

Aula INMOBILIARIA  
CENTRO DE ESTUDIOS



## CAPTACIÓN DE INMUEBLES

Aula INMOBILIARIA  
CENTRO DE ESTUDIOS

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del "Copyright", bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

Aula INMOBILIARIA  
CENTRO DE ESTUDIOS

<b>1. LA CAPTACIÓN; IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTO .....</b>	<b>4</b>
<b>2. LA CAPTACIÓN; PERITAJE DE VIVIENDAS .....</b>	<b>9</b>
<b>3. CONOCER EL PRODUCTO INMOBILIARIO .....</b>	<b>16</b>
<b>4. LA VENTA; VISITA CON COMPRADORES .....</b>	<b>18</b>
<b>5. LA VENTA; PROMOCIÓN DE PRODUCTO INMOBILIARIO .....</b>	<b>23</b>
<b>6. LA ATENCIÓN TELEFÓNICA .....</b>	<b>25</b>
<b>7. LA ACTUALIZACIÓN DE PRODUCTO .....</b>	<b>28</b>
<b>8. PUBLICITAR EL PRODUCTO INMOBILIARIO .....</b>	<b>30</b>
CARTELERÍA .....	30
REVISTAS .....	31
BUZONEO.....	32
ESCAPARATES .....	32
<b>9. REUNIONES DIARIAS.....</b>	<b>33</b>
<b>10. COMPORTAMIENTO Y PROTOCOLO .....</b>	<b>34</b>
ANTE LOS CLIENTES .....	34
ANTE LOS COMPAÑEROS .....	35
ANTE EL DIRECTOR O MI SUPERIOR INMEDIATO .....	36
ANTE MI EMPRESA .....	37
<b>11. OFERTAS A LOS PROPIETARIOS .....</b>	<b>37</b>
<b>12. SUPERVISIÓN DE COMERCIALES.....</b>	<b>38</b>
<b>ANEXO I. BIENVENIDO / A .....</b>	<b>39</b>

## 1. LA CAPTACIÓN; IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTO

Lo más importante de este negocio es tener buen producto.

Necesitamos captar viviendas para luego poderlas ofrecer a las familias que las solicitan. Es lo primero que debes aprender de este oficio tan apasionante.

Las viviendas se encuentran en el barrio y no vienen a buscarnos a la oficina por lo que debemos ser nosotros quienes salgamos en su busca.

Todos los días, el director de la oficina asignará la calle o zona de captación indicando, con la mayor precisión posible, el número de la calle de inicio y el de finalización como mínimo. Lo hará con cada uno de los asesores que vayan a salir a captar.

Siempre que le sea posible, el director captará en compañía de un asesor. Cada mañana con uno diferente, a fin de conocer las diferentes zonas de trabajo y tener una visión realista y actualizada de tipos de vivienda, precios, demandas, dificultades de captación, el vecindario, eficacia en el reparto de publicidad, presencia de nuestra inmobiliaria en la zona (cartelería y revistas) y todo cuanto atañe al desempeño de sus obligaciones como director.

Los asesores deberán tener asignada una zona de captación. Dicha zona podrá ser rotativa o fija, según criterio del director, que se basará en las características del mercado local y sus asesores para tomar la decisión en un sentido u otro. En el caso de ser zonas rotativas deberá tener fijado el ciclo de rotación correspondiente.

Los asesores sólo pueden captar en la zona asignada. En el caso de que, circunstancialmente, tuvieran conocimiento de una vivienda a la venta en la zona de otro asesor o, incluso, de otra oficina, lo pondrán en conocimiento de su director.

La captación se realizará por las mañanas de \_\_\_ a \_\_\_ horas. En caso de que el asesor no tenga citas por la tarde para mostrar viviendas, ni otra ocupación relacionada con la venta, deberá captar también por la tarde.

Salvo fuerza mayor (por ejemplo falta de asesores o sobreocupación de los asesores en servicio) el trabajo de captación en zona se llevará a cabo por parejas. Dichas parejas serán diferentes cada día. Según la zona donde se capte, las viviendas captadas se computarán al titular de esa zona. El director se deberá asegurar, por tanto, que los asesores frecuentan las zonas de manera proporcional.

