

IDEALISTA

14/12/06



SOMOS TEKIS

SE VENDE PISO EN INTERNET

¿Encontrar tu hogar ideal te quita el sueño? Pues relájate y date una vuelta por internet.

Los portales inmobiliarios te muestran la oferta más completa y detallada de pisos, tanto de particulares como de agencias, sin moverte del sofá.

NOEMÍ GÓMEZ

Desde hace unos años, internet ocupa ya un lugar prioritario a la hora de comprar, vender o alquilar una casa. El clásico cartel pegado a la ventana, los anuncios por palabras en los periódicos o la visita a una agencia inmobiliaria están perdiendo protagonismo en mayor o menor medida ante el empuje de la red.

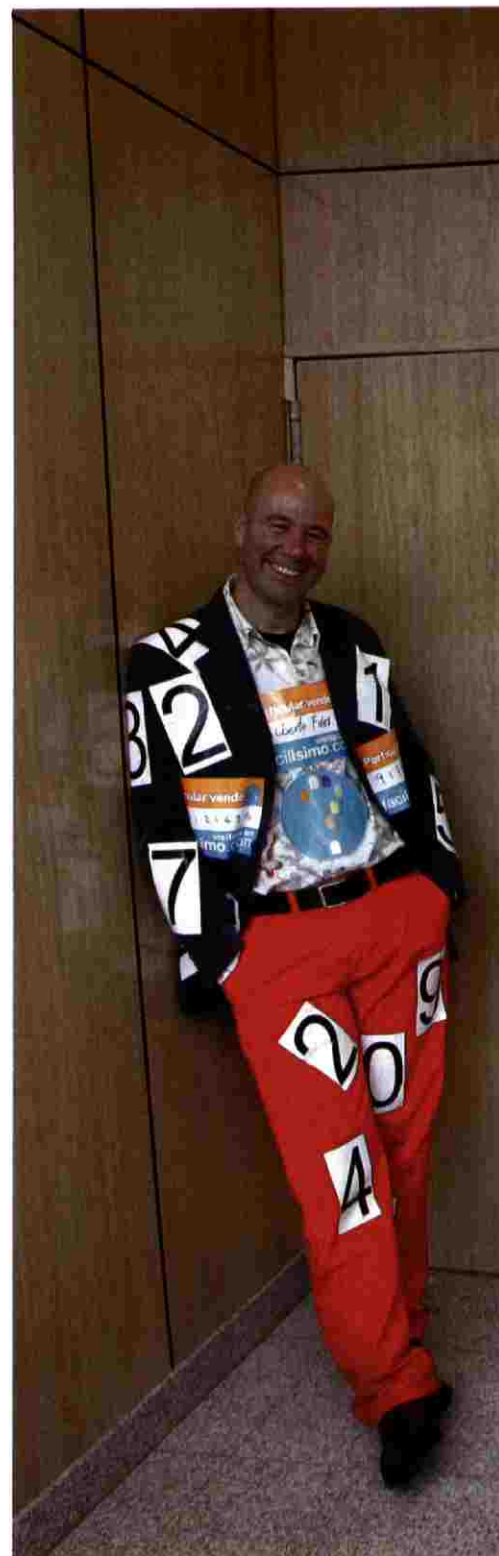
Esta redactora ha querido adquirir un poco de experiencia propia para escribir este artículo. Mi conejillo de indias ha sido un piso disponible para alquilar en San Sebastián de los Reyes (Madrid). Además de colgar en él el anuncio de *Se Alquila*, acudí a tres agencias de la zona para que me buscaran inquilinos, y anuncié mi oferta en internet. Las web elegidas fueron las tres líderes del mercado español: Idealista.com, con una cuota de penetración en el tercer trimestre de 2006 del 4,5% sobre el total de internautas;

Fotocasa.es, con el 3,8%, y Expocasa.com, con el 3,09%, según datos de la consultora Nielsen NetRatings. La cuarta en discordia se eligió de entre los diez portales inmobiliarios más visitados. Se trata de Atrea, una iniciativa de BBVA, que durante el mes de oc-

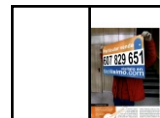
Más de 2,2 millones de españoles visitaron portales inmobiliarios en el tercer trimestre de 2006

tubre tuvo una audiencia de 86.000 internautas.

