



Universidad
Tecnológico®





Ejercicio mental: Explorando tus Emociones

Te invitamos a que realices el siguiente ejercicio mental, el cual te tomará cinco minutos y te servirá para obtener una mejor claridad en los conceptos que aprenderemos el día de hoy.

<https://youtu.be/zmGogSbH5FQ>



Introducción y desarrollo de bienes raíces

9. Estrategia de la promoción

Semana 3





Parte de la estrategia liga los conceptos de promoción, mercadotecnia y publicidad.

En la industria inmobiliaria se aterrizan grandes ideas para facilitar los tratos con los involucrados y generar una relación de confianza.

Es importante entender que en el proceso de un mercadólogo entra el análisis de la necesidad de compra, lo que los motiva a la compra y todo lo que conlleva el proceso de venta.



Publicidad en prensa o periódico

Esta estrategia puede resultar una gran herramienta para poder llegar a mucho más compradores potenciales y en particular a los de nuestra zona.

Algunas recomendaciones:



Alterne la publicación de los mismos en los diferentes periódicos.

Enfatice las características únicas de su propiedad.

Mercadee varias propiedades con características similares en un solo anuncio.

Compre el mínimo de palabras establecidas por el medio y aumente la frecuencia de los mismos.

Publique anuncios en distintos periódicos pero con diferentes números de teléfono a llamar y así puede medir la efectividad de cada medio.

Publique la información precisa que los consumidores necesitan conocer.

Publicidad en Internet y redes sociales

En una era digital como la que vivimos actualmente, tener un sitio web y aparecer en los principales buscadores y en las principales redes sociales, resulta trascendental para una apropiada promoción de los inmuebles.

Algunas recomendaciones:

Tenga su propio dominio electrónico.

Coloque fotos, videos y planos con imágenes bien definidas.

Haga visible sus datos de contacto principales; números de teléfono y correos electrónicos en todas las secciones de su portal.

Compre dominios electrónicos que puedan atraer más tráfico a su página electrónica.

Publique anuncios en páginas electrónicas concurridas como Google y Facebook.

Contrate enlaces con las páginas de Internet de las asociaciones o clubs que pertenezca.



Publicidad en anuncios o mantas

Los anuncios o mantas son un recurso que en su momento fue el más utilizado y el más efectivo para promover una propiedad, ya que resaltaba la propiedad en venta o renta del resto de propiedades a su alrededor y de alguna forma u otra atraía las miradas de los paseantes.

Se recomienda utilizar este recurso bajo las siguientes condiciones: sólo si el propietario lo acepta, cuando el inmueble esté contratado con exclusividad y cuando el inmueble esté fuera de uso o deshabitado.



Recomendaciones para los agentes inmobiliarios

Revisión de documentación de la propiedad

Red de asesores inmobiliarios

Cliente vendedor

Cliente comprador



Ahora conoces la importancia de la publicidad en la estrategia del ramo inmobiliario.

Ésta siempre va a depender del tipo de inmueble y sobre todo de los clientes o segmento al cual está dirigido.

También es importante conocer el tipo de medio por el cual se dará la promoción publicitaria.



1. Lista e identifica los medios de promoción inmobiliaria más importantes que se utilizan en tu localidad.



Introducción y desarrollo de bienes raíces

10. Ciclo de comercialización inmobiliaria

Semana 3





El ciclo para la comercialización de un inmueble aunque parezca sencillo, implica una serie de pasos que se convierten en una oportunidad a los clientes para analizar las opciones dos veces.

Para los agentes es muy importante poder respaldar lo más posible cada una de las etapas del proceso de comercialización, de tal forma que los clientes sientan la seriedad del asunto y eviten lo más posible las especulaciones, provocando pérdidas de tiempo y dinero al resto de las partes.



Captación



Promoción

Inicio de la exposición abierta del inmueble hacia el público en general a través de los diversos medios de publicidad.



Visita o tour

Ser puntual.

Generar un recorrido en una sola zona de la ciudad.

Identificar la propiedad que tenga mas posibilidades de ser adquirida.

Programar un recorrido máximo de 3 a 4 propiedades.

Hacer un recorrido previo para medir los tiempos, distancias y trayectorias mas adecuadas.

Conocimientos básicos de la construcción, comercialización y ventas.

