

Emprendedores

Emprendedores.es > Sin categoría > Estas tecnologías están revolucionando el mercado inmobiliario en franquicia

Estas tecnologías están revolucionando el mercado inmobiliario en franquicia

Mostramos cómo la inteligencia artificial puede determinar si una visita concreta generará una compra o no, entre otras aplicaciones.

09/02/2021

CLAUDIO NOVOA GONZÁLEZ

FRANQUICIAS, SIN CATEGORÍA



Coinciden los franquiciadores en que es necesario avanzar en la digitalización de las cadenas, para ganar eficiencia a todos los niveles. “Es imprescindible adoptar las herramientas que las nuevas tecnologías ponen a nuestro alcance, como la realidad virtual, las infografías en 3D, el InBound Marketing, las vídeo visitas, la firma digital e incluso el *blockchain* y la inteligencia artificial, para dar un salto cualitativo en esa dirección”, reflexiona **Jesús Duque**, vicepresidente de **Alfa Inmobiliaria**. Pero también está extendida la idea de que la tecnología no será determinante por sí misma, en el sentido de que el factor humano seguirá prevaleciendo.

Veamos ahora algunas aplicaciones muy prácticas –en el día a día del negocio inmobiliario– de algunas de estas herramientas y cómo diferentes marcas las están integrando en su operativa.

Nos detenemos en la inteligencia artificial, que hará que Alfa Inmobiliaria “ahorre grandes cantidades de tiempo y dinero en las áreas de eficiencia operativa, en marketing y publicidad y en el servicio al cliente”, reconoce Duque. ¿Algún ejemplo práctico de esto? En la valoración de inmuebles, por ejemplo. “Generalmente, el agente inmobiliario acepta el precio de venta que sugiere el vendedor en base, en muchos casos, a un análisis subjetivo de su propiedad, una forma de actuar que supone ir bajando de manera paulatina el precio hasta ajustarlo a su precio de mercado, con el riesgo de ‘quemar la propiedad’. Gracias a las múltiples herramientas basadas en IA, el agente puede, en cuestión de segundos, ofrecer al cliente una valoración objetiva de su vivienda, a partir de numerosos testigos, como los datos macroeconómicos, de transacciones y las características de la propiedad, analizando las distintas posibilidades de venta en función del precio señalado”.

Pero esta tecnología aún “se encuentra lejos de reemplazar el juicio humano, la información obtenida gracias a la intuición y la experiencia, y de contar con la capacidad de reacción ante los cambios dinámicos en el proceso de toma de decisiones”. Por este mismo motivo, “otro de los grandes focos de la compañía es el servicio, la formación y la asistencia continuada a la red de oficinas”.

“Pioneros en herramientas digitales, 2020 ha sido, no obstante, un punto de inflexión en Engel & Völkers para realizar visitas y comercializar inmuebles de forma virtual”, reconoce **Constanza Maya**, directora de Operaciones y Expansión de **Engel & Völkers** para España, Portugal y Andorra. “Además de ofrecer asesoramiento personalizado en remoto al tiempo que visitamos la vivienda, también hemos habilitado la firma digital para reservas, arras y contratos”.

Duque recurre de nuevo a la inteligencia artificial para explicar cómo es capaz de determinar, en función de las preferencias reales de los clientes compradores, si una visita concreta generará una compra o no, eliminando un elevado número de reuniones innecesarias. “De hecho, en 2018 firmamos un acuerdo con Quanticae Data Analytics, una compañía especializada en modelos de análisis predictivo que dispone de un algoritmo matemático destinado a pronosticar la propiedad que mejor se ajusta a las necesidades de un usuario. Esta herramienta permite descubrir la vivienda más atractiva para el comprador, en qué calle se encuentra, calcular los costes de su posible adquisición y si la operación es factible desde el punto de vista financiero”.



como el actual. «La situación de alerta sanitaria ha traído consigo todo un reto para las empresas, que no era otro que el de su capacidad de adaptarse a la nueva realidad, un escenario donde la introducción de nuevas formas de trabajo y de tecnología se han vuelto indispensables», explica su CEO y cofundadora, Sonia Campuzano. «En The Simple Rent no hemos tenido que adaptarnos. Nuestro concepto de negocio ya nació bajo estos principios de potenciar tanto nuevas formas de trabajo como herramientas tecnológicas altamente innovadoras que permitieran desplegar nuestros servicios desde y para cualquier parte del mundo».

Campuzano profundiza en el modelo de negocio. “Nuestra metodología es mayoritariamente online, por lo que fue necesario una base tecnológica fuerte alrededor de la que dimos forma al negocio. Su aporte de valor dentro de nuestro proyecto es muy alto, pues se ha desarrollado a partir de un enfoque único y claro: contar con una potente herramienta que permita dar soporte a los socios franquiciados en todos los sentidos, de forma que nuestra oficina central se convirtiera en su oficina virtual”.



ANÁLISIS SECTORIALES, CONOCE TU ENTORNO, DIGITALIZACIÓN, FRANQUICIAS DE AGENCIAS INMOBILIARIAS, TECNOLOGÍA

Gijón se hace más «acogedora» para el emprendimiento

Artículos Relacionados



09/02/2021

Bloomest abre su primera franquicia de lavandería autoservicio en Salamanca



08/02/2021

La franquicia de autoescuelas hoy-voy abre su primer centro en León



08/02/2021

La despensa Express abre una franquicia en Villacanejos

SÍGUENOS

- Facebook
Twitter
Youtube
Flipboard
LinkedIn

Emprendedores participa en varios programas de afiliación de marketing, lo que significa que Emprendedores recibe comisiones de las compras hechas a través de los links a sitios de los vendedores.

