

UF1924: Venta personal inmobiliaria

Elaborado por: Rafael Pérez López

Edición: 5.0

EDITORIAL ELEARNING S.L.

ISBN: 978-84-16360-98-7 • Depósito legal: MA 364-2015

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra bajo cualquiera de sus formas gráficas o audiovisuales sin la autorización previa y por escrito de los titulares del depósito legal.

Impreso en España - Printed in Spain

Presentación

Identificación de la Unidad Formativa

Bienvenido a la Unidad Formativa **UF1924: Venta personal inmobiliaria**. Esta Unidad Formativa pertenece al Módulo Formativo MF0811_2: Comercialización inmobiliaria, que forma parte del Certificado de Profesionalidad COMT0111: Gestión Comercial Inmobiliaria, de la familia de Comercio y Marketing.

Presentación de los contenidos

La finalidad de esta Unidad Formativa es enseñar al alumno a identificar las necesidades y disponibilidad a la compra o alquiler de los clientes-demandantes, informar de la oferta o cartera de inmuebles disponibles y adaptados a los clientes-demandantes y obtener la venta o alquiler e información complementaria significativa, del cliente demandante, a través de la visita a uno o varios inmuebles utilizando las técnicas de venta adecuadas para resolver la operación inmobiliaria. También a atender y resolver en el marco de su responsabilidad, las quejas y reclamaciones presentadas por los clientes y a realizar el seguimiento y control de las operaciones en la gestión comercial de inmuebles.

Para ello, se analizará la venta de bienes inmobiliarios, las técnicas de venta personal y la documentación en la venta inmobiliaria. Por último, se estudiará la atención de quejas y reclamaciones en el proceso de venta.

Objetivos de la Unidad Formativa

Al finalizar esta Unidad Formativa aprenderás a:

- Determinar las características de los inmuebles adecuados a las necesidades detectadas de distintos tipos de clientes.
- Aplicar técnicas de venta y refutación de objeciones en operaciones-tipo de comercialización de productos y/o servicios de intermediación inmobiliaria.
- Valorar la importancia del seguimiento de las operaciones, visitas y clientes contactados utilizando sistemas de gestión comercial informáticos y aplicando criterios de calidad y mejora continua en el servicio de comercialización inmobiliaria

Índice

UD1 .La venta de bienes inmobiliarios	11
1.1. Definición de la venta personal inmobiliaria	13
1.2. Características de la venta inmobiliaria	14
1.2.1. Disputada (competitiva y cooperativa)	17
1.2.2. De alto precio y riesgo.....	18
1.2.3. Compleja.....	21
1.2.4. Azarosa	22
1.2.5. Estratégica.....	24
1.2.6. Planificada (metódica).....	26
1.2.7. Incremental y multivisita	27
1.3. La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.	28
1.4. Las características del cliente y el proceso de decisión de compra	31
1.4.1. La necesidad y deseo de compra en el caso de bienes inmuebles	34
1.4.2. La reacción al precio	38
1.4.3. La reacción al vendedor	40

UD2. Técnicas de venta personal en la venta inmobiliaria 49

2.1.	El proceso de venta.	51
2.2.	Detección de necesidades y capacidad del cliente de productos o servicios inmobiliarios.....	68
2.2.1.	Las necesidades críticas y no críticas en el deseo del cliente	70
2.2.2.	El sistema de preguntas: clases, formas y momentos..	74
2.2.3.	Reglas básicas para formular preguntas y calificar a los clientes	80
2.2.4.	La comprobación de la existencia de inmuebles en la cartera de inmuebles.....	82
2.2.5.	Detección de la capacidad económica y operativa del cliente	115
2.3.	Las técnicas de escucha activa.....	118
2.3.1.	La recepción del mensaje comercial	120
2.3.2.	La conducta de escucha.....	127
2.3.3.	La comunicación no verbal	130
2.4.	Presentación del producto inmobiliario	131
2.4.1.	Características, beneficios y ventajas de la oferta	132
2.4.2.	Técnicas de muestra de los inmuebles.....	134
2.4.3.	Las “ayudas” a las Ventas.....	138
2.5.	Argumentación comercial	152
2.5.1.	Objeciones a la venta inmobiliaria: concepto y calificación de las objeciones.....	154
2.5.2.	Los Métodos de contraargumentación.....	155
2.5.3.	Prevención de las objeciones	165
2.6.	Técnicas de tratamiento de objeciones a la venta.....	166
2.6.1.	Tratamiento de las objeciones de carácter universal...	168
2.6.2.	Tratamiento de las objeciones basadas en el importe de la intermediación	170

