



Antonio Pablo-Romero, Ana Ramos, Javier Martín Banderas y Juan Manuel Castaño, en una de las mesas de debate previas a la celebración del salón Welcome

## Innovación en la construcción residencial

# La digitalización avanza en el sector inmobiliario por la demanda social

► Se imponen nuevas normas en un negocio en el que los compradores cada vez quieren tener mayor poder de decisión

ELISA NAVAS  
SEVILLA

Un proceso de venta en el que el promotor es capaz de recoger y adaptar parcialmente el edificio a los gustos de los futuros propietarios; un sistema para el diseño arquitectónico en el que todo está di-

gitalizado y se realiza en espacios muy cortos de tiempo para adelantar la llegada al mercado de un proyecto; sistemas de valoración de pisos que cruzan múltiples datos utilizando el Big Data (añadiendo a los del catastro otros como el precio de las últimas ventas en la zona o el análisis de las dotaciones del barrio); y métodos de edificación que reducen drásticamente el consumo energéti-

co de los inmuebles. Las nuevas tecnologías también se abren hueco en el sector inmobiliario impulsadas, por un lado, por la demanda de los clientes, especialmente los más jóvenes (de hecho, ha crecido de forma espectacular la búsqueda de pisos a través del móvil). Y por otro lado, de la mano de las propias empresas, que quieren mantener los márgenes de este negocio generando procesos más eficientes para que el precio final sea atractivo. Esta y otras reflexiones se pusieron de manifiesto en la Mesa «Digitalización y nuevas tecnologías en el sector», celebrada en la Casa de ABC de Sevilla e incluida en los actos de Welcome Home, Salón Inmobiliario (que tendrá lugar los próxi-

mos 3 y 4 de marzo en el hotel NH Collection).

Cuatro fueron los participantes a la misma: Ana Ramos, directora de marketing y comunicación de la promotora Neinor Homes; Antonio Pablo-Romero, consejero delegado de Krata, Sociedad de Tasación; Javier Martín Banderas, cofundador de Atlántica Platform y Juan Manuel Castaño, director de la IX Conferencia nacional de Passivhaus, que explicaron sus respectivas experiencias a la hora de aplicar las nuevas herramientas tecnológicas en sus respectivos trabajos.

Todos estuvieron de acuerdo en que las nuevas tecnologías requieren para su aplicación de un cambio «so-



Home

FOTOS: RAÚL DOBLADO

Una senda en la que cree al «cien por cien» Ana Ramos. Explicó que el sector debe dirigirse al cliente «de forma distinta a como se hacía antes». A su juicio, desde Neinor Homes se compartimenta al cliente para darle el producto que precisa «y ese ofrecimiento se hace on line, no a través del buzono». Es preciso «digitalizar toda la cadena de valor, no basta con visualizar una vivienda con unas gafas, cosa que sin duda ayuda, sino que hay que empezar antes la fase de digitalización del proceso» de venta.

Y sobre la importancia de lo digital informó de que en el último trimestre del pasado año, se incrementó un 12% la búsqueda de vivienda a través de la Red. De este porcentaje, un 53% realizó la indagación mediante el móvil, «lo que pone de manifiesto la forma en el que el cliente quiere encontrarnos. No tenemos más remedio que adaptarnos porque el éxito de la página web de una empresa es el éxito de la propia empresa».

### Diseño de ciudades

También un paso más allá en este camino es el que hace Martín Banderas desde Atlántica, una de cuyas tareas es «identificar el mercado de nuevas ciudades, las que aún no se han hecho». Así, su objetivo se centra en países en vías de desarrollo «porque desde ahora a 2030 habrá un éxodo de 1.500 millones de personas en el mundo que emigrarán del campo a estas nuevas ciudades».

Partiendo de esta base, el diseño constructivo «no se puede realizar como antes, por lo que hemos desarrollado una herramienta tecnológica propia para la automatización del diseño de las ciudades». Ello le supone un importante ahorro de costes y anticiparse a la competencia en una metodología que implica a todos los agentes de la construcción.

Esta tecnología les ha permitido levantar en Moscú 5.500 viviendas a un tiempo y en Kenia otras 2.500 ya entregadas. No obstante, Martín Banderas matiza que se huye de la «aparición repetitiva en la edificación» a pesar de que se trate de un proceso estandarizado.

Hasta la fecha, Atlántica ha invertido 750.000 euros en nuevas tecnologías y está presentes ya en Marruecos, Rusia y Kenia. Y este testigo de visión a largo plazo lo coge también Juan Manuel Castaño, para quien la actividad constructora debe ser más sostenible en el siglo XXI, reduciendo sus altas emisiones de CO2. ¿Y cómo hacerlo de forma más sencilla? A su juicio, «usando herramientas digitales».

