

bre, mientras que en el mismo periodo de 2006 ganó 694.000 euros. ¿La razón? Una ralentización "importante" en los ritmos de venta de viviendas, dicen en la empresa. La situación es tal que el propio director general del Servicio de Estudios del Banco de España, José Luis Malo de Molina, ha alertado de que el sector inmobiliario y la construcción son los más endeudados. Según esta institución, el porcentaje de deuda supera en ocho veces al valor añadido bruto (una forma de medir el excedente empresarial) y duplica a un sector que tradicionalmente es uno de los que más deuda necesita para financiar sus inversiones: el energético.

El alto endeudamiento está pasando factura en la Bolsa. Metrovacesa, la mayor inmobiliaria en el parqué, con un valor de casi 9.000 millones, ha perdido un 37% de su precio en los últimos 13 meses. Sacyr Vallehermoso, la segunda en tamaño, con un valor de casi 8.700 millones, ha caído otro 33%. De esta hecatombe sólo se salvan Sotogrande —una inmobiliaria pequeña que apenas vale 650 millones—, que vale un

## LA DEUDA EN LAS INMOBILIARIAS DUPLICA A LAS ELÉCTRICAS

4,4% más que hace 52 semanas, y Reiala, controlada en un 52% por FCC, que mantiene prácticamente el mismo precio desde que salió a Bolsa (6,5 euros). Y aún falta por ver qué pasará con el grupo Temón, que quiere salir a Bolsa el 14 de diciembre a un precio de siete euros por acción.

Como no podría ser de otra manera, las agencias inmobiliarias están en el mismo saco. Son la parte más débil de la cadena porque sólo viven de la venta de casas, y se ha frenado en seco. Don Piso —adquirido por Habitat a Ferrovial— ha cerrado casi una treintena de agencias y tiene colgado el cartel de 'se vende', lo mismo que Century 21, la filial inmobiliaria del grupo Globalia —que controla Air Europa—. Y otros líderes, como Fincas Corral o Tecnocasa, han renunciado a parte de su tamaño.

E. García Vargas

Comenta esta noticia en [www.laclave.com](http://www.laclave.com)

### CLAVE LIBRE

## Internet, política y evolución



Enrique Dans  
Director del Área de Sistemas de  
Información en el Instituto de Empresa

Es uno de los temas que más atención está generando en algunos círculos políticos de cara a la campaña para las elecciones de marzo: el fuerte uso de internet por parte de los candidatos en las presidenciales norteamericanas del próximo año. Caben ya muy pocas dudas: lo que en las presidenciales norteamericanas de 2004 fue un caso aislado de un candidato hiperactivo que fue capaz de obtener una arrolladora popularidad y un récord de financiación gracias a su presencia en la Red, en la precampaña de 2008 ya no es excepción, sino norma.

**TODOS Y CADA UNO** de los candidatos presidenciales utilizan activamente internet: perfiles en redes sociales como Facebook o MySpace, apariciones en filtros de noticias como Digg, vídeos y debates en YouTube, fotos en Flickr, mítines virtuales en Second Life... Un uso muy intenso de los recursos de la Red. En España, la tecnología tampoco está ausente de la agenda de los políticos. Llamazares busca apoyos en Second Life. Mariano Rajoy mantiene un perfil activo en Facebook y una cuenta a la que sube fotos en Flickr. En el partido socialista, animan a sus "voluntarios ciberprogresistas" a desarrollar labores de 'spam', y sugieren "un mínimo de cinco o diez correos electrónicos, sin poner límite al número máximo", porque "con un solo clic puedes llegar a muchas personas a la vez y extender nuestro mensaje... correos electrónicos, blogs y SMS para ilusionar a los indecisos, inundar foros, chats, herramientas de participación de los medios digitales e incluso blogs de candidaturas contrarias"... Toda una declaración de principios.

**SIN EMBARGO**, en la política norteamericana nos llevan claramente la delantera. La

primera razón es de aritmética electoral: mientras allá hablamos de llegar mediante internet al aproximadamente 80% de norteamericanos con conexión, en España ese porcentaje se reduce a más o menos la mitad, un 45% según el dato del último Eurostat.

**PERO LA VENTAJA ABUNDA TAMBIÉN** en una cuestión de madurez: en Estados Unidos se ha demostrado ya de manera palpable que en la Red no se puede 'estar por estar'. Que las demostraciones de modernidad y los brindis al Sol no seducen al voto internauta. La experiencia permite ver que los candidatos obtienen un rédito electoral muy escaso de la mera presencia y del 'me apunto a todo porque se lleva mucho', y que lo que hay que tener es un planteamiento serio con respecto a internet.

**A ESTAS ALTURAS**, los dos candidatos más destacados en cuanto a simpatías en la Red, Barack Obama en el lado demócrata y Ron Paul en el republicano, no lo son por ser 'más modernos que nadie' y por 'apuntarse a todo', sino por haber formulado estrategias concretas con respecto a internet. Por alinearse con los intereses de los usuarios y no de los 'lobbies' empresariales, por reclamar transparencia, acceso libre para la información pública... por políticas con respecto a la Red capaces de hacer clic, nunca mejor dicho, en el corazón de los usuarios.

**MIENTRAS, EN ESPAÑA**, aparte de demostraciones folclóricas del tipo 'Llamazares está en Second Life' o 'Rajoy tiene perfil en Facebook', las propuestas serías brillan por su ausencia. Desengáñense, porque el apoyo del voto internauta, un colectivo con mucha más importancia numérica y comunicativa de lo que piensan, no se lo va a llevar el que más 'se disfraza de moderno'. Se lo llevará quien mejor aclare, por ejemplo, si está a favor de los usuarios o de los 'lobbies' de la propiedad intelectual que los criminalizan. Quien se desmarque de la infausta 'guillotina Sarkozy'. Quien defienda la neutralidad de la Red y la no injerencia de los proveedores de acceso en los contenidos.

**LOS INTERNAUTAS NO VOTARÁN** a quien defienda la censura, la represión, a los talibanes del copyright o los intereses de las operadoras frente a los de los usuarios. Por muchas cuentas que tengan en MySpace, en Facebook o en Second Life. Las cosas no funcionan así. La Red ha madurado, y sus usuarios también. Son los políticos los que no lo han hecho.