
Mercado

Samuel Población (Cbre): “El ‘ecommerce’ es imparable y el futuro pasa por comprar casas online”

Samuel Población, director nacional de residencial y suelo de la compañía, asegura que el negocio digital es imparable, si bien España “está a la cabeza como uno de los países pioneros en cuanto a innovación en el sector”.

C. Pareja
3 may 2018 - 04:55



Que la tecnología está irrumpiendo en todos los sectores y modificando sus procesos es un hecho. El *real estate* está, poco a poco, adaptándose a estas nuevas tendencias, que tienen al digital como protagonista. Una de las últimas en sumarse ha sido la rama residencial de consultora inmobiliaria Cbre, que ya permite hacer la reserva de un piso online. Samuel Población, director nacional de residencial y suelo de la compañía, asegura que el negocio digital es imparable, si bien España “está a la cabeza como uno de los países pioneros en cuanto a innovación en el sector”.

Pregunta: El residencial español es uno de los negocios que más de cerca están mirando los fondos internacionales. ¿Por qué?

Respuesta: Están mirando al sector residencial porque consideran que es una buena opción en cuanto a oportunidades de inversión. Existen otros negocios del inmobiliario que tienen menos recorrido en este momento del ciclo, pero el residencial no está en este grupo, aún le quedan unos cinco años de atractivo.

P.: En el inmobiliario se habla de ciclos. ¿En qué momento está el residencial?

R.: No pensamos que el residencial vaya a sufrir una crisis o un ciclo recesivo como el que se dio en la anterior época, simplemente porque no se darán razones. Antes de la crisis había mucha oferta y excesiva financiación, mientras que en los próximos años la capacidad de producción estará limitada y los bancos solo financian a gente con la suficiente capacidad económica, por eso se descarta una burbuja. Partíamos de unos niveles ínfimos, y los tres últimos años se han recuperado, sobre todo en grandes capitales.

P.: ¿Cuál es la principal diferencia del negocio residencial de ahora y del de antes de la crisis?

R.: La principal es la orientación al cliente por parte de los productores y la segunda es la enorme capitalización que tienen los promotores actuales. Los recursos propios son muy elevados, con capital extranjero, y en aquellos casos en los que el capital es español, tienen recursos propios importantes e incluso algunas cotizan en bolsa.

P.: ¿La profesionalización ha sido una de las claves del cambio?

R.: Sí, pero antes también había buenos profesionales. Con la entrada de capital extranjero ha habido una simbiosis entre el *expertise* del promotor, y la de los fondos de inversión y maquinaria financiera ha sido un tándem ganador.

P.: Hablando de cambios, la tecnología ha irrumpido en el negocio en el último año. ¿Cómo habéis hecho frente a estas nuevas formas de negocio desde Cbre?

R.: Ya llevamos tiempo apostando por las nuevas tecnologías y la digitalización de la compañía. Al ser una multinacional, nos vemos respaldados en estas nuevas áreas de negocio. España ha sido uno de los pioneros en la implantación de este tipo de nuevas soluciones en el negocio inmobiliario. Tenemos claro que la digitalización no es una opción, sino una necesidad. El *player* que no se sume al cambio tendrá dificultades

para continuar con su actividad.

P.: Han creado una plataforma permite hacer la reserva de una vivienda a través de Internet en 10 minutos...

R.: Permitimos al cliente hacer la reserva online y en los próximos meses, hasta el contrato. La escritura pública de compraventa de momento es más difícil, por el tema de que se requiere de la presencia física, pero ya se está trabajando con el Colegio De Notarios para poder avanzar en este aspecto. La idea es que todo se pueda hacer vía online en los próximos años.

P.: ¿Llegará el día que se pueda comprar una casa por Internet?

R.: Sí, al final son tendencias que no se pueden parar. Tardará más o menos, pero se podrá. Ya puedes firmar un crédito por Internet, contratar un seguro o comprar un coche, ¿por qué no puede llegar al residencial? No obstante, todo dependerá del usuario, ya que en este caso, el online no es excluyente o sustitutivo, sino un complemento. No deja de ser una de las decisiones más importantes de una familia en su vida, por lo que hay que darles facilidades y todo tipo de opciones.

P.: La realidad virtual tendrá un gran papel en estos casos...

R.: Absolutamente. Nosotros estamos desarrollando herramientas de realidad aumentada y *gamificación*. Puedes modificar calidades, acabados, puedes ver las vistas de la vivienda... Permite que el usuario se haga una idea al 100%.

P.: Amazon, ¿amigo o enemigo del 'real estate'?

R.: Amazon es una plataforma de compraventa de todo. Ellos todavía no están reservando viviendas como tal en su plataforma, pero no descarto que puedan hacerlo en un futuro. No se cómo puede evolucionar el negocio de un gigante de estas características, la verdad.