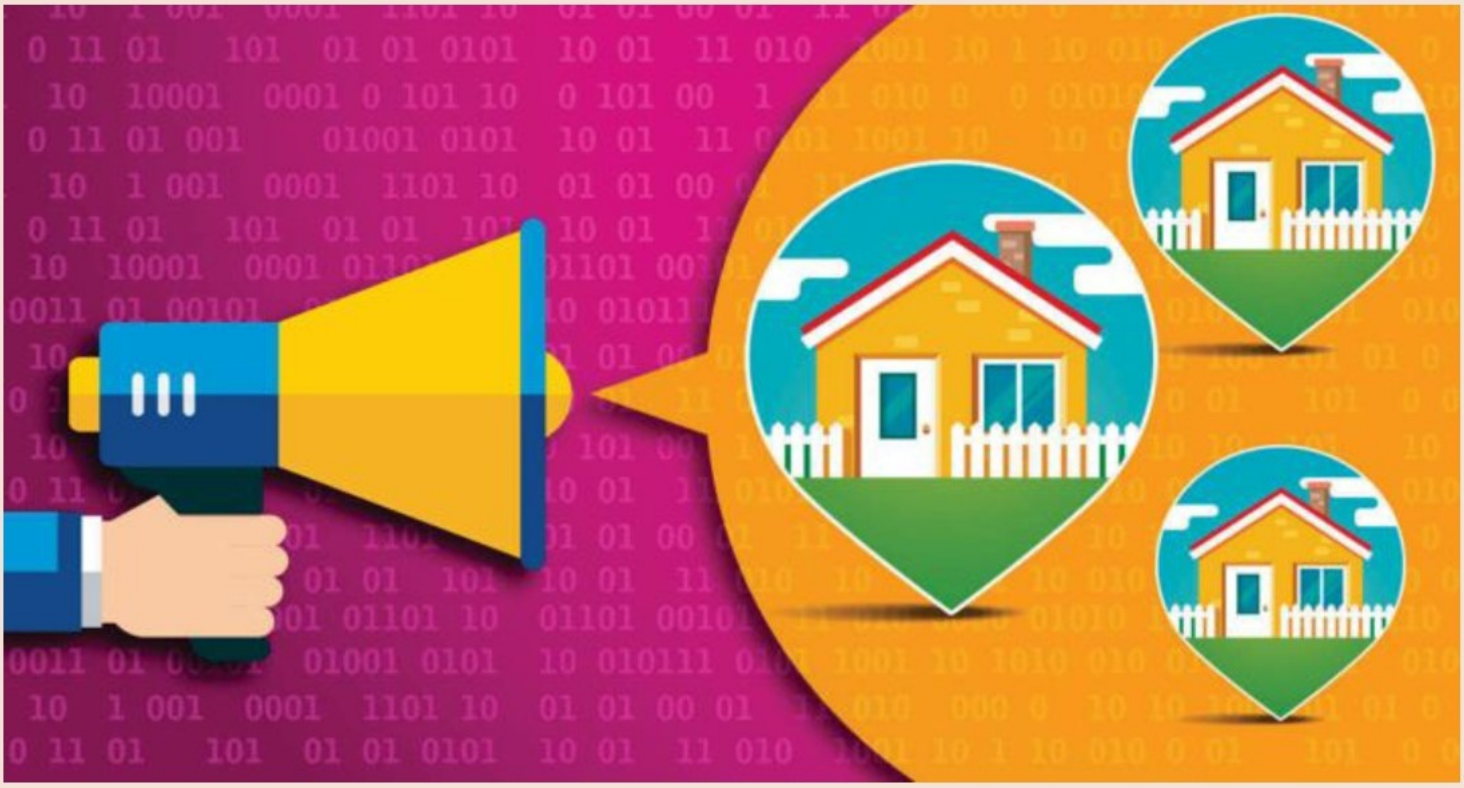

La batalla se libra en la intermediación inmobiliaria

BATALLA EN EL NEGOCIO DE LA INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA

Así son las nuevas inmobiliarias digitales

Plataformas como Housell, Housfy o Propertista irrumpen en el negocio de la intermediación con el reclamo de ahorrar al cliente las comisiones de agencia y de acelerar los plazos de venta de los inmuebles. **Por Javier G. Fernández**

Durante los últimos 20 años, el poder y la influencia de los portales inmobiliarios no ha dejado de crecer hasta el punto de que hoy en día la gran mayoría de las búsquedas de propiedades comienzan en Internet y casi todas las inmobiliarias tienen presencia online. En lo que no ha habido tantas novedades en estos años ha sido en la forma de comprar y vender una casa. Al menos hasta ahora. Una nueva hornada de *start up* como Housell, Housfy o Propertista ha irrumpido en el negocio inmobiliario con una propuesta de negocio diferente, centrada en aportar transparencia y eficiencia a un sector que se ha digitalizado muy poco hasta la fecha.

