

Mucho más que un aviso clasificado

Junto con Martín Sarsale creó Properati, una firma que quiere renovar la forma de hacer negocios inmobiliarios

Sofía Terrile PARA LA NACION | LUNES 11 DE JULIO DE 2016



MIRÁ EL PROGRAMA

U impreso y un agente carismático son las partes de un proceso de compra y venta de propiedades que ya casi quedaron en la historia. Los portales que reemplazaron al viejo modelo tampoco convencían al economista Gabriel Gruber y al *hacker* Martín Sarsale. Querían alejarse del mero traslado de los avisos de papel a digital y construir un modelo de negocios alternativo.

Hace más de siete años, los dos emprendedores de 34 años comenzaron a trabajar juntos con Sumavisos, un agrupador de clasificados. Tres años después decidieron "dejar de depender tanto de Google". Armaron Properati, un mercado de *real estate* digital, con 200.000 dólares de capital inicial que lograron reunir en su primer proyecto. A cuatro años de empezar, llevan recaudados unos 4,2 millones de pesos en rondas de inversión, entre las que participó la aceleradora tecnológica NXTP Labs. Hoy, Ariel Arrieta, cofundador de la aceleradora, forma parte del *board*.

Montaron su primera oficina en Buenos Aires y pronto se expandieron a Brasil, Chile, México y Colombia. El país "de origen", con alrededor de 200.000 usuarios, representa menos del 10% de su facturación hoy -por las dificultades de acceso al crédito y otras trabas que hacen que comprar una propiedad sea complicado- y Brasil casi el 80%, con más de un millón de usuarios. Los otros dos países se reparten proporciones similares a las de la Argentina. El espacio en Palermo concentra el desarrollo tecnológico y emplea a 15 personas -entre ellos, un geógrafo y varios programadores-. Otras 15, enfocadas en trabajos comerciales, se encuentran repartidas por los demás puntos de América latina.

En la práctica, para aquellos que buscan una inversión o un lugar donde vivir, Properati es un buscador de bienes raíces con algunos giros: guías de barrio, valuador de precio promedio y una interfaz amigable y sin invasión de publicidad. Pero lo más innovador no está en la experiencia de los usuarios, sino en el modelo de negocios.

A diferencia de los buscadores que, según Gruber, "trasladaron el modelo de clasificados en papel a Internet" y recaudan por anuncio publicado y por destacar alguno de ellos, este *marketplace* cobra a los vendedores por los contactos que reciben.

"Hay algunas métricas de cuántos se necesitan para cerrar una venta. En función de eso se hace una propuesta y se envía una cantidad de formularios recibidos por mes. Es un modelo de performance que aprovecha lo divertido que tiene Internet: poder medir", explica, y añade: "Esto, que parece trivial, nos

MIRÁ EL PROGRAMA

proyecto que se publicita". Calculan unos 80.000 contactos mensuales válidos generados por la *Web* y la aplicación.

El foco actualmente está puesto en los emprendimientos de *real estate*. "La idea es que las constructoras y desarrolladoras puedan vender las unidades sin necesidad de una inmobiliaria", detalla. Su principal diferencial, asegura Gruber, es la tecnología: con un equipo de programadores y Sarsale -cofundador de Hacks/Hackers Buenos Aires- a la cabeza desarrollan herramientas para compradores y vendedores de Properati, y planean ofrecerlas como "extras" a inmobiliarias tradicionales. El último desarrollo fue un *chat* que permite conectar a los interesados con la oferta en tiempo real que evita problemas de incomunicación por *mails* que llegan a carpetas de correo basura. Además idearon un "sistema personalizado" de *mailing* que, con un algoritmo, recomienda otros proyectos que pueden resultar interesantes para el usuario.

Para el corto y mediano plazo, Gruber afirma que buscan crecer en México, donde hace poco abrieron sus oficinas en Colombia, donde hasta ahora sólo tienen una plataforma *Web*. Asimismo quieren impulsar el desarrollo de herramientas para clientes externos y fomentar el mercado de los usados. "Disrumpir el mercado inmobiliario" puede materializarse en distintas formas y tamaños: quizá la Argentina sea el país de origen del nuevo Uber del *real estate*.

LA NACION | Economía | Negocios
