

EL INMOBILIARIO CAPTA UN TERCIO DE LAS BÚSQUEDAS EN GOOGLE

En 2016, el rastreo en el segmento de venta y alquiler de inmuebles aumentó el 41,35%. La realidad virtual es la herramienta esencial en el futuro para la comercialización de promociones

LUZMELIA TORRES



Las nuevas tecnologías y el desarrollo del uso de Internet ha revolucionado el sector inmobiliario y ya es algo imprescindible a la hora de buscar una vivienda. Las cifras lo confirman. Según los últimos datos de Google, “en tan sólo un segundo se realizan 40.000 nuevas búsquedas en Google. De ellas, una de cada tres tienen carácter local y el 13 por ciento están directamente relacionadas con el sector inmobiliario, una cifra que asciende al 31 por ciento, más del doble, si consideramos las realizadas a través de los *smartphones*, y es que miramos nuestro móvil una media de 150 veces al día. Así, el sector inmobiliario concentra el 38 por ciento de los clics, en un escenario en el que los anuncios cada vez son de mayor calidad y los usuarios que buscan están en continuo crecimiento”, afirma Víctor López, gerente de Posizionarte, agencia de marketing *online* especializada en el sector inmobiliario y *partner* de Google.

Aplicar las nuevas tecnologías al sector nos ha traído muchas ventajas. Antes buscar vivienda era un trabajo en sí, porque tenías que dedicar horas y horas para recorrer miles de calles buscando carteles en venta en los balcones de los edificios o en alguna farola, y después venía un peregrinaje para ver piso por piso hasta encontrar tu vivienda ideal. Todo esto ocurría antes del año 2000, que aunque nos parece lejano en realidad fue hace tan sólo 16 años cuando todo empezó a cambiar.

Con Internet surgieron los primeros portales inmobiliarios y más tarde con la llegada de la banda ancha a la mayoría de hogares se incorporaron nuevas maneras de mostrar un piso a través de visitas virtuales y paseos fotográficos de 360 grados por las viviendas. Y ya hoy en 2017 se puede decir que el sector inmobiliario se ha rendido a la realidad virtual y aumentada. De este modo, ya no es necesario imaginar cómo será tu nueva casa, sino que puedes experimentar las sensaciones de entrar en ella y ver cada detalle. En ese sentido, esta tecnología ofrece tantas posibilidades como el promotor esté dispuesto a asumir: maqueta virtual en 3D, piso piloto virtual, panorámicas 360° con integración en el entorno, configuración y personalización de acabados, etc.

También la manera de navegar por los distintos portales inmobiliarios se va quedando en un segundo plano. Las aplicaciones para *smartphones* y tabletas han pasado a un primer plano. Estas aplicaciones gratuitas, además de la geolocalización del inmueble, ofrece al usuario la posibilidad de dibujar a mano el área donde quiere vivir y guardar la búsqueda. Y solo tienes que esperar a que la *app* te avise cuando se publique un piso que



EE

encaja con los parámetros de búsqueda.

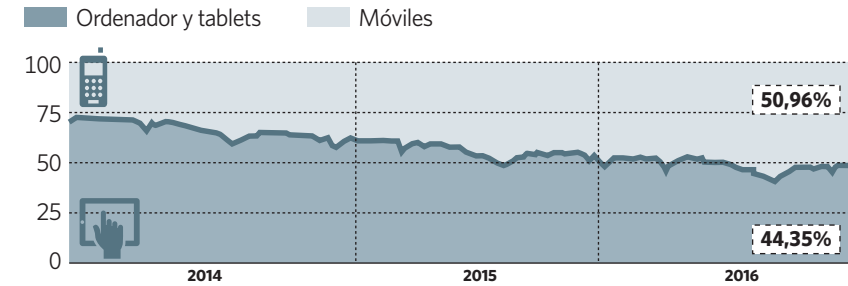
Internet es mucho más que ver una casa por dentro; con las *apps* para *smartphones* y tabletas los intermediarios inmobiliarios pueden ofrecer la realización de simulaciones de hipotecas a los clientes para que conozcan las condiciones en las que podrían financiar una vivienda, realizar gestiones con Hacienda, con notarías y gestorías, hacer planos con las fotos de la vivienda, calcular la valoración del inmueble e incluso elaborar y firmar contratos.

La inmensa mayoría de las operaciones de compra o alquiler en el ámbito residencial comienza en un entorno digital. La primera búsqueda se realiza en Internet. Según un informe de Posizionarte, con datos de búsquedas de Google, en el año 2016, las búsquedas en el segmento de venta y alquiler de inmuebles aumentaron un 41,35 por ciento. También es importante apuntar que el 55,7 por ciento de las búsquedas es a través de móviles frente al 44,4% por ciento de ordenadores o tabletas. La búsqueda tanto de venta como de alquiler se encuentran ambas en tendencia positiva. Pero el

