
Empresa

Cliventa cambia de modelo para triplicar su negocio en 2018

La *proptech* vira el rumbo de la oferta con la que nacieron las inmobiliarias digitales, que cobran su comisión al comienzo del proceso de venta, y se adecúa al modelo tradicional en España en la compraventa de vivienda con una tarifa fija que se cobra sólo tras sellarse la operación.

J. Izquierdo
15 feb 2018 - 04:55

Cliventa cambia de modelo para triplicar su negocio en 2018
Ignacio González y Alejandro Briceño son los fundadores de Cliventa.

Cliventa aspira a crecer el triple en 2018 con un cambio de rumbo. La *proptech* catalana eleva sus pretensiones para el presente ejercicio con una previsión de multiplicar por tres su facturación y alcanzar las 400 viviendas. Para ello, ha lanzado una nueva tarifa que se adecua al modelo tradicional de venta de vivienda, en el que el propietario paga la comisión una vez se realice la venta del piso, destaca Alejandro Briceño, consejero delegado de Cliventa, a EjePrime.

El joven empresario explica que **“con esta tarifa buscamos que el cliente confíe en un negocio digital”**. Hasta ahora, la oferta de Cliventa era igual a la del resto de inmobiliarias digitales españolas, que cobran una reducida comisión, en comparación con las agencias tradicionales, pero Briceño ve problemas a este concepto. **“El propietario no está acostumbrado a este tipo de tarifa, tiene la costumbre de pagar una vez sea vendida la casa, y además, ha de pagar sí o sí, se venda el piso o no”**, añade.

Tras vender más de 150 propiedades en 2017, con las que generaron un valor en propiedades vendidas superior a 35 millones de euros, la *proptech* eleva su apuesta. “Lo que se nos da bien es la venta del inmueble, vendemos muchos, así que creemos en esta tarifa a éxito”, sostiene Briceño, que recuerda que “la comisión de una inmobiliaria física para una vivienda en Madrid y Barcelona es de alrededor de 15.000 euros de media; nosotros la rebajamos hasta 3.990 euros”. Asimismo, **Briceño defiende que esta tarifa postventa “es financieramente más rentable y saneada para la empresa”**, en comparación con la fija.

Cliventa vendió más de 150 propiedades en 2017,

1 / 2

<https://www.ejeprime.com/empresa/cliventa-cambia-de-modelo-para-triplicar-su-negocio-en-2018>

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

generando un valor en propiedades transaccionadas superior a 35 millones de euros

Cliventa está enfocada en Madrid y Barcelona, las dos ciudades “con más rotación de vivienda, menor tiempo de venta y mayores precios”, tal y como esgrime Briceño. Por este motivo, **“primero nos tenemos que consolidar en estos dos mercados para, probablemente, en un futuro próximo ir a otras plazas como pueden ser Sevilla, Valencia o Málaga”**.

A punto de cerrar una tercera ronda de 500.000 euros

En estos momentos, la *proptech* tiene abierta una tercera ronda de financiación de 500.000 euros, tal y como adelantó EjePrime en noviembre. “Estamos cerca de cerrar la ronda”, asegura el consejero delegado de la compañía, si bien **mantendrán en *stand by* el lanzamiento de una cuarta ronda prevista para este 2018**. “El año pasado fue muy bien, pero ahora estamos envueltos en este cambio y debemos esperar a ver los resultados que da antes de dar los siguientes pasos”, apunta Briceño.

Fundada por Briceño e Ignacio González, director de marketing, **Cliventa está participada por inversores privados del sector inmobiliario como RTV Capital, Grupo BR y Aldicer**, entre otros. Las dos primeras entraron en su accionariado en agosto de este año, dentro de la segunda ronda de financiación de la compañía.

Respecto al futuro de su sector, el máximo responsable de la *proptech* aseguraba hace unos meses a este medio que “la acogida de la inmobiliaria digital en el mercado nacional está siendo positiva y, aunque su crecimiento va más lento que en otros mercados más digitalizados como Reino Unido (allí este negocio tiene una cuota de mercado del 30%), preveo que para 2020 la penetración de la inmobiliaria digital en el residencial será del 5%”.