Empresa

Ignacio Martínez-Avial (A. Newman): “Las ‘proptech’ sin ‘know how’ inmobiliario no sobrevivirán”

El *proptech* es un negocio que ha movido más de 22 millones de euros en España en lo que va de año y que emplea ya a más de 3.000 personas.

C. Pareja
28 jul 2017 - 04:57

Ignacio Martínez-Avial es director general de desarrollo de negocio corporativo de **Aguirre Newman** y, desde hace casi medio año, también es el responsable de liderar el lanzamiento de **Aguirre Newman Digital**. Para el directivo, las *proptech* son el futuro del negocio inmobiliario, aunque “eso no quiere decir que todas las empresas vayan a ser digitales, sino digitalizadas”. Según señala el ejecutivo, el *proptech* es un negocio que ha movido más de 22 millones de euros en España en lo que va de año y que emplea ya a más de 3.000 personas.

https://www.ejeprime.com/empresa/ignacio-martinez-avial-a-newman-las-proptech-sin-know-how-inmobiliario-no-sobreviviran

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Pregunta: Ya han pasado casi seis meses desde que Aguirre Newman apostara por el negocio de las *proptech*. ¿Cuál es su valoración?

Repuesta: Muy positiva. Creo que había un primer objetivo, que era poner en el mapa un sector que no existía como tal en España. Había una serie de iniciativas, pero que no eran constantes dentro del sector. Ahora se ha formado una industria y se ha convertido en un tema muy importante que tiene fuerza y que está experimentando una transformación de la manera de operar y funcionar en el negocio inmobiliario. Nosotros mostramos nuestro interés en abanderar ese cambio y se ha convertido en una realidad. La tecnología está entrando en todos los sectores y el nuestro no iba a ser una excepción.

P.: Han comenzado a invertir en este tipo de empresas, siendo Lemonkey la primera incursión en este negocio. ¿Cómo está siendo la experiencia?

R.: Dentro del abanderamiento del sector de las *proptech*, la inversión era un pilar en el que debía sustentarse todo. No ver los toros desde la barrera, sino estar en la plaza y aprender. La experiencia está siendo buena, se está abriendo una ventana que nos enseña formas diferentes de hacer lo mismo.

P.: ¿Se lanzarán nuevas compañía de la mano de Aguirre Newman?

R.: Sí, pero no tenemos un número de cuántas serán. Se trata de que las inversiones respondan a un criterio de interés estratégico de la compañía. Es una inversión, y debe ser atractiva y selectiva. Una combinación perfecta entre madurez, modelo de negocio, cómo encaja en el sector en ese momento...

P.: El negocio de la consultoría inmobiliaria es quizá el que menos está notando la incursión de empresas tecnológicas en su territorio. ¿Podría surgir una empresa nativa digital especializada en la consultoría?

R.: No es del todo así. Están apareciendo nuevos actores que vienen a hacer lo mismo que se hace de manera física de manera virtual. Con la consultoría pasa lo mismo, pero desde el punto de vista de procesos. La valoración, por ejemplo, es uno de los pilares de la consultoría, pero ya hay plataformas online que lo hacen. Todo depende de lo que quiera el cliente. Es como un capitulo independiente. La labor de una consultora es una locura: hay cuarenta departamentos distintos y en muchas partes de nuestra cadena de valor sí que pueden estar surgiendo empresas digitales que sean competencia, pero no en un completo. Es algo a lo que tenemos que estar atentos para incorporar estas soluciones a nuestro día a día.

Hay que saber convertir el 'big data' en 'smart data'

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

P.: Muchas compañías tradicionales tildan de intrusismo la entrada de empresas tecnológicas en el territorio de las agencias inmobiliarias, por ejemplo. ¿Qué opina?
R.: Cuando un negocio funciona es porque responde a una necesidad. Si aparecen inmobiliarias online que comercializan un tipo de activo y funciona, es que es necesaria. Es como la prensa online y o en papel, hay un público para todo. No estoy de acuerdo en que sea intrusismo.

P.: ¿Las empresas *proptech* son empresa de *big data*? ¿Cómo es de importante?
R.: Dependiendo de cada empresa y del negocio. Puede tener más o menos importancia, pero cualquier empresa que surge ahora, donde el uso de la tecnología es la clave, se basa en *big data*. Para que un negocio funcione, la información es necesaria. Se habla mucho de *big data*, pero primero hay que saber extraer los datos, analizarlos y sacar conclusiones. Pasar del *big data* al *smart data* es lo valioso. Todas las compañías del mundo son conscientes de que lo más valioso que tienen es la información de sus clientes, pero ¿cuántas compañías han sabido utilizar esa información?

P.: Ya hay 130 compañías *proptech* en España. ¿En qué punto de maduración está el país en cuanto a este tipo de empresas?
R.: Está mucho menos maduro que en países como Estados Unidos o Reino Unido. Está empezando, pero con mucha fuerza. Es un tema de competitividad. Estas compañías tienen un componente tecnológico que aporta valor al sector inmobiliario. Muchas empresas contratan estas tecnologías y ahí es donde entra la competitividad en juego: muchas empresas más analógicas se están diferenciando del resto gracias a estas tecnologías. Son herramientas que están ofreciendo estas *proptech* para cambiar la manera de trabajar en una empresa que era cero tecnológica. Si se colabora, se crecerá de manera exponencial. El potencial de crecimiento es enorme.

Lo importante para diferenciarse en el inmobiliario será la personalización

P.: ¿Cree que llegará el día en que sean más las empresas tecnológicas especializadas en el negocio inmobiliario que las tradicionales?
R.: Queda muy bien hablar de tecnología, pero no nos olvidamos que el *know how* en este sector es clave. Empresas 100% tecnológicas especializadas en inmobiliario, pero que no tenga *know how* inmobiliario, no sobrevivirán. El futuro es de las empresas que se conviertan en tecnológicas gracias a las herramientas de los *proptech*.

P.: ¿Podría crearse una promotora inmobiliaria que operase por completo en la Red?
R.: No me atrevo a decir hasta donde vamos a llegar, pero las grandes promotoras como Neinor Homes comparten un mensaje: lo importante para diferenciarse es la

https://www.ejeprime.com/empresa/ignacio-martinez-avial-a-newman-las-proptech-sin-know-how-inmobiliario-no-sobreviviran

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

industrialización, productos hechos a medida para el usuario. Muchos procesos deben virtualizarse, estoy totalmente de acuerdo. Antes se compraba sobre plano, y ahora te hacen una visita con realidad virtual. Se aprecia la transformación.

https://www.ejeprime.com/empresa/ignacio-martinez-avial-a-newman-las-proptech-sin-know-how-inmobiliario-no-sobreviviran

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.