Puntualmente, el director podrá dirigir a todo el equipo a captar a una determinada zona. Esto deberá hacerse en función de las necesidades concretas del momento.

- Demanda creciente en una zona donde tenemos pocas viviendas.
- Necesidad puntual de un cliente en una vivienda en una zona donde tenemos poco producto.
- Apertura de nuevas zonas de venta.

Debemos insistir en el carácter puntual de esta medida o, de lo contrario, trabajaremos siempre a contracorriente. Debemos pensar, además, que no tener producto en un determinado lugar suele ser la consecuencia de una mala planificación del trabajo en zona.

En las viviendas identificadas como “posibles a la venta” de las que no podamos localizar al propietario ni consigamos sus datos (teléfono, dirección actual, teléfonos) se dejarán tarjetas o notas que permitan a éste ponerse en contacto con nosotros tan pronto como la encuentre. Dichas notas deberán rezar: *“Tenemos varias familias que podrían estar interesadas en la compra de su vivienda”*. Deberemos, así mismo, adjuntar un teléfono móvil.

Las notas se dejarán bajo la puerta de la vivienda y en el buzón.

A estas viviendas se les realizará un seguimiento periódico, preguntando a los vecinos si han vuelto a ver al propietario, dejándoles notas a dichos vecinos y volviendo a pasar notas por debajo de la puerta, por si otros asesores de otras inmobiliarias las hubiesen retirado.

Así mismo, se tratará de localizar a los propietarios mediante directorios telefónicos, Internet, registro de la propiedad y cuantos medios tengamos a nuestro alcance.

La documentación necesaria para el trabajo en zona será:

- Hoja de barrido. - Donde se detallarán la totalidad de las fincas en las que se pregunte. Se anotará el número de porteros electrónicos y el porcentaje de aquellos donde tuvimos contestación, tanto si ésta es positiva como si es negativa. En caso de identificar una posible vivienda a la venta se anotará como identificada y pasaremos a cumplimentar el documento de identificación.
- Documento de identificación. - Donde anotaremos la mayor cantidad posible de datos del propietario de la posible vivienda a la venta.

- Revistas de nuestra inmobiliaria.- Que mostraremos a los propietarios y podremos distribuir en establecimientos con el fin de conseguir su amistad y futuras informaciones de viviendas a la venta.
- Hoja de peritaje.- Por si tuviéramos que realizarlo en ese mismo momento.
- Mandatos de encargo.- Autorización y contrato de exclusiva.

La identificación de viviendas a la venta se basará en lo siguiente:

- Preguntaremos mediante los porteros electrónicos.
- Nos informaremos en establecimientos de la zona.
- Preguntaremos a vecinos y paseantes.
- Tocaremos las puertas de las fincas.
- Inspeccionaremos visualmente las fachadas en busca de letreros de particulares o de otras inmobiliarias.
- Inspeccionaremos buzones repletos de correspondencia, viviendas de aspecto dejado, polvo en las puertas, tiestos con plantas mustias y todo cuanto pudiera indicarnos que hay una vivienda deshabitada.

Cuando preguntemos a través de los porteros electrónicos nos aseguraremos de tocar con un criterio, de manera que no vayamos a preguntar varias veces al mismo vecino, con el consiguiente enojo. Deberemos, así mismo, tocar cuantos más mejor, puesto que, en la actualidad, los vecinos suelen conocerse poco.

