



**VISITAS VIRTUALES** A raíz de la crisis sanitaria, muchas compañías del sector inmobiliario han potenciado sus servicios de visitas virtuales como herramientas de marketing. Los motores de videojuegos les han servido para recrear viviendas interactivas y permiten al usuario recorrer y decorar su futura vivienda incluso antes de que se haya construido el edificio. /ARCHI\_VIZ

Hace tan solo unos años, vincular los conceptos de comercio electrónico y *real estate* sonaba a poco menos que utopía. El mercado inmobiliario se ha caracterizado siempre por ser un negocio muy tradicional en todos sus procesos. Desde el préstamo, pasando por la tasación o la promoción, hasta la propia firma de compraventa. Sin embargo, la transformación del sector abanderada y catapultada por las empresas tecnológicas, sobre todo a raíz de la pandemia, ha introducido la cultura del clic en el ADN de la compra de vivienda y ha acortado de forma drástica los tiempos generalmente largos que sufría gracias al desarrollo de *software*, *apps* y soluciones digitales.

Esta nueva realidad se ha ido asentando a medida que el ecosistema de las *proptech* (las *start up* que operan en el ámbito inmobiliario) también ha ido evolucionando a pasos agigantados. Sin ir más lejos, el panorama mundial de las tecnológicas de nueva creación se ha disparado un 300% durante la última década, hasta alcanzar la cifra de unas 8.000 empresas, según datos de la consultora JLL.

El fenómeno es especialmente significativo en España, que se ha consolidado como uno de los mercados más interesantes. De hecho, se trata del segundo país a escala global que ha recibido más inversión en empresas tecnológicas del negocio inmobiliario. En apenas un lustro, ha pasado de tener 50 *start*

# Las 'proptech' abanderan la revolución digital del inmobiliario

**Estas 'start up' han reinventado un negocio que se había quedado obsoleto antes del Covid. El 'big data', la inteligencia artificial o los NFT son claves para agilizar y flexibilizar la comercialización de inmuebles**

Por Por Ángel G. Perianes

*up* de *real estate* a más de 500. Entre julio de 2020 y junio de 2021, estas nuevas ideas de negocio captaron 856 millones de euros, una cifra solo superada por un gigante como EEUU, según recoge el estudio *Proptech Global Trends 2021*, elaborado por ESCP Business School.

Lo llamativo del caso en nuestro país es que la expansión de las *proptech* no ha hecho más que comenzar. Así lo cree Carlos Blanco, fundador y presidente de Nuclio, quien subraya que «la cuota de mercado

*online* en España es de poco más del 1%, así que queda un gran camino por recorrer, ya que otros países europeos están cercanos al 10%». Este emprendedor e inversor privado argumenta que la gran dispersión y fragmentación que existe en un mercado como el inmobiliario, donde aún hay un nivel bajo de digitalización, «siempre representa una oportunidad para una *start up*».

La ronda de 30 millones de euros en Housfy cerrada la pasada semana confirma el interés internacional

por invertir en las *proptech* españolas. Pero, sobre todo, destaca la renovada mentalidad del comprador y vendedor hacia el canal *online* para evitar a las agencias tradicionales y conseguir servicios integrales. No en vano, se trata de una plataforma tecnológica que ofrece todas las funciones referentes a la vivienda: compraventa de inmuebles, intermediación hipotecaria y financiera, alquiler residencial y servicios del hogar. Y eso, como opina Blanco, se traduce en que «la tecnología está

ayudando principalmente a abaratar costes para el cliente final».

## NUEVOS MODOS DE INVERSIÓN

Si bien estas empresas ya crecían antes del Covid-19, ahora son un núcleo de las tendencias más importantes que están moldeando el negocio, además de una atracción para la inversión. Tal como explica Diego Bestard, CEO de Urbanitae, tiene mucho que ver el hecho de que, aparte del talento ya existente, «la colaboración con los grandes *players* del sector ha favorecido el surgimiento y la consolidación de compañías tan exitosas como Klikalia o Housfy».

Su empresa es un ejemplo de la apertura de nuevas oportunidades de inversión en el mercado inmobiliario. El modelo de *crowdfunding* que emplea Urbanitae «se basa en juntar a muchos inversores de todo tipo para, entre todos, aportar ese capital, reduciendo así la barrera de entrada al mercado. Ahora, con solo 500 euros es posible invertir en grandes proyectos inmobiliarios y participar de las rentabilidades que ofrecen», asevera. Promotoras como Gestilar o Inmobiliaria Espacio ya han optado por financiarse en esta plataforma, que en 2021 creció más de un 400% y que este año, según vaticina Bestard, es previsible que registre un avance superior al 300%.

A su juicio, el micromecenazgo inmobiliario se ha convertido en «uno de los sectores con mayor po-

(Pasa a la página 24)