

PERFIL DEL CLIENTE DEL AGENTE INMOBILIARIO ANTE LA DIGITALIZACIÓN DEL SECTOR

CUSTOMER PROFILE OF THE REAL ESTATE AGENT AS THE INDUSTRY GOES DIGITAL

Juan Carlos Asensio-Soto¹
Universidad Europea de Valencia

Elena Navarro-Astor²
Dep. of Business Organization / School of Building Engineering / Universitat Politècnica de Valencia²

INTRODUCCIÓN

La intermediación inmobiliaria está atravesando uno de los momentos más disruptivos de las últimas décadas debido a la incorporación de tecnologías en sus procesos y servicios. En España, este proceso cobra mayor impulso a partir de 2017 con la aparición de nuevas empresas más tecnológicas denominadas proptech (Asensio-Soto y Navarro-Astor, 2022). A pesar de estas innovaciones, el mercado inmobiliario sigue estando altamente intermediado, ya que el 90% de los compradores y vendedores recurren a un agente. No obstante, las bajas barreras de entrada y las comisiones han incrementado el acceso de intermediarios inexpertos, lo que puede afectar la calidad del servicio ofrecido (Gilbukh y Goldsmith-Pinkham, 2024). Esto se acentúa con el alto grado de opacidad y la falta de homogeneidad que caracterizan al sector. Los agentes desempeñan un papel crucial al guiar a compradores y vendedores en la búsqueda de propiedades, debido a que la obtención de información en este sector conlleva un alto coste en términos de tiempo y recursos (Zietz y Sirmans, 2020).

El auge de la tecnología e internet están transformando este panorama; el proceso de búsqueda y conexión entre compradores y vendedores es más sencillo y económico que antes gracias a las plataformas virtuales (Wigand, 2020). Así, se pone en cuestión la figura del agente inmobiliario tradicional enfrentándolo a la amenaza de la desintermediación (Wigand, 2020).

El **objetivo principal** de este trabajo es conocer el perfil del cliente que requiere de la ayuda del agente inmobiliario en un sector cada vez más digitalizado.

EL AGENTE INMOBILIARIO / THE REAL ESTATE AGENT

Es el elemento de conexión entre la empresa y el mercado, siendo su presencia clave en el proceso de negociación entre comprador y vendedor. Su papel ha sido revisado críticamente por numerosos autores (Benefield et al., 2019). Algunos destacan su mala imagen (Talmatchi, 2020) asociada a lo intangible de su trabajo, esfuerzo apenas observable por los clientes (Santore y Bruce, 2002). En cambio, Seiler et al. (2008), muestran que compradores y vendedores sí aprecian el contacto humano con el agente inmobiliario, el sentimiento de confianza, la capacidad de respuesta a sus necesidades y su empatía. Varios autores han identificado las funciones que definen el trabajo del agente (Ver Tabla 1).

It is the connecting element between the firm and the market, being a key presence in the buyer-seller negotiation process. Its role has been critically reviewed by many scholars (Benefield et al., 2019). Some of them highlight their poor image (Talmatchi, 2020) associated with the intangibility of their work, an effort barely visible to customers (Santore and Bruce, 2002). In contrast, Seiler et al. (2008) show that buyers and sellers do appreciate the human contact with the real estate agent, the feeling of trust, responsiveness to their needs and empathy. Several authors have identified the functions that define the agent's job (see Table 1).

METODOLOGÍA / METHODOLOGY

- Investigación descriptiva basada en metodología cuantitativa.
- Población de estudio: participantes en un proceso de compra o venta de inmueble en el periodo 2018-2021, ambos inclusive, a nivel nacional.
- Tipo de muestreo: no probabilístico por conveniencia y por bola de nieve.
- Tamaño muestral: 412 (56,1% mujeres y 43,4% hombres).
- Desarrollo del trabajo de campo: de octubre a diciembre de 2021.
- Descriptive research based on quantitative methodology.
- Target population: participants in a real estate purchase or sale process during the period 2018-2021, inclusive, at the national level. .
- Sampling: Non-probability convenience sampling and snowball sampling.
- Sample size: 412 (56,1% women and 43,4% men).
- Fieldwork took place from October to December 2021.