Housfy y Housell vendieron el año pasado...

...más de 1.000 inmuebles

"Estas nuevas empresas digitales surgen porque existe un problema. Desde las altas comisiones que cobran las inmobiliarias a la desconfianza o el escaso uso de las tecnologías que hacen las agencias", explica Tomás Sánchez Colomer, director de Residential Intelligence de CBRE en España. "Ponen a disposición de los particulares herramientas online y servicios a las que no tendrían acceso de otro modo, como informes de tasación, fotografías profesionales o la promoción del piso en los principales portales inmobiliarios", añade Colomer.

Comisiones

La supresión de las comisiones de agencia es su gran reclamo comercial como demuestran algunos de sus eslóganes: "Todo lo que necesitas para vender tu piso sin pagar comisiones". "Las comisiones inmobiliarias son del jurásico". Un ahorro que, según el caso, puede llegar a superar los 15.000 euros. Y es que a diferencia de las inmobiliarias tradicionales, que se llevan una comisión de en torno al 5% sobre el precio de venta final de la vivienda y se encargan de todo, estas plataforma cobran una cuota fija cuyo importe varía en función de las tareas que el propietario quiera asumir.

El precio de los planes oscila entre los 900 y los 4.000 euros. Los más baratos incluyen desde la valoración de la vivienda y la fotografía hasta la publicación del anuncio en los principales portales inmobiliarios. Mientras que los planes *premium* aseguran al vendedor el filtrado y la gestión de las visitas, asistencia legal y acompañamiento a la notaría.

Este pago se realiza por operación y no depende del volumen de la transacción: es el mismo para un piso de 80.000 euros que para uno de 800.000. Además, los servicios se contratan durante un periodo de tiempo limitado, de entre seis meses y un año. Si pasado ese tiempo el propietario no ha vendido su vivienda, debe volver a abonar el importe.

	Periodo medio de venta	Precio de las tarifas
Housell	135 días	Entre 945€ y 1.743€
housfy	60 días	Entre 945€ y 3.600€
PROPERTISTA	72 días	895€

"Esto hace que la gente que acepta nuestra propuesta nos dé las viviendas a un precio que nos permite venderlas de forma más rápida. Al pagar por un servicio las comisiones desaparecen y no hay un juego oculto para intentar incrementar el precio", apunta el consejero delegado de Housell, Guillermo Llibre. Fundada en enero de 2017, Housell logró el ejercicio pasado superar el millar de viviendas vendidas. Detrás de la *start up* está Cerberus, uno de los fondos de inversión más grandes del mundo, que en noviembre se hizo con el 100% de su capital por 3,9 millones de euros.

La reducción de los plazos de venta es otro de las bazas que esgrimen las agencias virtuales para atraer clientes y pisos a su cartera. "El tiempo medio para vender una casa en España es de nueve meses, mientras que nosotros somos capaces de hacerlo en cuatro y medio", asegura el CEO de Housell. "Gracias a los datos somos capaces de aproximar muy bien la valoración del inmueble. Una vez está en venta vamos ajustando su precio al de mercado, lo que reduce mucho la certidumbre de venta", explica el consejero delegado de Housfy, Alberto Bosch. El periodo medio de venta de un piso en Housfy es de 60 días, y de 36 en Propertista, según los datos que las empresas publican en sus páginas web.

La supresión de las comisiones de agencia es el gran reclamo comercial de estas empresas

"No crecemos más rápido porque el cliente no está acostumbrado a pagar por un servicio"

Además de compartir un cierto parecido en el nombre, Housell y Housfy tienen un pasado en común, ya que en ambos casos están fundadas por exdirectivos del portal de descuentos Groupalia. Llibre fue *country manager* de la compañía de cupones hasta diciembre de 2013. Bosch, por su parte, dejó la dirección de la compañía dos años más tarde, en 2015.

