
Empresa

Álvaro Luna (Housers): “El ‘big data’ no sirve sin la cabeza y el sentido común de un humano”

Con 40.000 inversores en la actualidad y con el objetivo de alcanzar una inversión de 100 millones de euros en 2017, Housers se prepara ahora para dar el salto internacional.

C. Pareja
17 mar 2017 - 04:57



Tono Brusola y Álvaro Luna, fundadores de **Housers**, siempre dicen que la plataforma nació para “democratizar la inversión inmobiliaria y que todo el mundo tuviera acceso a tener un patrimonio”. Y en eso están. Con 40.000 inversores en la actualidad y con el objetivo de alcanzar una inversión de 100 millones de euros en 2017, **Housers** se prepara ahora para dar el salto internacional y cerrar una nueva ronda de financiación. Eso sí, esta vez para que crezca la empresa, no para comprar un nuevo piso.

Pregunta: Housers nace como alternativa a los fondos inmobiliarios tradicionales. ¿Cómo está evolucionando en España un negocio como este?

Respuesta: Lo más importante, y lo que nos diferencia de los fondos tradicionales, es que aquí el inversor decides donde poner su dinero. Al fin y al cabo, nosotros

pensamos que la inmensa mayoría de las personas que invierten en algo quieren ver dónde está su dinero, y este es el punto de partida del proyecto. Cómo, cuándo y cuánto.

P.: ¿Cómo surge la idea de crear Housers?

R.: Yo estaba relacionado con el real estate y mi socio con el negocio de las *start ups*. En 2014, vemos que el mercado inmobiliario vuelve a mostrar signos de recuperación y pensamos en emprender dentro de este negocio. La idea era montar un fondo inmobiliario pequeño, de un importe considerable pero de poca gente, aunque finalmente nos inclinamos por mezclar algo grande con el crowdfunding. De ahí surgió Housers.

P.: En el mercado internacional es un concepto que ya está más implantado. ¿En qué mercado se mira Housers para crecer?

R.: El mercado español es muy atractivo y amplio de por sí, pero hay países en los que este modelo está mucho más desarrollado. Es el caso de Reino Unido, donde hay distintas compañías, aunque muy focalizadas en Londres; en Alemania también tienen mucha fuerza, con un mix de más de un 70% con inversores institucionales con un ticket grande, y en Estados Unidos hay una veintena de bestias que mueven millones de euros de institucionales y particulares.

P.: Vuestro territorio es Internet. ¿Os da miedo que os confundan con una empresa de pisos para millennials?

R.: Es verdad que cuesta, y más a través de internet, que entiendan cuál es nuestro negocio. Explicar todo esto en una web, en 30 segundos en radio, o en un artículo, es complicado, pero ya empiezan a entender que no vendemos pisos, sino que ayudamos a que el español invierta en un proyecto sin ser millonario y que haya una rentabilidad.

“Cuesta que las personas entiendan cuál es negocio y la actividad de Housers”

P.: ¿Cuál es el inversor tipo de Housers?

R.: Varón, de 30 a 40 años, con estudios superiores, que conoce el mercado financiero y el ticket medio es en torno a 2.000 euros.

P.: ¿Cuál os gustaría que fuera?

R.: Trabajamos para que cualquier persona utilice la plataforma como una plataforma de ahorro.

P.: Como empresa tecnológica, el big data es una de las bases de vuestro negocio. ¿Cómo se utiliza en Housers?

R.: Para analizar. Es una herramienta para analizar los productos que nos entran. Es muy objetiva y te da unos precios muy orientativos de cómo está el mercado en esa zona. Te ayuda a avanzar y es una herramienta de análisis. El *big data* que utilizamos nosotros no es el mismo que el de una tienda de electrónica, por ejemplo. Nuestras fuentes son Registro de la Propiedad, el Censo, notariado... una locura de algoritmos. Se utiliza todos los días, pero hay que poner la cabeza y el sentido común de un humano para que funcione.

P.: La crisis financiera hizo que se creara desconfianza hacia el negocio inmobiliario en España. ¿Es algo de los que sacáis provecho u os penaliza?

R.: Todo el mundo sabe que si compras bien, el tocho es un buen producto de ahorro. ¿Dónde están los productos del Sareb? Fuera de Madrid, en zonas costeras... si nosotros conseguimos que se invierta en ciudades importantes y céntricas, hay retorno y hay confianza. Es cierto que el español tiene miedo y desconfianza, pero también falta de conocimiento. Pídele dinero a un amigo, a ver qué te dice. Es lo mismo. Una inversión es una inversión y tiene riesgo, alto o bajo. Quizá de las alternativas que tiene a la hora de invertir, el inmobiliario es la más física: lo ven, lo pueden tocar... Puede bajar el precio, pero también puede volver a subir. Nunca bajará un 90%, como si pasa con otras inversiones.