
Empresa

Javier Sierra (ReMax): “En Estados Unidos se ve el valor añadido que da el agente; aquí aún cuesta”

El directivo asegura haber capeado la crisis económica con dignidad: “fue un buen momento para ReMax en España, ya que hubo una limpieza y el profesional que se quedó quiso reciclarse”.

C. Pareja
23 nov 2017 - 04:57



Javier Sierra es el presidente de ReMax en España. Lo primero que desprende Sierra en una conversación es el entusiasmo de pertenecer a una empresa estadounidense: “saben hacer bien las cosas”, asegura el directivo. “Es un mercado del que aún nos queda mucho que aprender, donde el agente está profesionalizado y es importante en el proceso de la venta de una vivienda”, sostiene. El directivo asegura haber capeado la crisis económica con dignidad: “fue un buen momento para ReMax en España, ya que hubo una limpieza y el profesional que se quedó quiso reciclarse”. El ejecutivo, no obstante, no ve todo el reciclaje con el mismo entusiasmo: “las *proptech* convivirán con nosotros, pero no van a eliminar del mapa a la agencia”, concluye.

1 / 4

<https://www.ejeprime.com/empresa/javier-sierra-remax-en-estados-unidos-se-ve-el-valor-anadido-que-da-el-agente-aqui-aun-cuesta>

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: Remax es uno de los líderes en la venta de propiedades en Estados Unidos. ¿Cuáles son sus similitudes con España?

Respuesta: Los mercados inmobiliarios funcionan del mismo modo en todos los lados. La diferencia fundamental es que en Estados Unidos está mucho más desarrollado y avanzado. En España todo ha ido evolucionando y acercándose al modelo norteamericano, pero aún queda mucho por hacer. Además de las diferencias estructurales: una de las cosas que más me sorprendió del mercado estadounidense es que de todas las casas que se venden al año, el 80% eran de segunda mano, mientras que, entonces, en España, era totalmente al revés. Hasta los noventa, lo que más se vendía era obra nueva. Luego se equilibró, y en los 2000, el 50% era obra nueva y la otra mitad, segunda mano. En este ciclo inmobiliario en España pasará lo mismo que en Estados Unidos, siendo la mayoría de venta segunda mano: en estos últimos cuatro años, el 10% sólo ha sido obra nueva. Podrá llegar al 30% en este ciclo, pero no mucho más.

P.: ¿Y en cuanto al consumidor?

R.: Cuando trajimos ReMax a España, la gente no se cambiaba de casa. Ahora el mercado inmobiliario ha avanzado mucho. Cuando empieza a haber un mercado de segunda mano, empiezan a desarrollarse más agencias inmobiliarias y es ahí donde toma protagonismo ReMax. En Estados Unidos todo el mundo vendía su casa a través de un profesional, y esto es algo que ya se está asentado en España. Allí se ve el valor añadido del agente.

P.: ¿El modelo de negocio de ReMax es igual en Estados Unidos que en España?

R.: Sí, pero la manera de operar es distinto. En EEUU todos los inmobiliarios cooperan. Hay bolsas de activos inmobiliarios (MLS) a las que todos tienen acceso. Así, en Estados Unidos escoges al agente que quieres que te ayude. Esta es una de las principales características. El mercado es mucho más líquido y eficiente. Además, el agente inmobiliario en Estados Unidos trabaja a largo plazo, siendo su máximo objetivo dejar al cliente satisfecho para que vuelva cuando quiera cambiar de casa de nuevo. En España el trabajo del agente inmobiliario es un poco más demencial, más aquí te pillo aquí te mato.

P.: ¿Cuáles son las principales diferencias a la hora de vender una propiedad en España o en Estados Unidos?

R.: Es más sencillo en Estados Unidos porque la industria está más avanzada y hay más transparencia. En cuanto a impuestos, en España la vivienda está muy gravada. En cuanto a trámites, es un poco más exigente Estados Unidos, porque piden auditorías, estudios, pero es más rápido.

“En Estados Unidos, el mercado inmobiliario residencial está mucho más desarrollado”

P.: El primer mercado europeo en el que desembarcó Remax, en 1994, fue España. ¿Por qué?

R.: Por casualidad, realmente. Nosotros nos interesamos por comprar la franquicia y negociamos con el encargado de la marca en Europa, que por ese momento no habían cerrado ningún acuerdo.

P.: ¿Cómo ha evolucionado vuestro negocio en España?

R.: Cuando me preguntan por qué compramos ReMax para el mercado español les digo que por equivocación (ríe). No tenía experiencia, ya que hasta entonces había trabajado en temas industriales y soy matemático de formación, aunque mi familia siempre se había dedicado al inmobiliario. En aquel momento, el modelo de ReMax no estaba hecho para España, y cualquiera que supiera del negocio lo sabía. Pero como yo no, pues me lancé. Trabajos en exclusiva, cooperación... eran palabras que no entendían los agentes de entonces. La agencias en los noventa nos veían como un marciano. Lo nuestro era hacer un hospital más que una consulta de un médico, y ha costado que el mercado lo entienda. Aun así, continuamos siendo los raros.

P.: ¿Cómo impactó la crisis económica en el desarrollo de vuestro negocio en España?

R.: Para el mercado fue terrible y muchas franquicias inmobiliarias cerraron. Nosotros sufrimos, pero al mismo tiempo el cambio de cultura nos ayudó a implantar nuestro modelo. Los agentes más tradicionales empezaron a ver que su modelo estaba obsoleto. Nosotros entre 2007 y 2013 recibimos mucho *feedback* de conversiones, de *apis* tradicionales a ReMax.

P.: ¿Y en el mundo?

R.: Estados Unidos tuvo que hacer frente a una crisis fuerte, pero Canadá no, por ejemplo. En Europa hubo en regiones que desaparecimos: Inglaterra u Holanda, por ejemplo. La crisis en algunos países tuvo un carácter puramente inmobiliario, en otros fue más financiera...

“Las proptech son una digitalización del sector,

pero no una revolución”

P.: En el último año, el sector inmobiliario está presenciando una revolución tecnológica. ¿Qué opina del ‘proptech’?

R.: Es un tema interesante. La tecnología ha impactado en todos los sectores, y en inmobiliaria ha ayudado mucho. Algo tan simple como un teléfono móvil lo ha revolucionado todo. Las proptech, por ejemplo, es una digitalización del sector, pero no es una revolución. Internet sí que ha sido una revolución. Hay dos extremos, los que piensan que lo va a cambiar todo, y los que dicen que en este negocio, el humano es fundamental. Yo no compraría una casa sin verla, y como yo el 99% de los consumidores de vivienda. Un agente está para resolver problemas, y los problemas en la compra de una vivienda siempre están ahí.

P.: Hay una gran cantidad de *proptech* que están actuando de agencias inmobiliarias, reduciendo comisiones y gestiones al mínimo. ¿Cómo actuará Remax para plantarles cara?

R.: La tecnología permitirá hacer trámites de manera mucho más eficiente, pero no creemos que se vaya a dejar de necesitar al bróker inmobiliario. Ryanair, por ejemplo, obligó a todas las compañías a reducir su precio, pero no hizo que desapareciera Iberia. Hará que tengamos que invertir más en tecnología, en sistemas de valoración, en poder facilitar la visita a los clientes, pero no nos destruirá. En cuanto a agencias virtuales: habrá un mercado para ese tipo de modelo de negocio, pero no es lo que quieren todos los clientes que desean vender o comprar una vivienda. Eso sí, la agencia inmobiliaria que está esperando que alguien entre por la puerta y le pregunte por una casa, sí que morirá. El resto no.