2.6.3. Tratamiento de las objeciones basadas en la pretendida falta de eficacia de la intermediación	171
2.6.4. Tratamiento de las objeciones basadas en la forma de establecer la relación con el propietario.....	172
2.6.5. Tratamiento de las objeciones basadas en nuestra imagen de empresa	174
2.6.6. Tratamiento de objeciones basadas en otros criterios	175
2.7. El cierre de la venta inmobiliaria	182
2.7.1. Naturaleza, finalidad y características del cierre.....	198
2.7.2. Las dos vías al cierre.....	200
2.7.3. El miedo al cierre.....	202
2.7.4. El cierre anticipado	204
2.7.5. Otros aspectos del cierre	205
2.8. Las técnicas del cierre	206
2.8.1. Cierre directo	208
2.8.2. Cierre indirecto.....	210
2.8.3. Cierre condicional	212
2.8.4. Cierre de Rackham/Huthwaite	213
2.8.5. Otros tipos de cierre.....	215
UD3. Documentación en la venta inmobiliaria	223
3.1. El control de la recepción de los clientes potenciales	225
3.2. Las visitas al inmueble.....	242
3.2.1. La confirmación de la cita	243
3.2.2. Preparación de la entrevista.....	247
3.2.3. La realización de la visita al inmueble.....	249
3.2.4. La hoja de visita	250
3.2.5. Los finales de visita	252
3.2.6. La comunicación del resultado de la visita.....	253

3.3.	Preparación de las condiciones básicas de la oferta de compra	259
3.3.1.	El estudio documental, tributario y fiscal de la operación.....	261
3.3.2.	La oferta de compra al propietario.....	263
3.3.3.	Gestiones posteriores en caso de acuerdo inicial	264
3.3.4.	Cumplimentación de documentos comerciales y pre-contratos de operaciones inmobiliarias.....	266
3.4.	La asistencia a la firma del acuerdo	267
3.5.	El estudio del éxito y fracaso de las operaciones inmobiliarias.....	268

UD4. Atención de quejas y reclamaciones en el proceso de venta 307

4.1.	Conflictos y reclamaciones en la venta inmobiliaria	309
4.1.1.	Tipología: Quejas y reclamaciones	311
4.1.2.	Diferencias y consecuencias	312
4.2.	Normativa de protección al consumidor en el caso de la comercialización inmobiliaria.....	314
4.2.1.	Derechos de los consumidores: responsabilidad de intermediarios y distribuidores	315
4.2.2.	Información a suministrar en la compraventa y arrendamientos de bienes inmuebles	317
4.2.3.	Las normativas autonómicas de consumo.....	319
4.2.4.	La Ley de protección de datos.	320
4.3.	Gestión y resolución de reclamaciones	335
4.3.1.	Las hojas de reclamaciones: elementos y cumplimentación	337
4.3.2.	Procedimiento y consecuencias de las reclamaciones.....	338
4.3.3.	Documentación y pruebas.....	340
4.3.4.	Las OMIC (Oficinas municipales de información al consumidor).....	341

4.3.5. Respuestas y usos habituales en el sector comercial	343
4.3.6. Resolución extrajudicial de reclamaciones: Ventajas y procedimiento.....	344
4.4. Código deontológico y autorregulación de la comercialización inmobiliaria.	346
4.4.1. Códigos deontológicos europeos y nacionales.....	348
4.4.2. Cartilla de buenas prácticas en inmobiliaria.....	350
4.4.3. La prevención de blanqueo de capitales	352
4.4.4. La información en las comercializaciones especiales .	354
Glosario	363
Soluciones	365
Anexo	367

