



■ TOMÁS CARTAGENA, CEO DE BEST PLACE TO LIVE® ■

“Chile es el país de Latinoamérica con el mejor **estándar de satisfacción en torno a la vivienda**”



El ejecutivo destaca que la certificación es una herramienta que ha permitido que la industria evolucione a las necesidades reales que las personas tienen, con soluciones de calidad y con una buena experiencia, lo que se traduce en clientes más felices y satisfechos.

Por: Germán Kreisel

Desde hace ya más de una década que muchas empresas inmobiliarias han apuntado al desarrollo de proyectos considerando la opinión y satisfacción de sus clientes.

Es en ese contexto que hace 12 años nace el sello Best Place to Live®, certificación que está dirigida a todas las personas que piensan que pueden vivir mejor y que están buscando un actor objetivo, sin sesgos, experto y crítico que los ayude a tomar una decisión de compra más informada.

“Desde Best Place to Live® nos

preocupamos de seguir las tendencias de las personas, apoyando a que las viviendas vayan evolucionando hacia lo que las personas necesitan para vivir hoy y su futuro próximo”, señala Tomás Cartagena, CEO de Best Place to Live®.

¿Qué aspectos que evalúa la certificación Best Place to Live® los consumidores la valoran con más fuerza?

La certificación evalúa todos aquellos elementos que son relevantes para las personas al momento de elegir una vivienda para comprar o arrendar, como son la gestión comercial, entrega, post venta, la vivienda, el proyecto y las áreas comunes. Generalmente, las personas sin experiencia de compra se enfocan mucho en el producto, pero los que ya han comprado en el pasado, conocen la importancia del servicio que entregan las inmobiliarias a las personas, lo cual tiene un altísimo impacto en la recomendación de marca de las empresas, siendo hoy cada vez más valorados.

¿De qué forma la certificación ha evolucionado en la percepción de calidad de vida de quienes

compraron una vivienda certificada?

La certificación ha presionado a las empresas a mejorar, lo que se traduce en que las personas que compran una vivienda hoy, la probabilidad de ser muy feliz con su compra ha aumentado 2,2 veces en los últimos 12 años y esa es una gran evolución.

¿Qué impacto tiene esta certificación en la decisión de compra a diferencia de una década atrás?

Actualmente, el prestigio de la inmobiliaria pesa un 12% en la toma de decisión de las personas, este es un gran cambio en los últimos 10 años, donde se ha multiplicado por cuatro el peso de este indicador en la decisión de compra. Las inmobiliarias que están certificadas Best Place to Live®, rápidamente hacen este check de cumplir con este importante indicador para las personas antes de tomar la decisión de comprar o arrendar.

¿Cuál es el rol de la tecnología y la innovación en la certificación y la buena experiencia de los consumidores?

La tecnología, los modelos de

machine learning y la inteligencia artificial, juegan un papel cada vez más importante en la operación de Best Place to Live®. Hoy atendemos a desarrolladores inmobiliarios de cinco países, procesando una gran cantidad de información y donde sacar las mejores conclusiones para ayudar a las empresas a ser mejores y que esto se traduce en más clientes felices que tienen una alta satisfacción con la vivienda comprada o arrendada.

¿Cómo se compara Chile con otros países de la región que cuentan con la certificación Best Place to Live®?

Chile es el país de Latinoamérica con el mejor estándar de satisfacción en torno a la vivienda. Esto tiene el sesgo de haber sido el país donde inició todo. Hoy vemos países como Perú que están en segundo lugar y México, Colombia y Ecuador que son los países más recientes, tienen un estándar general menor, que no quiere decir, que existan empresas con altísimos niveles de satisfacción, sino que el análisis lo hago a partir de cómo se mueven los mercados de forma global.

“La certificación ha presionado a las empresas a mejorar, lo que se traduce en que las personas que compran una vivienda hoy, la probabilidad de ser muy feliz con su compra ha aumentado 2,2 veces en los últimos 12 años y esa es una gran evolución”.

TOMÁS CARTAGENA,
CEO DE BEST PLACE TO LIVE®.