La comunicación mediante el portero electrónico deberá ser:

- *Buenos días. Me han dicho que en este edificio se vende una vivienda. ¿Sabría decirme cuál es, por favor?*

La comunicación “puerta a puerta” será:

- *Buenos días. Soy \_\_\_\_\_ de Inmobiliarias \_\_\_\_\_. Me comentaron que en esta finca había un piso a la venta y no lo encuentro. ¿Sabe usted de un piso aquí o por aquí cerca? Es que tenemos familias interesadas en comprar por aquí un piso.*

En el caso de avistar un cartel de otra inmobiliaria subiremos al piso y trataremos de localizar al propietario para ofrecerle nuestros servicios. Si nos dice que ya lo tiene a la venta con una inmobiliaria preguntaremos:

- *¿Y no se lo han vendido?*

Si lo que tiene firmado con la otra inmobiliaria es un mandato de encargo en exclusiva le preguntaremos cuándo termina el plazo firmado y le hablaremos de la posibilidad que tiene de revocarlo, sobre todo cuando la inmobiliaria con quien firmó no esté trabajando con arreglo a lo que prometió. Estas preguntas nos pueden ayudar a averiguarlo. La revocación siempre será a instancias y tras consulta del director.

- *¿Y le han traído muchas visitas?*

R – *No* (Intervienes y propones).

R – *Si* (Muestras tu extrañeza de por qué no lo vende si le llevan muchas visitas y propones).

En el caso de que en la finca se encuentre un portero “físico” deberemos tratar de que nos aporte información. Si no está por la labor le comentaremos que los porteros que colaboran con nosotros suelen tener su recompensa pero sin prometer nada. La decisión de recompensar a un portero es competencia única del director a quien se le informará sobre este particular.

Si, en efecto, encontramos una vivienda a la venta y no estamos seguros de que pudiéramos tenerla ya captada, daremos un “toque” a la oficina para que nos llamen y lo consultaremos. Resulta de muy mal efecto tratar de captar una vivienda que ya tenemos y es probable que el propietario se enoje con razón.

Si encontramos la vivienda a la venta y al propietario en ella, le preguntaremos si le viene bien que la veamos en el momento y procederemos al peritaje. Si no es posible, pospondremos el peritaje hasta el momento oportuno.

La captación telefónica se hará:

- Utilizando las revistas de venta de viviendas donde los particulares ponen sus anuncios para vender.
- Tras la localización en la zona de carteles de propietario.
- Después de localizar los teléfonos de propietarios que tienen a la venta sus viviendas y que encontramos tras trabajar en la zona preguntando, a los vecinos.

El procedimiento de captación telefónica será el siguiente:

- 1º) Nos aseguraremos de estar ante el propietario de la vivienda a la venta.
- 2º) Nos presentaremos e identificaremos como asesores de nuestra inmobiliaria.
- 3º) Le comentaremos que tenemos varias familias interesadas en un piso como el suyo en la zona.
- 4º) Venceremos sus posibles reticencias y solicitaremos una cita para ver la vivienda.

Es importante que consultes el manual de ventas para realizar esta operación con la mayor eficacia posible.

La captación a través de Internet:

En aquellos portales donde los particulares anuncian sus viviendas (Ya.com, Infobel.com, idealista.com, etc...). Se procede como si de una captación telefónica se tratara.

## 2. LA CAPTACIÓN; PERITAJE DE VIVIENDAS

Peritar bien una vivienda significa poner a la venta un buen producto a buen precio y con un propietario fidelizado. Los peritajes son, por tanto, un paso importante para vender el piso con posterioridad.

Una vez en la vivienda a peritar nos presentaremos:

- *Buenos días, soy \_\_\_\_\_ de Inmobiliarias \_\_\_\_\_.*

Ante la menor reticencia mostrada le pediremos que nos enseñe su casa sin entrar en discusión alguna.

Soltaremos la carpeta de captación, nos despojaremos de abrigos, paraguas, etc... Debemos dar la impresión de pretender quedarnos mucho rato. La revista la sacaremos enseguida y la dejaremos sobre la mesa principal sin comentar, todavía, nada sobre ella. Es importante que sepa, desde el principio, que somos profesionales de una empresa seria.

Recorreremos la vivienda junto al/los propietarios tranquilamente, escuchando mucho y hablando poco. Es necesario obtener la mayor cantidad de información posible.

En este mismo sentido, despreocupadamente, preguntaremos: “¿Por qué venden su casa?” como si fuera por curiosidad. Esto es muy importante para determinar la prisa que pudiera tener para vender; los propietarios con prisas son muy razonables.

