

Emiliano Bermúdez, director de Expansión de Don Piso

“Cualquier bolsa de intercambio debe incluir la exclusividad de inmuebles”

Integrada en Ferrovial desde 2001, Don Piso ha culminado su simbiosis con el grupo constructor sin traumas y con unos espectaculares crecimientos que le aupán a los primeros puestos del sector inmobiliario, con 351 franquicias y una facturación de 149 millones. Una expansión que se asienta en fuertes pilares.

M. F. Sánchez / Foto: J. C. Barberá

Tras cuatro años, Don Piso ha culminado su integración en Ferrovial. Con ello ha crecido en tamaño, mejorado en gestión y solidez financiera, y reforzado la marca, cuya imagen han renovado recientemente. Los pilares sobre los que se cimenta “un crecimiento controlado pero eficaz”, en palabras de Emiliano Bermúdez, están formados en la cercanía al cliente, una cartera de servicios integral, una rigurosa selección de franquiciados y el respaldo de una gran marca.

¿Cuál es el balance de esa integración y cómo se ha realizado la suma de las distintas plataformas? Muy positivo, de hecho, la integración ya está completada y se ha realizado de forma coherente, sin traumas y satisfactoriamente.

En esas palabras, ¿qué ha aportado Ferrovial a Don Piso?

Don Piso ha cambiado bastante. Ferrovial ha aportado imagen de marca, garantía y fuerte posicionamiento en el mercado, unas bases que nos permiten crecer mucho y mejorar el modelo de gestión interna.

Pese al enfriamiento del sector inmobiliario con el retraimiento de la demanda, Don Piso continúa creciendo. ¿cuál es la varita mágica que lo hace posible?

Contar con un servicio inmobiliario integral y una fuerte vocación de atención al cliente. De hecho, en Don Piso ahora vendemos más que hace cuatro años. Nuestro fuerte está en los valores añadidos y en la oferta de soluciones a la medida, tanto para el vendedor como

para el comprador. Por ejemplo, el propietario cuenta, entre otros servicios, con asistencia jurídica total, si es necesario le pagamos su antigua hipoteca a plazos, le anticipamos dinero o, a través del *Plan Renove* que hemos diseñado, le ayudamos a cambiar de vivienda. Por su parte, el comprador dispone de una búsqueda de inmuebles personalizada y acceso a una financiación que no tendría por su cuenta, gracias a los acuerdos pre-

ferenciales que tenemos con las principales entidades bancarias.

¿Recesión o crisis?

No se puede hablar de crisis. Hemos pasado de un recalentamiento, animado por los bajos tipos de interés, a un lógico enfriamiento. Ahora el mercado está en fase de aterrizaje de precios, en un proceso de ajuste, que es bueno que se dé.

¿Acuña el término burbuja inmobiliaria al referirse al boom de estos últimos años?

No hay burbuja, ni pinchazo, porque para que existiese esa burbuja, el mercado debería basarse en las expectativas, y no es así; al contrario, es un mercado muy real en el que hay una demanda que está dispuesta a pagar un precio; un mercado al que, además, se ha sumado el colectivo de inmigrantes y el de extranjeros jubilados que optan por la compra. Lo que se está produciendo es un equilibrio de la demanda.

¿Qué es lo más extraño en el sector por su madurez?

Mayor profesionalidad y concentración. A la profesionalización se

Expansión con fundamento

Durante 2005 prevén abrir hasta 80 nuevas *Donpiso*, que se sumarán a los 351 actuales, una estrategia de crecimiento controlado que se asienta en una rigurosa selección del franquiciado: “Del que pedimos una fuerte vocación comercial, recursos humanos, ganas de trabajar y espíritu de ganador”, apostilla Emiliano Bermúdez. A diferencia de otras franquicias inmobiliarias, Don Piso no concede zonas de exclusividad a sus franquiciados. Este aparente parado-

ja queda despejada por el director de Expansión porque “lo que queremos es no limitar la competitividad entre las agencias”. La apuesta de Don Piso es la de la búsqueda de micromercados, “que tengan potencial suficiente para sacar adelante el negocio”. En el sector inmobiliario la proximidad y cercanía al cliente son fundamentales. La enseña tiene sus principales núcleos de negocio en la intermediación, primero, seguida de la promoción de obra nueva, renta antigua y alquiler.



llega a través de la formación. Invertimos mucho dinero en ese capítulo. Tenemos nuestra propia Escuela Superior Inmobiliaria, por la que pasan todos los franquiciados, que reciben una formación gratuita y obligatoria. Respecto al mercado, el inmobiliario es un sector excesivamente atomizado, lo que perjudica a la calidad y el servicio.

Parte de esa capilaridad está protagonizada por pequeñas agencias, muchas de ellas se están pasando a la franquicia. ¿Qué expectativas tiene puestas Don Piso en ese tipo de franquiciado?

También queremos crecer con ellos y contamos con algunas en la red, en un proceso en el que las pequeñas agencias independientes tienen en la franquicia una solución muy interesante para sobrevivir.

¿A través de en contra del actual MLI (Ley de Inmuebles Compartidos), formado por Realtek, Land & Find y Primer Impacto?

Ese sistema de intercambio está bien pero con una regulación diferente, con carteras de inmuebles sólidas. No queremos entrar en el intercambio en precario, trabajar en inmue-

“No hay crisis ni burbuja inmobiliaria sino un lógico reequilibrio de la demanda”

bles que no están en exclusiva. Tampoco lo necesitamos dado el volumen de operaciones que movemos.

Sin embargo, van a crear su propio MLI...

Sí, para funcionamiento de nuestra red y con una bolsa exclusiva de inmuebles. Contamos con hasta 7.000 propiedades.

Por tanto, ¿queda desvirtuada la exclusividad de cualquier otra agencia?

Sí, salvo que cumplan determinados requisitos. El primero y fundamental sería el de disponer de una cartera exclusiva de inmuebles.

¿Cuándo se pondrá en marcha el MLI propio?

En el primer trimestre del año. 