Área: Comercio y marketing

UD1

La venta de bienes
inmobiliarios

- 1.1. Definición de la venta personal inmobiliaria
- 1.2. Características de la venta inmobiliaria
 - 1.2.1. Disputada (competitiva y cooperativa)
 - 1.2.2. De alto precio y riesgo
 - 1.2.3. Compleja
 - 1.2.4. Azarosa
 - 1.2.5. Estratégica
 - 1.2.6. Planificada (metódica)
 - 1.2.7. Incremental y multivisita
- 1.3. La venta de bienes de consumo vs las ventas de alto precio y riesgo.
- 1.4. Las características del cliente y el proceso de decisión de compra
 - 1.4.1. La necesidad y deseo de compra en el caso de bienes inmuebles
 - 1.4.2. La reacción al precio
 - 1.4.3. La reacción al vendedor

1.1. Definición de la venta personal inmobiliaria

La venta personal inmobiliaria es la actividad que se desarrolla debido a la intermediación inmobiliaria en la que debemos buscar y encontrar un comprador adecuado para los bienes inmuebles disponibles en nuestra cartera.

Tras ver esta definición sobre la venta personal inmobiliaria podemos sacar una serie de conclusiones que enriquecerán dicho concepto:

Es debido a la intermediación inmobiliaria.
Buscar y encontrar al comprador adecuado.
Se intermedia con los inmuebles disponibles en nuestra cartera.

Pasemos a analizar cada uno de estos elementos:

1. Es debido a la intermediación inmobiliaria

La intermediación inmobiliaria es la actividad que desarrollan las agencias y agentes inmobiliarios por la cual sirven de nexo entre las dos partes de una operación inmobiliaria, ya sea de compra-venta o alquiler, y en la que nos encontramos que desarrollan las siguientes acciones:

- Asesoramiento legal y fiscal.
- Trato personalizado.
- Búsqueda de compradores o inquilinos idóneos.
- Promoción del inmueble con los medios adecuados.
- Asistencia en la firma.

Por lo tanto, podemos comprobar que la intermediación inmobiliaria engloba multitud de tareas y acciones que tratan de asistir a un propietario en la operación que desee realizar con su inmueble y por la que nosotros, como intermediadores inmobiliarios, debemos ser contratados para ello.

2. Buscar y encontrar al comprador adecuado

Dentro de las tareas como intermediador inmobiliario hemos podido comprobar que una de ellas es la de encontrar al comprador o inquilino idóneos, es decir, han de estar conformes con las características del inmueble y con sus condiciones y precio, y además poder afrontarlos. Esta labor la realizaremos a través de:

- La promoción de la vivienda.
- Nuestra base de datos de demandantes de inmuebles.

3. Se intermedia con los inmuebles disponibles en nuestra cartera

Debemos haber llegado a un acuerdo con el propietario para poder trabajar con su inmueble, ya que, de lo contrario, podemos no obtener el pago por nuestros trabajo o incluso ser denunciados por promoción de un inmueble sin autorización.

1.2. Características de la venta inmobiliaria

Nos podemos encontrar con muy diferentes tipos de ventas inmobiliarias, esto puede ser debido a diversos factores, entre los que nos podemos encontrar:

- Precios.
- Legislaciones particulares.
- Uso del inmueble.
- Mercado en el que se mueve.

Debido a estos tipos de factores nos podemos encontrar con los siguientes tipos diferenciados de ventas inmobiliarias (ver tabla siguiente página).

Disputada (competitiva y cooperativa).
De alto precio y riesgo.
Compleja.
Azarosa.
Estratégica.
Planificada (metódica).
Incremental y multivisita.