¿Los resultados? Durante el mes y medio que tardé en alquilar el piso, la relación entre todas las llamadas recibidas fue aproximadamente la siguiente: de cada 10 llamadas, 3,3 eran de



gente que había visto el cartel, 4,6 de Idealista, 1,3 de Expocasa y 0,6 de Fotocasa. Desde luego internet gana por goleada. Y no soy la única que ha experimentado la influencia de la red. Alberto Fernández, presidente y fundador del grupo Facilísimo, al que



MAXIMO GARCIA

Emprendedor nato

En 1999, Alberto Fernández montó **Expocasa**, el tercer portal en España, sin saber nada de internet y sin tener formación universitaria. La empresa factura más de 3 millones de euros al año y cuenta con 150.000 inmuebles.



pertenece Expocasa.com, asegura que "el 40% de la gente que busca piso en España acude, en primer lugar, a internet. En EEUU esa cifra es del 90%". Diego Semprún, director de Marketing y Ventas de

Nielsen NetRatings, añade que "internet es la primera fase y la fase clave del proceso en la búsqueda de un piso. Antes era callejear en busca de carteles y los anuncios por palabras de los periódicos". Los datos confirman esta tendencia. Durante el tercer trimestre ...



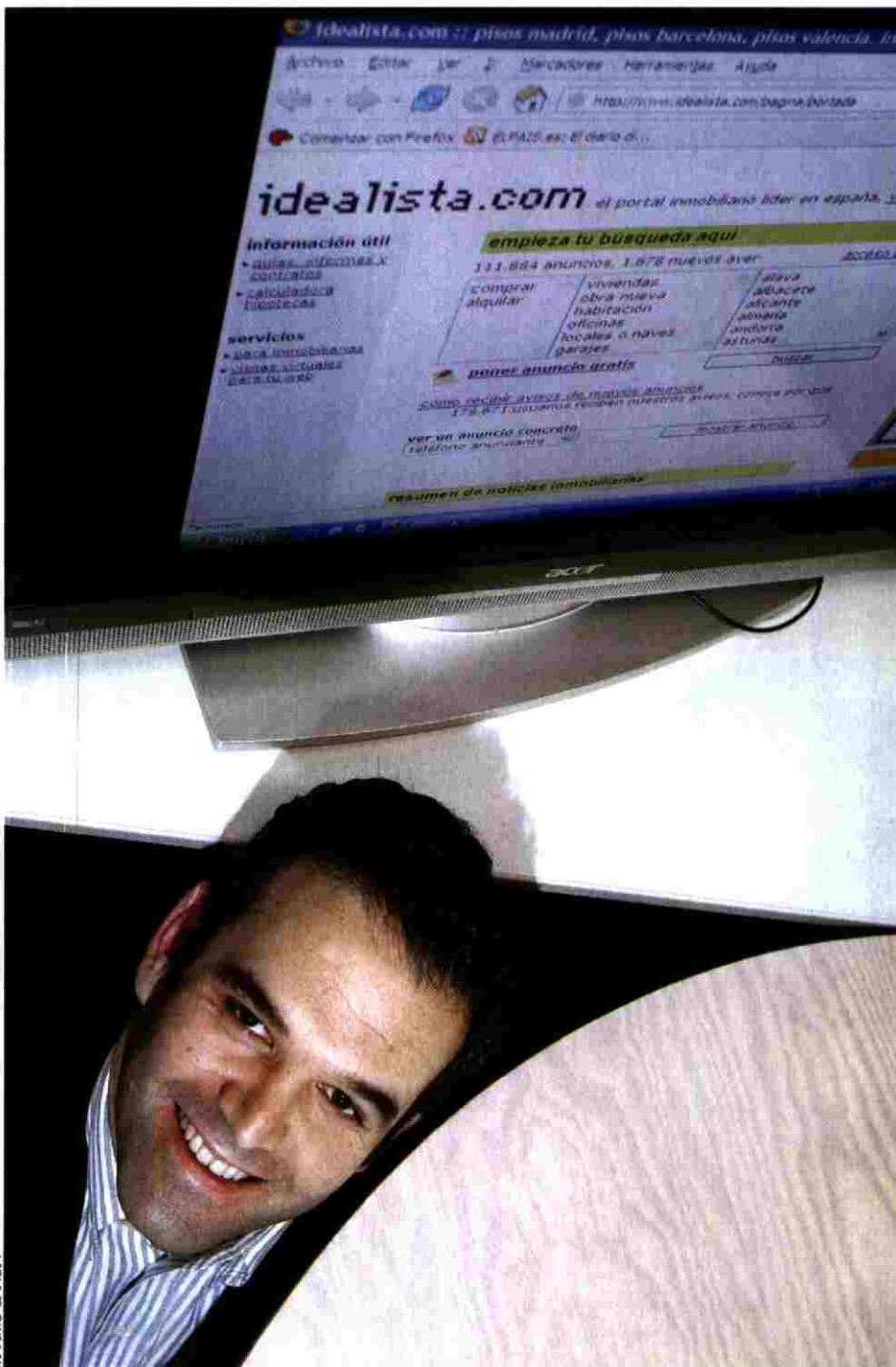
DOMINGO 14-12-06 Pisos en internet

... de 2006, más de 2,2 millones de españoles visitaron los portales inmobiliarios para acceder a la oferta de inmuebles de compraventa o alquiler, un 33,2% más que en el mismo periodo del año anterior.

