

LA VIVIENDA QUE VIENE

# Hacia la ‘uberización’ del ladrillo

Sólo en España 327 ‘start-ups’ pugnan por ofrecer servicios tecnológicos en el Real Estate

MARÍA HERNÁNDEZ MADRID

El mercado del alquiler se mueve a un ritmo vertiginoso. Encontrar la vivienda perfecta –o, al menos, la que más se ajusta a nuestras exigencias–, en la mejor zona posible y al precio más asequible para nuestros bolsillos es una tarea cada vez más complicada, teniendo en cuenta la escasez de oferta y unos precios que no dejan de crecer. Ganarse el favor de los propietarios es, en ocasiones, una cuestión de azar; de concertar una cita diez minutos antes que otro posible inquilino. Pero no todo está perdido. Alquilar, comprar una vivienda o conseguir un compañero de piso mediante el móvil y sin intermediarios, realizar visitas virtuales a la casa de nuestros sueños o afinar nuestras búsquedas por geolocalización son opciones cada vez más reales y extendidas en el sector inmobiliario.

Apps, plataformas, dispositivos inteligentes conectados, *chatbots*... la *uberización* ha llegado también al *ladrillo* y tiene su propio nombre: *proptech*. «El número de este tipo de empresas no para de aumentar, hasta tal punto que actualmente existen en España 327 *start-ups* dedicadas a ofrecer servicios tecnológicos en el Real Estate. Entre todas ellas, intentan cubrir las carencias del mercado y automatizar procesos», apunta el



Recreación virtual de una promoción de viviendas en Madrid. EL MUNDO

Instituto de Valoraciones en sus pronósticos para 2020.

La integración de estos servicios tecnológicos en la actividad del sector permiten automatizar procesos, abaratar costes y facilitar las gestiones, de forma que pueden contribuir así a subsanar parte de los desequilibrios tradicionales de este mercado.

Pero además, las innovaciones que llegan de la mano de las *proptech* no sólo transforman parte de lo que ya existe, sino que abren la puer-

ta a nuevos métodos y técnicas de comercialización. «Servicios como la realidad virtual o las técnicas fotográficas en 360 grados son cada vez más precisos con la evolución de los móviles y francamente útiles a la hora de decidir, o incluso prescindir, de la visita física al inmueble», apuntan desde Avalisto, plataforma especializada en estos desarrollos.

La renovación atraviesa todas las fases del proceso, desde la selección hasta el cierre de las operaciones, pa-

sando por la consulta de dudas. Los *chatbots*, por ejemplo, ayudan a dar respuesta inmediata y a filtrar algunas de las dudas más frecuentes que tienen los usuarios, tanto por parte de la oferta como de la demanda.

Pero si hay algo en lo que coinciden los expertos es en la gran revolución que supone el Big Data y la Inteligencia Artificial. La ingente cantidad de datos que se mueven en algún punto del universo virtual no sólo revelan cómo o dónde vivimos, sino qué cuadros nos gustan para el salón o de qué color queremos poner las cortinas, entre otras muchas, muchas cosas. Interpretar toda esa información puede marcar la diferencia y ya existen modelos algorítmicos de toma de decisiones sobre la solvencia de la demanda que arrojan resultados en tiempo real. La inteligencia artificial aporta un paso más al revisar y aprender de los resultados para hacer cada vez más precisos sus capacidades predictivas.

«No todos los algoritmos son buenos. Para generar confianza deben ser precisos y capaces de elaborar decisiones más allá de captar y leer el dato. Sin embargo, una vez superado este estándar, la reducción de los plazos de admisión supone un salto cualitativo sin precedentes», señala Javier Millán, CMO de Avalisto.