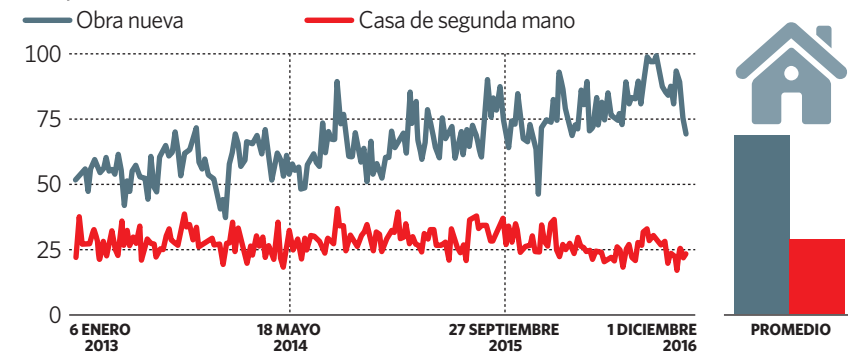
55,7%
Búsquedas de
inmuebles que se
hacen a través de
'smartphones',
frente a PC o tableta

El sector inmobiliario crece en la red

Tendencia de búsqueda por plataforma, en%



Búsquedas en Madrid, en%



Fuente: Google Partners y PZT by Posizionarte

elEconomista

interés por compra de vivienda de obra nueva se ha incrementado y en 2016 las búsquedas han aumentado. Tan solo llegaron a igualarse ambas búsquedas por compra o alquiler en diciembre de 2013.

Ventajas que aportan las nuevas tecnologías

Una de las principales ventajas que aporta la utilización de las nuevas tecnologías es el ahorro de tiempo. El uso de la realidad virtual, la realidad aumentada o la visión VR 360° ayudan a visitar muchas viviendas construidas, incluso sin construir, de forma virtual sin necesidad de desplazamientos, por lo que se ahorra mucho tiempo. "La realidad virtual ya es un hecho en el sector inmobiliario y es la herramienta esencial en el futuro para la comercialización de marketing de promociones inmobiliarias y de obra nueva. Se ha convertido en el sustituto del folleto comercial", afirma la Agencia Adira VR. Esta agencia ha creado el dispositivo *Agapvmi* que es un visor *cardboard* de realidad virtual, plegable, que destaca por su sencillez, funcionalidad y precio. Te permite disfrutar de escenarios en

realidad virtual inmersiva y de videos 360 x 360° desde el teléfono móvil.

Este sistema de seguimiento que incluyen los dispositivos actuales, reconoce los movimientos del usuario y ajustan las imágenes que proyecta su dispositivo; en consecuencia, si el usuario gira la cabeza, camina en una dirección o realiza algún otro tipo de acción, su punto de vista cambia según la posición de su mirada. “Lo importante de esta tecnología es que el cliente hace la visita de la vivienda en su casa y se lo enseña a su familia y luego ya va a la oficina comercial con un interés de compra, luego supone un ahorro de costes y de tiempo importante”, aseguran desde la agencia.

Las promotoras y agencias de comercialización cada vez demanda más estos productos. “Cada año se avanza más en esta dirección. Gilmar en el *Salon Inmobiliario de Madrid* (Sima) de 2015 ya presentó una grabación de una promoción en Aravaca en fotografía que te permitía entrar en las habitaciones y recorrer la casa del piso piloto, pero en 2016 dimos un paso más con una vivienda en la Moraleja y grabamos el video enseñando la vivienda y el cliente la veía igual que si está con un comercial, por lo que dimos un paso más incluyendo el movimiento”, afirma Javier Castellano, director de Marketing y Comunicación de Gilmar.

El uso de la realidad virtual te permite visitar muchos pisos de forma virtual sin necesidad de desplazamientos y hacer una selección rápida, por lo que ahorra mucho tiempo. Desde la agencia Adira VR nos explican que la tendencia de este mercado no es sólo alcanzar la realidad virtual, sino combinar la realidad fomentada con la virtual. “En estos momentos se puede aplicar una tecnología a través de un video 360° para una vivienda ya construida, que es una técnica barata y donde a través del video puedes ver todas las habitaciones de la casa, o hacer una rederización para una vivienda que no está construida, que es el proceso de generar una imagen -imagen en 3D o una animación en 3D- y a través de unas gafas el cliente puede ver la vivienda y pasear por dentro. En esta parte se abre aún más el campo de interacción con el cliente porque el cliente con su cámara con el visor de realidad virtual está viendo lo que es la realidad, pero por los



visores se retransmite con una esteroscopia, como si estuviera dentro de la casa”.

Está claro que el dicho de “una imagen vale más que mil palabras” viene como anillo al dedo en el sector inmobiliario, porque para vender una vivienda, el hecho de que se pueda ver con detalle como si el cliente estuviera dentro, puede favorecer mucho los procesos de venta.

¿Cuál será el próximo reto?

El camino de la transformación digital del sector inmobiliario no acaba aquí. De hecho, ya se están implantando de forma progresiva otras muchas innovaciones tecnológicas, como el uso de *drones* para conseguir imágenes aéreas y atractivas de las nuevas edificaciones, anteriormente tomadas por aviones. “El siguiente paso serán las sensaciones, el poder oler y el tacto. Estoy convencido de que a corto plazo la realidad virtual nos hará un recorrido dentro de una vivienda y podremos abrir una ventana y oler el campo”, apunta Javier Castellano.

Según la agencia Adira VR, otro paso en lo que ya se trabaja es en la socialización a tiempo real en virtual para que dos personas cada una en una ciudad visiten la misma vivienda de forma virtual y puedan dialogar sobre ella en tiempo real.

El mundo de la tecnología no tiene límites y ya se empieza a cuestionar en foros del sector si las casas hechas con impresoras 3D son el futuro. De momento ya hay algún proyecto en otros países como en Alemania y habrá que esperar para ver si la revolución industrial de impresión en 3D se instala en el sector inmobiliario.