

Portada Invertia Noticias Artículo

| Inmobiliario



## Pagar comisiones por vender un piso puede pasar a la historia

Vender una vivienda tú mismo a través de una plataforma online te permite ahorrar entre el 3% y el 5% de comisiones que piden las agencias de calle. A cambio deberás enseñar el piso.

Tweet


**Elboletín.com**

 Jueves, 2 de Febrero de 2017 - **9:32 h.**


En España el 50% de las operaciones de compraventa de viviendas se realiza entre particulares y el otro 50% a través de una agencia inmobiliaria, pero ahora ha surgido una fórmula intermedia: las agencias digitales, una alternativa que puede revolucionar el mercado, ya que permite al vendedor ahorrarse las comisiones que exigen las agencias de calle, comercializando él mismo su inmueble previo pago de una tarifa plana.

Alejandro Briceño, cofundador y director general de Cliventa.com,

una inmobiliaria digital fundada en 2016, informa que el concepto es nuevo en España aunque explica que en países como Reino Unido donde lleva cinco años funcionando, el modelo ya copa el 20% de las operaciones frente al 80% de las agencias tradicionales", señalando que este formato ofrece a quien quiere vender su vivienda "un ahorro de dinero" y permite vender su casa más rápidamente.

El CEO de Cliventa.com explica que el cliente que opta por la modalidad digital se ahorra las comisiones que exigen las agencias de calle -que suelen estar fijadas entre el 3 y el 5% del precio a que se venda el inmueble- y se limita a pagar una tarifa plana, que en el caso de esta plataforma digital está establecido en 535 euros, si se paga al contratar el servicio y que se eleva hasta los 850 euros si se abona a plazos. Por ello, explica que si la casa se vende en 200.000 euros, el vendedor se ahorra unos 10.000 euros si opta por poner su casa en el mercado él mismo auxiliado por una de estas plataformas digitales, además de vender su piso, de media, dos meses antes que si hubiera optado por el canal tradicional.

Briceño explica que Cliventa.com es una plataforma inmobiliaria de bajo precio gracias a la tecnología, "que nos permite reducir el coste de estructuras y trasladar estos ahorros hasta el cliente final, ya que no tenemos oficinas, no tenemos comerciales pateando la calle para captar pisos y eso nos permite ofrecer nuestros servicios un 90% más barato que una agencia de calle".

Y cuáles son esos servicios que da una agencia digital como cliventa.com?. Según el cofundador de Cliventa.com envían a un experto a la vivienda que se encarga de "validar las condiciones del inmueble, de realizar un reportaje fotográfico profesional, de confeccionar planos y de comprobar que el propietario tiene las certificaciones necesarias: la de eficiencia energética y la cédula de habitabilidad" y con "todos esos materiales hacemos un amplio informe de valoración del inmueble, de 10 páginas, después de consultar los precios de esa zona en multitud de bases de datos, asesorando al propietario cuál debe ser el precio de la vivienda. Y una vez que la propiedad ha decidido el precio de venta lo publicamos en más de 50 portales inmobiliarios".

### El propietario debe enseñar la vivienda

Y es ahí donde surge otra de las diferencias entre una agencia digital y una tradicional (además de la falta de comisiones y del pago por adelantado): que el cliente tiene que atender a las personas interesadas y enseñarles su casa. Si opta por una agencia digital nadie va a enseñar su piso en su nombre. En el caso de cliventa.com lo que hacen es filtrar al cliente las llamadas pero es el vendedor quien recibe a los interesados y les enseña su residencia "ya que consideramos que no hay nadie mejor para enseñar su casa que el propietario, que lleva un tiempo viviendo en la casa y conoce el barrio" Precizando que "el vendedor puede comunicarse directamente con los interesados y recibir ofertas las 24 horas del día, los 7 días de la semana y los 365 días del año, sin intermediarios, desde su móvil, tablet o el ordenador de su casa".