RESULTADOS / RESULTS

Las Imágenes 1, 2 y 3 y la Tabla 2 describen el perfil del cliente en base a diversas variables: formación, ocupación, renta y situación en el proceso de la transacción. El 95,8% de la muestra recurrió a la intermediación tradicional y sólo el 4,2% a proptech.

Images 1, 2 and 3, and Table 2 describe the customer's profile according to several variables: gender, education, occupation, income level and situation in the transaction process.

95.8% of the sample used traditional brokers and only 4.2% used proptech.

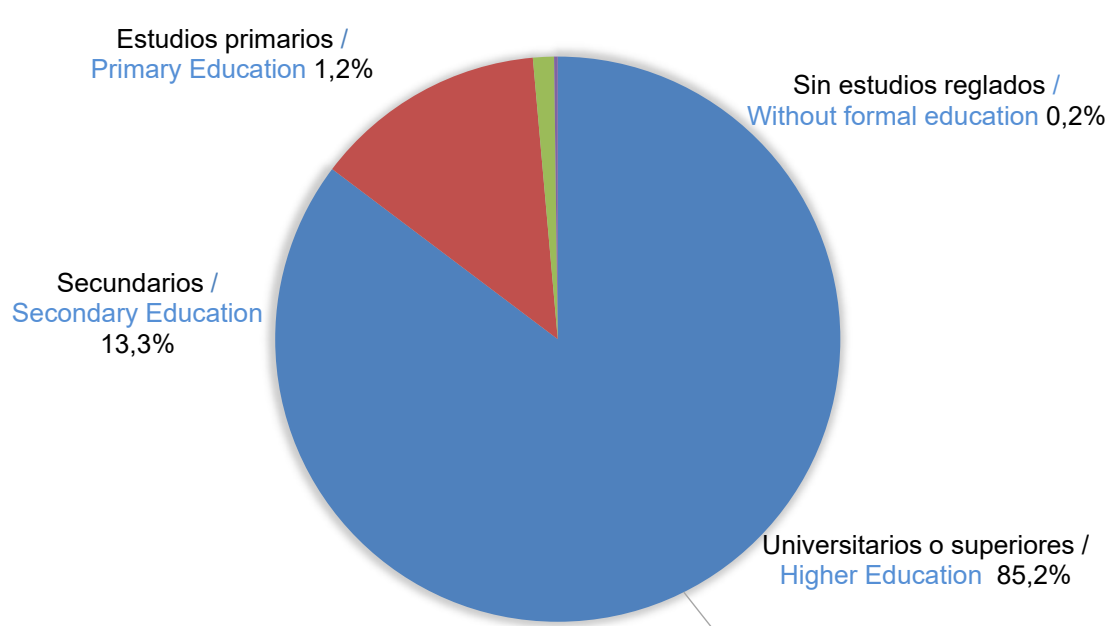


Imagen 1. Nivel de formación de los participantes
Image 1. Participants' level of education

