

**EL NUEVO** Opel Insignia se presenta mundialmente en el Salón del Automóvil de Bruselas que se está celebrando desde el pasado jueves hasta el próximo 19 de enero. Este coche presenta un nuevo y elegante diseño y la novedad del motor turbo de gasolina y reduce el consumo de combustible hasta en un 18%.

**TELEFÓNICA** se une al reto que promueve Fundación máshumano con la iniciativa Responsabilidad Demográfica Empresarial (RDE). Esto se debe a que la compañía tiene el convencimiento de que la gestión positiva de la natalidad ayuda a retener el talento, favorece la verdadera igualdad y la eliminación del techo de cristal.

**CENTRO ZARAGOZA** (Instituto de Investigación sobre Vehículos) acaba de incorporarse al Club Líder de la Cámara de Comercio de Zaragoza. Con el acuerdo, la empresa pasa a formar parte de esta plataforma de liderazgo y 'networking' que aglutina a 65 grandes compañías y a medio centenar de sociedades participadas.



**LA QUINTA** edición del Título de Experto en Gestión de la Responsabilidad Social organizado por la Universidad de Zaragoza Este se dirige a egresados universitarios, estudiantes de grado y profesionales en activo que quieran adentrarse en este campo para ser capaces de integrarlo en la cadena de valor de la empresa.

## Empresas

# 'Home staging', la llave del éxito inmobiliario

## La empresa aragonesa Sixty Home apuesta por desarrollar el modelo americano en la venta de inmuebles

Se presentan como «el método inmobiliario de éxito que representa al vendedor» y aseguran que «la decisión de compra de un inmueble se toma en los primeros 60 segundos de la visita, que es el tiempo que tarda el comprador en decidir si una casa le gusta o no». Y estas, precisamente, son las máximas de Sixty Home, el franquiciador inmobiliario creado en 2016 por Víctor Nadal y Javier Sevil, dos jóvenes economistas zaragozanos con un amplio bagaje en el sector inmobiliario a través de la gestión de carteras de bancos.

El modelo de éxito al que aluden –su ritmo de crecimiento se sitúa en torno a un 30% anual y presumen de vender un inmueble en menos de la mitad de la media, tres meses– no es otro que el que impera en el mercado americano, que, según Nadal, «representa el máximo de la profesionalización del sector, al que nosotros aspiramos. Allí, en EE. UU. –continúan los agentes inmobiliarios gozan de un prestigio altísimo y un método muy riguroso». Tanto que «nosotros no intermediamos –matiza–, sino que representamos solamente los intereses de una de las partes: el vendedor, para que venda en las condiciones más ventajosas posibles en precio y tiempo».



Víctor Nadal, socio fundador de Sixty Home, y Silvia Sáez, responsable de expansión. RAQUEL LABODÍA.

EMPRESA	ACTIVIDAD	FRANQUICIAS	NÚMEROS	PRIORIDADES
<p><b>SIXTY HOME</b>  <b>Sede:</b> c/ Mártires 2, 50.003 Zaragoza.  <b>Teléfonos:</b> 876 500 543 y 671 372 461.  <b>Web:</b> sixtyhome.com.  <b>Redes sociales:</b> Facebook (www.facebook.com/sixtyhome/?ref=bookmarks). LinkedIn (www.linkedin.com/company/18575413/admin/). Instagram: @sistyhome</p>	<p><b>Inmobiliaria:</b> inversión y asesoramiento financiero e inmobiliario. Presta un servicio integral al propietario para que la venta de su casa se realice en las mejores condiciones posibles. Acondiciona el inmueble con una importante inversión de recursos y presenta un plan de márketing personalizado detallado por semanas.</p>	<p><b>En expansión:</b> 2019 se cerró con la apertura de las tres primeras franquicias en Tarragona, Reus y Madrid. Su área de actuación contempla un radio de acción de 300 km (Bilbao, Valencia, Burgos, Barcelona, Madrid...) y ofrece a sus franquiciados formación, asesoramiento, «colaboración máxima y trabajo en equipo».</p>	<p><b>Año de fundación:</b> 2016.  <b>Empleados:</b> 6, en sus sedes de Zaragoza y de Huesca.  <b>Facturación:</b> 250.000 euros, en 2019.  <b>Instalaciones:</b> 5 establecimientos en España: 2 oficinas propias en Huesca y Zaragoza, y tres franquicias en Tarragona, Reus y Madrid.</p>	<p><b>Innovación</b> ('Home staging' y fotografía profesional inmobiliaria) y máxima profesionalización del sector.  Focalización en ventas de vivienda residencial. Una potente y cuidada imagen de marca.  Eficiencia en los costes y procesos en todo el método inmobiliario desarrollado.</p>

