
Empresa

Housell redondea en 2018: 5.000 casas en 50 ciudades para facturar más de 5 millones

La *proptech* española afronta el presente ejercicio como el año de la consolidación. No se plantea dar el salto internacional, aunque, en caso de cumplir objetivos, a cierre de 2018 se plantearía la posibilidad de hacer las maletas y volar a otros países.

Jabier Izquierdo
26 abr 2018 - 04:54



Housell vende optimismo, que no casas, con números redondos. “Somos una empresa de servicios; las viviendas las venden sus propietarios en las condiciones que ellos deseen”, explica Guillermo Llibre, fundador y consejero delegado de Housell, a EjePrime. Tras cerrar 2017 con mil pisos en cartera, la *proptech* española multiplicará por cinco sus cifras. El objetivo de la empresa para este año es alcanzar los cinco millones de facturación con 5.000 viviendas a la venta en su plataforma online. Para ello, la compañía llegará a cincuenta ciudades de todo el país con un incremento en su plantilla de comerciales, que alcanzará el centenar.

“Nuestro objetivo para 2018 es tener más capilaridad en el país”, apunta Llibre. Su empresa lanzó recientemente una campaña de marketing en medios de comunicación con la que la *proptech* desea “ganar reputación y mercado” en pos de su expansión nacional.

Para cubrir el desarrollo de su plan de negocio, la *proptech* ha dado entrada en su accionariado a un socio industrial del propio sector del *real estate* “que nos dará *gas* hasta el segundo trimestre del año que viene”. Un motivo de tranquilidad para la compañía, que obtuvo el apoyo de Haya Real Estate para nacer a través de un préstamo y que a finales del pasado año logró levantar un millón de euros en su primera ronda de financiación.

Housell cuenta desde este año con un socio industrial que dará ‘gas’ a la ‘proptech’ hasta el segundo trimestre de 2019

El hecho diferencial de Housell con respecto a otro tipo de agencias inmobiliarias online es “que el sector se mueve en clave éxito y nosotros sólo cobramos una cuota inicial por el servicio”. Por menos de mil euros, en su tarifa más básica, la compañía realiza diferentes funciones como fotografiar el inmueble, colgarlo en los portales inmobiliarios, poner en contacto al cliente con potenciales compradores y concertar las visitas, entre otros aspectos. Además, la compañía ofrece con un suplemento en el precio final la posibilidad de enseñar la vivienda a los interesados y tramitar los documentos y certificados necesarios para el cierre de la operación de compraventa del inmueble.

Con la utilización de herramientas digitales como el Big Data, la *proptech* valora el precio que pueden alcanzar en el mercado los inmuebles y está logrando crecer a ritmos altos en un mercado al que “aún le cuesta un poco confiar en que se pueda vender una casa pagando un servicio por adelantado”, reconoce Llibre. Por ello, el directivo cree que “falta por predicar los beneficios de este modelo de servicio para el mercado”. Entre otros aspectos, el ejecutivo destaca que en su plataforma alinean “mucho” el precio de la vivienda y “el propietario es quien toma las decisiones en este aspecto, cuando en una agencia tradicional lo haría el gestor”.

De cien a mil clientes en medio año

El ascenso que está logrando Housell en su primer año en activo se resume en el segundo semestre del pasado año. En junio, la compañía contaba con un centenar de clientes que habían puesto su vivienda a la venta en su plataforma, pero a cierre del año, esta cifra se había multiplicado por diez para despedir 2017 con mil usuarios.

“Nuestros planes del año pasado era ver si nuestro modelo de negocio tenía sentido”, asegura el fundador de Housell, que abrió la persiana con una plantilla de veinte personas en la oficina y quince comerciales en la calle. La idea de Llibre, exdirector del área online del *servicer* de Haya Real Estate y cofundador de Groupalia, funcionó y la empresa saludó al 2018 con el doble de plantilla y presente ya en doce ciudades, entre las que destacan los principales mercados del sector residencial como son Madrid, Barcelona, Málaga, Valencia o Sevilla. Actualmente, el contador de Housell ya alcanza los 65 comerciales repartidos en 32 ciudades

La internacionalización, aparcada hasta final de año

En un mercado en el que los pisos de Madrid y Barcelona se venden en menos de tres meses, la proyección de Housell invita a creer en cotas más altas. Sin embargo, la *proptech* tiene los pies en el suelo y hasta que no cumplan objetivos, la idea de la internacionalización “ni se plantea”, asegura tajante Llibre. “Todavía tenemos que hacerlo bien aquí, 2018 es el año de la consolidación y, si las cosas van bien, sólo a finales de año contemplaríamos la posibilidad de salir a otros mercados europeos.

Además de crecer rápido, a las empresas de intermediación online les están creciendo también rápido las críticas por parte de algunas de las patronales de agencias inmobiliarias tradicionales. En este sentido, Llibre asegura que “somos muy jóvenes para hacer competencia a este tipo de agencias”. “Miramos al sector con mucho

respeto, igual que el sector debe vernos como una oportunidad porque creo que es una relación win-win a corto ”, apostilla el directivo. No en vano, el fundador de Housell cree que sería muy interesante que ambos mercados se entiendan “a corto para digitalizar el sector y mejorar el servicio al cliente”.