

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	9
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	12
1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS.....	14
2. EL SECTOR INMOBILIARIO ESPAÑOL	17
2.1 Principales características del sector inmobiliario	18
2.2 Clasificación y medición de la actividad inmobiliaria.....	31
2.3 Asociaciones de agentes inmobiliarios	34
3. PROPTECH. MODELO ONLINE DE INTERMEDIACIÓN	45
3.1 Concepto de proptech.....	46
3.2 Evolución del proptech.....	47
3.3 Clasificación de las proptech en España	50
3.4 Digitalización, marketing y su impacto en internet	53
3.5 Transformación tecnológica y desintermediación	56
3.6 Hacia nuevas tendencias	58
4. LA AGENCIA INMOBILIARIA. EL MODELO TRADICIONAL.....	61
4.1 La intermediación inmobiliaria.....	61
4.2 La agencia tradicional y su espacio físico	65
4.3 El agente inmobiliario	66
4.4 Las comisiones u honorarios	73
5. EL CLIENTE Y LA CALIDAD DEL SERVICIO	81
5.1 Perfil del cliente del mercado residencial de vivienda.....	81
5.2 Orientación al cliente. Medición del servicio: SERVQUAL y RESERV.....	87
6. METODOLOGÍA.....	93
6.1 Metodología cualitativa: entrevistas a las proptech.....	96
6.2 Metodología cuantitativa: encuesta a compradores y vendedores de vivienda	100
7. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LAS ENTREVISTAS	107
7.1 Cualificación del CEO.....	107
7.2 Cómo se definen.....	108
7.3 Honorarios.....	109
7.4 Oficina física	112
7.5 La figura del/la agente inmobiliario	113

7.6 El uso de la tecnología. Presente y futuro.....	116
7.7 Modelos de negocio en la intermediación de vivienda	118
8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LAS ENCUESTAS.....	121
8.1 Datos sociodemográficos de la muestra	121
8.2 Notoriedad y uso de agencia online.....	127
8.3 Percepción de la agencia inmobiliaria.....	129
8.4 Percepción de la figura del agente inmobiliario	134
8.5 Percepción de las agencias online.....	142
8.6 Segmentación del cliente	143
8.7 Discusión de los resultados	147
9. CONCLUSIONES	153
BIBLIOGRAFÍA.....	161
PUBLICACIONES Y DIFUSIÓN	183
ANEXOS	185

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ocupados en la actividad inmobiliaria. Valores absolutos respecto del total de cada sexo. Unidades: Miles Personas.....	20
Tabla 2. Barreras de entrada y salida en el sector inmobiliario	26
Tabla 3. Hogares por régimen de tenencia en España	28
Tabla 4. Número de empresas del grupo L 86 Actividades inmobiliarias	33
Tabla 5. Colegiados/as en la Comunidad Valenciana. Año 2019.....	36
Tabla 6. Entidades que conforman FADEI	40
Tabla 7. Datos referidos por rama de actividad: agencia inmobiliaria.....	43
Tabla 8. Implicaciones de la tecnología en el sector inmobiliario.....	49
Tabla 9. Número de verticales proptech en España.....	51
Tabla 10. Inversión en publicidad por las agencias de intermediación en España en 2018	54
Tabla 11. Inversión total y número de búsquedas obtenidas en Google. Año 2018	55
Tabla 12. Funciones del agente inmobiliario	70
Tabla 13. Comisiones por intermediación inmobiliaria por países	74
Tabla 14. Comisión por intermediación en España por autor	78
Tabla 15. Dimensiones para medir la calidad del servicio inmobiliario	90
Tabla 16. Descripción de las personas participantes	97
Tabla 17. Agencias participantes en la investigación y modalidad de entrevista	98
Tabla 18. Ficha técnica del estudio	102
Tabla 19. Modelo de honorarios proptech online en intermediación de vivienda	110
Tabla 20. Situación en el proceso de compraventa	124
Tabla 21. Edad media según el proceso de compraventa.....	125
Tabla 22. Situación en el proceso de compraventa según el género.....	125
Tabla 23. Preferencia en el modelo de agencia según el género	126
Tabla 24. Edad media cliente online	126
Tabla 25. Datos sociodemográficos de los participantes.....	127
Tabla 26. Pregunta sobre el nivel de conocimiento de la agencia online	128
Tabla 27. Medición por dimensión media de los ítems de la agencia	131
Tabla 28. Estadísticos descriptivos de la agencia.....	132
Tabla 29. Medición por dimensión media de los ítems del agente inmobiliario	136
Tabla 30. Estadísticos descriptivos del agente inmobiliario.....	137
Tabla 31. Pregunta sobre el pago de honorarios a la agencia	138
Tabla 32. Comisión según comprador y vendedor y situación en el proceso.....	139
Tabla 33. Comisión media según proceso.....	139
Tabla 34. Relación entre el pago de honorarios y el trabajo del agente inmobiliario	140
Tabla 35. Relación entre el trabajo del agente inmobiliario y el pago de honorarios.....	141
Tabla 36. Correlación entre la valoración del acompañamiento del agente y su utilidad.....	142
Tabla 37. Estadísticos descriptivos sobre la agencia online.....	143