Debemos especificar que nos podemos encontrar con muy diferentes inmuebles los cuales los podemos encuadrar en los siguientes:

- Inmueble residencial: estos bienes inmuebles están destinados para constituir el hogar de las personas.
- Oficinas: estos bienes inmuebles son usados para realizar servicios administrativos empresariales.
- Hoteleros: el uso de estos bienes inmuebles es la del comercio del alojamiento, pudiendo ostentar diferentes tipos de negocios, tales como hoteles, pensiones, hostales, etc.
- Comercial: estos bienes inmuebles son usados con fines comerciales, tales como el establecimiento de tiendas o empresas de servicios.
- Industrial: estos bienes inmuebles son usados para la fabricación de productos o almacenaje y distribución de los mismos, nos podemos encontrar en este grupo a las naves industriales.
- Suelo: este bien inmueble se encuentra en todos los anteriores tipos, pero su diferencia radica en que en este tipo no se encuentra nada construido, con lo que, dependiendo del uso que le hayan concedido, podrá albergar alguno de los anteriores bienes inmuebles.

Los otros elementos que nos encontramos dentro de la distribución comercial inmobiliaria son:

Comprador/arrendatario
Vendedor/arrendador
intermediario

Lo siguiente que debemos especificar es el tipo de operación que se pueden realizar con los bienes inmuebles, encontrándonos con dos operaciones básicas dentro del mercado:

Compra-venta	Se transmite el título de propiedad del bien inmueble entre dos personas. Su transmisión es permanente.
Alquiler	Se transmite el usufructo del bien inmueble a otra persona, permaneciendo la propiedad en la primera. Esta transmisión es temporal.

A partir de estas dos operaciones básicas, nos encontramos con diferentes variantes:

- Alquiler con derecho a compra: se trata de un tipo de operación en el que se alquila el bien inmueble, pero se pacta en el contrato que transcurrido un tiempo, el inquilino tiene la opción de comprar dicho bien. Una de las características de este tipo de operación es que las partes pueden pactar que el dinero entregado en concepto de alquiler puede ser tomado, en una proporción que se estipula, como adelanto del precio de venta.
- Viviendas de protección oficial: son viviendas públicas que las diferentes Administraciones Públicas ponen a la venta o alquiler para personas y familias que tienen mayores dificultades para acceder a disponer de una vivienda.
- Multipropiedad: se trata de la compra de un bien inmueble por parte de un grupo de personas, las cuáles se van alternando el uso del mismo.

Y para terminar vamos a exponer quiénes son los intermediarios que pueden actuar en la venta inmobiliaria:

1. Agentes de la propiedad inmobiliaria.

Los agentes de la propiedad inmobiliaria son los encargados de intermediar en las operaciones inmobiliarias, para ello aplicará técnicas de gestión y comerciales.

2. Intermediario inmobiliario.

El intermediario inmobiliario realizará las mismas funciones que el agente de la propiedad inmobiliaria, pero la diferencia radica en que éste no está colegiado ni tiene porqué tener una titulación específica sobre la intermediación inmobiliaria.

3. Agentes inmobiliario virtuales

Hoy en día se ha abierto un nuevo mundo a través de la informática y de internet, apareciendo una variante en el mundo comercial, el comercio electrónico, que cada vez está ganando mayor fuerza y está comiéndole terreno al comercio clásico. La intermediación inmobiliaria no es menos y es por eso que nos encontramos con los agentes inmobiliarios virtuales, que son páginas webs en los que se ponen en común a los oferentes y demandantes de bienes inmuebles, los cuáles pueden acceder a las bases de datos de los inmuebles que gestiona la web.