Oferta

Se define como una propuesta formal y legal de compra o renta de un inmueble, es la presentación de la cantidad a ofrecer por la propiedad.

El propietario puede aceptar, rechazar o contestar su oferta con una contraoferta.

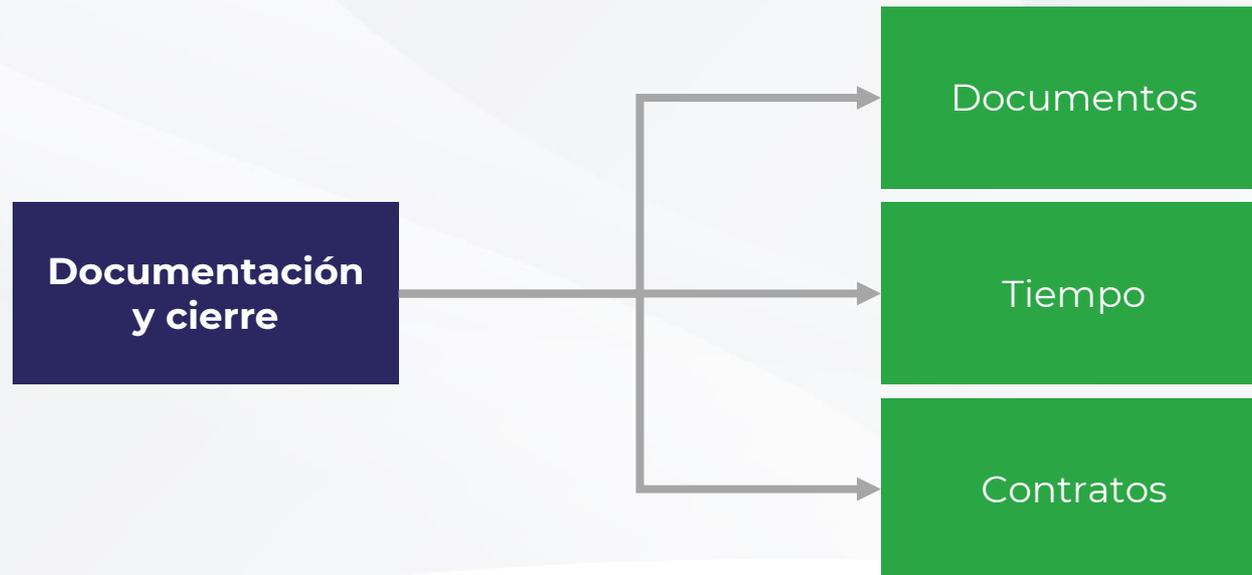
El aceptar una oferta no obliga a las partes a cerrar la operación.

El prospecto comprador o rentero podría perder el respaldo en caso de cancelar de manera injustificada el proceso de la operación.

Las ofertas deben ser formales y por escrito, esto imprime la seriedad a la operación.

Conocimientos básicos principalmente de construcción, de elaboración de contratos, de Comercialización y Ventas.

El cierre de la operación inmobiliaria está definido básicamente por la firma de los documentos que avalan la legalidad y conformidad de las partes con el acuerdo establecido, tales como escrituras o contratos.





Pudiste identificar cuáles son las claves que deben considerar los agentes para poder ir cubriendo con éxito cada una de ellas, y de esta forma llegar a la conclusión exitosa de la operación.

De la misma forma identificaste las capacidades y conocimientos que debe tener cada agente en cada una de estas etapas para poder ejecutarlas, orientar de manera óptima y adecuada a sus clientes.



1. Realiza un cuadro comparativo de cinco capacidades y cinco habilidades requeridas en cada una de las etapas que acabas de conocer.



Introducción y desarrollo de bienes raíces

11. Análisis de valor de los inmuebles

Semana 3





Partiendo del análisis de la variación de los precios de los inmuebles en los mercados inmobiliarios, podemos decir que las bienes raíces cubren un benefactor primario (como la necesidad de vivienda), asumen tener una menor fluctuación de los precios e inclusive se mantienen y en muchos casos logran proyectarse a un valor mayor.



