**Tema**  **5. Zonificación de desarrollos**

**Contexto del tema 5 (planteamiento inicial)**

Describa un caso, situación o historia que contextualice al participante sobre el tema, es decir, presente de manera más práctica el contenido a revisar (tener en cuenta el perfil del participante). Puede tomar como referencia para el desarrollo de esta sección los siguientes ejemplos:

* Anécdota
* Historia
* Narrativa
* Entrevista
* Situación o caso

La estructura que esta sección debe presentar es la siguiente:

1. Título de la anécdota o historia (que sea atractivo y llame la atención del participante)
2. Desarrollo de la anécdota o historia.
3. Preguntas detonadoras o de reflexión acerca de la historia.

|  |
| --- |
| **El principal indicador**  Property valuation chart arrow pointing up : Ilustración de stockCuando salgo de viaje hacia otras ciudades, evaluó el nivel de desarrollo de la ciudad a partir de la calidad de sus calles, sus parques, centros recreativos, centros comerciales, la altura de sus edificios y las cadenas hoteleras que se encuentran ofreciendo sus servicios. Otro factor importante es la amplitud y calidad de sus corredores industriales.  De manera natural y sin mucho análisis me di cuenta de la relación directa que existe entre el **desarrollo y crecimiento de una ciudad** con el nivel de sus centros y espacios para el comercio, vivienda, industria, esparcimiento, hospedaje e infraestructura*.*  Pude concluir entonces que la dinámica que muestre el sector inmobiliario de una población, región o ciudad del País muestra una fotografía del desarrollo y crecimiento de esa región y muchas veces esta ligado de manera directa, o bien contribuye de manera importante con el nivel de vida de sus habitantes.  **El crecimiento del PIB de un país, dentro de un esquema capitalista, es un reflejo directo del crecimiento de su sector inmobiliario y de construcción.**  Sabiendo esto, **reflexiona**:   * ¿Cuáles desarrollos inmobiliarios son más atractivos para los inversionistas? * ¿Por qué es importante invertir en desarrollos inmobiliarios? * ¿Cuál debe ser la política de gobierno más adecuada para favorecer la gestación de nuevos proyectos inmobiliarios? |

**Explicación del tema 5**

**Información del metadato tema 5**

Indique los siguientes datos para el metadato de contenido:

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre del curso** | Introducción y desarrollo de bienes raíces |
| **Clave del curso** | FZ13308 |
| **Nombre del tema** | Zonificación de desarrollos. |
| **Descripción** | El presente tema describe el contexto actual de México en el panorama de crecimiento inmobiliario y la estrategia de impulso de los mismos en las diferentes regiones del país. |
| **Conceptos clave** | Proyecto Inmobiliario, Entorno, Accesibilidad, Infraestructura. |
| **Objetivo** | Conocer de manera general las principales áreas de oportunidad de negocios inmobiliarios a partir del análisis del contexto nacional y la estrategia económica que sigue el gobierno actual para impulsar la creación de más y mejores desarrollos inmobiliarios. |
| **Tiempo estimado** | 3 horas |
| **Autor** | Arq. Jaime Bruno González |
| **Fecha** | 23/06/2015 |

**Características de la explicación**:

* Desarrolle un escrito de cuatro a cinco cuartillas de extensión, el cual debe ser de su autoría y debidamente fundamentado en diversas referencias de información actual. Si es necesario, incluir citas textuales con sus referencias bibliográficas con base en los lineamientos del APA.
* Se requiere explicar cada uno de los subtemas.
* Incluya esquemas, diagramas y figuras que sean necesarios para que el participante comprenda adecuadamente la información.
* Se recomienda que señale en negritas los conceptos importantes para que el participante los identifique claramente.
* Complemente la información con ejemplos (prácticas) que permitan al participante comprender el contenido desde un punto de vista más práctico.

