

La compañía de Vilafranca del Penedès se ha convertido en uno de los pesos pesados del panorama inmobiliario español en Internet. Su próximo reto es dar el salto a Europa.

El portal Yaencontré echa 'raíces' online en el 'país' del cava

Escribe Noemí Gómez

El cava catalán y los vinos de la denominación de origen Penedès, con marcas multinacionales como Freixenet, Codorníu o Torres, no son las únicas señas de identidad del Alt Penedès. A las afueras de Vilafranca, la capital de la comarca, en una nave industrial de 800 metros cuadrados, diáfana y llena de luz, trabajan 57 personas en la sede del grupo Yaencontré.

Esta empresa de Internet, fue ideada en 2000 en la buhardilla de la casa de Ricard Vicente, un emprendedor de Vilafranca del Penedès que montó Yaencontré junto al valenciano Miquel Àngel Mora. "Cuando buscábamos piso nos dimos cuenta de que teníamos que perder mucho tiempo visitando las inmobiliarias; para solucionar este problema se nos ocurrió hacer una revista-catálogo online para tener toda la oferta conjunta de pisos", explica Ricard Vicente, consejero delegado de la compañía. Pero la tarea no era fácil, ya que a finales de los 90 muchas agencias no tenían ni ordenador ni Internet.

"Lo primero que desarrollamos fue un software de sobremesa que permitía a las agencias gestionar su cartera de pisos; después les hacíamos la página web y, si tenían ordenador, pero no Internet, les regalábamos el módem", dice Miquel Àngel Mora, director de sistemas de información. "Hicimos una labor pedagógica enseñando lo que era Internet", dice Ricard.

Cuando ya habían conseguido 120 agencias, abrieron el portal en catalán en 2001 y a los seis meses en castellano, con un posicionamiento claro: permitir la publicación de ofertas de pisos sólo a las agencias inmobiliarias y no a los particulares. "En lugar de ser híbridos y jugar a dos bandas, como hacen el resto de portales con los



Ricard Vicente y Miquel Àngel Mora, ambos de 37 años, se conocieron en el instituto.

que competimos como Idealista o Fotocasa, optamos por ofrecer sólo ofertas de agencias por honestidad hacia ellas", asegura Vicente. Según la compañía Alexa, que mide el tráfico de Internet, en el último mes, Fotocasa fue la web más visitada, seguida de Idealista, Yaencontré, Expocasa y Habitaclia.

Un negocio consolidado

Hoy en día, yaencontre.com cuenta con 2.000 agencias como clientes, que pagan una cuota mensual de 135 euros por anunciar sus pisos en este portal cuyos rasgos son la ausencia de publicidad intrusiva y la facilidad para navegar. Sin embargo, no han sido inmunes a la crisis inmobiliaria. El número de clientes se redujo en un 12% en el primer trimestre del año, ya que muchas agencias inmobiliarias echaron el cierre. Lo paradójico de la situación es que las que han sobrevivido son ahora presas más fáciles. "Hace un año

les llamábamos para meterlas en el portal y nos decían que lo que les faltaban eran pisos y ahora lo que nos dicen es que necesitan clientes", dice Mora. También predominan mucho, según Mora, los clientes exprés. "Son agencias -explica- que buscan el milagro, publican en tu web para ver si consiguen la venta que necesitan y si no lo logran se dan de baja en diez días".

La compañía cuenta con 57 empleados y una facturación prevista de 3,6 millones para 2008

El negocio como portal se complementa con una línea de software de gestión empresarial, Localgest, que es gratuita al estar basada en software libre, y un área de servicios de marketing web, como diseño de páginas y posicionamiento en buscadores.

Condiciones especiales para atraer talento

Encontrar y retener profesionales cualificados que quieran trabajar en Vilafranca no es fácil. Por eso, la compañía ha definido una novedosa política de recursos humanos, con la conciliación como piedra angular, que define como Yacoés (Yaencontré Condiciones Especiales). ¿Y cuáles son estas condiciones? Horarios flexibles; bocadillo, cafés y bebidas gratis; catering de calidad y a precios reducidos para comer y posibilidad de que los padres y madres, con hijos menores de 10 años, reduzcan una hora su jornada laboral y cobren lo mismo, entre otros aspectos. El tema va tan en serio que todos los días a las 7 de la tarde la empresa echa el cierre.

De la facturación de 2007, que ascendió a 2,4 millones de euros, el 80% procedió de las tarifas mensuales de las agencias, y el 20% de los servicios de marketing web. Para 2008, la previsión es facturar un 50% más, lanzar un nuevo proyecto relacionado con el sector hipotecario y dar el salto a Europa. Fuentes consultadas aseguran que una opción que cobra fuerza es el mercado italiano. Y todo esto lo harán sin dar entrada a ningún socio externo. "No hemos pedido -dice Vicente- ni un sólo crédito ni una sólo subvención: somos equilibristas del presupuesto". "Necesitamos tener la libertad de equivocarnos; por eso, no queremos dar entrada a capital externo", añade Mora.

En esto no es en lo único en que esta empresa es atípica. Los fundadores no quieren ni oír hablar de un posible traslado a Barcelona porque se pierde mucho tiempo en atascos. "Nosotros somos de pueblo", dice Mora.