



TENDENCIAS DEL
marketing
Proptech





Tendencias del Marketing Proptech

Se conoce como Proptech a la práctica de incorporar y combinar la tecnología con el sector inmobiliario, en una acción por hacer más eficiente los procesos administrativos para propietarios y constructores, y efectuar un mejor análisis para los compradores e inquilinos.

En un campo altamente competitivo las estrategias de marketing están enfocadas en el posicionamiento de la industria, de esta forma se consigue profundizar en las demandas de cada uno de los usuarios y, por consiguiente, brindar un mejor servicio.

El marketing en la era moderna se caracteriza por implementar de forma efectiva las herramientas digitales creando una estrategia innovadora y accesible para todas las personas. En los últimos años el Proptech ha tomado ventaja frente a otras industrias precisamente por el uso de las nuevas tecnologías.

La era 3.0 del marketing orientado al Proptech

El uso de nuevas herramientas de marketing se ha proyectado hacia la industria del Proptech, consolidándose como la mejor forma de entablar una conexión más directa entre las partes interesadas. Partiendo de esto, a medida que la evolución tecnológica avanza,

también lo hace en conjunto con el sector inmobiliario, quien debe adaptar sus estrategias hacia un enfoque más acertado.

Entre las tendencias más destacables del marketing en la industria del Proptech tenemos:

1. Machine learning

El Machine Learning es la forma que tiene un programa de computadora para «aprender» conforme avanza, en un proceso que involucra grandes cantidades de información. Es el punto focal de la Inteligencia Artificial, y hoy en día se usa en plataformas que buscan un seguimiento activo de sus usuarios.

En conjunto con el Big Data, el Machine Learning figura como una tecnología que apunta a establecer una mayor comprensión de los gustos y preferencias de los individuos. De esta manera, se puede mostrar a determinada persona distintas opciones de acuerdo a lo que buscan.

En la parte inmobiliaria esto significa la muestra de casas, apartamentos, edificios y demás inmuebles en función con las características propias de cada persona. Así, tanto las empresas como los usuarios ahorran tiempo y dinero al mostrar las opciones que más se adecuen.

2. Tecnología 5G

La creciente expansión de la conectividad 5G en las grandes ciudades significa la mejora de las conexiones, y no solamente a internet, sino la transferencia masiva y veloz de gran volumen de datos de información. Los edificios *Smart* deben adecuar sus instalaciones para este tipo de recepción, inmuebles como casas domóticas tienen que adaptarse a esta nueva red.

Asimismo, en un edificio con tecnologías sismorresistentes con detección de temblores, por ejemplo, la transmisión de la alerta se

efectúa con más velocidad, algo que en la seguridad es muy importante. Además, el auge de convertir edificios en inteligentes trae como consecuencia la creación de grandes ecosistemas de interconectividad. Esto tendrá un gran impacto en las grandes ciudades.

3. Space as a service

Esta tendencia, más que una tecnología, es una forma de adecuar los espacios de un inmueble hacia la productividad de una empresa. Por ejemplo, una empresa de redacción tendría espacios diferentes a una que se encargue de la creación de programas web, o bien, una compañía de telecomunicaciones.

Es precisamente esta diferencia un problema a la hora de buscar un espacio idóneo para nuestra empresa, por ello, se concibe el *space as a service* como una tendencia que busca crear y moldear los espacios en pro de los servicios que preste determinada industria, lo que se traduce en una mejor y mayor productividad.

4. Market places o tiendas de inmuebles

Algo que se ha venido haciendo desde hace mucho tiempo y que ahora mismo es una de las grandes formas de comprar o vender una propiedad. Se trata de tiendas en línea que recopilan en un compendio todos los inmuebles como casas, edificios, locales comerciales, etc., y los filtra de acuerdo a los requerimientos del usuario, sean estos: ubicación, precio, empresa, usos, entre otros.

5. Publicidad con transparencia

Mucho se ha hablado acerca de las opciones de privacidad, pero es sabido que las grandes empresas como Facebook obtienen sus mayores ingresos a través de la publicidad en línea. Sin embargo, una mejor comprensión del usuario permitiría una muestra de publicidad más adaptada a su personalidad.

Esta tendencia se enfoca en mostrar a los usuarios por medio de la web artículos publicitarios no invasivos y acordes con las verdaderas intenciones de la persona. Uno de los retos está en preparar a las empresas para aumentar su creatividad en la creación de estas campañas publicitarias, en un intento por llegar más fielmente a las personas.

El Proptech como integración entre tecnología y urbanismo

La competencia por el espacio es cada día más fuerte, el ser humano vio hace años la posibilidad de construir hogares de forma vertical y hoy en día tenemos los grandes edificios y rascacielos. La falta de espacio terrestre nos ha llevado a profundizar y colonizar los mares, creando islas artificiales con asombrosa eficiencia.

Es sabido que la comunidad urbana actual es muy diferente comparada con años atrás, y es que, aparte de construir edificios más altos, también los hacemos mucho más sofisticados, con excelente tecnología y contruidos con materiales muy resistentes. Pero, ¿es este avance el principio de la evolución del urbanismo hacia otra forma de construir?

Tecnologías como la impresión 3D, llevada a gran escala, puede significar la creación de una vivienda en tan solo horas. La integración de sistemas de red vinculados a sensores de sismos prevén situaciones adversas con segundos y hasta minutos de anticipación, un



tiempo que podría parecer insignificante, pero que puede llegar a marcar la diferencia.

La construcción, así como el sector inmobiliario, está ampliamente influenciada por la tecnología. Herramientas y máquinas, pero también redes y circuitos forman parte de los hogares en muchas ciudades del mundo. Esto es, con seguridad, el inicio de una nueva era en la construcción y el marketing que trae consigo innumerables beneficios para la población en general.

Si bien muchas de las tecnologías actuales son emergentes y buscan su puesto en un mercado altamente competitivo la gran mayoría tiene aspectos que se enfocan y se acoplan muy bien al sector del PropTech.