

## NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA VENDER MÁS CASAS

- Ofrecer visitas con realidad virtual o realidad aumentada, por ejemplo, añade valor al proceso de adquisición de un inmueble.
- habitaclia se hace eco de las nuevas tecnologías que usan los profesionales inmobiliarios y descubre las ventajas de usarlas para vender inmuebles de una forma más rápida y efectiva.



La tecnología evoluciona a un ritmo vertiginoso y ya llega a todas las áreas de nuestras vidas. También a la venta de casas. **Aplicadas a la comercialización de productos inmobiliarios, las nuevas tecnologías suponen un valor añadido y ayudan a hacer el proceso de adquisición del inmueble más efectivo y rápido.** En habitaclia, nos hacemos eco de los avances en este terreno y de las ventajas que suponen para las empresas inmobiliarias.

Ya hace algún tiempo que las grandes inmobiliarias, constructoras y los *servicers* hacen uso de la tecnología más puntera para mostrar sus viviendas o promociones. La ponen al servicio de sus clientes en eventos y ferias del sector donde les **ofrecen una nueva experiencia que enriquece el proceso de comercialización del inmueble.**

**El uso de nuevas tecnologías llega también a las oficinas inmobiliarias de la calle.** Gracias a nuevas tecnologías como las gafas de realidad virtual, **el cliente puede realizar una visita total de la vivienda sin moverse de la silla.**

**La realidad virtual** nos permite sentirnos dentro de **una casa que aún no está construida o bien una que aún no ha sido reformada**. La visión de la vivienda es total: 360 grados. El recorrido es interactivo: el cliente puede detenerse allí donde necesite ver con más detalle y continuar. Los sonidos que el usuario escucha mientras viaja por dentro de la vivienda enriquecen la experiencia, la hacen aún más real.

El sistema de grabación de las imágenes es rápido, sencillo y cómodo. **El equipo consta de una cámara 360, que se dispara desde el móvil, y un trípode.**

**Las ventajas de visitar los pisos con una proyección de 360 grados** son muchas: el ahorro de tiempo, tanto por parte del agente inmobiliario como del cliente que, con un alto grado de convicción, puede decidir qué inmuebles ir a visitar. Para el profesional, es un elemento diferenciador para la captación; y durante el visionado, el profesional puede observar en qué aspectos se fijan los clientes y reorientar la venta del inmueble. El hecho de obtener más información y mejor asesoramiento también aumenta la confianza de los clientes hacia la empresa.

**El periférico Kinect**, que Solvia presentó en el pasado BMP, cuenta con un sensor que detecta el movimiento del cuerpo humano, con reconocimiento facial y de voz. **Permite viajar por dentro de una vivienda**, seleccionando opciones de acabados y comprobando cuáles se ajustan más a sus gustos y necesidades.

**Los anuncios impresos interactivos** (Interactive Print) permiten ver una proyección en tres dimensiones de una vivienda o promoción desde la fotografía de un catálogo. La visualización se hace desde una tableta o dispositivo móvil, en el que previamente se descarga una aplicación.

**Los drones**, que ahora ya se encuentran a precios más populares, se están convirtiendo en **el mejor medio para grabar vídeos de casas y promociones.**

Equipados con cámaras de última generación, **realizan un recorrido por dentro y fuera de la vivienda**, que registra la cámara. El resultado es un vídeo inmersivo, con vistas aéreas y de alta calidad, que ofrece una perspectiva nueva, más real, más completa, más cercana y más atractiva de la vivienda que el cliente quiere adquirir.

**Los iBeacons** se utilizan en el ámbito comercial como medio de comunicación entre una tienda física y sus clientes. **Su aplicación en el mundo inmobiliario, aún escasa, enlaza la empresa con sus clientes durante la visita de un piso muestra o showroom.** Al pasar cerca de un iBeacon con su móvil, **el cliente recibe una notificación con información sobre detalles específicos** de aquella vivienda, los materiales, los metros,...

El director general de habitacía, Javier Llanas, cree que “todas las acciones que se pueden llevar a cabo para presentar los productos inmobiliarios de la mejor manera solo aportan ventajas a las empresas: **la fiabilidad y la confianza** de los clientes, **el prestigio de la marca y de la empresa** y, como consecuencia, un **aumento de las operaciones**”.

*Más información:*

Comunicació - Nina Garcia  
[nina.garcia@habitaclia.com](mailto:nina.garcia@habitaclia.com)  
937 903 833  
Síguenos: [Facebook](#), [Twitter](#) i [G+](#)

**Acerca de habitaclia:**

En 2016, [habitaclia](#) sigue avanzando con la voluntad de mejorar la experiencia de las personas en la búsqueda de vivienda.

El objetivo de la compañía es acompañar a los usuarios en el proceso de búsqueda de un nuevo hogar y ayudar a los profesionales inmobiliarios en el éxito de su empresa.

Así, habitaclia ofrece un espacio de interacción en el que los que buscan y los que quieren vender pueden compartir información y experiencias, fomentando la participación activa en el mercado inmobiliario.

El portal sigue aumentando su presencia en Catalunya, las Illes Balears, la Comunidad Valenciana, Murcia y Andorra. Actualmente, presenta una oferta de más de 250.000 anuncios procedentes de más de 2.500 empresas inmobiliarias.