL CLIENTE Y LA CALIDAD DE TODO EL PROCESO INMOBILIARIO"



VÍVEME es el nuevo proyecto de Mariam Martín Ferreiro, una gestora inmobiliaria con probada y conocida experiencia en el sector. "Vive tu casa, tu vivienda", es el lema de la compañía, que su creadora, Mariam repite con orgullo.

Nombrada muy recientemente presidenta de la compañía, **Mariam** ha trabajado durante trece años en Larcovi, donde ha sido directora general tras ocupar diferentes puestos de responsabilidad. Destaca entre sus logros el haber diseñado e implantado con éxito el departamento de Patrimonio que actualmente gestiona cerca de 9.000 viviendas en alquiler y que ha convertido a Larcovi en el mayor gestor inmobiliario de alquiler. Víveme nace como sociedad independiente, a partir de una escisión de Larcovi.

A pesar de los datos que avalan la salida de la crisis, es valiente lanzar un proyecto en los momentos de incertidumbre.

Tenemos toda la experiencia adquirida, una cartera importante, con casi mil viviendas, y quinientas ya en obras. Todo ello nos ha dado un motivo para

en pleno cambio de tendencia salir con una nueva marca, muy orientada al cliente. Vive tu casa, tu vivienda, el nombre lo dice. Es una marca muy orientada al cliente, y donde se cuidan todos los aspectos medioambientales, energéticos, de arquitectura... Para tener proyectos viables, creo que solo se puede salir de esta crisis con dos parámetros; cuidar mucho al cliente, por el que tienes que trabajar, y cuidar mucho la calidad del proceso inmobiliario de principio a fin. La vivienda es una fuente de emisión de CO₂ y de consumo y debemos ser responsables con el medioambiente.

¿Cómo se articula la compañía, en qué negocios se apoya?

Tiene dos actividades, la gestión de vivienda nueva, donde la comercialización estaría dentro de esa gestión. El proceso de comercialización es vital, en el que todos los proyectos tienen que

tener viabilidad comercial de principio a fin. No olvidemos que ahora una promoción tiene que estar comercializada al 80% para obtener financiación. En este sentido, hemos apostado por tener una estructura propia de comercialización. En esta gestión inmobiliaria abarcamos todas las fases, la búsqueda de suelo, oportunidades de gestión, hasta la realización de proyectos, la supervisión de la realización de los mismos, gestiones administrativas. También llevamos personalmente toda la relación comercial con los colectivos para los que se desarrolle el proyecto: cooperativas, socimis, entidades financieras o fondos de inversión. Y finalmente controlamos el proceso de entrega y postventa.

La otra línea de negocio es la rehabilitación y se lleva a través de otra marca. La sociedad se llama Agree, Agencia de Rehabilitación y Eficiencia Energética. Es también símbolo del acuerdo necesario, la negociación entre todos los

agentes sociales -constructor, comunidades de propietarios, administraciones- que implica el proyecto de rehabilitación.

La rehabilitación es esa actividad que nunca termina de arrancar en España, pese a que tiene buena prensa.

Creemos necesario impulsar esta actividad; el sector de promoción no va a ser lo que era en cifras de producción, y desde luego es evidente que tenemos una parte del parque de vivienda muy antiguo, con muchas deficiencias constructivas, derivadas de modelos de edificación muy rápidos. En este momento ya estamos poniendo en marcha en actuaciones de rehabilitación, una actividad en la que también tenemos experiencia.

El negocio de trabajar para terceros, ¿cómo se lleva a cabo? ¿Quién es el principal cliente?

Las actuaciones que estamos haciendo son integrales, y comprenden la comercialización, coordinación técnica, supervisión, gestión administrativa. Pero también ofrecemos la posibilidad de hacer servicios parciales, dependiendo de las necesidades que tenga el cliente.

En cuanto a los clientes, el ochenta por ciento son cooperativas, incluso creadas por nosotros. Hemos trabajado buscando el suelo, opcionándolo, formando un colectivo para el proyecto que creíamos se podía desarrollar allí, de forma que hemos creado la demanda necesaria para el proyecto. El veinte por ciento restante, son gestión para entidades financieras, para terceros. Algunos clientes son Caja Laboral, BBVA, o un fondo de alquiler con promoción en obra.

¿Y en número, cómo se desarrolla la cartera? ¿Cómo váis a cerrar el año de arranque?

De las 900 viviendas en gestión, 250 son gestión para terceros y el resto son de cooperativa. Y en cuanto a cifra de negocio, esperamos facturar un millón de euros, con un Ebitda positivo. Las previsiones para el próximo ejercicio pasan por captar de 300 a 400 vivien-



Uno de los ejemplos de proyectos enfocados al cliente se sitúa en Las Rozas.

"La financiación ha mejorado e incluso hay operaciones que quieren varias entidades financieras"

das nuevas, para alcanzar un ritmo de entrega de 400 casas anuales, y una cartera en torno a las 1.200 viviendas. A largo plazo, en 2020 alcanzaríamos una velocidad de cruce de 2.000 viviendas en cartera.

La pregunta inevitable es ahora que las cifras se animan, ¿cómo ve el sector?

Con cautela. Hay signos de mejora, no podemos negar la evidencia, tanto en lo que respecta a la macroeconomía y el empleo, un dato fundamental en nuestro negocio. En cuanto a signos internos del sector, las ventas han mejorado; en nuestra estadística interna, los ritmos de venta se parecen mucho a los de antes de la crisis, en torno a 2007 y 2008, cuando ya se evidenciaba el final del ciclo. La financiación ha mejorado e incluso hay operaciones que quieren varias entidades financieras, en las promociones pocos clientes se han caído porque el banco no los aceptase. Pero al final hay que ir con cuidado, sin hacer locuras; ahora lo peligroso está en el negocio del suelo, que ya se está moviendo y se están realizando operaciones muy llamativas, aunque se explican por las necesidades de la empresa que lo adquiere. Pero repito que hay que ir con cautela y analizar cada operación, por el lado de la competencia y el de la demanda. Y otra de las lecciones que hemos apren-

dido de esta crisis es la cooperación para sacar adelante el proyecto. Nosotros nos situamos en el segmento de la gestión, apoyamos a los promotores, pero también buscamos la financiación.

¿Los bancos también se han animado?

Sí, sin duda, pero el procedimiento ha cambiado. Para que ahora una entidad financiera apruebe una operación, la comercialización tiene que estar hecha en un nivel importantísimo, en torno al 70-80%, y la entidad financiera ha hecho previamente el scoring de los clientes, desde el inicio, no al final, como antes de la crisis. Ellos se ponen en contacto con los clientes para pedir información financiera. Ese trabajo se hace previo, de forma que los fallidos se minimizan.

¿Y cuál es el perfil del cliente hoy?

Nosotros tenemos varios tipos de vivienda, con demanda diferente. Productos como el que tenemos en Ciudad de Los Ángeles, es demandado por clientes de entre 30 y 40 años, que ahora puede acceder a la compra, y es su primera vivienda. Pero también tenemos una promoción en Las Rozas para clientes que quieren cambiar de casa, y están tomando ya esa decisión.

Y el futuro, ¿qué puede enturbiarlo?

Que la mejora macroeconómica se frene, que no mantenga el impulso que está cogiendo ahora. Este año es electoral, pero la mejora tiene que encaminarse a la continuidad. Los bancos se han reestructurado, la macroeconomía mejora, y necesitamos que sigan confirmando estos datos. ♦