Observa todo lo que puedas de la vivienda: Aficiones, animales de compañía, diplomas, orlas universitarias, cuadros, decoración. Es necesario que sepas cómo vive la familia que vende la casa. También puedes hacer algún comentario positivo acerca de lo que ves, pero nunca alabarás la vivienda ni ninguna de sus partes.

Tampoco se trata de criticar la vivienda, por eso lo mejor es que comentes hechos de la vida cotidiana o te detengas en pequeños detalles; las cortinas, alguna manualidad, etc... (En el manual de ventas se detalla todo el proceso extensamente).

Una vez vista la vivienda, volveremos al salón y tomaremos la hoja de peritaje para anotar las medidas de las habitaciones. Esto lo haremos de forma rápida, obteniendo la información necesaria para tener un conocimiento completo del producto. A saber:

- Metros cuadrados de la vivienda (totales y de cada habitación / construidos y útiles). Los metros totales de la vivienda es necesario que se consulten en las escrituras; todo el mundo piensa que su casa es más grande de lo que es.
- Orientación (determinada por el salón de la casa).
- Cuota de comunidad.
- Instalaciones; gas (natural, ciudad, butano), calefacción, agua comunitaria o independiente, tendedero, aire acondicionado, etc...
- Cargas de la vivienda; hipoteca, cancelación de hipoteca, impuestos pendientes, derramas comunitarias pendientes, suministros de agua y luz pendientes, etc...
- Mobiliario y electrodomésticos que dejaría; dormitorios, cocina, nevera, etc... En este sentido es muy importante dejar claro qué se queda y qué se llevan puesto que, en caso contrario, dará problemas en el "cierre" de la operación.
- Condiciones legales; si es de V.P.O. – I.V.I.M.A. – V.P.T., si segregados (en el caso de locales), si cambio de uso para antiguos locales reconvertidos a viviendas, etc... También es importante anotar la información registral necesaria como para solicitar la nota simple previa a la venta de la vivienda. Estas particularidades legales las conoce tu director por lo que, ante cualquier duda, no dudes en consultarle.
- Estado de conservación; años de la vivienda, en qué estado se encuentra, reformas que se le han hecho y tiempo que ha transcurrido desde la última vez que se le realizó alguna mejora.
- Materiales; tipo de suelo, tipo de puertas, paredes,
- Entorno; si está cerca de jardines, colegios, parques, avenidas, centros comerciales, etc...
- Complementos de valor; si posee garaje, trastero, zonas ajardinadas internas, áreas diáfanas, parque infantil, terraza separada, piscina, si se trata de un ático de terraza amplia, etc...

A la hora de recoger toda esta información debes pensar en aquellos compañeros de otras oficinas que no van a verla hasta que van con un cliente y necesitan la mayor cantidad de información para poder ofrecerla con seguridad. Ellos harán lo mismo por ti.

Ahora nos sentamos en la mesa principal alegando que tenemos que escribir. Es el momento de la verdad, cuando debemos hacer propuestas que deberán ser acogidas con complacencia por los propietarios. Por todo ello, se requiere calma y deseos de hacerlo muy bien, de ser un profesional.

**Los gastos de compraventa:** Debemos dejar claro que los gastos de compraventa se distribuirán “según ley” entre el propietario y el comprador. Esto es; cargas y plusvalías a cargo del propietario y resto de gastos con cargo al comprador.

**Negociación del precio:** Preguntaremos al propietario cuánto quiere por el piso, tanto si lo ha dicho antes como si no. Ante su respuestas, generalmente bastante lejos de las condiciones de mercado reales (subido) deberemos argumentar para conseguir que su propuesta se ajuste a la realidad lo más posible. Argumentos:

- **Valores testigo.**- Debemos enumerar otras viviendas similares que se encuentran a un precio más razonable. También podemos relatarle otras viviendas de igual precio que el que propone pero que ofrecen más al comprador. Por ejemplo el caso de una vivienda por la zona que tenga, además, garaje y que la tengamos a la venta por igual o incluso menor precio.
- **División del precio que pide entre los metros cuadrados de la vivienda para calcular el valor del metro cuadrado.**- Al concluir la operación comentaremos cuánto se pasa de la tasación que un banco realizaría y le haremos consciente de las dificultades para adquirir su vivienda de cualquier persona que debiera solicitar una hipoteca y se le quedase “corta” (la mayoría de los compradores lo hacen mediante hipoteca). Debe ser consciente de que limita las posibilidades de venta.
- **Procedimiento de visita.**- Comentaremos con el propietario que su vivienda se enseñará junto a otras (dos o tres) en el transcurso de las visitas que hacemos con clientes. Si las demás están más baratas, la suya sólo nos ayudará a vender la de otro propietario.
- **Planteamiento de ofertas.**- Si el propietario se mantiene en su intención de demandar un precio excesivo por su vivienda le diremos que él manda, que es su casa y puede pedir por ella lo que quiera pero que, si a alguien le gusta y nos ofrece una cantidad inferior por ella, estamos en la obligación de comunicárselo. De esta manera le enseñaremos a aceptar bajadas finales para cerrar.

Es muy importante que trabajemos sobre el precio. No basta con preguntar la cantidad que solicita, añadir honorarios (nunca diremos comisión) y llevarnos a la oficina un piso imposible de vender posteriormente. Sólo argumentando podemos conseguir que se avengan a razones, ahora o en el momento del “cierre” de la operación.

**Resaltar la profesionalidad de nuestra inmobiliaria:** Los propietarios nos encomiendan la venta de su bien máspreciado, por eso se hace tan necesario dejarles claro que están en buenas manos. Para ello argumentaremos:

Argumentos a favor de nuestra inmobiliaria

Y dejaremos claro que todos estos servicios no le cuestan nada.

**Explicar cómo trabajamos:** Lo primero que vamos a dejar bien claro es nuestra forma de trabajar.

- La vivienda la enseñamos nosotros, por tanto el propietario deberá abstenerse de intervenir durante el tiempo que dure nuestra visita con el cliente comprador. Ciertamente que el piso es suyo pero el cliente es nuestro.
- Después de cada visita le informaremos, telefónicamente, de la opinión de quien la visitó para que vaya sacando sus conclusiones y tome las decisiones que crea oportunas.

- Si nos hacen una oferta se la realizaremos en firme, es decir con una cantidad como señal sobre el pago ofertado por su vivienda.

**El grado de compromiso:** Que viene dado por la relación contractual alcanzada, es decir por el tipo de contrato que firme el propietario. A saber:

- Contrato en Exclusiva.- Mediante el que el propietario nos confía la venta de su vivienda a nosotros, por un plazo determinado (de uno a ocho meses) no pudiendo venderlo otra agencia ni el propietario mismo. Debemos procurar que nos firme un mínimo de tres meses.

El grado de compromiso aquí es muy grande puesto que el propietario se compromete a no venderlo y nuestra inmobiliaria a venderlo antes de un plazo determinado. Por ello no debemos conseguir una exclusiva a toda costa, como hacen otras empresas. Lo ideal es llegar a este compromiso cuando pensemos que, efectivamente, el piso es “vendible” por sus características funcionales y porque su precio no es elevado en exceso.

- Mandato de encargo como agente único.- En esta ocasión podremos vender tanto el propietario como nuestra inmobiliaria y ningún intermediario posible más.
- Contrato de autorización de venta.- En esta ocasión el propietario nos autoriza a vender su vivienda y a tomar cantidades a cuenta (arras) en su nombre. Por su parte, el propietario se compromete a respetar a los clientes que visiten su piso acompañados de los asesores de nuestra inmobiliaria de manera que no se puedan poner de acuerdo, por su cuenta, tras la visita. A diferencia del contrato en exclusiva, en esta ocasión pueden vender tanto el propietario como cualquier otro intermediario, de ahí la pobreza del vínculo de este tipo de contrato (también llamado nota o mandato de encargo).