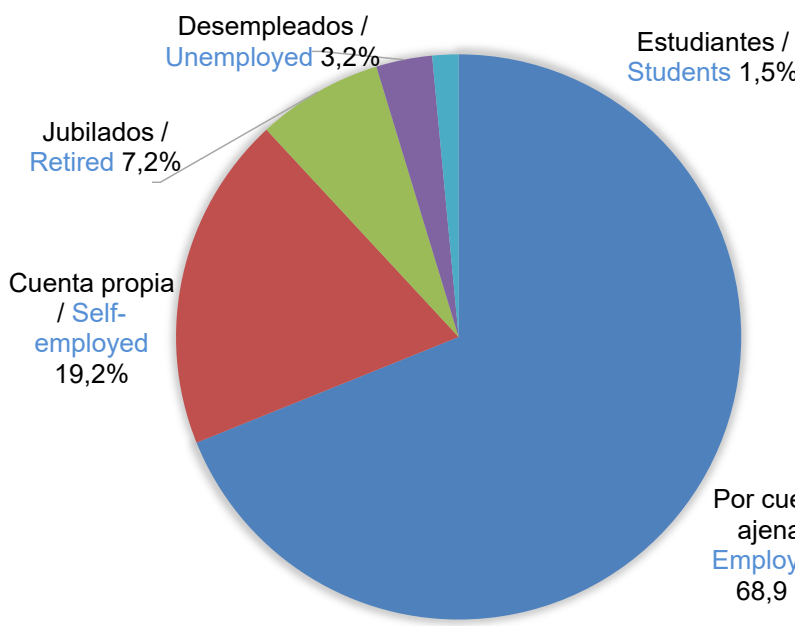


Imagen 2. Ocupación de los participantes
Image 2. Participants' occupation

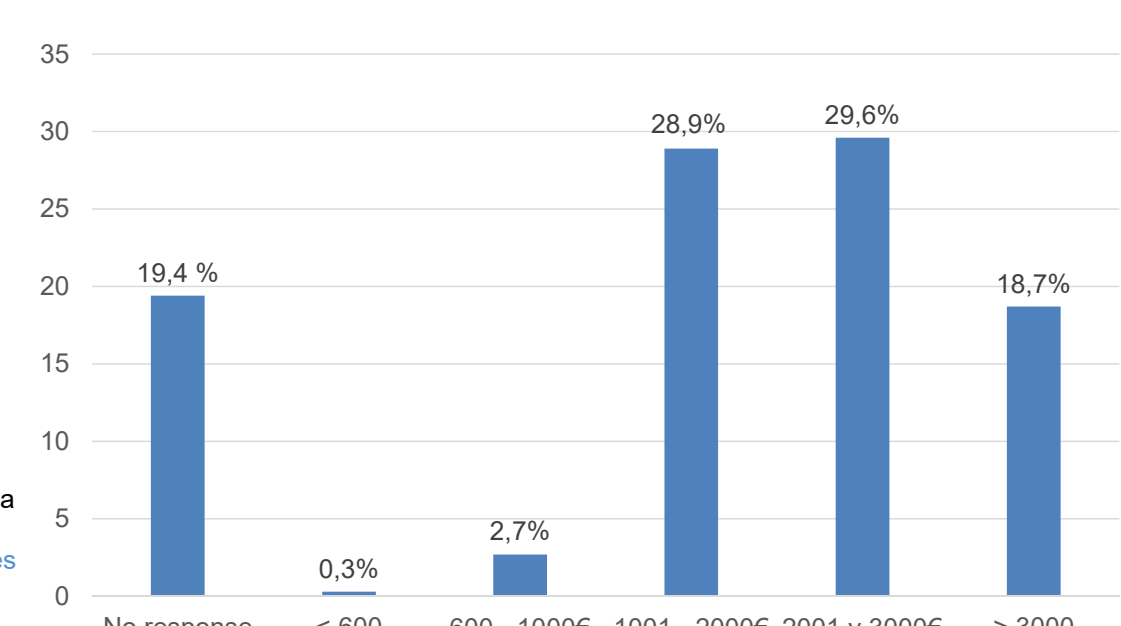


Imagen 3. Ingresos mensuales de los participantes
Image 3. Participants' monthly income

CONCLUSIONES

La figura del agente inmobiliario está altamente demandada a pesar del proceso digitalizador al que se enfrenta el sector. No son simples intermediarios que mueven fragmentos de información sin relación alguna. Si esto fuera así, ya habrían desaparecido o estarían en proceso de desaparecer al igual que ha ocurrido en otros sectores como el de los agentes de viajes.

La muestra analizada refleja una población mayoritariamente activa, cualificada y con preferencia por métodos tradicionales para la intermediación inmobiliaria. La mayoría de las personas encuestadas opta por la intermediación tradicional como el canal preferido para llevar a cabo sus transacciones inmobiliarias, mientras que las agencias online o proptech tienen una presencia residual. A pesar del crecimiento de las plataformas digitales, su penetración aún es limitada en este sector. Esto sugiere que, a pesar del auge de la digitalización, los métodos convencionales mantienen una amplia aceptación entre la población.

