

Join List



Navigation



Síguenos:   



Martín Sarsale de Properati.com: “Los sitios de inmuebles tradicionales no ofrecen valor agregado a los clientes”

por [Clarisa Herrera](#)+ octubre 11, 2013



Meses atrás [contamos](#) a nuestros lectores de la argentina [Properati.com](#) (un spin-off de la empresa [Sumavisos.com](#)) que logró levantar inversión para su expansión en la región.

Properati.com concentra beneficios para los players de la industria del Real Estate en Latam. A través de una plataforma web y mobile, las inmobiliarias acceden a un modelo de negocio en el cual pueden pagar por performance de las publicaciones realizadas, el pago toma forma una vez que reciben contactos de calidad.

Para los usuarios finales por otra parte, (compradores, inquilinos o inversores de emprendimientos inmobiliarios) cuentan un motor de búsqueda con servicios relacionados y sin publicidad facilita la búsqueda de las propiedades.

El portal en su versión Argentina ya tiene más de 90 mil propiedades en oferta, de más de 2000 inmobiliarias que se contactaron para dar a conocer sus opciones. Desde que lanzaron el sitio ya lo visitaron más de 1 millón de usuarios únicos y en promedio reciben 200 mil visitas al mes, que generan que se vean 2 millones de avisos y se realicen 11 mil contactos a inmobiliarias cada 30 días.

Se encuentran en la actualidad en plena expansión internacional, en Brasil ya alcanzaron las 100 mil propiedades y están planificando cómo entrar más profundamente a ese mercado, para luego en 2014 llegar a Colombia y Chile y un poco más adelante, México.

De la visión de la industria de Real State hablamos con [Martín Sarsale](#), CTO de Properati.

Clarisa Herrera [El Real Estate en general ya está abrazando e incorporando las tecnologías pero hay aún muchas inmobiliarias que se manejan de manera tradicional o incorporan pocos elementos tecnológicos ¿lo ves así para la región?](#)

Martín Sarsale La verdad es que hay algunas inmobiliarias que están muy a tono con las últimas tecnologías y otras que están recién en los comienzos, tenemos incluso problemas para que algunas inmobiliarias respondan los pedidos por mail de los usuarios en tiempo y forma. Uno de nuestros socios viene de una inmobiliaria donde su trabajo era recibir unos 200 mails por mes de consultas. Cuando él entró los vendedores no respondían los mails porque se pensaban que los negocios se hacían por teléfono o en persona, es una concepción distinta del negocio. El fue el encargado de hacer la inmobiliaria virtual con un equipo de tres personas en total que sólo respondían por mail. En tres meses, la inmobiliaria virtual facturaba más que el resto juntas, ésta es un poco la foto de la industria.

CH ¿A qué atribuyes que exista éste gap tecnológico para gran parte de los jugadores?

MS Los sitios de inmuebles tradicionales son propiedad en Latinoamérica de los grandes diarios, que lo que hicieron fue copiar el modelo del negocio offline y llevarlo a la web. Eso es lo más ineficiente que se puede hacer. Lo que quisimos desde el principio y a lo que apuntamos es a que sume valor, no sólo un listado de propiedades.

CH ¿De qué manera se le puede dar valor agregado a un servicio inmobiliario online?

MS Por el lado de las inmobiliarias tiene que ver con darles las herramientas que pensamos que le solucionan su gestión, pero a algunas les falta alcanzar ese timing, algunas sí son high tech, entonces con las herramientas nuevas que les mostramos las aprovechan mucho. Otro jugador que está involucrado con los desarrollistas, grupos de inversores que se juntan para hacer un emprendimiento, ellos sí son más dinámicos, más tecnológicos y le sacan más provecho.

CH ¿Y con respecto al usuario final?

MS Tenemos reportes por tipo de vivienda, cuánto por ejemplo vale el metro cuadrado por barrio y la comparación entre los barrios, mapas, puntos de interés, información que no es tan evidente en la persona que está buscando. Es de destacar que lo inmuebles usados y nuevos se mueve de manera diferente. La parte de usados es más de search y la parte de nuevos es de discovery, ver qué hay. La interfaz del sitio refleja esas dos maneras de buscar del usuario final. Desarrollamos por ejemplo un **mapa** donde cruzamos los datos de los barrios y la palabra que más se repite en los avisos de venta y alquiler y es interesante ver cómo la gente relaciona ciertas zonas con ciertas cosas o conceptos, tenemos la idea de replicar en Latam éste servicio. En nuestro equipo tenemos programadores, periodistas, economistas, la idea es sacar el máximo provecho posible de los datos y su visualización, como servicio para nuestros clientes.