Ahí no acaban los servicios a los que tiene derecho el cliente previo pago de su tarifa plana, ya que según Briceño -además de facilitar informes mensuales de cómo va la venta, con estadísticas de los portales en los que se ha publicado y las opiniones de quienes han visitado el piso- asesoran al vendedor durante todo el proceso y le proporcional la documentación necesaria para formalizar la operación, "que en estos casos suele ser un contrato de arras, en el que se establece la cantidad que va a dejar el comprador como señal y el tiempo que va a transcurrir hasta la firma ante el notario". "También le asesoramos si hay hipotecas, a la hora de pedir notas simples en el Registro o si hay que liquidar la plusvalía municipal", añade este directivo, quien destaca que todas las comunicaciones con el cliente, una vez han visitado la casa, se realizan a través de la plataforma, el teléfono o el mail.

Briceño señala que a favor del concepto digital pesa el hecho de "la imagen de las agencias inmobiliarias que se visto dañada tras el estallido de la burbuja y durante la crisis por su falta de transparencia y por presionar a los vendedores a bajar los precios.." mientras que en contra del formato digital cita el hecho de que propietario "le cuesta confiar en una persona que no ve,

### Últimas noticias >

**Daimler gana 8.784 millones de euros en 2016, un 1 % más que en 2015**

EFE - 09:52

**Alimentos del futuro: ¿qué comeremos en 2020?**

Grupo Zeta - 09:48

**La contaminación del tráfico reduce la capacidad de atención de los niños**

Grupo Zeta - 09:46

**Kia España confía en que haya un nuevo plan PIVE este año**

EFE - 09:47

### Síguenos

Publicidad

## AL MINUTO >

RSS

09:48 h.

**Cortázar (CaixaBank): "Tres cuartas partes de nuevas hipotecas son a tipo fijo"**

09:48 h.

**Vodafone redujo su facturación un 3,97 % en los primeros nueve meses**

09:47 h.

**Panasonic pide a sus empleados en Japón que no trabajen después de las 20.00**

ya que nos contratan antes de que un experto vaya a su caso, y puede suponer una barrera el hecho de confiar la venta de su piso en un desconocido con el que no han tenido trato físico". Aunque confía en que "conforme nos vayan conociendo, según se vaya corriendo la vez, esta barrera vaya cayendo".

**Jesús Duque, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria** reconoce que "ver la cara a la gente cuesta dinero" y esa es una de las principales diferencias que hay entre la mediación inmobiliaria digital y tradicional, recordando que siempre habrá personas que, como ocurre con la compra de cualquier bien o servicio, prefieren hacerlo cara a cara que de forma online -"prefieren ir a la tienda que comprar por Amazon"- . Aunque también reconoce que hoy en día, con Internet, la información es fácilmente accesible y el cliente está cada vez menos dispuesto a pagar por ella, por lo que prevé una 'revolución' del negocio inmobiliario aunque no en el corto plazo y expresa su opinión, -aunque deja claro que es personal- de que "las agencias inmobiliarias tendrán que reciclarse si no quieren quedarse obsoletas".

