

FELIPA JOVE, Vicepresidenta de FADESA

Diversificar productos, también lugares

‘Queremos seguir creciendo a través de la compra de suelos en otros países; por ahora no pensamos en comprar otra compañía’

Esta mujer, casada y madre de una niña, simboliza el relevo generacional para una de las grandes compañías españolas. A sus 34 años, y tras formarse a conciencia -master en Dirección de Empresas y MBA en Comercio Internacional- para dirigir una compañía como la que está, Felipa Jove ocupa la vicepresidencia desde junio de 2002. A ese penúltimo peldaño ha llegado tras pasar por diversos puestos, casi siempre relacionados con la gestión del patrimonio de la compañía, especialmente la sustanciosa bolsa de suelo para nuevos proyectos de vivienda residencial o los complejos orientados al turismo y al ocio.

Como vicepresidenta, dirige la política corporativa de Fadesa y coordina todo lo relacionado con

la organización, los recursos humanos, el área financiera y jurídica, y también la Secretaría General y el departamento de Comunicación. Es una ejecutiva de nueva ola, dialogante y -dicen quienes están más próximos- muy perseverante en todo lo que emprende. Acorde con ese perfil, accedió a hablar con SAVIA entre músicas y danzas marroquíes en el improvisado mercadillo montado en Saïdia, en los terrenos del complejo que allí está poniendo en pie esta inmobiliaria de raíz gallega pero de proyección internacional para crecer y competir en la economía globalizada.

SAVIA: ¿Qué balance hace del primer año de cotización en Bolsa de Fadesa?

Felipa Jove: Un balance positivo. Ahora nuestra acción está cotizando a un valor que consideramos

RELEVO GENERACIONAL

Fadesa tiene en Felipa Jove el relevo natural de los nuevos tiempos: joven, mujer y muy preparada.



aceptable, aunque creemos que aún sigue teniendo recorrido. Ha sido un año complicado, especialmente los primeros meses. No obstante, estábamos convencidos de que había que darle tiempo y de que nuestra acción se pondría en el valor que le correspondía. Teníamos claro que, con una compañía que lleva años creciendo y cada vez más fuerte, su solidez acabará reflejándose en el valor de la acción. Ahora estamos satisfechos de su valor, aunque mantenemos que tiene todavía recorrido.

SAVIA: ¿Qué cambios de gestión ha implicado esa cotización en Bolsa?

F. J. : No ha habido cambios. Cada tres meses debemos ahora dar resultados, pero nada más. Los tres primeros meses se hace un poquito raro, pero todo es acostumbrarse. El día a día sigue siendo el mismo, nada ha cambiado.

SAVIA: ¿Tiene Fadesa un modelo de negocio singular respecto a las otras grandes compañías inmobiliarias, dada la impronta familiar de su accionariado?

F. J. : Nuestro modelo es distinto, más que por esa característica del control familiar, por la forma en que trabajamos. Nosotros compramos el suelo, hacemos todo el desarrollo, los proyectos, comercializamos las viviendas, etc.

Es cierto que la familia, concretamente el presidente, tiene un 54% de la compañía, lo que le permite mantener el control, pero lo que realmente nos distingue es que realizamos todo el proceso, desde la compra de suelo hasta la comercialización de las viviendas.

SAVIA: Tienen en cartera, adquirido, 16,5 millones de m² de suelo edificable. ¿En qué tiempo han reunido ese “tesoro” para una inmobiliaria? ¿Es acopio de tiempo o de los últimos años?

F. J.: Lo hemos comprado a lo largo de todos estos años. Hay suelos que tardan más en desarrollarse que otros; por eso es interesante estar continuamente comprando suelo. Así, si una compra no sale, tenemos otros suelos que a lo mejor su desarrollo lleva menos tiempo.

SAVIA: ¿Resulta difícil encontrar suelo, sobre todo en España? ¿Se ha endurecido la negociación con los municipios en los últimos años?

F. J.: A medida que pasa el tiempo es más difícil encontrarlo, porque cada vez hay menos suelo. Pero aún así, hoy en día, cuando vas en avión y estás acercándote a un lugar, se ve la cantidad de suelo sin urbanizar. Aún hay mucho por hacer. Pero, lógicamente, los ayuntamientos están ahí y en este tipo de operaciones tienen mucho que decir. Ciertamente, hemos de negociar con los que tienen suelo si queremos realizar promociones de viviendas...

SAVIA: ¿La llegada de Fadesa a Marruecos significa que los núcleos turísticos españoles comienzan a estar saturados?