### Hacia el consumo cero

Desde la Plataforma de Edificación Passivhaus, de la que es vocal en su junta directiva, se fomentan los llamados «edificios pasivos», es decir, aquellos que ahorran energía y que combinan el confort con un consumo energético muy bajo, que él rebajó a «casi nulo». Y como ejemplo citó

cial y empresarial» y que tienen que ser las propias compañías las que deben de adelantarse a los cambios del mercado, para lo cual es imprescindible destinar partidas económicas para digitalizarse.

### El comprador manda

Una digitalización que aporta datos a gran escala –los big data– pero que luego hay que convertirlos en información relevante para la empresa. Un no parar de innovar para dar respuesta a un mundo en constante evolución, donde lo primero es la demanda –lo que quiere el cliente– y luego y en función de ella concretar la oferta.

«El público que viene nos pondrá las pibas», sentenció Pablo-Romero, consciente de que actualmente hay una brecha digital entre los mayores de 50 años y el resto, «especialmente los jóvenes menores de 30 años que desechan el papel y apuestan por lo digital y creo que vamos tarde en este camino», avisó. Pablo-Romero es uno de los impulsores de PrecioViviendas.com, que digitaliza el proceso de valoración.



### Un negocio que se adapta a los tiempos

ANA RAMOS  
 DIRECTORA DE MK DE NEINOR

«El sector se debe dirigir al cliente de forma distinta a como lo ha hecho hasta ahora, y para ello el móvil es un canal imprescindible»



ANTONIO PABLO-ROMERO  
 CEO DE KRATA

«En procesos como la tasación, la valoración de una vivienda ya podemos hacerla de forma digital en una plataforma con datos del catastro y otras muchas variables»



JUAN MANUEL CASTAÑO  
 DIRECTOR DE LA IX  
 CONFERENCIA NACIONAL  
 DE PASSIVHAUS

«La digitalización tiene un amplio campo en el que expandirse, como el control de calidad de las construcciones»



JAVIER MARTÍN BANDERAS  
 COFUNDADOR DE  
 ATLÁNTICA

«Los inversores quieren que el negocio inmobiliario tenga un margen razonable, y eso exige eficiencia»



de una vivienda de 100 metros cuadrados «donde podemos conseguir que el gasto en energía sea de poco más de 100 euros al año, y donde el confort está garantizado».

Un sistema ya en uso en buena parte de Europa, dado que la legislación obliga a que los edificios sean herméticos hacia el exterior y que, sin embargo, está costando trabajo introducir en España, a pesar de que la normativa nacional es también clara.

Castaño apostó asimismo por llevar la digitalización al control de calidad en la construcción, «porque te permitiría ver la trazabilidad de los materiales con los que se ha construido». Martín Banderas, por su parte, no dudó al asegurar que lo digital «penetrará a martillazos» en el sector inmobiliario. No obstante, recordó que si no se había avanzado más en este campo era porque se venía de los años del estallido de la burbuja «cuando no había falta nada de esto, como tampoco se invertía en la mejora de los procesos de diseño».

Esta última década «ha destrozado al sector porque solo se podía pensar en pagar las deudas contraídas y no en digitalizar el trabajo», argumentó. No obstante, señaló que a partir de ahora la única forma de que los retornos de los fondos de inversión se materialicen «vienen por mejorar los procesos constructivos, mediante el conocimiento y la eficiencia».

### Experiencia

En cualquier caso, España tiene un gran punto a su favor para adaptar las nuevas tecnologías al mundo de la construcción residencial. Tal como recuerda Javier Martín Banderas, hay una generación de profesionales que adquirió una enorme experiencia en los años de auge del sector. Hay un buen conocimiento técnico, algo fundamental para adaptar ahora este «saber hacer» a las nuevas tendencias.

Por otra parte, Antonio Pablo-Romero puso al dedo en la llaga al señalar que no todo puede circunscribirse al ámbito digital. Así, destacó que a la hora de tasar una vivienda «no todo el mundo se fía de lo que publican los portales inmobiliarios», añadiendo que para hacer la valoración de un inmueble «es necesario visitarlo físicamente y ahí entra el criterio del profesional».

Pero la tecnología ayudará a detectar antes cuáles son las tendencias del mercado. En los últimos tiempos se está volviendo a la demanda de viviendas más grandes, de tres y cuatro dormitorios, un cambio al que los promotores deben adaptarse con rapidez si quieren vender. Coincide en esta apreciación con lo expuesto por Ana Ramos, en el sentido de que hay que construir cuando se conocen las necesidades de los clientes.

**Nueva etapa**  
 La digitalización de los procesos aporta ahorro de costes y aumenta la eficiencia

**Expansión**  
 Crece el número de clientes que buscan una vivienda a través del móvil