Concepto y finalidad

Avalúo físico directo

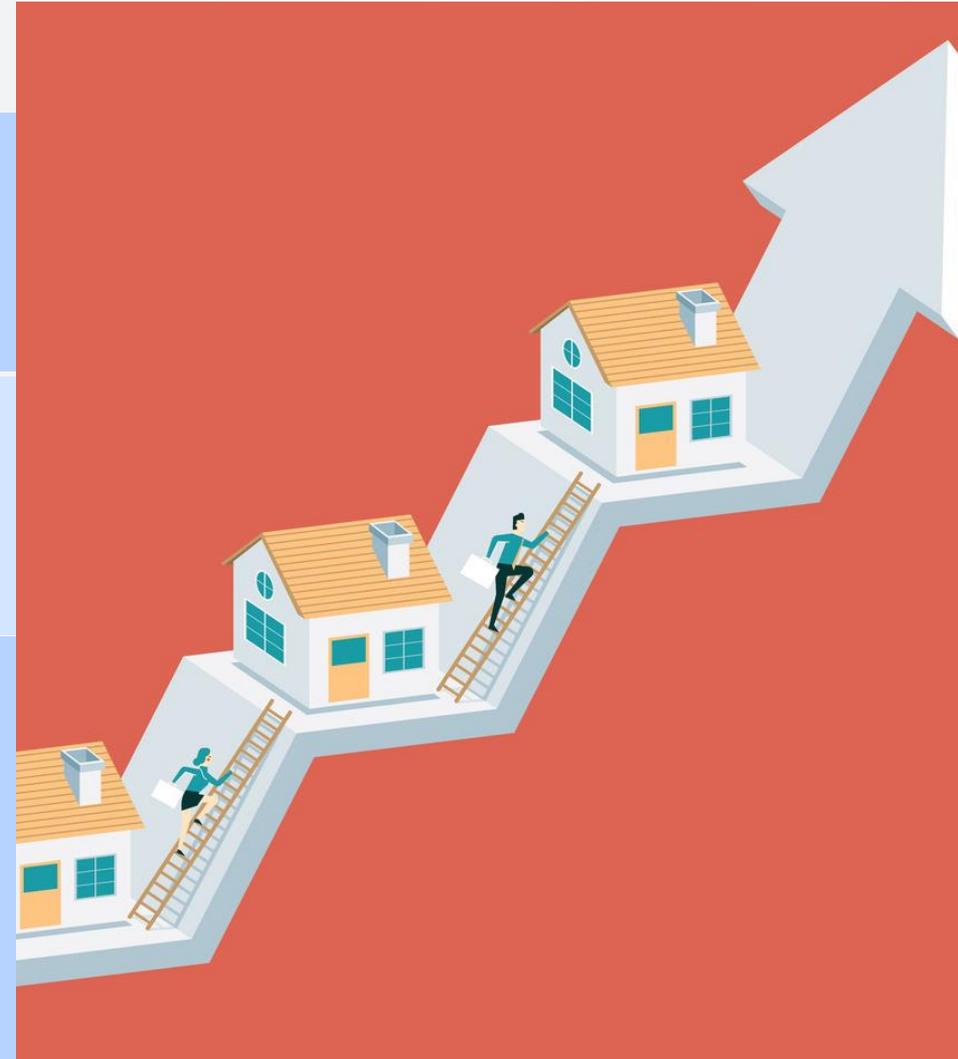
Valor del inmueble por su composición física, características de los materiales utilizados y su equipamiento.

Avalúo por capitalización de rentas

Valor de renta que se pudiera obtener por el inmueble evaluado.

