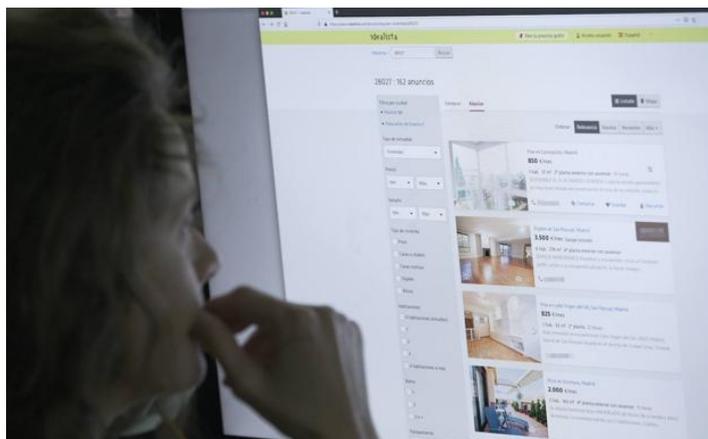


Cómo funciona el negocio de los portales inmobiliarios en internet



Una usuaria bucea en la oferta inmobiliaria de idealista. / ÓSCAR CHAMORRO

Idealista, investigada por la CNMC, cobra los anuncios de los profesionales, a los que presta servicios para destacar su oferta



CRISTINA VALLEJO

Domingo, 23 febrero 2020, 00:17



El expediente abierto por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) contra siete empresas ligadas al 'ladrillo' en los tres escalones de su cadena de comercialización, desde las propias intermediarias –es decir, inmobiliarias como RE/MAX o Look & Find–, empresas proveedoras de software inmobiliario y el escaparate final, Idealista, por presunta concertación de precios y condiciones comerciales y por compartir información sensible con el uso de algoritmos, ha puesto el foco especialmente en cómo funcionan las webs inmobiliarias.

Ello, porque en estas plataformas se mueve el grueso de la oferta de viviendas en compra y en alquiler. En idealista hay más de un millón y medio de anuncios; en Pisos.com, entre 500.000 y 600.000; y en Fotocasa, una cifra situada entre las dos anteriores. El usuario final casi no tiene otro remedio que bucear en estas webs para encontrar casa.

Posibles efectos perversos sobre el precio de la vivienda

La cuestión que más alarma ha generado ha sido la sospecha de que las prácticas en las que habrían incurrido los investigados por Competencia podrían haber contribuido a subir el precio de los pisos. Es el efecto que suele tener la concertación de comisiones. Hasta que no acabe la investigación y se publiquen conclusiones y posibles multas (que pueden llegar al 10% del volumen de negocio) no se sabrá si se ha incurrido en las prácticas que se enumeran y los efectos que habrían traído consigo.

Pero, de momento, operadores del sector contactados por este periódico, como Jesús Duque, de Alfa Inmobiliaria, comentan que no les interesa inflar los precios. Y tampoco a los portales inmobiliarios. «No tenemos interés en que los precios sean caros o baratos, sino que los que aportamos reflejen la realidad y que sean creíbles para los usuarios. Dar una información incorrecta es contraproducente para el portal», señala Ferrán Font, de Pisos.com. Font niega que la actuación de estas webs haya contribuido a incrementar los precios en los últimos años.

Pero sí hay determinados participantes del mercado de la vivienda que se quejan de que los valores que reflejan los portales están hinchados. Para fuentes de Redpiso, hasta en un 20% sobre los precios reales de mercado, es decir, respecto a los niveles a los que realmente se cierran las operaciones. Según recuerdan desde Gilmar, las valoraciones que ofrecen las webs de anuncios no son las reales, sino que reflejan el precio de intención de venta, valores de oferta, siempre o casi siempre más elevados que los del cierre de las operaciones. Por eso desde Gilmar comentan que un error de estas empresas ha sido el de dar estadísticas de precios usando información de sus anuncios. Los agentes de la propiedad se reivindicar: tienen que hacer pedagogía con los propietarios para convencerles de que lo de los portales (adonde se acude como primera orientación para asesorarse sobre el precio que poner al inmueble) no es real, y que son ellos los que se patean las calles y están al tanto de las operaciones que se cierran y a qué precio.