4. Consultores hoteleros

Este tipo de consultor se encarga de intermediar y asesorar en el mercado inmobiliario hotelero, pudiendo ofrecer servicios de:

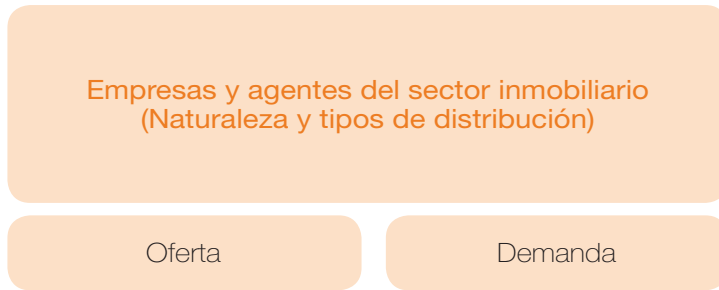
- Búsqueda de operador hotelero.
- Búsqueda de inversión hotelera.
- Asesoramiento del sector hotelero.

5. Bróker hipotecario

El bróker hipotecario o asesor financiero es un intermediario que no trabaja directamente en la intermediación inmobiliaria pero sí en un sector que está aparejado innegablemente a él, el sector hipotecario.

1.2.1. Disputada (competitiva y cooperativa)

Pasemos ahora a ver cada uno de los tipos de venta que nos encontramos, empezaremos para ello con la venta disputada. La venta disputada es un tipo de venta en la que la operación concurre en un mercado donde existen multitud de actores, ya sea en la parte de la oferta, en la parte de la demanda o en ambas, en las que esta llega a su fin gracias al entendimiento de ambas partes, debido a las reglas del mercado.



Dentro de este tipo de venta podemos hacer dos distinciones:

- Competitiva

En este tipo de venta disputada, los actores actúan individualmente, por lo que su influencia en el mercado es ínfimo.

- Cooperativa

En este caso, un grupo de actores, ya sean compradores o vendedores, se asocian en búsqueda de unos objetivos comunes en la operación inmobiliaria, con lo que, gracias al número que conforman, pueden influenciar en el mercado, ya sea para imponer condiciones o fluctuar los precios.



Sociedad Cooperativa: La que se constituye entre productores, vendedores o consumidores, para la utilidad común de los socios.

1.2.2. De alto precio y riesgo

Nos encontramos con otro tipo de venta en el que su factor diferenciador es su precio, estamos hablando de bienes inmuebles que debido a sus características, ubicación u otros factores de mercado, disponen de un precio exageradamente fuera del mercado medio de inmuebles. Pero claro está, debido a que su precio se ve altamente incrementado por estos factores, puede ocurrir que ante circunstancias negativas, igualmente pueda perder ese incremento de una manera vertiginosa. Es ahí donde radica el riesgo en estas operaciones y por qué son utilizados en operaciones de sociedades de inversión que buscan la especulación como método de obtención de beneficio rápido.

Las características que pueden hacer subir el precio de un inmueble son:

Tamaño	Nos encontramos con inmuebles que, por su utilidad o por motivos megalómanos, disponen de unas proporciones gigantescas, con lo que provoca que su precio sea igualmente gigantesco.
Calidades	También nos podemos encontrar que los materiales con los que se construyó el inmueble sean considerablemente mejores que los que se utilizan habitualmente.
Ubicación	Debido a que se encuentra en un país, región, ciudad o barrio donde el nivel de vida es alto, puede hacer que un inmueble sea más caro que otro de las mismas características en otro lugar.
Factores emocionales	Ya que los inmuebles han podido pertenecer a algún ídolo o haber sido diseñado por un famoso arquitecto.

Debemos ser cautos en este tipo de ventas y disponer de los recursos necesarios para llevar a cabo dichas operaciones, ya que las necesidades y características de los actores de este mercado son muy diferentes a los de los otros. Por lo que debemos identificar claramente las necesidades.

Además, debemos realizar una labor intachable y profesional que puedan justificar nuestros honorarios, que en el caso de ser a porcentaje del montante de la operación, puede ser muy alto. Con lo que el servicio que ofrezcamos ha de estar a la altura de la comisión.



Estas operaciones no tienen que ser tan solo sobre viviendas de lujo, nos podemos encontrar igualmente:

- Fincas de varias hectáreas.
 - Fábricas y naves de gran extensión.
 - Edificios de oficinas.
 - Centros comerciales.
 - Etc.
-