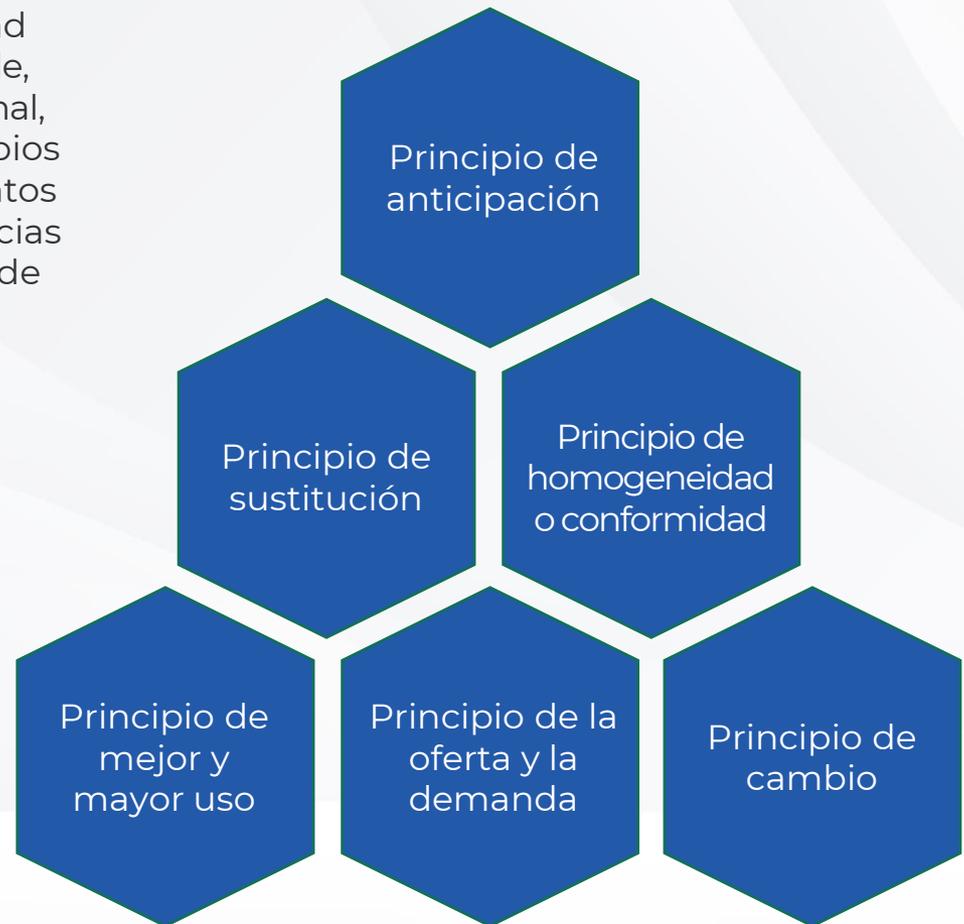
Avalúos comerciales

Representan un análisis más complejo, ya que conjuntan los valores determinados por un avalúo físico y un avalúo de capitalización de rentas, con los valores que puede arrojar un análisis de mercado; para determinar entonces su valor comercial.



Principios económicos a considerar

La metodología desarrollada en la actualidad para la determinación del valor de un inmueble, basada en la normativa nacional e internacional, establece para los valuadores ciertos principios económicos relacionados con los movimientos del mercado y con situaciones o circunstancias que ejercen influencia sobre la variabilidad de los precios de los inmuebles en el mercado.



Enfoque de la valuación

1. Enfoque comparativo de mercado.
2. Enfoque de costos.
3. Enfoque de ingresos.

Proceso evaluatorio

1. Recepción de documentos generales y solicitud.
2. Identificación de la propiedad a evaluar.
3. Inspección de la propiedad a evaluar.
4. Recopilación de la información.
5. Determinación del procedimiento a seguir.
6. Cálculo de indicadores de valor.
7. Ponderación para la obtención del valor final.
8. Elaboración del trabajo y dictamen.





Ahora conoces cómo los valuadores definen el valor de los inmuebles. También las variaciones que sufre el mercado, ya sea de manera positiva o negativa y cómo impacta en el valor de la propiedad.

Por eso la importancia de contar en el mercado inmobiliario con peritos valuadores calificados, certificados y con la suficiente experiencia y sensibilidad para determinar valores muy aproximados para cualquier tipo de inmueble o desarrollo.



1. Desde tu punto de vista, reflexiona y responde ¿cuál es el procedimiento más adecuado para determinar el valor de un inmueble?



