

Unos nuevos alquileres para Catalunya

Desde hace siete meses, la Cátedra UNESCO de vivienda URV ha trabajado, por encargo de la Generalitat, en elaborar unos principios para un nuevo Derecho de arrendamientos urbanos para Cataluña, que han sido discutidos con una comisión formada por quince instituciones. Por su parte, la reciente Ley 4/2016 insta al Gobierno de Catalunya a redactar una normativa de arrendamientos urbanos.

Hay muchas evidencias de una necesidad de una nueva normativa de alquileres: que un 46% lo son en negro, que tenemos la tasa de alquiler más baja de toda Europa Occidental, que únicamente el 20% los actuales inquilinos están contentos siéndolo, que las viviendas en alquiler tienen de media menos calidad que las viviendas en propiedad y que desde 2012 no solo es más caro alquilar que comprar sino que hace ya años que hay más inquilinos desahuciados que propietarios hipotecados.

Ante esta situación, nuestra propuesta se ha basado en los modelos de alquiler que rigen en los países europeos con alta tasa de alquiler, como son Suiza

Sergio Nasarre Aznar



Catedrático de Derecho civil - Director UNESCO Cátedra de vivienda URV

(65%), Alemania (55%) y Austria (35%) donde han conseguido que la clase media e, incluso, media-alta, consideren el alquiler como una alternativa atractiva a la propiedad. La diversificación de las tenencias de acceso a la vivienda es importante para evitar la generación de una nueva burbuja inmobiliaria y para mitigar sus efectos, tal y como advierte, por ejemplo Naciones Unidas.

En este sentido, y tras cinco años de trabajo comparando más de 30 modelos de alquiler europeos, hemos propuesto que es importante que las partes puedan pactar, si así lo desean, la celebración de un contrato de arrendamiento indefinido, que la venta de la vivienda no debe implicar necesariamente la extinción del alquiler y que exista un sistema de referenciación de la renta ajustado al mercado. No es posi-

ble que una familia pueda planearse ir de alquiler si no tiene una estabilidad en la tenencia de la vivienda y una previsibilidad en los pagos de la renta. Además de asegurar la estabilidad y la asequibilidad para los inquilinos,



Es importante que las partes puedan pactar, si lo desean, un contrato de arrendamiento indefinido

estos deberían poder subarrendar parte de la vivienda para así poder pagar la renta al arrendador. A cambio de arrendamientos más largos y más asequibles, los arrendatarios deberían tener una mayor corresponsabilidad con la vivienda, los arrendadores más posibilidades para rehabilitar el inmueble, al tiempo que deberían garantizarse medidas efectivas contra los arrendatarios incumplidores. En todo ello tendrá un interesante papel el Registro de alquileres de Cata-

luña que hemos diseñado. De llegar a convertirse en Ley, el modelo propuesto de arrendamientos urbanos se suma en Catalunya a una clara innovación en las formas de acceso a la vivienda, que ya se inició con la aprobación por Ley 19/2015 con las tenencias intermedias (propiedad compartida y propiedad temporal), de las que ya se han firmado los primeros contratos. Con todo ello se busca que las partes puedan llegar a acuerdos más

flexibles y sostenibles, evitando de este modo el sobreendeudamiento familiar sin perder por ello estabilidad. Un mercado de alquiler más eficaz y una propiedad más democrática funcionales contribuyen a que las autoridades públicas no recurran a incentivos negativos, más intrusivos y disruptores, al tiempo que menos eficientes, para intervenir en el mercado de la vivienda a través de sanciones, recargos y expropiaciones.



¿Será el modelo Amazon Go el futuro de las tiendas de proximidad?

Si está pensando en montar una tienda o en remodelar su negocio debe ser consciente que ya no puede hacerlo tradicionalmente, es decir, con una buena selección de productos, una bonita decoración y esperar que los clientes aparezcan para comprar.

