



Tras el éxito de la prueba piloto Sabadell impulsa una gran red de franquiciados para vender pisos a particulares

Solvía abrirá 180 franquicias y 36 agencias propias en dos años

El objetivo es que el 75% de las ventas minoristas del banco se realicen a través de esta red

ANGELES GONZALO
MADRID

Solvía, el *service* de Banco Sabadell, ha decidido apostar fuerte por la agencia inmobiliaria que puso en marcha hace menos de un año como experiencia piloto. El proyecto de contar con su propia red de oficinas a pie de calle y competir directamente con Tecnocasa o Redpiso ha funcionado mejor de lo previsto inicialmente, reconoce Javier García del Río, director general de Solvía. "El mercado está creciendo mucho en España, incluido el de la venta de pisos de particular a particular. Razón por la que hemos decidido impulsar las oficinas de Solvía como agencia inmobiliaria", explica este ejecutivo.

De momento, "ya tenemos 19 oficinas propias y 29 contratadas como franquicia, y el objetivo es cerrar el año con 55 agencias, la gran parte franquiciadas, dado el interés que ha despertado el proyecto entre los agentes de la propiedad". La oferta de franquiciados de Solvía está abierta tanto a la red de agentes de la propiedad inmobiliaria (API) homologados, como para otros profesionales del sector, como emprendedores e inversores.

El plan estratégico de Solvía incluye la apertura de 180 locales franquiciados y 36 oficinas propias hasta 2019 por toda España, explica Javier García del Río. Este directivo mantiene que "la tecnología ha comenzado a jugar un papel relevante en el sector inmobiliario, pero reconoce que el cliente todavía quiere ver lo que compra y en el caso de las ventas, quiere también conocer a quién. Quiere hablar con el comprador o con el vendedor".

La red de Solvía Store ha vendido 1.850 viviendas en los siete primeros meses del año, lo que han supuesto 233 millones de euros. Estas cifras representan un 36% del precio de venta de los inmuebles a clientes minoristas de Solvía y un 22% de las ventas de inmuebles totales también en previsión de venta.



"Este porcentaje debe superar el 30% a finales de año, y llegar a más del 75% de las ventas minoristas en dos años", explica Javier García, quien recuerda que las ventas totales de Solvía de enero a julio han sumado 1.046 millones de euros. "Estamos muy satisfechos con las ventas que está llevando a cabo Solvía porque están superando todas las previsiones", reconoce este ejecutivo.

De momento, el cumplimiento de los objetivos de esta nueva red como agencia inmobiliaria se encontraba ya "al 108% de lo planificado", mantiene su responsable. La oferta de franquiciados de Solvía está abierta tanto a la red de agentes de la propiedad inmobiliaria homologados, como para otros profesionales del sector, como emprendedores e inversores. García mantiene que la plataforma de Solvía supera los 740 empleados, cifra muy superior a los 250 con los que contaba cuando llegó a un acuerdo con Sareb para que le apoyara en sus ventas en 2014.

Sabadell fue en 2012 contra corriente y decidió man-

Una oficina de Solvía Store en Getafe (Madrid).

PABLO MONGE



No creo que la compra del 51% de los inmuebles de Popular por Blackstone suponga una caída de precios

JAVIER GARCÍA DEL RÍO,
DIRECTOR GENERAL DE SOLVÍA

tener bajo su total tutela su división para gestionar toda su abultada cartera (en gran parte proveniente de CAM) vinculada al ladrillo fruto del estallido de la burbuja inmobiliaria. También se planteó, de hecho, sacarla a Bolsa, pero finalmente desistió porque consideró que era mejor tener su gestión por completo en un momento en el que ya comenzaba a detectarse un nuevo repunte de los precios inmobiliarios. Ahora el mercado le da la razón, afirma. "Además, nuestro proyecto de agencias inmobiliarias parece que pueden ser imitadas por otras firmas", declara Javier García.

Solvía cerró el primer semestre del año con un beneficio neto de 20,6 millones de euros, lo que duplica las ganancias de un año antes y "supone una cifra ligeramente superior a lo previsto para la primera parte del ejercicio".

"El resultado se debe a la buena marcha de la actividad de ventas de todos los portafolios gestionados y a la recuperación de préstamos gestionados, que no pertenecen a la cartera del

banco, y a un nivel de costes alineados con las cifras presupuestadas", recalca este directivo. Javier García descarta una guerra de precios en un futuro más o menos cercano tras la venta del 51% de la cartera de inmuebles de 30.000 millones de Banco Popular, ahora en manos de Santander, al fondo Blackstone, que ya se había adjudicado una cartera en 2014 de 40.000 hipotecas morosas procedente de Catalunya Caixa y valorada en 6.400 millones de euros.

"Tras esta operación habrá más competencia, pero no creo que se produzca una guerra de precios. Blackstone es un actor que ya conoce muy bien el mercado español después de adquirir la cartera de Catalunya Caixa y no creo que su objetivo sea bajar los previos", declara el responsable de Solvía. La plataforma inmobiliaria de Sabadell lleva siendo desde 2012 una de las firmas que más venden inmuebles en España. Desde entonces sus ventas superan año tras año los 2.500 millones de euros de manera recurrente.

Otras claves del proyecto

► De los más de 2.500 millones de euros que vende Solvía al año, una parte importante son venta de viviendas, de ahí, el proyecto de convertirse en un agente inmobiliario

► Con su plan de expansión, Solvía se codeará con las principales agencias inmobiliarias del país. Tecnocasa cuenta en la actualidad con 388 puntos de venta, aunque cuenta con un plan para abrir hasta 600; Best House tiene 219 oficinas; Alfa inmobiliaria mantiene 143, y Remax, 96, según datos del 2016.

► Fuentes del colectivo de API mantienen que en España existe un gran número de buenos profesionales en el ámbito de la intermediación inmobiliaria en España y Solvía puede aportar a este colectivo y a las pymes medios para incrementar el nivel de servicios al cliente, modernizando su fórmula de hacer negocio, al incluir herramientas de big data para analizar el mercado, o inversión en publicidad y marketing digital al que solo pueden acceder las grandes empresas.

► Cada franquiciado tendrá preferencia para ser el vendedor de los activos de los clientes actuales de Solvía (Sabadell, Sareb y fondos), y de los particulares cuyas viviendas estén por ese entorno.