

THINK TANK PROPTECH – 18 DE ENERO DE 2018

CONCLUSIONES

El pasado 18 de enero, tuvo lugar el primer Think Tank de 2018, bajo de la temática de PROPTECH, en las oficinas de Prinex Real Estate Software, en Madrid.

Desde Prinex nos hemos propuesto que esta iniciativa, que dio sus primeros pasos en 2017, con una estupenda acogida en los tres Think Tanks que se celebraron el pasado año ([Consultar información Think Tanks 2017](#)) tenga continuidad y empuje a lo largo del 2018, demostrando al mercado, que somos el socio tecnológico cuyo objetivo es liderar la necesaria transformación del sector.

Estos Think Tanks, consisten en un almuerzo donde reunimos a distintos profesionales y especialistas en un área que bajo un tema de debate predefinido. El objetivo es que se trate de un encuentro distendido, donde los invitados puedan expresar sus conocimientos, compartir experiencias, ideas e inquietudes sobre las tendencias que nos esperan sobre el tema en cuestión. En este caso el tema del Think Tank fue **PROPTECH**.

Los asistentes que participaron fueron:

- D. Jorge Zanoletty, CEO de **PROPTECH Lab**
- D. Carlos Olmos, Founder de **UDA**
- D. David Lázaro, Director de Sostenibilidad de **HOMUproject**
- D. Iván Briñas, Director de Tecnología y Operaciones de **ANTICIPA REAL ESTATE**
- D. Javier Fernández, **CIO** de **ALISEDA**
- D. Guillermo Llibre, CEO de **HOUSELL**
- D. Alfredo Díaz-Araque, Real Estate Manager de **CITIBOX**
- D. Javier Sánchez, CMO en **AEDAS HOMES**
- D. Alfonso Núñez, Associate en **Strategy&**, part of the **PwC network**
- D. Fernando G. Valderrama, CEO en **RIB SPAIN**
- D. Alberto Fernández-Aller, Director Corporativo en **PRINEX**
- D^a. Isabel Gómez, Directora de Marketing y Comunicación en **PRINEX**

DEFINICIÓN Y AMBITOS DEL PROPTECH.

Comenzamos la reunión, poniendo el foco de atención tanto en la definición de Proptech como en la división de los diferentes ámbitos que la componen.

Consideramos **Proptech** la **transformación digital del sector inmobiliario**, y los diferentes ámbitos que lo conforman son:

- Planificación (Big Data/BIM)
- Relación con clientes (Venta/comunicación)
- Procesos y Gestión (Erp's)
- Construcción (entorno colaborativo/automatización)
- Producto (IOT)

SITUACIÓN ACTUAL

Tanto empresas generadoras como consumidores de PropTech, coinciden en la sensación de que la situación actual es una “carrera desbocada” en todo lo relacionado con el PropTech. Es un concepto que se ha puesto de moda a nivel inmobiliario. Se busca atraer a las personas a las viviendas, para hacerles la vida más fácil. El problema que se percibe es que existe un afán por realizar actividades, generando soluciones PropTech, pero en muchas ocasiones el mercado todavía no sabe cómo. Existen demasiadas piezas en el puzle, que se quieren colocar con mucha rapidez sin establecer un orden de prioridad. De ahí esa sensación de “carrera desbocada”.

En el mapa actual tenemos una descoordinación importante, entre las empresas con potencial para invertir y una gran cantidad de startups pequeñas, con grandes ideas pero deficientes en muchos casos en la gestión de los proyectos. Es lo que en distintos ámbitos ha sido ya definido como un mapa de Gacelas (startups) y Elefantes (grandes compañías).

PASADO, PRESENTE Y FUTURO

Va a producirse un **cambio profundo en la forma en la que se hacen, se venden y se viven las casas**. Esto es ya una realidad, y las empresas del sector empiezan a ser conscientes del vuelco que vamos a vivir en las tendencias de venta de la promoción inmobiliaria.

Como dato significativo, sabemos que en 2013 se invirtieron 570 millones de dólares en PropTech en todo el mundo. En 2017 esa cifra ascendió a 3.000 millones de dólares. En los próximos años esta cifra se va a multiplicar de forma exponencial.

En la actualidad hay procesos de venta de un inmueble que NO son “digitalizables”. La explosión del PropTech tiene que asentarse. Es necesario encajar perfiles digitales con los del mundo inmobiliario. Existe una alta probabilidad de que vivamos un “choque de trenes” para que se normalice la situación y poder llegar a puntos en común.

INVERSIÓN EN PROPTECH

Se plantea la siguiente pregunta ¿Existe presión por parte de la dirección de las empresas inmobiliarias para invertir en PropTech? La respuesta es unánime: Sí, existe. Somos conscientes que la forma en la que el cliente se acerca a comprar una casa es totalmente distinta a la de años atrás. El cliente tiene una información muy amplia sobre todos los aspectos de la empresa, la vivienda y la competencia. El cliente sabe más de la empresa, que la empresa del cliente.

Otra pregunta que nos planteamos es ¿los millenials quieren hacer lo mismo que hemos hecho nosotros? Invertir y endeudarse durante 25 años con una hipoteca, elegir una casa, un barrio, una ciudad para “toda la vida”... Estamos expectantes por si el efecto materia prima del suelo puede cambiar esta tendencia arraigada en la sociedad española.

Conclusión de todo ello es: **“Hay que convertir el hardware en software”**; pasar de lo físico al servicio. Hay un recorrido muy motivador y disruptivo en PropTech.

El **proptech**, a pesar del boom que estamos experimentando, **no es una burbuja**, sino que **empieza a ser una necesidad**. El sector inmobiliario español se ha quedado atrás en comparación con otros países y otros sectores.