F. J.: No. Creemos que en España queda mucho por hacer. Tenemos 21 delegaciones por España y estamos realizando compras de suelo tanto turístico como para viviendas en ellas. No obstante, todo lo que sea crecer es importante. Fadesa viene creciendo estos años de forma significativa y pensamos que debemos crecer en todos los sentidos, tanto en diversificación de producto como en diversificación de lugares. Es importante buscar nuevos lugares, aunque en España, insisto, queda mucho por hacer.

SAVIA: ¿El segmento turístico es cada vez más sustancial para el negocio de esta inmobiliaria?

F. J.: De momento tenemos muchos proyectos y vamos a intentar incrementar esa parte turística de nuestro negocio pero, por ahora, la parte residencial es la más importante. Quizás lo turístico representa también entre un 5 y un 6%. Y nos gustaría llegar en un plazo de entre 5 y 10 años al 15-20%, pero siempre manteniendo la mayoría en la promoción inmobiliaria residencial.

SAVIA: ¿Los proyectos de Fadesa en costa tienen una orientación determinada hacia un turismo de calidad y un público objetivo de clase media-alta y alta?

F. J.: Esa orientación hacia la calidad y el segmento alto es importante, pero no se puede estar tan definido. Por ejemplo, en el complejo de Saïdia, en Marruecos, habrá hoteles de cuatro y cinco estrellas. En otros proyectos, como el de Ayamonte, en Huelva, hay también distintos hoteles. No hay que descartar nada.

Suelo marroquí a 1 €

FADESA, tras extender su negocio por toda la geografía nacional, se ha lanzado a conquistar nichos de negocio exterior. Está presente en Portugal y comienza a operar en Hungría, pero su insignia internacional es Mediterrania Saïdia, presentada con gran despliegue mediático y político el 7 de abril a un nutrido grupo de inversores internacionales y a medios de comunicación españoles y europeos. En esa “puesta de largo” estuvo el Primer Ministro marroquí, Driss Jettou, y su ministro de Turismo, Adil Douiri, que en la rueda de prensa detalló los incentivos que el Ejecutivo alauí otorga a los promotores de las 6 estaciones turísticas que integran su ambicioso Plan Azul para alcanzar los 10 millones de turistas en 2010.

Como explicaron en Saïdia los responsables del turismo alauí, las 6 estaciones turísticas previstas en dicho Plan, 4 ya adjudicadas y 3 iniciadas las obras, están perfilando una oferta turística de nivel, con el aval de expertos medioambientalistas del Banco Mundial -dijo el ministro-, y con una edificabilidad muy baja, lo que las convierten en rivales de entidad para la oferta española. Ayudas y menores costes de ese país se presentan como una oportunidad de oro para poner en pie una infraestructura turística moderna y con calidades altas que podrá competir por margen, además de por volumen de turistas que reciba.

AYUDAS

El gobierno marroquí otorga suelo a un precio de entre 0,5 y 1 euro por m² al grupo promotor de cada uno de los seis complejos turísticos. En paralelo, se encarga de financiar y realizar las infraestructuras necesarias: autovías, agua, luz, etc.



El ministro Douiri puso de relieve que hay una “división del trabajo”, que la promotora adjudicataria -FADESA en Saïdia- y gobierno marroquí “somos socios y compartimos un trabajo y un objetivo definido”.

Hay además otras ayudas para los inversores que adquieran terrenos con vistas a desarrollos específicos -hotel, centros comerciales o de ocio, etc: subvención de 25 € por m²; exención de aranceles por importar equipamientos y medios necesarios para construir su negocio; exención del 100% de IVA en la fase de construcción del servicio y en los 5 primeros años de explotación; y del 50% en los 5 siguientes.

PLAZOS DE EJECUCIÓN

El Primer Ministro marroquí señaló al proyecto de FADESA como un indicador de “la solidez de la relación España-Marruecos y la confianza mutua entre los gobiernos y de los inversores”. Y Manuel Jove sostuvo que Mediterrania Saïdia será “un hito en el mercado europeo inmobiliario y turístico; el resort más singular del Mediterráneo”.

Para mediados de 2006 estima Manuel Jove que se entregarán las primeras villas y entrará en servicio el hotel que gestionará Barceló. “Llevamos un año trabajando y al ritmo que vamos puede estar concluido el resort en 5 años en vez de los 8 previstos”. Fadesa construirá las 3.000 viviendas, los 3 campos de golf, el puerto deportivo y “otras 2.700 viviendas protegidas para los trabajadores del complejo”.

