

“Más servicios, más sectores y expansión internacional”

Entrevista a Roberto Rey, CEO y presidente de Grupo Gloval, sobre el crecimiento de la compañía a través de sus últimas adquisiciones y su mayor presencia a nivel internacional.

La ampliación de su cartera de servicios, dirigirse a más sectores y la expansión internacional son los tres pilares fundamentales de Gloval. Roberto Rey, CEO y presidente del Grupo, explica las líneas de negocio de la compañía.

Metros²: ¿Cuál ha sido el balance de la compañía en el primer semestre del año?

Roberto Rey: El principal hito de este primer semestre ha sido la culminación del proceso de integración de Ibertasa, Valtecnic y VTH en nuestra unidad de negocio de valoración: Gloval Valuation. Ha sido un proceso complejo pero imprescindible para presentarnos al mercado bajo nuestra nueva arquitectura de marca, y no habría sido posible completarlo a tiempo y con éxito sin el trabajo y compromiso de todo el equipo de Gloval.

En esta primera mitad de año hemos dado también pasos decisivos en nuestra apuesta por la tecnología mediante la incorporación de Carlos Gómez como director de nuestra unidad de negocio Gloval Analytics. Con carácter más reciente, hemos lanzado también una nueva área de valoraciones RICS que ya brinda un apoyo transversal a todas las unidades de negocio de Gloval, como respuesta a la demanda creciente de este tipo de valoraciones. A nivel de negocio, estamos satisfechos con nuestro desempeño, que nos consolida como un líder nacional en el ámbito de la valoración y como una firma de referencia en nuestros otros ámbitos de actividad, como el de la ingeniería o el de la consultoría inmobiliaria. La apuesta por nuevos segmentos de negocio también está empezando a dar sus frutos, y, en la primera mitad del año, Prime Yield, la compañía que adquirimos para reforzar nuestros servicios de valoración y consultoría para fondos de inversión, ha asesorado operaciones por valor de 8.790 millones de euros y nos ha permitido expandir nuestra huella internacional a Portugal, Grecia, Brasil, Cabo Verde, Angola o Mozambique.

Metros²: ¿Qué previsiones tienen para el resto del año?

R.R.: En lo que resta de 2019 vamos a centrarnos sobre todo en seguir mejorando nuestros estándares de calidad de servicio. Además, seguiremos avanzando en la triple dirección a la que apunta nuestro plan estratégico: la de la ampliación de nuestra cartera de servicios, la de dirigimos a cada vez más

sectores y perfiles de clientes, y la de seguir expandiéndonos internacionalmente. Para conseguirlo, no descartamos llevar a cabo alguna adquisición que nos permita incorporar nuevas capacidades, reforzar nuestra propuesta de valor a determinados sectores o bien contar con presencia en nuevos mercados, especialmente europeos o latinoamericanos.

Metros²: ¿Cuáles han sido los encargos más importantes que han tenido y el perfil de sus clientes?

R.R.: Respecto a la incorporación de nuevas áreas, nuestras actuales estrategias de crecimiento orgánico e inorgánico están orientadas sobre todo a desarrollar nuevos servicios dentro de nuestras unidades de negocio preexistentes. Creemos por lo tanto que todavía podemos innovar y desarrollar servicios incrementales en valoración, ingeniería y consultoría inmobiliaria, y, sobre todo, en nuestra área de análisis de datos.

Metros²: ¿Cómo se están dividiendo las tasaciones en esta primera mitad del año?

R.R.: Durante el primer semestre del año hemos seguido con una distribución de nuestras valoraciones similar a la de ejercicios anteriores. Las de tipo hipotecario superan el 50% del total, las que realizamos para bancos se sitúan en alrededor del 40%, y las restantes van dirigidas a empresas y particulares.

Metros²: ¿Se están impulsando los servicios en el mercado terciario? ¿Cuáles son las perspectivas en este segmento?

R.R.: Gloval mantiene una apuesta clara y brinda una sólida propuesta de valor al sector terciario, como acredita que, en 2018, valorásemos por ejemplo activos hoteleros por valor de 17.900 millones de euros. A modo de ejemplo del trabajo que desarrollamos en ese segmento, con carácter reciente hemos asesorado a la gestora Azora en la adquisición de siete activos hoteleros propiedad de MedPlaya repartidos por la Costa del Sol y la Costa Blanca.

Metros²: ¿En qué punto se encuentra la apuesta digital de Gloval y del 'big data'?

R.R.: Esa apuesta ha recibido un impulso decisivo con la creación del área de analytics, y ahora mismo el equipo está aportando ya



Roberto Rey, CEO y presidente de Grupo Gloval.

mucho valor a varios de nuestros proyectos, pero, sobre todo, desplegando un auténtico laboratorio de ideas que nos permitirá ofrecer al mercado muy pronto productos altamente disruptivos. A título de ejemplo, las compañías que integran Gloval acumulan más de 5 millones de valoraciones inmobiliarias, lo cual hace que, de facto, contemos con información de inmuebles situados en casi cualquier calle de nuestro país.

Metros²: ¿Cómo se está comportando el mercado con la iniciativa de entidades financieras de asumir los costes de tasación? ¿Es una amenaza para el sector?

R.R.: No consideramos que sea una amenaza para nuestro sector, porque, con independencia de quién sufrague sus costes, lo que el actual modelo no pone en duda es la necesidad y el indiscutible valor de una tasación realizada además por una entidad homologada como Gloval.

Metros²: ¿Hacia dónde se están orientando las compañías ante esta nueva situación?

R.R.: La aparición de nuevos actores en el sector inmobiliario y la irrupción de otros que no habían mostrado históricamente un gran interés hacia el mismo en nuestro país, ha abierto una gran oportunidad a grupos como el nuestro para ampliar su oferta de servicios y presentarse al mercado como proveedores de soluciones integrales, superando los compartimentos estancos en que antes se encuadraban las empresas de valoración, ingeniería o consultoría.

Y, por otro lado, la aplicación de tecnologías disruptivas al sector inmobiliario abre otra gran ventana de oportunidad para brindar nuevos productos y servicios a nuestros clientes, pero también para mejorar nuestra eficiencia operativa, volviéndonos más ágiles y reduciendo costes.