A la hora de poner un anuncio online, todos los portales que utilicé son sencillos de usar y te dejan poner gratis los datos y las fotos de dos pisos, a excepción de Atrea. Esta página sólo te permite anunciar un piso sin coste alguno y luego, a partir del segundo, te cobra 7 euros por anuncio. Otra de sus desventajas es que para realizar cualquier modificación en tu anuncio, tendrás que mandar un email en lugar de poderlo hacer directamente en la web, algo que sí permiten los otros tres portales. De todas formas, quizás el más sencillo sea Expocasa, ya que con sólo cinco pasos cuelgas online los datos y fotos del piso. Pero el

Idealista es el líder del mercado con una cuota del 4,5% sobre el total de internautas

líder es el líder y eso yo lo noté cuando alquilé mi piso. Idealista, fundada en 2000 por Jesús Encinar, actual presidente y consejero delegado, se ha convertido en un referente en el universo online inmobiliario. Y además con beneficios. Facturó 5 millones de euros en 2005 y obtuvo un beneficio neto de 1,6 millones. Entre sus accionistas se encuentran BBK, con el 15%, Caixa Catalunya, con el 15%, inversores privados, con el 37%, y empleados y socios fundadores, con el 33%. La segunda en el podio es Fotocasa, del grupo de anuncios clasificados Anuntis Segundamano. Esta compañía, que no facilita datos de facturación, se erige como el portal con la mayor oferta,



MÁXIMO GARCÍA

ya que cuenta con más de 200.000 pisos en su web. Expocasa, que está en manos de su presidente Alberto Fernández y de su socio Ernesto Plaza, prevé facturar 4 millones de euros en 2006, un 33% más que en 2005. El

modelo de negocio de estos portales es el siguiente: el 80% de sus ingresos procede de las cuotas de entre 100 y 300 euros mensuales que pagan sus más de mil clientes entre agencias inmobiliarias y promotoras por publici-



tar sus pisos en estos portales, y el resto proviene de ingresos publicitarios y de servicios premium de los particulares que pagan, por ejemplo, para que su anuncio aparezca destacado. Jesús Encinar asegura que "nosotros no competimos con las agencias, ya que son nuestros clientes. Sus competidores son los porteros de los edificios, que cobran a los propietarios por enseñar los pisos".

En mi caso, no conseguí alquilar el piso a través de una agencia, aunque ésta fue mi primera opción, ya que la gente suele ser bastante reacia a pagar un mes de alquiler a estas empresas en concepto de comisión. Esta experiencia, sin embargo, no es trasladable al proceso de compraventa, que es donde realmente están focalizadas las agencias y en las que aportan un valor extra como expertos inmobiliarios. Jesús Encinar cree que internet no supo-

que está buscando piso no hay un modelo más eficaz que el mundo online. No tienes que comprarte cinco periódicos distintos y es más fácil discriminar los pisos en función de tus preferencias, ya que en los anuncios de un periódico sólo puedes segmentarlos por rango geográfico o por precio". Miguel Ángel Alemán, director de Fotocasa.es, añade que "en la red puedes tener información detallada de 300 pisos de la zona que te interesa e ir a visitar los 3 ó 4 que más te encajen, mientras que con los métodos tradicionales no podías ver más de 30 pisos porque tenías que ir físicamente. A través de internet aseguras más la visitas, vas a tiro hecho".

Asalto de los medios

Además de las inmobiliarias, los medios de comunicación también están metiéndose en el sector porque no quieren perder su negocio tradicional. Ya lo vaticinó Rupert Murdoch hace un par de años en una conferencia ante los altos ejecutivos de su empresa, el gigante de los medios News Corporation: "Los anuncios clasificados fueron ríos de oro pero a veces los ríos se secan. No conozco a nadie por debajo de 30 años que haya leído un anuncio clasificado en un periódico". Con esta frase, Rupert Murdoch quiso resaltar lo vital que es internet. Sobre todo, para un grupo de medios como el suyo que ve cómo una de sus principales fuentes de ingresos publicitarios, que son los anuncios clasificados, ya sean de pisos, motor o empleo migran hacia internet. Por eso, el magnate compró el pasado noviembre Casa.it en Italia por 9,6 millones de euros y en 2005 adquirió Propertyfinder.com, en Reino Unido, por 22,2 millones.

España no podía ser menos. El grupo Vocento ha adquirido Habitatsoft y el periódico El Mundo lanzó el portal Su Vivienda. Además de los medios de comunicación y las empresas de clasificados, otro de los grupos de interés...

