

DOSSIER INSTITUCIONAL

Representación estratégica para desarrolladoras inmobiliarias premium

Uruguay → Argentina & LATAM

Ibeth Maisonnave

ibeth.com

“No vendo propiedades. Construyo percepción, confianza y deseo de inversión.”

1. Quién soy y para qué le sirve esto

Soy Ibeth Maisonnave, estratega de comunicación y representación para real estate premium en Latam, bajo la marca ibeth.com. Mi trabajo no es vender su propiedad: es construir, alrededor de su proyecto, la percepción, la confianza y el deseo de inversión que hacen que un capital serio decida moverse hacia usted.

Trabajo como el punto de conexión entre su desarrolladora y el universo de inversores argentinos y latinoamericanos que hoy buscan activos de calidad fuera de su mercado de origen — con la cercanía y la transparencia como herramienta central de ese vínculo, no como un valor agregado de relleno.

▮ *“Embajadora de su desarrollo premium en Latam.”*

2. Lo que probablemente le está pasando hoy

Esto no es solo para quien recién está empezando. Pasa igual cuando ya tiene una trayectoria consolidada y está lanzando un desarrollo nuevo — cada proyecto enfrenta otra vez el mismo desafío de construir la confianza del inversor desde cero. Estos son los cinco puntos donde más se traba ese proceso hoy:

- **Su nuevo proyecto no hereda automáticamente la confianza que ya construyó con desarrollos anteriores:** cada lanzamiento le exige reconstruir percepción y credibilidad ante el inversor, como si empezara de nuevo.
- **Su material de venta comunica producto, no comunica quién está detrás:** el dossier o brochure muestra metros, amenities y ubicación, pero no responde la pregunta que realmente decide una inversión — en quién está confiando.
- **Su equipo comercial pierde horas respondiendo siempre las mismas preguntas:** consultas que se repiten una y otra vez sin que eso acerque al inversor a una decisión.
- **El inversor de la región no lo conoce en persona:** sin presencia editorial sostenida, la decisión de invertir a distancia se posterga o, directamente, se enfría.
- **Invierte en visibilidad o publicidad, pero no se traduce en leads calificados:** llegan consultas frías que hay que volver a educar desde cero, en lugar de inversores que ya llegan con el propósito de compra claro.

Si se reconoce en uno o varios de estos puntos, la buena noticia es que ninguno depende de la calidad de su proyecto — depende de cómo se está comunicando ese proyecto hoy. Esto es exactamente lo que resuelvo:

3. Cómo lo acompaño a resolver esto

Lo que le propongo se apoya en cuatro ejes que trabajan juntos, no por separado, y que responden directamente a los puntos del diagnóstico anterior:

Transparencia y visibilidad como su valor diferencial

Si su nuevo proyecto no hereda la confianza de proyectos anteriores y su material comunica producto pero no quién está detrás, esto es lo que lo resuelve: lo ayudo a mostrar con claridad quién está detrás de su proyecto — usted, sus socios, su criterio, su forma de trabajar — en lugar

de esconder a su desarrolladora atrás del producto. Un inversor que sabe con quién está tratando confía más rápido que uno que solo ve sus renders y sus planos.

Entrevistas y contenido editorial que generan cercanía

Si el inversor de la región no lo conoce en persona y por eso la decisión se posterga, esta es la herramienta concreta para resolverlo. El formato entrevista, editorial y no publicitario, es el que le permite lograr esa transparencia. Una conversación real con usted y su equipo genera una cercanía que ningún brochure puede lograr por sí solo — es, en definitiva, la cercanía que le vende.

Acompañamiento del inversor hasta el lead calificado

Si su equipo comercial hoy pierde horas respondiendo siempre las mismas preguntas, y la inversión en visibilidad no se traduce en leads calificados, esto es lo que cambia esa ecuación: todo inversor que llega a través de este trabajo editorial es recibido en ibeth.com y acompañado por un agente interactivo de comunicación que resuelve sus dudas en tiempo real. Solo cuando ese inversor ya tiene el propósito de compra claro, se lo acerco a usted: le llega un lead calificado y listo para conversar el cierre, no un contacto frío que tiene que volver a educar desde cero.

Reuniones de presentación, co-creadas con usted, en los países donde están sus inversores

Esto traslada esa misma cercanía del contenido a un encuentro real: organizamos juntos encuentros presenciales de presentación de su proyecto en los mercados donde está el inversor que le interesa — Argentina y otras plazas de LATAM, según lo que usted necesite. No son eventos genéricos míos ni eventos genéricos suyos: los diseñamos entre los dos — quién participa, qué se cuenta, a quién se invita — para que el inversor tenga, en su propio país, el mismo nivel de cercanía y acceso directo a usted y a su equipo que ya transmite el contenido editorial.