Idealista, cuando saltó la acusación, se apresuró a negar que estuviera incurriendo en las prácticas investigadas. Pero, ¿cómo explica el portal su funcionamiento? Fuentes de la web aseguran que su principal fuente de ingresos es la venta de anuncios clasificados. Los particulares, que representan entre el 40% y el 45% de las casas que se ofertan, pueden publicar dos de forma gratuita. A partir del tercero se cobran. A los profesionales inmobiliarios, responsables de más del 50% de la oferta, se les ofrecen «diferentes modalidades de colaboración». Dependiendo de los servicios que contraten, tienen diferentes tarifas «que son transparentes y que jamás están vinculadas a cierres de operación».

Fuentes de Redpiso, que contrata con Idealista, comentan que los precios varían, además de con el volumen de anuncios contratados, con su posicionamiento (hay algún portal que ofrece colocar dos de tus pisos entre los seis primeros de la página, o destacar alguna casa un número determinado de veces en un mes...). Según añaden fuentes de Alfa Inmobiliaria, en la fijación de la tarifa también interviene el área geográfica en la que esté el inmueble: no se paga lo mismo por un anuncio de una promoción de Madrid que de Segovia.

Idealista no desvela cuánto ingresa, de media, por anuncio, teniendo en cuenta que hay algunos gratis y que los que son de pago tienen tarifas diferentes según la relevancia que se les otorgue. Jesús Duque, de Alfa Inmobiliaria, ayuda a resolver la cuestión: una agencia que contrate veinte anuncios podría estar pagando 500 euros al mes.

Redpiso agrega que las webs inmobiliarias ofrecen también herramientas tecnológicas, como estudios de mercado, valoración 'online' u otros servicios tecnológicos, como los que requiere la creación de la página web de la inmobiliaria. Estas mismas fuentes afirman que si bien los precios de los pisos que aparecen en los portales inmobiliarios son los que ponen los clientes, «lo que se hace con esa información se escapa a nuestro control». «Idealista puede tener un algoritmo, no lo sabemos, si ha saltado una alarma, es por algo, pero quien pone el precio es el

anunciante», añaden desde Gilmar. Una de las sospechas de la CNMC tiene que ver con el uso que se realiza de la información inmobiliaria que circularía entre los investigados.

La otra cuestión en disputa del caso abierto por Competencia es la presunta concertación de comisiones y precios de servicios inmobiliarios prestados. Fuentes de Idealista comentan que comisiones en sentido estricto, es decir, por cierre de operaciones, no las cobran ni a anunciantes ni a usuarios. Y añaden que, «como plataforma tecnológica, Idealista no establece o altera jamás ni los precios ni las condiciones comerciales, que son libremente fijados por los anunciantes». Idealista dice no saber tampoco si un anuncio se ha retirado porque la operación se ha llevado a término (por lo que también dicen desconocer con qué características se ha realizado) o porque se ha desistido de la venta. Aunque se pasa un cuestionario al anunciante que quita su vivienda de la web, éste no tiene por qué responder.

A Duque le parece extraña la acusación de concertación de precios, cuando se trata de un sector atomizado con muchas inmobiliarias trabajando en régimen de franquicia, lo que implica que, en principio cada una establece sus honorarios de manera autónoma. La incógnita está en saber con qué criterios. Y estamos en la era dorada de los datos.

TEMAS [Hipotecas](#)



La mejor selección de noticias en tu mail

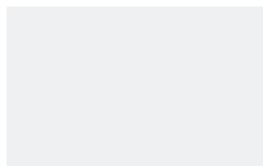
Recibe las principales noticias, análisis e historias apuntándote a nuestras newsletters

Apúntate

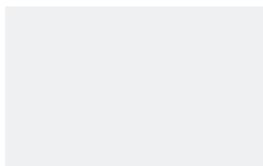
Comentarios

Patrocinada

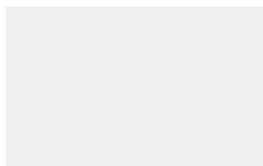
Noticias relacionadas



Una casa de Granada, entre las más caras de España



Condenados a año y medio de cárcel por estafar con vacaciones turísticas falsas



Un albañil gana un bote récord de la Bonoloto y lo pierde todo con un banco

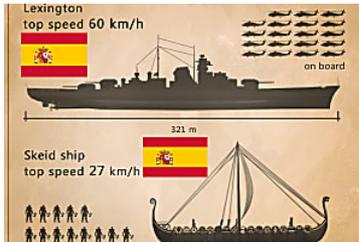
CONTENIDO PATROCINADO

Enlaces Patrocinados por Taboola



Gafas progresivas con nueva tecnología por 109 €

gafas.es



Juega esto durante 1 minuto y verás por qué todos son adictos

Vikings: Juego Online Gratis



Consejos para cuidarte al depilarte con láser

CENTROS ÚNICO

MÁS NOTICIAS

por Taboola