SAÏDIA, ‘PERLA MEDITERRÁNEA MARROQUÍ’

- ❖ Resort turístico edificado en un espacio de 7.000.000 m², frente al mar y con una línea de playa de 6 km. Tendrá 6 hoteles de 4 y 5 estrellas (5.250 camas), 3 campos de golf, palacio de congresos, centro termal, galerías comerciales, una marina con 700 amarres y un paseo marítimo jalonado de 17 *beach club*, además de 3.000 villas y amplios viales y espacios verdes.
- ❖ Con una inversión de unos 9 millones de €, de ellos 2,7 de inversión directa, se crearán 8.000 empleos directos y 40.000 indirectos.

- ❖ Baja densidad de edificación: máximo 3 alturas (bajo+ 2 plantas en hoteles y bajo+ 1 planta en villas)
- ❖ El complejo puede atraer a medio millón de turistas al año, el 80% europeos.
- ❖ La promoción residencial se dirige a rentas media-alta y alta.
- ❖ Ya se han vendido las primeras 440 viviendas: 228 en España, 100 en Gran Bretaña.
- ❖ Precios estimados: unos 90.000 € los apartamentos; desde 132.500 hasta 240.000 € las villas.

Pág. a sangre

210x290 mm

(+ sangre, mínimo 3 mm.)

SAVIA: ¿Saïdia es su proyecto estrella en la actualidad?

F. J.: No. Es distinto. Tenemos otras promociones muy grandes, tanto residenciales como en el segmento turístico, caso de Ayamonte, en Huelva. Lo que pasa es que Saïdia está en Marruecos, otro país y otra cultura, lo que le da un toque diferencial y ambicioso.

SAVIA: ¿La experiencia adquirida con este proyecto, en el inicio de su desarrollo, ha hecho ganar posiciones a Fadesa en el concurso de Tánger?

F. J.: La experiencia es importante en este tipo de concursos, pero es un proyecto distinto, de hoteles y centros comerciales. No obstante, es probable que se nos valore lo realizado durante este año.

SAVIA: ¿Se plantean dar el salto a otras zonas turísticas, como el Caribe o Europa del Este?

F. J.: A Europa del Este, quizás, porque creemos que en Hungría, Polonia, etc, se pueden hacer muchas cosas. Pero en el Caribe, no. Hemos hecho estudios en México, los hemos valorado y, de momento, no pensamos saltar el charco.

SAVIA: Fadesa se ha situado entre las grandes inmobiliarias creciendo por facturación, no por compra de otras compañías. Ahora se especula que podría estar interesada en comprar Urbis, si Banesto se desprende de esa inmobiliaria, como ha sugerido Patricia Botín más de una vez...

F. J.: Ese rumor lleva años danzando, pero nuestra intención, ahora mismo, no es comprar ninguna compañía, ni española ni extranjera. Queremos seguir creciendo, pero a través de la compra de suelos en otros países; invirtiendo en otros países a través de la compra de suelo y del desarrollo de promociones de viviendas.

SAVIA: Ustedes tienen un acuerdo con Barceló y con Husa para la gestión de hoteles. ¿Trabajar conjuntamente con otros operadores turísticos es su línea estratégica clave para el desarrollo de complejos?

F. J.: Está claro que lo que mejor sabe hacer Fadesa es construir. Y lo ideal es asociarse luego con empresas que sepan gestionar hoteles. Nuestra idea es que, igual que tenemos ese acuerdo importante con Barceló, o el que hemos ampliado con Husa (inicialmente era para un hotel de Barcelona) a otros 5 hoteles pequeños, debemos seguir creciendo de esa forma: asociándonos con cadenas hoteleras que tienen amplia experiencia de gestión.

SAVIA: ¿Piensan en alianzas similares con mayoristas o aerolíneas para llenar los complejos que promueven?

F. J.: Esos acuerdos, que me parecen positivos, son más propios de la gestora que de la promotora. Son más una opción de Barceló o de Husa, por ejemplo. ■

FADESA, UNA INMOBILIARIA DE SERVICIO INTEGRAL

El modo de operar de esta inmobiliaria es único en Europa, según fuentes de la propia compañía. Se configura como un "servicio inmobiliario integral" que cubre todo el círculo inmobiliario: búsqueda de suelo e investigación de mercados, proyectos arquitectónicos, construcción, comercialización y servicio de postventa. Eso le permite ser flexible en las diversas etapas del proceso y aprovechar todas las sinergias para ganar competitividad.

Con este modelo singular, desarrolla un proyecto arquitectónico a medida de la demanda de los clientes de cada lugar y para cada promoción. En su caso asume la construcción, comercialización y el servicio postventa, tradicionalmente subcontratados en el sector inmobiliario español.