CH Detallabas que en Brasil es “todo distinto” ¿en qué sentido? ¿Hubo obstáculos locales para entrar en el negocio?

MS Encontramos que en Brasil no hace falta una licencia para vender una casa, distinto de Argentina que tienes que estar inscripto en una entidad que nuclear inmobiliarias y martilleros por ejemplo. Uno lo que encuentra allá es que una casa por ejemplo, la venden 7 inmobiliarias distintas, te encuentras con 7 carteles de inmobiliarias en la fachada de una casa, en Argentina tienes una cuestión de exclusividad y en otros países de la región también. Allá si tienes una casa en venta puede llamarte alguien para ofrecerte un cliente pero a esa persona quizás nunca le diste tu casa en venta, sino que la consiguió por otro lado. Es bastante más caótico por ese lado, hay que superar esas barreras para poder operar.

CH ¿Eso obstaculizó la operación?

MS En cierta manera, pero hay contrastes. Nosotros hacemos acuerdos con empresas de software de gestión de inmobiliarias y lo que nos pasa es que ganan las empresas que fabrican software, ganamos nosotros porque tenemos el contenido y ganan las inmobiliarias porque aparecen publicadas en Internet. En Brasil en cambio no es así, necesitan la autorización escrita de cada inmobiliaria para poder pasar el contenido, porque sobre el contenido prima una cuestión legal. Están los dos extremos: cualquiera puede vender una casa pero por otro lado.

...ción legal. Estamos los empresarios cualquiera puede vender una casa pero por otro lado, para que una empresa de software nos pueda dar el contenido tienen que tener una cierta de documentos firmados, cosas. Son las barreras que te encuentras al ingresar a un mercado nuevo, pero las vamos superando.

Y eso no es todo, hay más para ti



Gabriel Gordon, de Microsoft: "Dispositivos y servicios son los ejes del realineamiento de la compañía"



A4 Sport y Patxa: el desafío de emprender desde el norte de Argentina



AlmaShopping o cómo potenciar el e-commerce de belleza a punta de contenido



Nubelo.com y todo el potencial del trabajo 3.0: a la carta, virtual y remoto



Evernote Business: la comunicación empresarial efectiva llega a LatAm



About Clarisa Herrera

Clarisa Herrera Lafaille Licenciada en Comunicación Social. Periodista especializada en marketing, tecnología y analista de medios. Docente de Periodismo y Comunicación.

Investigadora de tendencias, hábitos y comportamientos sociales aplicados a negocios. Bailo

Jazz. En Twitter: @theguapa

[View all posts by Clarisa Herrera →](#)

< Candy Crush gana US\$800 mil al día por compras dentro de la app

Gobierno, Social Media y periodismo: el BID busca las mejores experiencias >



Add a comment...

Comment using... ▼

f Facebook social plugin

RECIENTES

ETIQUETAS



Fintech, Gobernanza de Internet, Transmedia y Social Media esta semana en LATAM

SEPTIEMBRE 22, 2014



Everypost cierra ronda de financiación para hacerle frente a Hootsuite y Buffer

SEPTIEMBRE 22, 2014



Argentina: 10 preguntas para entender el presente del ecommerce local

SEPTIEMBRE 22, 2014



Startups latinas con productos globales y lo mejor de la semana en PulsoSocial

SEPTIEMBRE 20, 2014



Whatsapp ultima detalles de su servicio de llamadas de voz

SEPTIEMBRE 19, 2014

Find us on Facebook




Pulsosocial



 Like

10,294 people like Pulsosocial.



 Facebook social plugin

 Seguir a @pulsosocial



Pulso Social © 2014

Secciones Destacadas

- E-commerce
- Startups
- Mobile
- Social Media

Enlaces de Interés

- [ENGLISH EDITION](#)
- [Acerca](#)
- [Eventos](#)
- [WOBI](#)
- [Startup Essentials](#)
- [Contáctanos](#)

Newsletter

Suscribete y recibe nuestros boletines via e-mail.

© 2014 PulsoSocial. All Rights Reserved.
