



27 PEQUEÑOS GIGANTES/FOTOCASA

# La mayor oferta de viviendas en la red

TEXTO MARCE REDONDO

Más de cinco millones de usuarios utilizan cada mes el portal inmobiliario más visitado de España para vender, comprar o alquilar un piso. Punto de encuentro entre oferta y demanda, Fotocasa acoge más de medio millón de anuncios

Con una audiencia de más de 4,7 millones de usuarios únicos al mes y una oferta que supera el medio millón de viviendas, Fotocasa se ha consolidado como el portal inmobiliario más visitado de España y el sexto de Europa. "Ponemos a disposición de cualquier persona que quiera comprar o alquilar una vivienda, vender o arrendar, unas reglas y un terreno de juego, que es nuestro portal", afirma Christian Palau, director de Fotocasa. La clave está en hacerlo de la forma más fácil. "Ofrecemos la mayor tipología de anuncios posible a los usuarios, porque sabemos que cuanto más opciones tengan, más posibilidades existen de culminar una transacción, que nunca se realiza dentro del portal, ya que es simplemente el punto de encuentro".

En volumen de anuncios, las agencias inmobiliarias no son mayoría, aunque sí en volumen de contenidos. A día de hoy, el portal acoge 530.000 anuncios, unos 200.000 son de particulares y el resto de profesionales. La proporción es, por tanto, de 40%-60%. "Este es un equilibrio que hay que seguir manteniendo porque España es un país en el que a la gente le gusta ver anuncios de particulares, aunque sabemos que la mayoría de las veces, por seguridad, la transacción se cierra con un profesional", señala Palau.

Para el particular, anunciarse es gratuito, sólo paga por servicios adicio-

nales (si quiere destacar su casa, poner más fotos de las estándar, etcétera). "Pero entendemos que los profesionales hacen un uso diferente y tienen unas tarifas de publicación", afirma Palau.

En otros mercados, sobre todo los anglosajones, es impensable que un particular venda su casa directamente, siempre hay por medio un agente inmobiliario, con lo cual no hay anuncios individuales en internet. También existe la exclusividad, algo que en España no se prodiga. Los agentes inmobiliarios comparten los pisos porque entienden que es un valor. En el mercado español las exclusivas están empezando a surgir con el concepto de MLS (*multiple listing service* o listado múltiple de inmuebles), que permite la cooperación entre los profesionales inmobiliarios asociados a este sistema. "Se trata de la puesta en común de diversos inmuebles para uso de varios agentes, con un modelo para compartir ingresos. Es una salida a la situación crítica que han sufrido las inmobiliarias. De momento, en España conviven particulares y profesionales, que para nosotros es una convivencia sana. El particular es atractivo, es el anzuelo que acerca al usuario del portal y que ayuda al profesional a vender", indica Christian Palau.

Fotocasa no dispone de información sobre el número de transacciones que se cierran. "La única manera que tenemos de intuirlo es palpando a nuestros clientes: son fieles, continúan anun-



**TECNOLOGÍA** Fotocasa utiliza las funcionalidades que permiten los teléfonos móviles. Un gran servidor se encarga de procesar toda la información del portal, pero la clave siempre son las personas que están detrás, según Christian Palau, "tenemos un equipo de gente de internet".

ciándose, y cada vez más, con lo cual el portal funciona. Por supuesto, nos interesaría saberlo, pero nos estaríamos metiendo en el negocio de las inmobiliarias".

**Referente**

Fotocasa quiere ser un referente del mercado inmobiliario. Realiza informes sobre el sector, ofrece al usuario información complementaria como el precio medio de la zona, los servicios disponibles (guarderías, aparcamientos...), puede geoposicionar el piso si el dueño proporciona los datos, ofrecer información sobre inmuebles similares, hipotecas, trasteros...

