

## **PRINEX, EN SU 25 ANIVERSARIO, CELEBRA SUS**

### **III JORNADAS INMOBILIARIAS EN MADRID Y LA PRIMERA EDICIÓN EN BARCELONA.**

Durante el mes de noviembre, Prinex ha celebrado en **Madrid**, el **15 de noviembre**, la **III Jornada Inmobiliaria Prinex en el Hotel The Westin Palace** congregando **más de 180 empresarios y directivos del sector inmobiliario y de la construcción**. Además, por primera vez, se celebraron las mismas jornadas en **Barcelona**, el **22 de noviembre en el Hotel Majestic**, con los principales actores del sector en Cataluña, obteniendo una magnífica respuesta de asistencia, participación y colaboración, completando el aforo del evento con casi **100 asistentes**.

El objetivo de ambos eventos, un año más, ha sido analizar la realidad de la situación actual y futura del sector inmobiliario, coyunturas, dificultades y oportunidades, además de compartir experiencias y conocimientos.

Tanto en la edición de Madrid como de Barcelona, contamos con la participación de los principales profesionales del país, Directores Generales y CEOs de las empresas más importantes del sector (promotoras, constructoras, gestoras de activos, empresas públicas y entidades financieras, entre otros). En ambas Jornadas, la estructura del evento fue la misma: bienvenida y presentación de Prinex, que además en esta edición resaltó sus 25 años de trayectoria en el mercado, acompañando siempre a las empresas del sector inmobiliario como socio tecnológico, y posteriormente dos coloquios con las siguientes temáticas:

1- PROPTECH ¿MODA O NECESIDAD?

2- MERCADO RESIDENCIAL ¿FASE DE DESPEGUE O VELOCIDAD DE CRUCERO?

La bienvenida a los asistentes y visión general del momento correspondió a **Javier Bellot**, Presidente de Prinex. Posteriormente **Alberto Fernández-Aller** se encargó de presentar la evolución de la empresa, donde además de analizar la trayectoria económica y tecnológica, se presentaron las últimas novedades que Prinex lanza al mercado a través de Prinex Extendido y las aplicaciones que conlleva, que revolucionarán tanto el concepto del uso de Prinex como la visión de los clientes. Se resalta la capacidad de Prinex de liderar la transformación digital del sector gracias a la potencialidad que tiene de universalizar la tecnología.

[www.prinex.com](http://www.prinex.com)

### COLOQUIO PROPTECH: ¿MODA O NECESIDAD?

En los coloquios que se celebraron en la segunda parte de la Jornada, pudimos contar con la presencia y participación de los principales actores del sector inmobiliario.

El primer coloquio, centrado en el PROPTECH tuvo los siguientes ponentes:

#### Madrid

- Jorge Zanoletty – CEO PROPTECH LAB
- Juan José Cercadillo – Consejero Delegado HI REAL ESTATE
- Miguel Pinto – Director Estrategia VÍA CÉLERE
- Carlos Olmos – Founder Director UDA
- Gabriel Sánchez – Director General de Negocio NEINOR HOMES
- Carlos Álvarez – Agency Relationship Manager GOOGLE

#### Barcelona

- Pol Clota – CEO HOME PRICE
- Juan Velayos – CEO NEINOR HOMES
- Gerardo Wadel – Director I+D LA CASA POR EL TEJADO
- Josep Jorge – Responsable Proyectos LA SALLE TECHNOVA BARCELONA

Este coloquio se centró tanto en definir el PROPTECH como en analizar los ámbitos actuales del mismo y las tendencias de futuro. Asimismo se repasaron temas más específicos como el Big Data y su uso e influencia en el mercado residencial, la transformación digital de las empresas y cómo afecta en la actualidad y afectará en el futuro esta transformación. También nos adentramos en la explicación de conceptos como Inteligencia Artificial y Blockchain.