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Peso de las actividades inmobiliarias en España sobre el PIB en tantos por ciento ..	18
Figura 2. Evolución anual del VAB en las actividades inmobiliarias en España entre 2005 y 2019 (en millones de euros).....	19
Figura 3. Peso de la inversión en vivienda en el PIB en España	20
Figura 4. Influencia del mercado de la vivienda en otras áreas de actividad.....	22
Figura 5. Consecuencias de la caída de precio de la vivienda	23
Figura 6. Evolución del PIB, inversión en el sector de la construcción.....	24
Figura 7. Estructura organizativa del sector.....	29
Figura 8. Lista de actividades del grupo L.....	32
Figura 9. Evolución del nº de empresas inmobiliarias a nivel nacional: 2012 – 2021.....	33
Figura 10. Número de empresas en España del grupo 683 Actividades inmobiliarias por cuenta de terceros	34
Figura 11. Ubicación de colegios API en España	36
Figura 12. Evolución de colegiados en Valencia. Años 1998 - 2018.....	37
Figura 13. Número de agencias asociadas por año a ASICVAL	39
Figura 14. Estructura y composición de la CNAEI	42
Figura 15. Rango de transparencia inmobiliaria en Europa, 2018	46
Figura 16. Total de viviendas que disponen de acceso a internet en España.....	48
Figura 17. Inversión total en publicidad y número de búsquedas obtenidas en Google. Año 2018.....	55
Figura 18. Comparativa de porcentajes y países. Año 2002 y 2015	75
Figura 19. Comisiones de la agencia inmobiliaria tradicional en España, 2019.....	76
Figura 20. Comisiones respecto del tipo de cliente	77
Figura 21. Compraventas según forma jurídica	81
Figura 22. Evolución en la compraventa de vivienda entre particulares. Datos mensuales en % sobre el total	82
Figura 23. Evolución en la venta de vivienda de particulares a empresas. Datos mensuales en % sobre el total	82
Figura 24. Evolución en la venta de vivienda de empresas a particulares. Datos mensuales en % sobre el total	83
Figura 25. Evolución en la compraventa de vivienda entre personas jurídicas. Datos mensuales en % sobre el total.....	84
Figura 26. Propietarios o copropietarios directos de la vivienda en la que residen actualmente (% sobre la población de cada rango de edad)	84
Figura 27. Datos en función del número de viviendas en propiedad	85
Figura 28. Perfil medio del cliente potencial de vivienda	86
Figura 29. Método exploratorio secuencial mixto	93
Figura 30. Esquema resumen del proceso metodológico de la investigación	94
Figura 31. Esquema resumen de los objetivos en el proceso metodológico de la investigación.....	95
Figura 32. Modelos de medición y dimensiones del cuestionario	103
Figura 33. Estructura del cuestionario	104
Figura 34. Tecnología presente y futura en proptech.....	118

Figura 35. Modelos de intermediación inmobiliaria en España.....	118
Figura 36. Tipologías de modelos de intermediación	120
Figura 37. Participación según sexo (en tanto por ciento)	121
Figura 38. Nivel de formación de los participantes (en tanto por ciento)	122
Figura 39. Datos de ocupación de los participantes (en tanto por ciento).....	122
Figura 40. Nivel de renta de los participantes (en tanto por cien). Ingresos mensuales.....	123
Figura 41. Cuota de mercado según modelo de intermediación.....	124
Figura 42. Prueba de Krushal-Wallis para muestras independientes	125
Figura 43. Notoriedad de las agencias online de intermediación.....	128
Figura 44. Notoriedad de las agencias online (en tanto por ciento).....	129
Figura 45. Percepción del cliente sobre la intermediación inmobiliaria.....	130
Figura 46. Estadísticos descriptivos.....	133
Figura 47. Recomendación de la agencia (0-10)	134
Figura 48. Percepción sobre la figura del agente inmobiliario	135
Figura 49. Estadísticos descriptivos del agente inmobiliario	137
Figura 50. Comisión media según situación en el proceso de compraventa	140
Figura 51. Análisis clúster. Segmentación del cliente	143
Figura 52. Segmentación de los clientes. Ingresos y edad	144
Figura 53. Segmentación de los clientes en función de la satisfacción con la agencia y con el agente.....	145
Figura 54. Percepción de la agencia según segmento	146