Resistencia

Convencer al propietario de que tiene que pagar por adelantado, independientemente de si se vende la propiedad o no, es el gran reto que afrontan las nuevas plataformas de intermediación. "Nos hemos encontrado muchísima resistencia. El motivo por el que no crecemos más rápido es porque el cliente no está acostumbrado a pagar por un servicio", señala Llibre.

Lorenzo Ritella, consejero delegado y fundador de Propertista, la primera agencia virtual que opera en España,

Albert Bosch, CEO de Housfy.

HOUSFY

Más de 1.010 viviendas vendidas

La 'start up' de servicios inmobiliarios fundada por Miguel A. Mora, Albert Bosch y Carlos Blanco cerró 2018 con más de 1.010 viviendas comercializadas. Una cifra de ventas que sitúa a Housfy, aseguran desde la empresa, en el top 5 de las agencias inmobiliarias españolas con una cuota de mercado del 2% en Madrid y del 4% en Barcelona. El plazo medio de venta de los inmuebles gestionados por Housfy es de 60 días. La empresa ha recaudado 3,7 millones de euros desde su fundación en abril de 2017. La última ronda, anunciada en septiembre del año pasado, dio entrada al fondo Seaya Ventures en su accionariado.

Guillermo Llibre, CEO de Housell.

HOUSELL

La 'proptech' propiedad de Cerberus

Esta agencia inmobiliaria digital con apenas dos años de vida se ha marcado el objetivo de superar en cuota de mercado a Tecnocasa en 2022. Para ello, la 'start up' que dirige Guillermo Llibre cuenta con el apoyo de Cerberus, uno de los mayores vehículos de inversión del mundo, que en noviembre del año pasado se hizo con el 100% de sus acciones. Hasta la fecha, la compañía ha vendido más de 1.000 viviendas a través de su plataforma. Housell ofrece una tarifa fija, de entre 700 y 1.500 euros, que cubre todo el proceso de venta del inmueble, desde la valoración y la promoción a la asesoría legal y los contratos.

Lorenzo Ritella, CEO de Propertista.

PROPERTISTA

La primera inmobiliaria online

Fundada por Lorenzo Ritella, en 2016, Propertista fue la primera inmobiliaria digital en desembarcar en España. "Desde entonces han surgido otras empresas que han ayudado a dar a conocer mucho más este segmento del mercado", señala el emprendedor italiano. En 2018, la 'start up' cerró 190 operaciones, frente a las 32 del ejercicio anterior, prueba de la cada vez mayor aceptación que tienen estas propuestas entre los usuarios. La compañía, que ha recaudado unos 300.000 euros hasta la fecha de inversores públicos y privados, lleva en 'break even' desde julio. Ahora, planea expandir su negocio a Italia.

compara la situación de su empresa con la que tuvo que atravesar Airbnb. "Al principio nadie estaba dispuesto a alquilar su casa a desconocidos y hoy está ampliamente aceptado por todo el mundo", señala. "Está muy instalado en la cabeza de los propietarios el pagar a éxito cuando venden un inmueble porque siempre se ha hecho así, aunque cuando les explicas el ahorro que supone pagar por adelantado, la mayoría lo prefiere", destaca. El año pasado, Propertista vendió 190 pisos, seis veces más que en 2017.

Purplebricks

El espejo en el que se miran todas estas nuevas agencias online es la británica Purplebricks. La *proptech* (denominación para las empresas que incorporan tecnología al sector inmobiliario) debutó en Bolsa en 2015 y actualmente se valora en 560 millones de euros. "El 15% de los pisos en Reino Unido se venden ya a través de agencias digitales y este dato puede llegar hasta el 30% en los próximos dos años", asegura Bosch. Fundada en abril de 2017, Housfy comercializó el año pasado 1.010 viviendas en España, colándose, según la empresa, en el top 5 de las mayores inmobiliarias del país.

El emprendedor recomienda observar lo que está pasando en las islas para anticiparlo que puede suceder en España. "Lo que ocurre en Reino Unido es que las agencias menos profesionales han ido diluyéndose y las más profesionales han crecido. El 25% de las agencias en España venden menos de tres pisos al año. Este porcentaje deberían ocuparlo las digitales", apunta Bosch. Un análisis compartido por Llibre, de Housell. "No vamos a hacer desaparecer a Tecnocasa o a Don Piso, pero sí a pequeñas inmobiliarias en las grandes ciudades", concluye.

EL DATO

560

millones de euros

Con una valoración de 560 millones de euros, la británica Purplebricks es el espejo donde se miran estas nuevas empresas.