#### **Proptech: Necesidad Urgente**

La pregunta que centraba el coloquio: **Proptech ¿Moda o necesidad?**, quedó resuelta con contundentes respuestas por parte de los participantes, tanto en Madrid como en Barcelona, primero definiendo **Proptech como la transformación digital del sector inmobiliario**, y coincidiendo todos los ponentes en la respuesta: **“Proptech es una necesidad, y además una necesidad urgente”**. No es una moda, sino un cambio profundo que genera la transformación digital de las compañías del sector inmobiliario.

Aquellas compañías que ven el proptech como una moda, es posible que no avancen con el sector y no existan en un futuro próximo. El cliente del sector es digital, por esa razón las compañías no pueden no serlo. **“O te transformas o te vas”**. El resto de los sectores se han ido adaptando al mundo digital, y el sector inmobiliario tiene una diferencia negativa respecto del resto en ese proceso de adaptación digital que ahora tenemos que recorrer. Es en este momento, cuando se dan las circunstancias apropiadas:

- Disminución de los costes de almacenamiento.
- Capacidad de proceso
- Plena conectividad

[www.prinex.com](http://www.prinex.com)

### ***Implantación de la tecnología y Personas***

Estamos viviendo un proceso brutal de transformación. El talento inmobiliario se sigue necesitando, pero hay que aunarlo con la transformación digital, por lo que es necesario la combinación de distintos perfiles. La transformación de las empresas y del sector debe realizarse desde dentro. La realidad es que en el mundo inmobiliario, existe una gran mayoría de personas que son “indocumentados digitales”, por ello serán más relevantes en un futuro muy próximo todas aquellas compañías que tengan una mayor sensibilización y cultura digital.

Las empresas, y las personas que las conforman, tienen que pensar en digital. Parece obvio que el uso de estas tecnologías debe estar integrado en la organización cuyo objetivo final es comprar y vender casas.

### ***Influencia de las Inversiones en PropTech en procesos de venta, procesos constructivos***

Cuando se habla de inversiones en PropTech, tenemos que tener en cuenta que no deben ir dirigidas únicamente a los procesos de venta, también hay que incluir procesos constructivos y demás procesos en toda la organización.

Innovación es materializar ideas que han sido creadas para que aporten valor. Para ello se debe trabajar en procesos innovadores que acorten procesos. Existen además otra serie de procesos susceptibles de aplicar en transformación digital: robotización, impresión 3d, industrialización, prefabricación...

Es básico alimentar los algoritmos de Inteligencia Artificial de manera constante.

### ***Innovación, Big Data, Portales de venta y desintermediación***

Para llevar a cabo proyectos de transformación digital en el sector inmobiliario no podemos olvidar los elementos que están transformándolo:

**Big Data:** Concepto que hace referencia a un conjunto de datos tan grandes que aplicaciones informáticas tradicionales de procesamiento de datos no son suficientes para tratarlos. Los procedimientos usados nos sirven para encontrar patrones repetitivos de estos datos.

Hay diferentes fuentes para obtener estos datos: Web Públicas, Web Privadas e información suministrada por empresas: bancos, compañías eléctricas, etc. de las que se pueden extraer comportamientos o patrones que afectan a las decisiones de compra, de venta y de alquiler de activos inmobiliarios.

En cuanto al tema de la **Desintermediación**, encontramos diferentes puntos de vista de los ponentes. Algunos prevén una paulatina desaparición de los APIS que intermedian en operaciones inmobiliarias, mientras que otros ponentes auguran la desaparición únicamente de aquellos que no apuesten por la **Innovación** y no aporten valor al proceso de compra.