4. Cómo trabajamos juntos: pilot, fee y comisión

Le propongo un período piloto de 6 meses, con exclusividad de representación en el segmento de inversores que capto y trabajo desde ibeth.com. Durante ese período producimos contenido editorial sobre su desarrolladora y su proyecto, dirigimos tráfico calificado hacia ibeth.com, co-creamos al menos un encuentro presencial en el país de inversión que definamos juntos, y acompañamos a cada inversor interesado hasta el momento en que está listo para conversar con su equipo comercial.

La forma de cobrar está pensada para que su interés y el mío estén alineados:

- **Fee fijo de representación:** cubre la producción editorial, la inversión en promoción y medios, el uso del agente interactivo de comunicación con sus inversores, y la organización de las reuniones de presentación co-creadas en los países que definamos.
- **Comisión:** sobre la inversión que efectivamente capto para su proyecto durante el período de representación.

El inversor no le paga nada directo a Ibeth. Mi incentivo crece exactamente en la medida en que crece la inversión real que recibe usted — esto no es un servicio de marketing que se cobra por exposición, es representación que se cobra por resultado.

5. Mi visión: Ser Embajadora del Real Estate Premium en Latam

Más allá de cada proyecto que represento, estoy construyendo un posicionamiento propio: convertirme en Embajadora Latam del Desarrollo Inmobiliario Premium y, con eso, en su representante frente al inversor latinoamericano — la persona en la que ese inversor confía y reconoce antes de mirar cualquier proyecto puntual. Cada desarrolladora que represento se suma a ese posicionamiento, y ese posicionamiento, a su vez, sigue dando visibilidad a cada proyecto que ya representé.

Según principios que ya funcionaron, dentro y fuera del Real Estate, para convertir contenido en deseo real de saber más:

- **Liderazgo con rostro propio:** marcas y agentes que muestran a la persona detrás del negocio generan más confianza y alcance que las cuentas corporativas anónimas — el caso más citado en real estate es el de Ryan Serhant, que combina tours de propiedades, contenido de negocio y vida personal en una proporción deliberada, y construyó así una audiencia que sigue su criterio, no solo sus listados. Es el mismo lugar que busco ocupar yo frente al inversor de la región.
- **El espacio entre lo que se sabe y lo que se quiere saber:** revelar información de forma progresiva — un adelanto, una pista, un detalle a la vez — genera más conversación y más intención de compra que mostrarlo todo de una sola vez. Marcas tan distintas como H&M (su colaboración con Balmain) y Apple usan exactamente esta lógica antes de cada lanzamiento, y es la que aplico en cada proyecto que represento.
- **Cercanía sostenida en el tiempo, no campañas sueltas:** no trabajo con acciones puntuales. Construyo presencia consistente, porque la confianza del inversor se acumula con el tiempo, no se genera de una vez.

Los cuatro pilares con los que sostengo este posicionamiento

- **Reels:** piezas cortas, editoriales, que muestran proceso y avance de obra, criterio de los socios y momentos genuinos — no spots publicitarios. Cada Reel deja una pregunta abierta más que una respuesta completa, para generar conversación, no agotarla.
- **Publicidad:** invierto en medios para amplificar el contenido editorial que ya está funcionando orgánicamente — nunca para sostener una pieza que no genera interés por sí misma. La pauta multiplica alcance, no reemplaza una buena historia.
- **Entrevistas:** el formato central para revelar quién está detrás de cada proyecto — socios, criterio, visión — distribuido como contenido editorial de autoridad, no como testimonial de venta.
- **Muestras de desarrollos:** recorridos visuales y avances de obra mostrados como revelación progresiva — primero un detalle, después el conjunto — en lugar de la galería de renders completa desde el primer posteo.

Cuando usted trabaja conmigo, su proyecto se beneficia de este posicionamiento ya construido — y al mismo tiempo, lo sigue alimentando.

6. Cómo seguimos

- Una conversación inicial para conocer su proyecto, su equipo y el material que ya tenga armado.
- Diagnóstico conjunto: su punto de partida (sin material vs. con material que no le está convirtiendo) y definición del enfoque editorial.
- Acuerdo de representación: alcance del pilot de 6 meses, fee y comisión, y el primer país donde co-creamos su reunión de presentación.
- Primera ronda de contenido: una entrevista inicial con usted como punto de partida.

Ibeth Maisonnave

ibeth.com

[Agendá una conversación con Ibeth](#)

[o escribime directo por WhatsApp para coordinar](#)