

Los Modelos Analíticos claves en el sector inmobiliario por su eficiencia y transparencia

La revolución del sector inmobiliario de la mano de los modelos analíticos, un cambio de paradigma clave en la eficiencia y transparencia del sector. La aplicación de inAtlas aporta una radiografía completa, un mapa preciso de la situación empresarial que permite medir y analizar el comportamiento de la actividad económica

La Analítica de Localización y Visualización de Geodatos son instrumentos eficaces que ofrecen transparencia, accesibilidad, fiabilidad y han revolucionado el sector inmobiliario. La aplicación desarrollada por inAtlas, basada en Inteligencia de Localización, permite decidir cuál puede ser la mejor localización para la compra o venta de un nuevo activo mediante estudios de mercado e información comparativa de los testigos inmobiliarios ofertados en el mercado cada semana. Integra en una única aplicación web, online, herramientas de estudios de mercados a partir de consultas territoriales sobre 3,6M de empresas y autónomos activos, perfiles de renta y capacidad de gasto de 46M de consumidores de España, y propiedades inmobiliarias en oferta, con datos de valoración de 18M de hogares. Los datos son convertidos en información relevante y accesible en tiempo real.

Los usos prácticos de la aplicación en las empresas inmobiliarias son innumerables, Silvia Banchini, directora general de inAtlas señala los principales:

- Geolocalización de cartera de clientes mediante carga de CIF (clientes y exclientes) y de activos inmobiliarios para su enriquecimiento automático con datos comerciales y financieros de INFORMA D&B, datos catastrales y de valoración, así como datos del contexto sociodemográfico de proximidad, Estudio de cartera y búsqueda automática de prospectos espejos. Adquisición de inteligencia de negocio.

- Consulta de datos de empresas y fondos de inversión, actualizados a diario

- Sincronización completa del CRM del cliente para la actualización diaria de los clientes, inmuebles, solares, su geolocalización y cruce con los datos externos de mercado.

- Diseño de un segmentador a medida sobre cada Base de Datos que el cliente necesite consultar y extraer desde mapas (superficie, tipología..).

- Adquisición de información de Catastro y oferta inmobiliaria de inmuebles en venta y alquiler para el análisis de testigos y cálculo del precio medio €/m² por zonas geográficas. Actualización semanal.

- Modelos analíticos para la creación de mapas de calor de lugares óptimos para la adquisición de inmuebles.

- Creación de una ficha-informe personalizado de cada propiedad, exportable a pdf.

- Estudio y visualización en mapas del impacto de precios por el mercado de las viviendas vacacionales.

La solución de Geomarketing dirigido al sector inmobiliario agiliza los procesos de estudios de mercados, así como de análisis de zonas de oportunidad para dirigir campañas comerciales y estrategias de adquisición de activos inmobiliarios. Facilita el tratamiento de bases de datos, tanto internas como externas, y el diseño de segmentadores a medida con datos empresariales, socio-

demográficos, catastrales y de oferta de activos a macro-escala, desde las Comunidades Autónomas, Provincias, Municipios, Códigos Postales y Secciones Censales, hasta análisis de micro-escala, en áreas de influencia alrededor de lugares determinados, mediante geometrías libres (polígonos, círculos, rectángulos) y en distancia tiempo (isocronas).

En cuanto a los datos internos está disponible la opción upload por parte del cliente de su propia base de datos, de los actuales clientes y propiedades para su geolocalización y su explotación estadística. A su vez, los agentes inmobiliarios pueden analizar menús personalizados para cada uno de los agentes de la red del cliente. El estudio de precios de las áreas de influencia de cada activo facilita la monitorización de su nivel de rentabilidad y posicionamiento en el mercado. Es posible la integración de datos de activos inmobiliarios vendidos por el cliente, para la creación de un menú de filtros basado en datos internos, continuamente actualizados como: tipo de propiedad, superficie, precio, precio/m² volumen de activos vendidos/alquilados, fecha de publicación del anuncio, disponibilidad o estado del trámite.

También es posible, apuntan desde inAtlas, el tratamiento de bases externas según mercado inmobiliario y sectoriales. Los datos del mercado inmobiliario, son actualizados semanalmente y pueden ser integrados en: Oferta inmobiliaria, en venta y en Oferta inmobiliaria en alquiler según: tipo (local comercial, nave industrial, pisos...), superficie, precio, precio/m²; y en valoración inmobiliaria por: renta municipal, valoración inmobiliaria por referencia catastral (piso-puerta), valor medio €/m². La base cartográfica del catastro se consulta a tiempo real mediante servicio WNS de la Dirección General del Catastro y pueden incluirse los siguientes campos: tipo de reforma, año de reforma, nº de plantas, tipología, año de construcción, propiedad, superficie parcela, superficie construida, coeficiente de propiedad, nº habitaciones, nº baños, piscina (s/n), jardín(s/n) o ascensor (s/n).

A su vez, Geomarketing Inmobiliario destaca las zonas de mayor rentabilidad, zonas PRIME y zonas comerciales abiertas en las ciudades, reduciendo drásticamente el tiempo de búsqueda y evaluación de las mejores ubicaciones para una inversión y puesta en marcha de una promoción inmobiliaria.

inAtlas: empresa especializada en Location Analytics que ofrece soluciones estratégicas de negocios basadas en la ubicación. Ha creado una tecnología propia que aumenta la velocidad de cálculo de datos geoespaciales, permitiendo una alta flexibilidad de personalización, visualización e integración continua de bases de datos diversas. Desarrolla soluciones tecnológicas para gobiernos y para empresas privadas de bancos y seguros, telecomunicaciones, energía, hostelería, comercio mayorista y minoristas, concesionarios, fabricantes, así como modelos analíticos a medida para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas cruzadas y prevención de fugas. En joint venture con Informa D&B, líder español en la oferta de Información comercial y financiera de empresas, ofrecen una competitiva herramienta de Geomarketing que permite descubrir los patrones de comportamientos y dinámicas de proximidad entre clientes, proveedores y competidores, para optimizar las acciones de marketing dirigidas tanto para captación de nuevos clientes como para su retención.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Inmobiliaria](#) [Finanzas](#) [Emprendedores](#) [Software](#) [Consumo](#) [Construcción](#) y [Materiales](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>