Tampoco se piense que además es suficiente con comunicar a través de las redes sociales o abrir una página de comercio electrónico en internet para poder acceder a un público más amplio. La nueva línea del comercio tradicional la marca principalmente la incorporación de la tecnología en el punto de venta y la facilidad que ésta ofrece para conocer mejor y poder comunicar a los consumidores en el momento de la compra.

Muchos son los retailers que están cambiando su concepto de tienda y otros nuevos que se incorporan introduciendo importantes innovaciones a la compra tradicional. Desde los comerciantes de toda la vida con

David Román



Profesor de marketing de EADA Business School

los nuevos puntos de venta que abren al público, como Media Markt en la Diagonal o Massimo Dutti en el Passeig de Gràcia de Barcelona que ocupa el espacio de la desaparecida Vinçon, en las que la tecnología ofrece una experiencia de compra aumentada, pero la revolución total, presente en todo el proceso de compra, la anunciaba la semana pasada Amazon que, después de la olvidada experiencia de los drones para repartir productos más rápido ha anunciado que la empresa va a abrir 2.000 puntos de venta en Estados Unidos, una auténtica revolución en el comercio tradicional.

Amazon Go es un nuevo concepto de tienda en la que, a través de una aplicación en el mó-

vil, usted podrá entrar en el punto de venta, poner los productos en el carro y salir del comercio sin interactuar con ninguna persona. La propia aplicación lee los productos que introduce en el carro y los cobra en la cuenta que usted ha abierto cuando se dio de alta en la aplicación.

Aparte de la rapidez, el sistema ofrece muchas de las ventajas que se obtienen a través de internet cuando se realiza una compra online, como el conocimiento del consumidor y la posibilidad de personalizar la compra, con ofertas dirigidas a ese cliente concreto para ese producto que sabemos que no nos compra a nosotros o simplemente para recordarle un artículo que compra habitualmente y que en ese momento no ha incluido en su carrito, posibilidades que el comercio tradicional sin este plus tecnológico es incapaz de ofrecer y que mejoran el carro medio y, por consiguiente, la rentabilidad del cliente.

Las nuevas tiendas de Amazon serán inferiores a los 200

m2. Se basan en factores Sociales, Locales y con la utilización de los Móviles en el proceso, conocido en el mundo del marketing como SOLOMO por sus iniciales. Seguramente, sus principales competidores serán estos supermercados pequeños y estos negocios regentados por personas procedentes de Pakistán, presentes en todos nuestros barrios y ciudades, pero como ya sabe, Amazon no vende sólo alimentación, por lo que esta oferta se podría extender fácilmente a otras categorías.

Si ahora salir de compras es uno de los mayores antidepresivos para una parte importante de la población, más que una pastilla de chocolate, imagínese la experiencia que representará conocer el origen del melocotón de la mermelada que está comprando, información nutricional detallada del producto e incluso consejos con recetas para preparar un plato especial con esos spaghettis que está a punto de introducir en su carro, con consejos basados en información que ha ido añadiendo y que le puede avisar de una intolerancia concreta a un alimento, ofreciéndole una compra más segura.

La tecnología en este aspecto va más allá de pantallas interactivas o de ganar tiempo con una compra más rápida. La tecnología está al servicio de la experiencia de compra, lo que verdaderamente nos hace volver a una tienda o no. Los críticos a estos nuevos tiempos hablan de deshumanización, de cambio



La tecnología va más allá de pantallas interactivas o de ganar tiempo. Está al servicio de la experiencia de compra

en el modelo de ciudad o de incapacidad de competir de los pequeños comerciantes frente a las grandes cadenas y estoy completamente de acuerdo con ellos. El problema es qué hará usted, ¿irá a una tienda tradicional o a una nueva que introduce estos cambios? Seguramente habrá espacio para todos, pero lo cierto es que el comercio «de toda la vida» cada vez lo tiene más difícil si no se adapta a estos nuevos tiempos.