

7 factores que explican por qué el 90% del sector inmobiliario pasará a ser PropTech

- La pandemia ha extendido notablemente el término PropTech aplicado a las soluciones innovadoras y tecnológicas en el sector inmobiliario, que camina hacia esta tendencia.
- Según los expertos de UCI, como entidad especialista en financiación sostenible de la vivienda, entre los factores que explican esta evolución del Inmobiliario hacia el PropTech destacan: la proliferación de visitas virtuales, el contacto y las gestiones en remoto, la digitalización de los trámites burocráticos, la aplicación de IA, el Big Data o la realidad virtual.

Madrid, 23 de febrero de 2021.

En los últimos tres años, el término PropTech y su aplicación se ha extendido notablemente, especialmente a raíz de la pandemia del coronavirus que ha impulsado la transformación tecnológica y digitalización del sector inmobiliario a un ritmo más rápido del esperado, al igual que ha sucedido en otras industrias clave.

Se denomina PropTech a cualquier tecnología utilizada en el conjunto del sector inmobiliario, que suponga una innovación y aporte soluciones más eficientes y automatizadas en el ámbito de la planificación, construcción o la gestión del alquiler o la compra.

La expansión del PropTech en España y el resto del mundo ha sido notoria en los últimos años y la pandemia ha provocado una mayor proliferación de herramientas y soluciones tecnológicas en el ámbito inmobiliario, que han llegado para quedarse y cuyo avance hace que el conjunto del sector evolucione hacia esta tendencia.

Ante este contexto, los expertos de [UCI](#) (Unión de Créditos Inmobiliarios), entidad especialista en financiación sostenible de la vivienda, han analizado los factores que explican por qué el conjunto del sector inmobiliario pasará a medio plazo a ser PropTech, y este término abarcará mucho más allá del ecosistema de startups del sector.

1. Visitas virtuales: la situación de restricciones de movilidad por la pandemia ha provocado la proliferación de herramientas tecnológicas que facilitan las visitas en remoto a una vivienda, con nuevos formatos en 3D, videos 360º, tours virtuales o presentaciones online que han incorporado las agencias inmobiliarias para poder dar visibilidad a operaciones de alquiler y compra.

2. Contacto en remoto: antes de la era Covid, el contacto entre cliente y agencia inmobiliaria era esencialmente físico y pasaba por la sede de la agencia. Pero en los últimos meses, estas gestiones entre ambas partes han tenido un importante componente digital, que contribuye al ahorro de tiempo y recursos.

3. Burocracia digital: la extensión de la firma digital también contribuye a agilizar una importante parte de los trámites que hay detrás de las operaciones inmobiliarias, desde firma de documentos o la tramitación de hipotecas, al envío de documentación en formato digital.

4. Big Data: analizar y gestionar los datos de las operaciones inmobiliarias, tanto públicas como privadas, permite una mejor precisión y orientación en el valor de las viviendas en el mercado y en las propias operaciones; desde el resultado real de la inversión en un inmueble, a la evolución de los precios de cada zona, el perfil del comprador y vendedor o la selección de viviendas en función de los intereses y estilo de vida de cada demanda.

5. Realidad virtual: esta aplicación tecnológica tiene sentido para viviendas en proceso de construcción o a reformar porque permite recrear cómo será su resultado, proporción y estética finales. Se trata de una tecnología de un coste elevado, por lo que su uso suele estar limitado a estos casos, con el objetivo de mejorar el éxito de operaciones cuando solo existe el plano del inmueble, mediante herramientas y renders que hacen las viviendas más atractivas y reales.

6. Inteligencia artificial: su aplicación en el sector inmobiliario es múltiple y puede ayudar a reducir costes operativos y a contar con una información diferencial, como el valor medio de las transacciones en el mercado o la valoración automática de las propiedades de forma completa y precisa.

Asimismo, la IA ayuda a mejorar el servicio al cliente y el propio posicionamiento de una agencia. Entre las herramientas más usadas recientemente para mejorar la atención al cliente se encuentran los **chatbots**, incorporados en muchas agencias inmobiliarias para agilizar gestiones simples y repetitivas en consultas y respuestas comunes. Sin embargo, según los expertos de UCI, este tipo de tecnologías no puede sustituir el trato personal en una actividad inmobiliaria, donde cada caso es diferente.

Otra de las principales aplicaciones de la IA en el sector inmobiliario es la **implementación de CRMs** para una gestión adecuada de la relación entre comprador-vendedor y para contar con un registro segmentado de clientes a los que ofrecer una atención y servicio en base a sus intereses y necesidades y, por tanto, de mayor valor.

Para los clientes inmobiliarios, contar con herramientas de IA les **facilita su tarea de búsqueda de inmueble**, identificando las opciones de vivienda que le interesan y se ajustan a sus necesidades. Igualmente, la IA **agiliza la tramitación de las hipotecas**, con la certificación de documentos y grabación de datos, cotejando la información aportada u ofreciendo a los clientes en tiempo real la situación de la operación. Además, aporta una **mayor garantía en la seguridad de los procesos y datos personales utilizados**, gracias a herramientas como la biometría o el Blockchain.

7. Hogares inteligentes: el futuro del sector inmobiliario pasa por ser Green y digital. Dos aspectos cada vez más atractivos para los demandantes de viviendas, que buscan inmuebles con dispositivos y sistemas inteligentes para el ahorro de energía, control de temperatura, asistentes virtuales, iluminación inteligente o implementación de energías renovables y poco contaminantes.

Estos siete factores indican cómo la tecnología, la digitalización y la innovación son una realidad en todo el conjunto del sector inmobiliario y una tendencia que seguirá al alza y llevará a toda la industria hacia el PropTech.

A pesar de ello, **José Manuel Fernández, subdirector de UCI**, recuerda que *“la última milla es siempre física. Y es probablemente la mejor forma de cerrar una operación, en persona”*. En este sentido, matiza *“la mayor parte de los actores inmobiliarios tienen planes de transformación digital y están incorporando progresivamente funcionalidades digitales. Si bien conseguir una experiencia completamente digital, tanto de los clientes, como de las relaciones de todas las partes del Inmobiliario, todavía presenta desafíos para que sea una realidad habitual”*.

Sobre el papel que los agentes inmobiliarios tendrán a medio-largo plazo, **José Manuel Fernández** asegura que *“los agentes inmobiliarios siempre han estado sincronizados con la última tecnología, lo que les ha facilitado la evolución y el cierre de operaciones. En el futuro, también dependerán de la tecnología para garantizar una calidad de servicios incuestionable. El reto del sector es formar a estos profesionales en materia de digitalización, tecnología e IA para que den el paso a convertirse en consultores más que comerciales, aporten valor real a sus clientes y no centren su trabajo en tareas más susceptibles de automatización”*.

Sobre UCI

UCI (Unión de Créditos Inmobiliarios) es una Entidad Financiera con 30 años de trayectoria, presente en España, Portugal, Grecia y Brasil (de la mano del Grupo Provincia) que cuenta con más de 600 empleados, más de 10.000 millones de saldo vivo y más de 350.000 clientes. Su objetivo es satisfacer la demanda de vivienda a través de soluciones de financiación responsables, transparentes y personalizadas. UCI facilita el acceso a la vivienda y contribuye a la renovación del parque inmobiliario para conseguir ciudades más sostenibles a través de sus hipotecas y préstamos reforma a particulares y comunidades. Desde 2015, a través del programa Prado en España, UCI ha emitido más de 2.000 millones de euros en bonos de titulizaciones RMBS de máxima calidad.