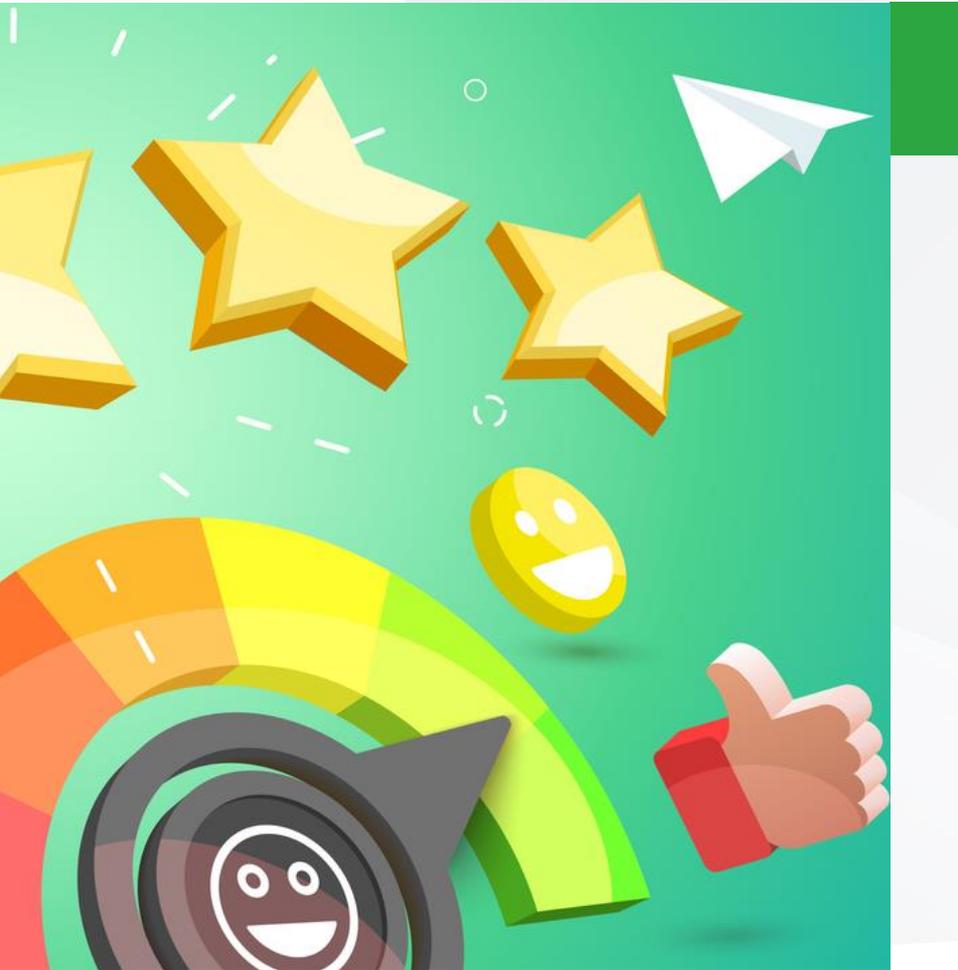


Introducción y desarrollo de bienes raíces

12. Calificación del propietario – propiedad

Semana 3





La responsabilidad de los agentes inmobiliarios será el de evaluar las condiciones de los inmuebles para poder determinar la mejor opción, entre mejor calificado esté será mayor el beneficio para el propietario.



Certificado de la propiedad

En México, el título de propiedad reconocido, se hace llamar Escritura Pública, la cual presenta números y folios de inscripción en los municipios, oficinas de catastro de los estados y oficinas de Registro Público de la Propiedad.

Dicho documento contiene información de los antecedentes de operaciones previas realizadas a la propiedad, identidad de las partes vendedora y compradora, domicilios de las partes, dimensiones, colindancias y áreas del predio, identificación de construcciones incluidas en el predio con medidas y características, equipamiento existente.

Por condición física de la propiedad

La condición física de la propiedad, sobre todo en las de menor costo, se puede convertir en un factor tan importante que algunos agentes deciden no promocionar inmuebles que no cumplan cierto nivel o estándar en sus instalaciones



Razones de la operación

Para cubrir
deudas o
imprevistos

Por cambio
obligado de
residencia

Para invertir en
otro negocio o
inmueble

Para compra de
otro inmueble

Para especular
valor de mercado





Ahora conoces los diferentes mecanismos para calificar las propiedades, ya sea para venta o alquiler, así como los factores externos que determinan los plazos de la ejecución de las operaciones y bajo qué circunstancias se darían.



1. Reflexiona acerca de la Importancia de la calificación de la propiedad y el cliente, y responde las siguientes preguntas:
 - a. ¿Por qué es importante calificar bien a una propiedad?
 - b. ¿Cuáles son las necesidades principales de los propietarios?
 - c. ¿Te garantiza el éxito de las operaciones tener un propietario-propiedad calificado?