Al trato personalizado –su cartera actual no supera los diez inmuebles por área de negocio– se suma un potente plan de márketing inmobiliario, que pasa por una captación razonable en cuanto al precio de la casa, y pone el foco en el 'home staging' –otra vez el modelo americano–, es decir, la preparación del inmueble para su comercialización –despersonalizar y neutralizar espacios, amueblar y decorar, reparar pequeños desperfectos, problemas de olores...–, porque, al final, «la compra de una casa es algo muy emocional», reflexiona Javier Sevil. Y en la toma de esa decisión, sin duda, desempeña un papel fundamental saber «crear unas buenas expectativas en nuestros clientes, con fotografías profesionales, planos en 3D, vídeos 360 o visitas virtuales», convenientemente difundidas a través de su propia web y redes sociales.

De cara a este 2020 recién estrenado, su objetivo es «expandir el modelo de negocio a través de la línea de franquicias», apunta Nadal –el año pasado, a las zonas propias de Zaragoza y Huesca se incorporaron nuevos franquiciados en Tarragona, Reus y Madrid–, orientada a profesionales en activo –economistas, abogados, gestores, administradores de fincas...–, porque, según Silvia Sáez, responsable de expansión, «tienen la profesionalidad que nosotros buscamos, acceso a los clientes y la inquietud necesaria para entrar en el negocio».

LUCÍA SERRANO

## El asesor laboral

Enrique García Tomás

## Reformas prometidas sin precisión

Se suponía que Pedro Sánchez, convencido de que iba a ser investido presidente del Gobierno, tenía preparada la composición de su gabinete y que anteayer celebraría el primer Consejo de Ministros de la nueva legislatura, en el cual podría darse luz verde a la revalorización de pensiones acordada por el último en que los ministros estaban en funciones. No ha sido así porque tal labor no puede resultarle fácil, pues los pactos que ha hecho le obligan a cambios que quizá no querría.

Aparte de ese retraso, es posible que en el ámbito que se trata en esta sección ocurra lo del re-

frán del dicho al hecho hay gran trecho. Porque se habla de derogar la reforma laboral, idea que ya tuvo la ministra Valerio hasta que comprobó que no convenía hacerlo. Pero procuró evitar malas prácticas en las jornadas laborales, establecer mecanismos para que miles de contratos de trabajo de carácter temporal se convirtieran en fijos; aceptó un importante aumento del salario mínimo con lo cual además incrementaba la recaudación a la Seguridad Social; y mejoró las prestaciones de los trabajadores autónomos, aunque sangrando las cuentas del sistema. Ni siquiera intentó derogar la norma que permite el

despido indemnizado por absentismo, aunque este se deba a enfermedad; seguramente por entender que su inclusión fue para evitar abusos y porque su incidencia era tan nula que no había sido protestada colectivamente y sólo se ha reparado en ella siete años después de su entrada en vigor cuando una sentencia la declaró constitucional.

Lo más inmediato puede ser derogar la limitación temporal de los convenios colectivos y que se de prioridad a los sectoriales sobre los de empresa, pues lo recomienda la OCDE, así como la posibilidad de despido citada, que piden las organizaciones sindicales. Aumentar

mucho más el salario mínimo no puede hacerse sin pensar bien sus consecuencias y menos aun pretender mantener puestos de trabajo con normas coactivas para las empresas, pues su sólo anuncio podría provocar despidos y frenar la contratación. Mientras que en Seguridad Social, integrada en un nuevo ministerio, no parece urgente derogar el factor de sostenibilidad de las pensiones (legislado en 2011 pero aun no ha entrado en vigor), pues es una medida pensada para contribuir a la pervivencia del sistema, que es lo que se espera procuraran los nuevos gestores.

egt@garciatomasyasociados.es