Se recomienda que los ejemplos o situaciones de aplicación del contenido se integren al desarrollo de la explicación de los subtemas, se incluye sección para que tenga presente este requisito. **Es importante cuidar que el inicio de la explicación del tema, le permita al participante prepararse para el aprendizaje de los conceptos.**

Como parte de la explicación se recomienda utilizar los siguientes recursos según aplique al contenido del tema:

* Conceptos
* Situaciones contextualizadas
* Historias de vida
* Ejemplos
* Prácticas o ejercicios no evaluables
* Preguntas detonadoras
* Preguntas de reflexión
* Procesos
* Experiencia de los expertos (pequeñas cápsulas de explicación -videos-)
* Incluya glosario de términos de los conceptos más representativos del tema.

|  |
| --- |
| * 1. **Contexto nacional**   En los últimos años los gobiernos federales se han dado a la tarea de enfocar sus esfuerzos en tener una participación más activa en la dinámica de la economía mundial, luchando constantemente con otros países en similares condiciones, por atraer inversiones de diversos tipos para que estas puedan impulsar el desarrollo de las diversas regiones del país.  Dicha tarea debe ser impulsada en primera instancia por la capacidad que tenga cada región de proporcionar las condiciones mínimas necesarias para poder alojar dichas inversiones. Así, por ejemplo, podemos ver que para alojar una nueva planta ensambladora de autos, es necesario contar en la región con mano de obra calificada, profesionales con experiencia en el ramo automotriz, proveedores confiables de bienes, materiales y servicios, una posición estratégica para la Logística de transportación de bienes manufacturados y de materia prima, contar con infraestructura de servicios suficiente para suministrar sin problema a las nuevas plantas, contar con vialidades adecuadas para el transporte de personal, materiales y manufactura, que existan en la zona universidades que promuevan la investigación orientada al desarrollo de la región, entre las principales.  Airplanes on world map : Arte vectorialEn el caso de los desarrollos turísticos, para atraer inversiones es condicionante, primero, que existan atractivos naturales, culturales o históricos que puedan atraer visitantes a la zona. Dichos lugares deben estar acondicionados con todas las facilidades necesarias para que los visitantes puedan disfrutar su estancia, por ejemplo, hoteles, restaurantes, lugares de esparcimiento, bares, centros culturales y de exposición, entre otros. Otro factor importante es la conectividad aérea, terrestre y marítima que facilite la llegada y salida de turistas, debe contarse con infraestructura de aeropuertos, centrales de autobuses y puertos que permitan el arribo de las principales empresas de transportación.  Por su parte, los gobiernos cumplen su función al impulsar y proyectar dichas regiones a nivel internacional, mediante los programas de promoción que llevan a cabo a través de las embajadas en diversos países o en visitas de estado programadas con fines de fomento de intercambio comercial. Algunos gobiernos estatales establecen políticas orientadas a crear un ambiente favorable para la generación de las inversiones, brindando seguridad en todos los sentidos, estableciendo incentivos fiscales para operaciones inmobiliarias, realizando inversiones en infraestructura, educación, cultura y capacitando cada vez mejor a sus estructuras de gobierno y a la población en general.  En este contexto se mueven actualmente los negocios inmobiliarios y se generan oportunidades atractivas para todos los sectores productivos del país. Sin embargo dichas oportunidades son aprovechadas principalmente por los más capacitados, sus conocimientos les permite crecer en sus ámbitos laborales y de negocios, y les permite además generar ideas creativas que les permita distinguirse del resto, potenciando exponencialmente su crecimiento.  **5.2 Impulso a zonas habitacionales, comerciales e industriales**  Picture of colorful city painted on white wall : Ilustración de stock  Vamos a analizar estos 3 tipos de desarrollo en un mismo capítulo porque existe una conexión muy estrecha entre ellos. Los desarrollos habitacionales muchas veces son impulsados por el alto crecimiento de las zonas industriales en ciertas regiones del país, debido a que dichas zonas deben proveer vivienda a sus trabajadores y quienes a su vez requerirán acceder a bienes y servicios los cuales detonaran la creación de centros comerciales. En algunas otras ocasiones el ciclo se desarrolla de manera inversa, pero en cualquiera de los casos, podemos decir que bajo una dinámica como cualquiera de estas, que se mantenga de manera constante durante varios años, ha generado el nacimiento de nuevas ciudades, como ha sucedido en el pasado y como sigue sucediendo ahora.  **Sector habitacional**  En materia habitacional, el Gobierno recientemente público en el diario oficial de la federación el pasado 26 de Marzo, un decreto en el cual establecía la condonación del IVA, para servicios parciales de construcción, el cual es un beneficio que puede ser aplicable para la construcción de vivienda social hasta vivienda residencial. Los estimados de la Secretaria de Hacienda, suponen que los prestadores de servicio, contratistas y proveedores no incluirán el IVA para el caso de proyectos de vivienda, de tal forma que este beneficio pueda ser trasladado por las desarrolladoras a los clientes finales. Con este decreto la Secretaria de Hacienda estima que el aumento de los precios se reduciría del 1 al 3%. Actualmente se estima que el costo de la vivienda se ha incrementado en un 12.82% entre el 2012 y el 2014, según datos de la Sociedad Hipotecaria Federal. Basado en estos datos la preocupación del gobierno es que los costos de vivienda sean accesibles para los sectores más bajos de la población sobre todo, que este mercado además sea atractivo para que los desarrolladores se animen a invertir en ellos, ya que son el sector de la población que genera la mayor demanda.  **Sector industrial**  repairman grinding metal body car : Foto de stock  Por otro lado, México actualmente vive un *boom* industrial, en sus diversas ramas, este impulso por ejemplo lo ha llevado a convertirse en el 4to. exportador de vehículos a nivel mundial, podemos ver actualmente como grandes armadoras del mundo establecen grandes plantas armadoras en diversas ciudades del país como lo son Audi en Puebla, KIA Motors en Nuevo León, BMW en San Luis Potosí, Nissan y Mercedes Benz en Aguascalientes, y Toyota en Guanajuato. En el área aeroespacial, en los últimos años México ha captado inversiones para la construcción de plantas de ensamble en ciudades como Chihuahua y Querétaro, sin considerar la tradición que mantiene el país desde que se firmó el Tratado de Libre Comercio en atraer inversiones en plantas ensambladoras de componentes electrónicos, electrodomésticos y equipos diversos.  Este tipo de inversiones generan un gran movimiento en la economía, ya que se ejecutan grandes inversiones por la construcción de naves industriales para las plantas matriz y para sus proveedores, impulsan el crecimiento de constructoras, proveedores de materiales y servicios, además de que generan indirectamente negocios inmobiliarios en la zona, por la renta y compra de bienes inmuebles para uso habitacional y para uso comercial.    Los corredores industriales existentes en cada una de las regiones del país, también incrementan su dinámica cuando una nueva empresa establece sus operaciones en la zona; debido a que los proveedores de esta, muchas veces se establecen en la misma región, de tal forma que desde el punto de vista logístico, estos puedan mantener sus negocios de manera rentable. La llegada de estos proveedores supone el requerimiento de espacios, oficinas, bodegas, estacionamientos de tal forma que incrementan la absorción de espacios industriales disponibles y las operaciones inmobiliarias se ven incrementadas.  Como se ha mencionado anteriormente, las grandes captaciones de capital extranjero por inversión industrial actualmente se han concentrado en la región centro, en la región del bajío, en la región norte principalmente en Chihuahua y en la región noreste, distribuida en las ciudades principales de Tamaulipas, Coahuila y Nuevo León.  **Sector comercial**  Por su parte, el sector comercial se ha mantenido también muy dinámico, en las principales ciudades del país se ha podido notar que los centros comerciales están cada vez más cerca y se puede notar también como la distancia entre ellos es cada vez menor. Tan solo en el 2014 se abrieron al menos 23 centros comerciales en diversas ciudades del país, para este 2015 la proyección es que se puedan concluir alrededor de 38 centros comerciales, algunos de ellos de gran magnitud como el de Esfera Center en Monterrey el cual tiene una amplitud de 10,000 m2.  **Haz clic en cada apartado para conocer su información**  Esta dinámica ha llevado a convertir a México en el líder en el mercado de centros comerciales de Latinoamérica, sumando actualmente 584 centros comerciales contra 511 registrados en el último mes del 2014 en Brasil, su más cercano perseguidor.  Esta dinámica ha sido favorecida por la amplia oferta de espacios rentables que tiene México para la inversión de este tipo de inmuebles, los grandes espacios de terreno permiten diseñar centros comerciales de manera óptima y efectiva.  Según publicación de Milenio (2015), realizada por Carlos Tomassini:  “*En el marco de la ReCON Latin America, se confirmó que el crecimiento en este sector continuará en los próximos años, pues se espera que para 2025 existan 760 centros comerciales, lo que representaría un crecimiento del 30% durante la década”.*  La mayor parte de los centros comerciales está ubicada actualmente en las 3 principales ciudades del país, por lo que con los planes actuales del Gobierno Federal para promover el desarrollo equitativo de las 3 principales regiones económicas del país, existe entonces una gran oportunidad de explotar este mercado en regiones que actualmente no gozan de este tipo de desarrollos.  Al igual que los desarrollos industriales, cuando un centro comercial se abre, se detona la dinámica inmobiliaria de la zona, ya que muchas veces se desarrollan centros habitacionales alrededor del mismo, cuando la zona lo permite. Este tipo de inversiones genera también que la plusvalía de los predios e inmuebles aledaños se incremente, generando negocios inmobiliarios atractivos para todo el sector.  Algunos centros comerciales son establecidos en los diversos polos de crecimiento de las ciudades llevando bienes y servicios a zonas que no cuentan con ello, permitiendo que los desplazamientos de sus habitantes sean cada vez más cortos.   * 1. **Impulso a zonas turísticas**   Cancun from bird’s eye view (perspective) : Foto de stockActualmente, la práctica del turismo ha incrementado y evolucionado, “modificando patrones de viajes que han permitido el surgimiento de nuevos destinos alrededor del mundo” (Ochoa, Conde y Maldonado, 2012).  Por esta razón, primero es necesario identificar qué segmento de mercado puede tener acceso al destino, con qué frecuencia, cuál es su gasto promedio y, diseñar entonces un producto que tenga mejores posibilidades de éxito.  “El número de productos en el mercado es muy alto por lo que también resulta necesario enfocarse en las áreas de acción para la promoción del destino. Para esto es indispensable la participación de dos principales actores: el sector público y el sector privado” (Ochoa, Conde y Maldonado, 2012).  Por su parte, el sector público necesita garantizar que su destino ofrece los tipos de experiencia de viaje más apropiado para el visitante, teniendo siempre en mente cualquier limitación impuesta por los recursos del destino (Goeldner, 2011).  De la misma manera, la participación del sector privado juega un papel importante en el alcance del éxito y necesita involucrarse con las tareas del sector público a través de las asociaciones del sector.  De esta manera, los sectores público y privado de cada nación necesitan realizar, de manera conjunta, un plan de desarrollo que permita la toma de decisiones adecuada para el alcance de las metas que se formulen y que dé así, les permita competir en sus regiones, naciones y a nivel mundial.  Para esto, deberá de seleccionarse una metodología para el desarrollo del plan estratégico del destino, donde uno de los aspectos a considerar es la evaluación de la situación actual del mismo. En este sentido, la valoración del producto es indispensable como punto de partida al permitir el conocimiento del estado actual de los componentes del destino y la identificación de aspectos clave y de cuidado para su desarrollo.  