En función del grado de compromiso adquirido, la inversión de nuestra inmobiliaria será mayor o menor a la hora de publicitar su vivienda para ser vendida. Así, si el contrato es en exclusiva podrá tener un lugar preferente en revistas, escaparates u otros medios de promoción.

**La firma:** El contrato deberá ser cumplimentado con el nombre, dos apellidos y D.N.I. de los dos propietarios si son titulares de la vivienda en régimen de gananciales. En este caso deberán firmar ambos el contrato. En caso contrario (capitulaciones matrimoniales, más conocido como “separación de bienes”) firmará sólo el titular de la vivienda. Si la vivienda pertenece sólo a un propietario sucederá igual. No será válida otra firma (familiares, amigos, hijos, etc...).

Trataremos de convencer al propietario de la conveniencia de colocar un cartel en la fachada, con objeto de que los posibles compradores nos llamen. Sólo así sabremos que, a quien nos llame, la zona y la finca le agradan. (Sobre fórmulas que permitan convencer al propietario de esta necesidad y sobre aquellos pisos a los que colocar o no cartel tienes bastante información en el manual de ventas).

Si la vivienda se encuentra deshabitada solicitaremos unas llaves con objeto de tener un acceso rápido y poder mostrarla más veces, evitando al propietario desplazamientos. Si el propietario decide, en su momento, retirar las llaves nos deberá firmar un documento de retirada donde conste que se llevó las llaves. De esta forma evitaremos responsabilidades que ya no tenemos. Así mismo, el propietario tiene derecho a que se le firme el habernos entregado sus llaves.

Finalmente haremos varias fotografías a la vivienda, escogiendo aquellos lugares más favorecidos y que pudieran atraer a más público una vez difundidas las fotos. Cuartos de baño muy reformados, cocinas muy modernas o algún rincón entrañable como chimeneas, en el caso de que se trate de casas de campo o chalés. Por favor, nada de fotografías al clásico W.C. antiguo o a cocinas de los años setenta.

Nos despediremos ahora quedando a su entera disposición para cualquier consulta. Para ello es necesario entregar nuestra tarjeta e indicar el lugar donde se encuentra la oficina.

**El reperitaje.-** Un reperitaje consiste en la realización de un nuevo peritaje en aquellas viviendas que se encuentran en cartera pero...

- Tienen un precio excesivo.
- Están poco o mal vinculadas con la agencia (sin firma, sólo con autorización).
- Han sido visitadas lo suficiente y no convence a los clientes que les llevamos.
- No conseguimos colocarles el cartel durante el peritaje.

En tal caso, transcurrido un mes desde el peritaje original, se procederá a realizar un nuevo peritaje siguiendo los siguientes pasos:

- Solicitaremos una cita en su casa para hablar con los propietarios, procurando que estén los dos (si es el caso).
- Llevaremos con nosotros los correspondientes carteles, en el caso de que la vivienda no los tuviera. Además, haremos lo propio con los documentos.

- Si es el caso, confeccionaremos un listado con los clientes que han visitado la vivienda y sus opiniones tras la visita. Si no ha tenido apenas visitas la lista contendrá la relación de personas a las que se le ha propuesto dicha vivienda y las razones de por qué no han querido ir a visitarla. (Los listados no deben llevar apellidos por razones obvias).
- Sentados tranquilamente, comentaremos con los propietarios las dificultades para vender la vivienda y realizaremos nuevas propuestas. A Saber:
  - Bajada de precio, visto que el precio de salida no resulta atractivo.
  - Colocación de carteles para una mayor difusión.
  - Firma de un documento que vincule más a la propiedad con la agencia, argumentando que una mayor vinculación aumenta el número de propuestas a clientes.

La diferencia entre el peritaje y el reperitaje estriba en el momento. Mientras que el peritaje se realizó en el momento mismo de la puesta en venta del piso o la casa, ahora ya ha pasado un tiempo y los propietarios saben que no va a ser tan fácil vender su vivienda. Además, ya ha quedado demostrado que el precio de salida resultó inadecuado.

Transcurrido un tiempo, los propietarios (digan lo que digan) están más ansiosos por vender que al principio, por eso es tan recomendable un buen peritaje.