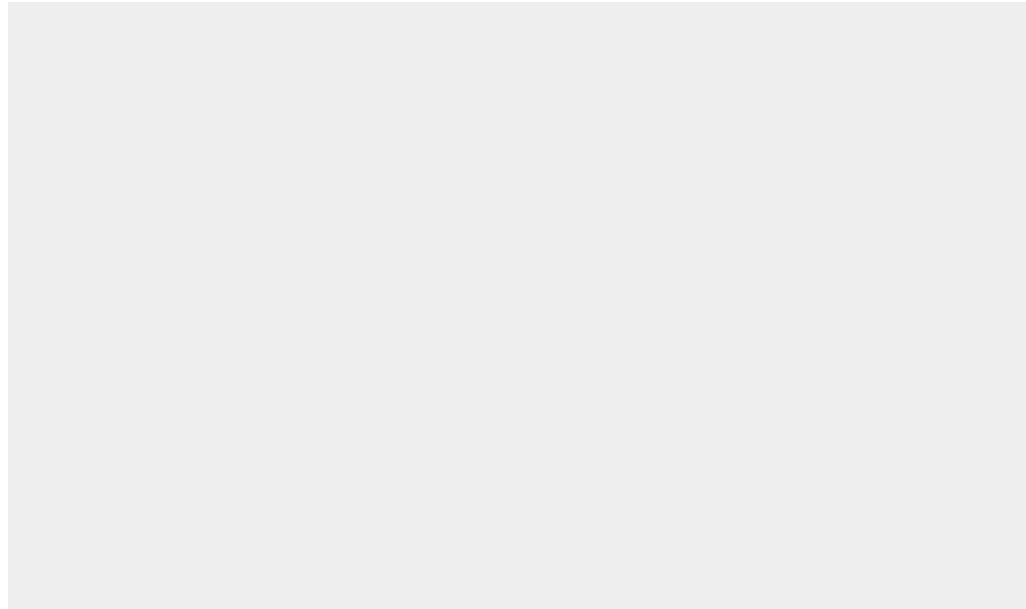
Duque asegura que estaba cantado de esto iba a pasar dado que Internet y los portales inmobiliarios han aproximado la oferta a la demanda, por lo que considera hay un nicho de mercado importante para los intermediarios digitales, y por ello recomienda al sector hacer un análisis profundo sobre cuáles son los auténticos valores de la actividad para el cliente, y volver a cobrar por el hacer, más que por el saber.

El representante de Alfa Inmobiliaria explica que en una agencia tradicional capta a los clientes, "se tiene que ofrecer", mientras que, por el contrario, es el vendedor quien se pone en contacto con una agencia digital y "todos sabemos que no es lo mismo llamar tú o que te abran la puerta".

También señala a favor de los intermediarios digitales el hecho que no cobren comisiones, muy antipáticas ya que son menores cuando más barata es la casa, con el agravante, según Duque, de que "ahora debido el exceso de competencia empieza a haber muchas agencias tradicionales que cobran a las dos partes, vendedor y comprador".

El vicepresidente de Alfa Inmobiliaria explica que dado su convencimiento de que las agencias deben reinventarse han innovado creando el servicio "Particular Vende Casa" en el que el propietario y agente comparten trabajos y como consecuencia de ello se reducen los honorarios, estipulándose una comisión del 1,5%, para un sistema en el que la propiedad se ocupa de enseñar el inmueble y la agencia del resto.

## VIDEOS INVERTIA



[Vea más vídeos aquí](#)

[menéalo](#) [Tweet](#) [Compartir](#)

## FOROS >



Descubre lo que se comenta en los foros más dinámicos de bolsa.

[IBEX 35 >](#)

[Mis Finanzas >](#)

[Chartismo >](#)

### mi invertia

*(i)* No has visitado ningún valor

#### Mis Acciones

Ticker / Empresa

**Añadir**

*(i)* No has creado accesos directos

#### Mi Cartera

Date de Alta

Crea tu cartera

*(i)* No tienes carteras creadas.

## Agenda >

**2** Feb Se conocen los datos del paro y CaixaBank presenta resultados

### MERCADOS

Portada  
Bolsa  
Análisis  
Fondos  
Divisas  
Materias Primas  
Renta Fija  
ETFs

### EMPRESAS

Portada  
Resultados  
Dividendos  
OPVs  
Directorio  
PYMES

### MIS FINANZAS

Portada  
Directorio Entidades  
Tasación  
Vivienda  
Depósitos  
Hipotecas  
Cuentas  
Préstamos

### NOTICIAS

Portada  
Todas  
Hoy-Invertia  
Mercados  
Empresas  
Mis Finanzas  
Al minuto  
Agenda

### SERVICIOS

Portada  
Foros  
Tasa tu piso  
Mi cartera  
Rankings  
Mensajería  
Juego

¿Quiénes somos?

[Mapa Web](#)  
[Anúnciate](#)

**Síguenos en:**

[RSS](#)  
[Facebook](#)  
[Twitter](#)

|                     |            |
|---------------------|------------|
| Tarjetas            | Especiales |
| Planes de Pensiones | Opinión    |
| Fiscal              | Encuestas  |