INTRODUCTION

Real estate brokerage is going through one of the most disruptive moments in recent decades due to the incorporation of technologies in its processes and services. In Spain, this process has been gaining momentum since 2017 with the emergence of new, more high-tech companies known as proptech (Asensio-Soto y Navarro-Astor, 2022). Despite these innovations, the real estate market remains highly intermediated with 90% of buyers and sellers hiring an agent. However, low barriers to entry and commission rates have increased access of inexperienced intermediaries, which may affect the quality of the service offered (Gilbukh y Goldsmith-Pinkham, 2024). This is reinforced by the high degree of opacity and lack of homogeneity that characterise the sector. Real estate agents play a crucial role in guiding buyers and sellers in their property search, as obtaining information in this sector is costly in terms of time and resources (Zietz and Sirmans, 2020).

The rise of technology and the internet are transforming this scenario; the search and connection process between buyers and sellers is simpler and cheaper than ever before due to the virtual platforms. (Wigand, 2020).

The **main objective** of this research is to determine the profile of the customer who requires assistance from the real estate agent in an increasingly digitalised sector.

Tabla 1. Funciones del agente inmobiliario / Table 1. Real estate agent's functions

Autor / Author	Funciones / Functions
Barresi (1968)	Intermediar entre comprador y vendedor, estimar el valor de la propiedad, ayudar en la adquisición de la hipoteca y asesorar sobre distintos usos de la propiedad. To intermediate between buyer and seller, estimate the property value, assist in obtaining a mortgage and advise on different property uses.
Elder et al. (2003)	Intermediar entre los clientes, aportar información y estimar el valor de la propiedad. To intermediate between clients, provide information and estimate property value.
Ledesma Ibáñez (2008)	Informar del estado de la operación, actuar con discreción y con lealtad al cliente, rendir cuentas, averiguar y comprobar la situación registral de la propiedad. To report on transaction progress, act with discretion and with loyalty to the client, be accountable, ascertain and verify the property's registration status.
Blanco Carrasco (2008)	Mediar entre las partes; ser diligente e imparcial; proporcionar información y respetar las normas deontológicas profesionales. To mediate between the parties; to be diligent and impartial, to provide information and to respect professional ethical standards.
Pacheco (2015)	Ofrecer seguridad jurídica en las transacciones, y que éstas sean rápidas, y al menor coste posible. To provide legal certainty in transactions, and for these to be quick, and at the lowest possible cost.
Gardès, (2019)	Identificar la oferta, poner en contacto a los clientes, valorar la vivienda, gestionar las ventas, publicidad y marketing, ofrecer una correcta asesoría y asistencia legal y negociar y asistir en el cierre de la transacción. To identify the deal, contact clients, assess the property, manage sales, advertise and market the property, provide proper legal advice and assistance, and negotiate and assist in the completion of the transaction.
Wilcox y Forsyth (2022)	Ahorrar tiempo al cliente y brindarle la seguridad de que se han acordado los términos óptimos de la transacción. To save the customer time and assurance that the optimal terms of the transaction have been agreed.

Tabla 2. Situación en el proceso de transacción / Table 2. Situation in the transaction process

Tipo de transacción / Transaction type	Frecuencia / Frequency	Porcentaje / Percentage	Porcentaje acumulado / Cumulative Percentage
Compraventa / Sale & purchase	64	15,5	15,5
Compra / Purchase	242	58,7	74,3
Venta / Sale	86	20,9	95,1
Sin finalizar / Unfinished	20	4,9	100
Total	412	100	

CONCLUSIONS

Real estate agents are in high demand despite the digitalisation process that the sector is undergoing. They are not mere intermediaries moving unrelated fragments of information. If this was the case, they would have already disappeared or would be in the process of disappearing, as has happened in other sectors such as travel agents.

The sample analysed reveals a largely active, qualified population with a preference for traditional methods for real estate intermediation. The majority of those surveyed choose traditional intermediation as the preferred channel for carrying out their real estate transactions, while online agencies or proptechs have a residual presence. Despite the growth of digital platforms, their market penetration is still limited in this sector. This suggests that, despite the rise of digitalisation, conventional methods remain widely accepted by the population.