Por otra parte, en la comercialización también sigue un proceso pionero en Europa que acerca al cliente al producto final. Su red de oficinas comerciales, en el centro de las grandes ciudades, y las naves de venta levantadas a pie de obra le permiten un trato más directo con el cliente.

Manuel Jove Castellar, su fundador, comenzó con una pequeña empresa familiar y la ha convertido en un grupo empresarial diversificado en productos y áreas de actuación: viviendas, hoteles, resorts, campos de golf, etc. Comenzó en los 80 promoviendo vivienda protegida en Galicia y fue ampliando horizontes de negocio a Castilla y León, Cataluña, Canarias, Madrid y Andalucía. En el 2000 ya opera en casi todo el territorio español y da el salto internacional comenzando por Portugal y Marruecos.

SUS DATOS DE REFERENCIA:

- ❖ Es la inmobiliaria española con mayor cartera de suelo en España: 16,5 millones de m² a 31 de diciembre de 2004.
- ❖ Es una de las firmas cotizadas de mayor capitalización y diversificación geográfica, con 21 delegaciones y 50 puntos de venta en España, Portugal, Marruecos y Hungría.
- ❖ Más de 1.400 personas forman su equipo humano, la mitad mujeres.
- ❖ Cuenta con 100.000 viviendas en cartera, 27.000 en desarrollo, y tiene en marcha un total de 55 proyectos residenciales.
- ❖ Ha promovido 10.000 VPO desde el año 80 y tiene en marcha otras 2.000.
- ❖ Ha pasado de facturar 91,5 millones de € en 1998 a 686,5 en 2004, año en que su beneficio neto fue de 120,3 millones de €, un 41% más que en 2003.
- ❖ Cifra su stock de preventas en 1.509 millones de €, con 10.307 viviendas con contrato privado firmado con el cliente.
- ❖ El valor de mercado de sus activos inmobiliarios es de 7.094 millones de € (tasación de Richard Ellis, diciembre de 2004).
- ❖ Manuel Jove, su fundador y presidente mantiene el control del 54,1% de las acciones, y Modesto Rodríguez, otro 3,5%.



SUS ÚLTIMOS DESARROLLOS INMOBILIARIOS

- ❖ Residencial Lomas de Badaguás, en Jaca (Huesca). Inversión estimada: 108,2 millones de €. Concluida ya la comercialización de sus 784 viviendas con campo de golf.
- ❖ Vip Village, núcleo rural de Badaguás: apartamentos amueblados y decorados, con servicios y gestión durante todo el año.
- ❖ Urbanización Costa Esuri, en Ayamonte (Huelva): promoción de unas 6.000 viviendas de distinta tipología, que se desarrolla en varias fases y está situada en la desembocadura del río Guadiana. Contará con dos campos de golf y se comercializa a nivel internacional.
- ❖ Ciudad Jardín de Aranjuez: proyecto de construcción de 3.000 viviendas, espacios comerciales y de servicios, un hotel de 4 estrellas y el segundo casino de Madrid. Inversión: 601.01 millones.
- ❖ Urbanización Costa Anácara, en Miño (A Coruña): proyecto residencial de 1.220 viviendas (unifamiliares adosados, pareados, pisos y apartamentos), con golf y zonas comerciales y de ocio. La inversión estimada es de 141 millones de €.
- ❖ Urbanización La Oliva, en Corralejo (Fuerteventura): complejo de villas unifamiliares y pareadas y de 'bungalows', con campo de golf, en el entorno del Parque Natural de las Dunas de Corralejo. Inversión: más de 55 millones de €.

PROMOCIONES FUERA DE ESPAÑA

- ❖ 3.000 viviendas en Lisboa. 1999. Inversión: más 180 millones de €.
- ❖ La filial Fadesa Marroc, creada en 2.000 que ha desarrollado una promoción de 1.500 viviendas en Rabat y otra de 1.400 en Añadir. Ahora construye un hotel en Casablanca (100 habitaciones).
- ❖ Mediterrania Saïdia: proyecto de resort residencial y turístico en la costa norte marroquí, adjudicado por el Gobierno de Marruecos, que quiere convertirlo en nuevo destino turístico del sur de Europa. 3.000 viviendas, 6 hoteles, tres campos de golf, puerto deportivo, etc.
- ❖ Budapest: promoción de 280 viviendas de clase media-alta, bajos comerciales y oficinas. Inversión: 27 millones de €.
- ❖ Prospecciones en los mercados de Polonia, República Checa y Eslovaquia.

Pág. a sangre

210x290 mm

(+ sangre, mínimo 3 mm.)