Para estos últimos, la desintermediación no desaparecerá, ya que hay dos tipos de negocios:

- Los portales horizontales: Google Yahoo... que recogen información general.
- Los Portales verticales: idealista fotocasa... que aportan unos contactos de mucha calidad y con información muy aterrizada,

[www.prinex.com](http://www.prinex.com)

**III Jornadas Inmobiliarias PRINEX**  
Madrid 15 de Noviembre de 2017  
Barcelona, 22 de Noviembre de 2017



Si queremos conocer quién será nuestro futuro comprador hemos de conocer que el 80% de las compras se inician en la web, y tenemos que estar allí y saber lo que está buscando. Para ello también tenemos que tener nuestra data (Big o small) para conocer con detalle nuestro perfil de comprador, reducir costes y ser proactivos.

[www.prinex.com](http://www.prinex.com)



**Tu socio tecnológico**  
25 años innovando para el sector inmobiliario

## COLOQUIO: MERCADO RESIDENCIAL EN ESPAÑA ¿FASE DE DESPEGUE O VELOCIDAD DE CRUCERO?

El segundo coloquio, centrado en la situación actual del mercado residencial tuvo los siguientes ponentes:

### Madrid:

- Carolina Roca - Directora General GRUPO INMOBILIARIO ROCA
- Jesús Pleite - Consejero Delegado ASENTIS
- David Botín - Director General ACR PROMOCIÓN INMOBILIARIA
- Alberto Delgado - Director Operaciones AEDAS HOMES
- José Juan Martín Montes - Consejero Delegado AELCA.
- Francisco Pumar López - Director General INSUR.

### Barcelona

- Jesús Abellán – Director General ARUM
- Mercedes Blanco – Partner FINCAS BLANCO
- José María Cervera – Consejero Delegado RENTA CORPORACIÓN
- Fernando Tortajada – Director General TR CORPORACIÓN INMOBILIARIA
- Lorenzo Castilla – Director Territorial ANIDA
- Arturo Marín - Responsable Análisis Estratégico SOLVIA INMOBILIARIA

El coloquio dio comienzo en ambas ediciones analizando la pregunta que daba título a la mesa redonda. ¿Estamos viviendo en España en el mercado residencial una fase de despegue o una velocidad de crucero? La conclusión es clara y unánime; en la actualidad estamos viviendo una **fase de despegue** y nos queda mucha actividad en los próximos años. En provincias como Madrid y Barcelona estamos en torno a un 60-70% del pico inmobiliario previsto. En el resto de provincias españolas queda todavía mucho más recorrido, y si los factores como los tipos de interés, coyunturas económicas, etc., siguen la tendencia actual, contamos aun con mayor recorrido y una tendencia positiva.

### **Suelo y financiación**

La compra de suelo es clave, ya que es la materia prima del negocio y no se puede avanzar en el sector sin él. Se buscan alianzas con socios que aporten la financiación necesaria. Actualmente, la compra de suelo se está realizando no solo con el objetivo de desarrollar proyectos, sino también en algunos casos, para cumplir los cupos de producción planteados de las empresas cotizadas. En ambos casos, la compra de suelo se realiza con expectativas de revalorización. El emplazamiento es clave, ya que eso determinará el público objetivo de las promociones. Otras conclusiones unánimes y reiterativas año tras año son la escasez del stock de suelo, pero no la ausencia del mismo, y la lentitud burocrática de la administración, cuyos plazos hacen en ocasiones inviable una operación o desarrollo inmobiliario.

En cuanto a la **financiación** para la compra de suelo, se concluye que la banca ya está financiando en la actualidad; eso sí, exigiendo el máximo compromiso al promotor con un **equity** entre un

[www.prinex.com](http://www.prinex.com)

25% y un 30% y con un porcentaje de preventas alto. Por este motivo la búsqueda de partners u otras fórmulas como permutas son una realidad constante.

### **Volumen de viviendas y precios**

Si bien la demanda de años atrás era principalmente de reposición, ya empezamos a ver cada vez más movimiento en el caso de vivienda de primera adquisición. De las 80.000 viviendas que se promueven en la actualidad a las 150.000 previstas, la gran pregunta es: ¿Quién va a promover? Los grandes players lo hacen en aquellas ubicaciones con atractivo y hacen además de punta de lanza en aquellas donde nadie se atreve a ir. Los servicers se están convirtiendo en promotores cada vez más, y las compañías locales y pequeños promotores están creciendo día a día. Por eso la previsión es que el sector va a ir consiguiendo una velocidad de crucero.