OPINIÓN

JOSÉ GONZÁLEZ

DIRECTOR DE FRANQUICIAS DEL GRUPO TECNOCASA

Sí a la red pero sin renunciar a la cercanía de las agencias

En el Grupo Tecnocasa siempre hemos apostado por las nuevas tecnologías y en especial por internet. Desde hace mucho tiempo se ha convertido en una herramienta de trabajo complementaria en nuestra actividad de intermediación inmobiliaria. Una nueva forma de promoción que se une a las ya tradicionales, como revistas o carteles. Hoy en día, y en muchas ocasiones, internet es la primera fuente de información de quienes deciden comprar o vender un inmueble. Es una fuente rápida, cómoda y muy completa pero que carece de una característica que nosotros creemos esencial para finalizar con éxito la compraventa de una vivienda: el trato personal. Ninguna tecnología puede reemplazar la cercanía y la profesionalidad que ofrecemos las agencias, en las que el agente inmobiliario desempeña un papel de asesoramiento fundamental. Internet es una oportunidad de negocio y no una amenaza a nuestra manera de trabajar, en la que valoramos, por encima de todo, la proximidad con el cliente.



Una marca de prestigio

Con unos ingresos de 5 millones de euros y unos beneficios de 1,6 millones en 2005, Idealista es el portal preferido por los internautas españoles. Su fundador, Jesús Encinar, es uno de los gurús más destacados de internet en nuestro país.



ne una amenaza para las agencias tradicionales porque siempre van a seguir teniendo su hueco. ¡Qué harían si no las personas que quieren vender un piso en una ciudad distinta a la que residen!

Las propias agencias, conscientes del poder de la red, han creado sus páginas web para mostrar su oferta. Javier Etxebeste, ex director general de Yahoo! Europa y fundador de Nestoria, un buscador especializado en el negocio inmobiliario con sede en Londres, asegura que "para alguien



EMCI Pisos en internet



FELIPE ALONSO

La lucha por el número 1

Fotocasa.es, del grupo de clasificados **Anuntis Segundamano**, mantiene un largo pulso con **Idealista** por conseguir el puesto número uno del sector, aunque los datos de audiencia del último trimestre lo sitúan en segunda posición. La compañía, que no hace públicos sus datos de facturación, tiene la oferta de inmuebles más completa con más de 200.000 pisos en toda España.



LAS CUATRO WEB MÁS VISITADAS

CUOTAS DE PENETRACIÓN SOBRE EL TOTAL DE INTERNAUTAS ACTIVOS, EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2006.

- **Idealista.com** 4,5%
- **Fotocasa.es** 3,8%
- **Expocasa.com** 3,09%
- **Portae.com** 2,3%

Y OTRAS QUE LES SIGUEN

- **Atrea.com**
- **Buscainmobiliarias.com**
- **Globaliza.com**
- **lvive.com**
- **Servihabitat.com**
- **Yaencontre.com**

Nielsen NetRatings sólo proporciona información pormenorizada de la audiencia de los cuatro primeros portales. Los otros seis están clasificados por orden alfabético.

Fuente: Nielsen NetRatings.

... en el sector son los bancos. Además de Idealista y Atrea, La Caixa es propietaria de Servihabitat e Intergestora, fondo de inversión de Bankinter, acaba de vender su participación del 24% en Globaliza. Etxebeste asegura que "el sector inmobiliario tiene un negocio inducido que es el de la hipoteca. Por eso, los bancos entran ahí para tratar de amarrar su negocio financiero".

El accionariado de estos portales no es lo único que les diferencia. Para ganar la batalla online todos luchan por ofrecer un valor añadido al usuario. Es el caso de Expocasa. Si das tu consentimiento, esta compañía facilita tus datos a las inmobiliarias de la zona para que se pongan en contacto contigo si les interesa tu piso. ¿Otro plus de Expocasa? Te manda a casa un cartel gratis de *Particular vende. Visítalo en Facilísimo.com* con tu número de teléfono para que lo cuelgues en la ventana de tu piso. Eso sí, ármate de pa-

ciencia, ya que el cartel tardó más de 15 días en llegar. Idealista también ofrece servicios muy interesantes, como el precio del metro cuadrado de la zona en la que alquilas o vendes el piso, algo muy útil para acertar con el precio al que ofreces el inmueble, y las inmobiliarias especializadas en la zona. Además, proporciona formatos tipo de contratos de alquiler, venta, arras... para que los que no estén muy duchos en temas inmobiliarios, no metan la pata. El portal Fotocasa es quizás el más sobrio, aunque resulta muy sencillo e intuitivo de usar.

Lo que está claro es que aunque sólo uno conseguirá llevarte el inquilino o comprador hasta la puerta de tu casa, lo mejor es barajar distintas opciones. Aunque, eso sí, durante un tiempo libera tu agenda de compromisos porque te tocará enseñar el piso un día sí y al otro también.

ngomez@recoletos.es