Sobre este asunto también existe unanimidad en las afirmaciones que dicen que una vez pasada la etapa de desconcierto actual, viviremos una segunda etapa en un futuro de 5 a 10 años donde veremos cambios sustanciales. Ejemplos de ello serán hechos como poder alquilar de forma 100% digital, poder ver maquetas vivas, etc.

HOMOGENEIDAD Y ESTANDARIZACIÓN

El target del comprador va a cambiar a medio plazo. En un futuro próximo la próxima generación de compradores de vivienda se enfocará más en el servicio que en la propiedad del ladrillo; conceptos como alquiler, compartir estancias, pagar por consumo, movilidad geográfica, etc. adquirirán mayor valor. La compra de la vivienda se realizará con un objetivo claro de inversión y no tanto para vivir.

En un mundo homogéneo, todo funciona a la perfección, pero a día de hoy, el mercado inmobiliario no es homogéneo. Las **empresas inmobiliarias son artesanas**, no son capaces de estandarizar sus productos, sus viviendas. Cada promoción es distinta. El problema de la homogeneidad es complicado, porque los suelos, barrios, ciudades, no son homogéneos.

De todas formas, esta estandarización ha empezado a llevarse a cabo ya tanto en mercados extranjeros como en otros mercados como el terciario, dando lugar a conceptos que ya están funcionando como: **Coliving y Coworking**.

Uno de los frenos actuales para llegar a la estandarización, y por lo tanto problema importante del mercado residencial, son los plazos de construcción y entrega de las viviendas, que ralentizan considerablemente el avance del Proptech. Tecnología e inmediatez van de la mano.

INNOVACIÓN

La innovación hace posible la diferenciación, y la diferenciación es siempre una oportunidad. A mayor estandarización y menor innovación, menos probabilidad de subsistir.

Los cuatro elementos de Innovación que nos encontramos son:

- **Big Data, Blockchain, Realidad Virtual y Market Places.**

Las empresas que consideramos entrañan un mayor riesgo en esta situación son las Consultoras Inmobiliarias y APIS.

El consumidor ya está preparado. En los últimos años, el 70% de las transacciones de viviendas de segunda mano ya se han realizado sin intermediación de brokers. Ya estamos viendo en el mercado soluciones muy disruptivas (blockchain, criptomoneda, etc.).

¿DÓNDE INVERTIRÍAN NUESTROS EXPERTOS?

Planteamos a nuestros invitados y expertos la siguiente pregunta. Si la decisión de la inversión estuviera exclusivamente en nuestras manos, ¿en cuál de los ámbitos del Proptech invertiríamos?

ÁREAS PROPTECH	INVERSIÓN
Relación con clientes	40%
Producto	30%
Planificación	20%
Construcción	10%
Procesos	0%

Con un 40% de los votos, el área de relación con Clientes es en la que más invertirían nuestros expertos, seguido en un 30% de la inversión en Producto/IOT. Aquellos que determinan que estas áreas serían su foco de inversión lo harían en proyectos relacionados con la desintermediación, mejora de la experiencia de usuario, Soluciones de Realidad Virtual, Big Data o Inteligencia artificial...Entender lo que quiere tu cliente es la disrupción.

La gestión de los procesos es el área más olvidada. El motivo es que en gran número de ocasiones, hay que destruir todo para empezar a construir, y pocas empresas y empresarios están dispuestos a ello; el coste de transformación es muy alto.

CÓMO Y CUÁNDO INVERTIMOS EN PROPTECH

Las empresas quieren focalizar su inversión tecnológica para mejorar la relación con los clientes. La inmediatez y el número de personas que implican en los distintos departamentos son básicos para la venta de los procesos tecnológicos.

La transformación digital está directamente relacionada con la inmediatez para implementarla. En el sector inmobiliario nos encontramos con la dificultad de cambiar ciertas inercias.

Los proveedores de Proptech confirman que la respuesta por parte del sector varía muchísimo en función del interlocutor a los que se les presentan las distintas propuestas. Las empresas y empresarios jóvenes, son mucho más receptivos en general que los empresarios con una larga trayectoria en el sector.

¿La clave del éxito en Proptech? Aunar experiencia y transformación digital: ***“Aunar las canas con las ganas”***

TENDENCIA DEL CAMBIO

Empezamos a visualizar la integración de la experiencia con los perfiles más rompedores. Los empresarios que quieren afrontar un cambio de transformación digital completo serían un

20% del sector. Otro 20% adicional reacciona por miedo o por inercia. El resto que apuesta por el cambio, lo hace por sinergias.

Apreciamos cómo las startups hablan otro idioma, poco empresarial y muy sentimental. Por eso es importante la labor de los “traductores” y conseguir un lenguaje y proyectos comunes.

En un futuro muy próximo, los siguientes 2-3 años, vamos a vivir gran cantidad de propuestas e ideas disruptivas y transformadoras en el sector inmobiliario. Sólo un pequeño porcentaje (10-15%) de estas empresas, verán sus proyectos hechos realidad, pero éstos serán los que van a cambiar definitivamente el sector.

Como conclusión final, se establece la idea que los empresarios deben asumir que el primer cambio debe realizarse en los procesos. La prioridad es por lo tanto cambiar los procesos y transformar a nuestra gente. La demanda está en el cliente, que va a ser el que provoque la mejora de los procesos. Es en este ámbito, es donde **Prinex**, está poniendo el foco a través de las soluciones empresariales que está ofreciendo, para optimizar la gestión, la productividad y los procesos de las empresas inmobiliarias, **y liderar la necesaria transformación digital del sector y universalizar la tecnología.**