En cuanto a precios, la tendencia es al alza en grandes urbes, y a un ritmo más moderado en provincias.

### **Posicionamiento cliente y Personalizaciones.**

Es clave ser consciente de que el posicionamiento del cliente ha cambiado al igual que el de la empresa. El cliente tiene una información del 100% desde su casa, por lo que compara, exige, elige, y a partir de ese momento, compra. Las claves que determinan el proceso de compra son: Ubicación, Precio, Producto y Servicio. En la fase previa de la compra es clave el posicionamiento de los productos, que crece a ritmos constantes. El enfoque ha cambiado y es básico incidir en la importancia de la experiencia del cliente.

Las personalizaciones tienen un coste. Hay que adaptar espacios a nuevos hábitos del cliente pero esto no conlleva estar ligado a las personalizaciones. En las promociones grandes muchas veces es complejo por su coste operativo. Es importante distinguir entre la personalización y la adaptación al cliente, y un elemento clave que determinará esta diferencia será el tamaño de la promoción.

### **Concentración**

Unanimidad también en la respuesta a si existe mayor concentración en el sector: Sí, existe concentración. Las Socimis van a seguir concentrándose, los promotores continuarán viendo fusiones y OPV's, los Servicers también son vulnerables de alguna concentración adicional.

Adicionalmente hay sitio para más actores en este mercado, que siguen entrando por el atractivo que tiene el sector en nuestro país.

### **Demanda de mercado y alquiler.**

En el primer momento post-crisis el mercado tenía únicamente una demanda de reposición. Unos años después, el alza en los precios de estas viviendas y la subida de precios del producto de primer acceso se convierte en un problema, que genera un incremento mayor del mercado del alquiler. Es fundamental pensar cómo generar esa demanda para los jóvenes en el futuro, ya que han visto reducida su capacidad de financiación para acceder a una primera vivienda. Es necesario reaprender a producir, trabajar con márgenes menores, apurar plazos de ejecución y estudiar los análisis de riesgo en los procesos de compra de suelos.

[www.prinex.com](http://www.prinex.com)

### **Marca España y Futuro**

La marca España vuelve a vender. Los factores de venta son las accesibilidad, estacionalidad y seguridad.

Como conclusiones del coloquio, se determinó que respiramos un ambiente optimista de cara al futuro, a la vez que sensato y prudente. Existe capacidad productiva, suelo (aunque no en exceso), y algo de recorrido en los precios. El promotor piensa en el cliente en todas las fases de su negocio, convirtiéndolo en el centro del mismo. Estamos en una situación óptima y contrastada. Los promotores por lo tanto, son los que lanzan el mensaje más prudente y sensato del sector.

### **VISIÓN DEL SECTOR: ASPRIMA Y APCE**

Para finalizar las Jornadas, tuvimos el honor de contar en Madrid con la participación de **Juan Antonio Gómez-Pintado, Presidente de ASPRIMA y APCE**, que cerró el evento con su ponencia: "Visión de Asprima sobre el sector Inmobiliario".

En Barcelona, fue **Lluís Marsà**, Presidente de APCE en Cataluña quien nos honró con su presencia y aportaciones y cerró el acto con su ponencia: "Situación del sector Inmobiliario en Cataluña".

Para más información:

#### **Isabel Gómez Laguna**

Directora Marketing y Comunicación Prinex Real Estate Software

Teléfono: 91 635 36 75

E-mail: [igomez@prinex.com](mailto:igomez@prinex.com)

[www.prinex.com](http://www.prinex.com)

[www.prinex.com](http://www.prinex.com)