



El certamen de las oportunidades inmobiliarias se clausuró ayer en Barcelona.

## Mucho público y pocas ventas de pisos en el salón Low Cost

Sesenta mil personas, según los organizadores, han acudido durante tres días a la primera edición del Salón de las Oportunidades Inmobiliarias Low Cost, que ayer cerró sus puertas en el recinto de Montjuïc de la Fira de Barcelona. El éxito de público contrasta con el escaso número de operaciones de compraventa de pisos que se han cerrado durante la cele-

bración del certamen. Sin embargo, Joan Ollé, presidente del Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria (API), matiza que “en el salón no se saca el talonario y se firma; se hacen reservas verbales y compromisos para la semana próxima: cada API saldrá de aquí con 400 contactos”. Los stands de las cajas de ahorros –con Caixa Catalunya a la cabeza–

han sido los más visitados en Low Cost, donde también han presentado sus ofertas grandes promotoras como Reyal Urbis, Habitat o Vallehermoso. Para algunos de los asistentes al salón, las *gangas* no eran suficiente atractivas. “Pues no es para tanto, esperaba mejores precios”, se lamentaba el sábado una pareja joven con un niño. **P8**

## MERCADO INMOBILIARIO

EL ÉXITO DE PÚBLICO DEL SALÓN LOW COST, QUE SE CLAUSURÓ AYER EN LA FIRA DE BARCELONA, NO SE HA TRADUCIDO EN UNA AVALANCHA DE OPERACIONES DE COMPRA DE PISOS.

# Colas, rebajas y contactos

P.Riaño, Barcelona

Sin florituras ni grandes papeles publicitarios, un total de 173 empresas han estado presentes durante todo el fin de semana en el primer Salón de las Oportunidades Inmobiliarias Low Cost. Las colas han sido una de las constantes del evento, así como las ofertas y rebajas con las que tratar de atraer compradores. Muchas visitas y consultas que constatan el interés que sigue existiendo por el sector inmobiliario, pero pocas operaciones cerradas.

A las cuatro de la tarde del sábado, el palacio número 8 del recinto ferial de Montjuïc de Fira de Barcelona era un hervidero de gente. A medida que la tarde avanzaba y se alejaba la hora de comer, los pasillos de Low Cost se llenaban de más y más visitantes. El día antes, el viernes, y el domingo la imagen se repitió.

Low Cost no ha tenido nada que ver con cualquiera de las ediciones de Barcelona Meeting Point (BMP), su hermano mayor. Si en BMP todo se presenta ordenado y con los mejores materiales, en Low Cost se ha optado por los costes más reducidos: carteles hechos con papel y escritos a mano, stands de pequeñas dimensiones y nada de obsequios para los visitantes.

En los momentos de máxima afluencia de público, Low Cost llegó a parecer un mercadillo inmobiliario, con papeleras llenas de rebajas y ofertas de pisos en venta recubriendo el suelo, huérfano de moqueta salvo por una estrecha banda roja colocada por Caixa Catalunya.

### Cajas de ahorros

La caja presidida por Narcís Serra ha sido la gran triunfadora del salón. Su espacio, uno de los más llamativos y de mayor tamaño, fue el más visitado. Las mesas con ordenadores portátiles en las que los comerciales atendían al público han estado llenas durante los tres días del evento y en las horas punta se formaron colas de hasta cincuenta personas. Treinta por ciento de descuento y Oferta especial: 6.000 euros adicionales han sido algunos de los reclamos de Caixa Catalunya.

La segunda caja de ahorros catalana y Caixa Sabadell han tenido que ampliar su superficie durante el salón debido a la elevada demanda. Caixa



Según los organizadores, Low Cost ha atraído a más de 60.000 visitantes en tres días.



Stand de Caixa Sabadell en el certamen.



Caixa Catalunya ha sido la triunfadora del salón.

### La presencia de las grandes promotoras ha sido reducida en la primera edición del certamen

Tarragona, la tercera entidad financiera presente en Low Cost, ha ofrecido operaciones con el 100% de financiación con un interés del Euribor más 0,75 puntos y sin comi-

sión de apertura.

"He ahorrado mucho y mis padres me van a dejar dinero, pero antes tengo que saber si el banco me va a dar la hipoteca", explica Carla mientras

### El presidente del Colegio Oficial de API dice que "en el salón no se saca el talonario y se firma"

espera en la cola de Caixa Catalunya.

Las rebajas no han sido suficientes para cerrar operaciones. "En el salón no se saca el talonario y se firma -explica Joan Ollé, presidente de Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Inmobiliaria (API) de Barcelona-; se hacen reservas verbales y compromisos para la semana próxima: cada API saldrá de aquí con 400 contactos".

Lo mismo explica el comercial de una promotora que oferta pisos en Sant Pol de Mar (Maresme), mientras que la responsable del stand de Habitat -en concurso de acreedores- atendió a más de 50 personas en las dos primeras horas de Low Cost, pero no cerró ningún trato.

La presencia de las grandes inmobiliarias, como Habitat, Reyál Urbis y Vallehermoso, ha sido reducida, mientras pequeños promotores e, incluso, fabricantes de muebles han copado la mayoría del espacio. Las ofertas no se han ceñido únicamente a Catalunya -algunas promotoras vendían pisos en la Comunidad Valenciana- ni a la primera residencia, con viviendas en la costa y casas en el Pirineo.

En Low Cost también ha habido espacio para ofertas dirigidas a inversores. Aproveche la situación para incrementar su patrimonio, rezaba el cartel escrito a mano de Assets Plus. En su stand, dos jóvenes atendían a potenciales clientes, a los que advertían sobre una de las viviendas que ofertaban: "Está en Montbau [en la ciudad de Barcelona], pero para vivir no se la recomiendo".

En la puerta de salida de Low Cost, algunas caras de decepción. "Pues no es para tanto, esperaba mejores precios", se lamentaba una pareja joven con un niño en un carrito. "Esta oferta ya me la hacían en la caseta de obras y por Internet", afirmaba él.

El presidente de los API lo reconocía: "este salón -decía Ollé- ha puesto las ofertas sobre la mesa para que la gente las vea y se anime a comprar, pero no ha habido más descuentos".

### LA CLAVE

La primera edición de Low Cost cerró ayer sus puertas en la Fira de Barcelona tras recibir más de 60.000 visitantes, según los organizadores. "Ha sido un éxito por encima de todas las previsiones más optimistas", dijo Enrique Lacalle, presidente del salón.