

## **La inteligencia artificial llama a la puerta del mercado inmobiliario**

### **La cadena Alfa Inmobiliaria afirma que la atención al cliente, la valoración de inmuebles, las visitas a las viviendas y el blockchain, serán en un futuro inmediato las principales aplicaciones de la IA al sector**

En un mercado inmobiliario cada vez más preciso y competitivo “la irrupción de la Inteligencia artificial está acabando con algunas prácticas y ayudando a ahorrar grandes cantidades de tiempo y dinero en las áreas de eficiencia operativa, en el terreno del marketing y la publicidad y en el servicio al cliente” afirma Jesús Duque, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria, una red con más de 220 agencias operativas.

Según un informe reciente de Accenture, la inversión en inteligencia artificial y en la colaboración humano-máquina podría incrementar los ingresos de las compañías hasta en un 38% para el año 2022, e incrementaría los niveles de empleo hasta en un 10%. “Estamos a las puertas de un cambio radical, y será más pronto que tarde”, sentencia este experto.

Estas tecnologías todavía distan mucho de poder reemplazar el juicio humano, la información obtenida gracias a la intuición y a la experiencia, y de contar con la capacidad de reaccionar a los cambios dinámicos, críticos para el proceso de toma de decisiones.

No obstante, ya son varias las aplicaciones de la Inteligencia Artificial que se están aplicando en las principales cadenas del sector, y que Alfa Inmobiliaria ha resumido en:

**Atención al cliente.** Al igual que cuando un consumidor llama a una compañía telefónica o a una comercializadora eléctrica o de gas, las inmobiliarias están ya comenzando a introducir en el sistema algunas preguntas para el cliente destinadas a identificar qué está buscando y reconducir la llamada al agente que conoce esas propiedades y que sabe cómo actuar. “Como su nombre indica, afirma Duque, la IA está enseñando a la computadora a pensar como un ser humano dando sentido a los datos que se le dan”.

**Valoración de inmuebles.** 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. Esta forma de actuar suponer ir bajando paulatinamente el precio de esta hasta ajustarlo a su precio de mercado, corriendo el riesgo de “quemar la propiedad” afirma el directivo de Alfa Inmobiliaria.

Gracias a las múltiples herramientas existentes basadas en IA, para el agente es cuestión de segundos el ofrecer a sus clientes una valoración objetiva de su vivienda, basada en numerosos testigos, como los datos macroeconómicos, los datos de transacciones y las características de la propiedad, analizando las distintas posibilidades de venta en función del precio señalado. Estas características proporcionan a los usuarios más visibilidad y respaldan su proceso de toma de

decisiones en base a datos reales.

Visitas a las viviendas. La inteligencia artificial 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.

En concreto, Alfa Inmobiliaria cuenta con un acuerdo con Quanticae Data Analytics, una compañía especializada en modelos de análisis predictivo que cuenta con un algoritmo matemático destinado a pronosticar cual es la propiedad que mejor se ajusta a las necesidades de un cliente. 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, afinando muchísimo en la selección y ahorrando mucho tiempo y dinero.

Blockchain. Esta innovación permitirá agilizar y dar mayor seguridad a las operaciones financieras llevadas a cabo de forma digital. De hecho, las proptech estudian la posibilidad de utilizarla para asegurar las operaciones compraventa o la concesión de hipotecas.

Todos los datos indican que el impacto de la inteligencia artificial va a ser enorme en los próximos años, obligando a los profesionales de todos los sectores a aprender a colaborar con las máquinas para alcanzar mayores cotas de productividad. “La cuestión no es si las máquinas quitarán el trabajo a las personas, si no más bien cómo ayudar a las personas a trabajar con ellas “codo a codo” haciendo más eficaz nuestro trabajo”, concluye Duque.

**Datos de contacto:**

Pura de Rojas  
ALLEGRA COMUNICACION  
91 434 82 29

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional Inmobiliaria](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [E-Commerce](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>