"Intentamos ofrecer un paquete completo de la búsqueda inmobiliaria, que no es simplemente encontrar vivienda. Enseñamos el piso de forma virtual, con fotos y a través de los denominados tours virtuales. Además, si el anunciante lo contrata, enviamos a un fotógrafo para realizar una visita guiada por el piso. Pero, insisto, nuestro objetivo no es interme-





## DATOS BÁSICOS

### PRECIOS

**Desde su punto** máximo, alcanzado en abril de 2007, los precios de la vivienda han bajado un 22% de media, según Fotocasa. "A partir de septiembre de este año, comenzaron a estabilizarse y, en algunos casos, a repuntar. El coste medio es de 2.329 euros el metro cuadrado y estimamos que no bajará de los 2.200 euros. Desde nuestro punto de vista, las cotizaciones han llegado ya a su mínimo. Se pueden encontrar oportunidades de segunda mano en el centro de las ciudades, de hecho en Madrid y Barcelona están subiendo", asegura Christian Palau.

### DEMANDA

**Según los cálculos** de Fotocasa, actualmente la demanda real de viviendas en España, primera y segunda residencia, está en torno a las 600.000 unidades anuales. "Desde principios de año el mercado se está moviendo. El IVA y la desgravación están acelerando las ventas. Habrá un ajuste, seguramente quedarán aquellas viviendas que están sobrevaloradas", afirma Palau.



### PUBLICIDAD

**El principal ingreso** de Fotocasa procede de los anuncios; el segundo, del canal web, a través del cual los particulares compran servicios extras, y el tercero es la publicidad. Para Palau, "publicidad, sí, pero no vale todo, tiene que ser segmentada. Se ha hecho muy mal durante un tiempo, trasladando a internet lo que se hacía en papel. Sin contenido no hay audiencia, si no damos buenos contenidos a los anunciantes, no funciona".

### ALERTAS

**Los usuarios del portal** reciben en su correo electrónico información sobre los últimos anuncios publicados en función de sus preferencias.

## Dispositivos móviles y redes sociales al servicio de la búsqueda de casa

**Fotocasa tiene a disposición** de los usuarios los contenidos de su portal para todas las aplicaciones móviles del mercado: iPhone 3G, iPod Touch, iPad y Android. Es el primer portal inmobiliario en España que integra la realidad aumentada y puntos de interés en su aplicación para el iPhone 3G y el iPod Touch. El portal inmobiliario ha adaptado esta tecnología para permitir que los usuarios puedan encontrar las viviendas cercanas a su ubicación. Se trata de una aplicación gratuita

que ya acumula más de 43.000 descargas y que cuenta con más de 1.500 usuarios diarios, lo que le convierte en el líder del sector en España. "Estamos dando un gran salto con el traspaso de la pantalla de sobremesa a los dispositivos móviles. Es nuestra apuesta por la innovación", afirma el director de la web.

Fotocasa es también el primer portal que ha integrado una aplicación en Facebook que permite llevar alertas inmobiliarias al móvil, de forma que las

amistades pueden ver y opinar sobre el piso elegido. "Integramos el conocimiento que está en las redes sociales en la búsqueda de casa, sin vulnerar la privacidad. Queremos establecer un vínculo con el usuario, ofreciéndole algo adicional, sin perder nuestro objetivo, que no es otro que vender casas", concluye Christian Palau.

diar, simplemente ponemos en común oferta y demanda. No somos una inmobiliaria. Somos un medio de comunicación en el sentido de que vivimos de las audiencias y, por ello, ofrecemos contenidos de interés de forma constante, es decir, la mayor oferta de pisos de la manera más atractiva y fácil para el usuario", afirma el director del portal.

La propuesta de valor para el anunciante, según Fotocasa, es una amplia oferta de contactos, que resulta muy útil para vender; para la persona que busca piso, es la mayor oferta inmobiliaria a un clic de distancia. "A partir de ahí, jugamos con todo ello, con innovación, conocimiento de lo que hay en el mercado, seriedad y un punto crítico, porque "al final, se cierran transacciones que tienen un alto valor económico, por un lado, y una alta carga emocional, por otro", puntualiza Christian Palau.

**MAÑANA, PYRINEAIR**  
Todo incluido en la nieve