Cuando la gestión del Gobierno actual inicio su gestión estableció 5 metas principales en torno a las cuales se define el plan nacional de desarrollo. Este punto llamado **México Próspero** el cual está determinado a motivar el crecimiento económico de todas las regiones del país, y el incremento de la productividad en las regiones más pujantes actualmente, estableciendo un clima favorable para generar dicho crecimiento, con un clima de seguridad en todos los sentidos, incrementando la inversión en infraestructura y creando mecanismos que permitan a pequeñas, medianas y grandes empresas, el acceso a insumos estratégicos y a flujos de capital que les permita sostener dicho crecimiento.  Dentro de este plan de desarrollo, uno de los objetivos principales es el impulsar el crecimiento del sector turístico, para aprovechar el potencial turístico del país, provocando de esta forma u una mayor derrama económica en el país. La industria turística actualmente constituye una de las fuentes de ingreso de divisas más importantes del país, por lo que cada nueva administración federal, enfoca grandes esfuerzos en mantener el liderazgo del país en Latinoamérica, en materia de atracción de turistas extranjeros.  Algunas de las acciones principales de esta estrategia de impulso a la industria turística, tomadas del Plan Nacional de Desarrollo, publicado por la Presidencia de la Republica, serían las siguientes:    Considerando estos esquemas podemos asumir que actualmente se tendrá una gran oportunidad de invertir en negocios inmobiliarios turísticos. Dicha industria había sido muy afectada en los últimos años por los problemas de inseguridad que actualmente vive el país, sin embargo en los últimos anos, esta industria ha mostrado signos de recuperación.  Actualmente el Gobierno impulsa una oferta turística diversa, con programas como:   * Pueblos Mágicos * Visita México   Y la gestión de destinos de playa, centros arqueológicos, pueblos y ciudades coloniales, intenta ampliar su mercado turístico para generar una gran atracción de visitantes.  Uno de los negocios inmobiliarios más pujantes actualmente en el mercado inmobiliario turístico, es la venta de tiempos compartidos. Un esquema en el que se compran los derechos por una cierta cantidad de años, para poder disfrutar en cualquier época del año, durante una cierta cantidad de días, la estancia en diversos desarrollos turísticos, generalmente ubicados en las principales playas de México. Este tipo de esquema compite mucho con el alquiler tradicional de cuartos de hotel y actualmente se ha convertido en un mercado con gran crecimiento.  Según la publicación de la revista Obras, por Montserrat Zavala (2015) afirma que:  “*México es el segundo destino mundial con mayores ventas en tiempos compartidos, después de Estados Unidos, la industria invertirá en 2015 en el país más de 400 mdd en nueva infraestructura. La Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (Amdetur), trabaja en una campaña para mejorar su imagen ante los ojos del consumidor”.*  Welcome to Cancun illustration : Foto de stock  Esta inversión permitirá la construcción de 2,800 cuartos nuevos de los cuales 1,800 estarán en Cancún. Durante el 2014 al menos 5 desarrollos turísticos se gestaron con el componente de tiempo compartido y se estima que en el 2015 la cifra sea similar. Este esquema de turismo se considera una apuesta que da solidez al mercado inmobiliario turístico a largo plazo ya que por ejemplo en el 2013, los resultados arrojan que ingresaron 3,100 mdd anuales por acuerdos de ventas de 182,000 semanas generadas durante ese año.  No obstante, existe actualmente en México una gran oportunidad de explotar este esquema, en destinos como Mazatlán, Manzanillo, Ixtapa, Acapulco y Huatulco, ya que actualmente esta unidad de negocio ha sido mayormente promovida en destinos como Cancún, Los Cabos y Puerto Vallarta, en donde también hay una gran oportunidad de reforzarlo.  Considerando este mercado, como uno de los más fuertes y pujantes en el país, es importante considerarlo como una gran área de oportunidad para la promotoria de negocios inmobiliarios para la venta directa de cuartos de hotel y para la venta y renta de espacios que proveen bienes y servicios de manera indirecta a la industria turística.  **5.4 Impulso a la infraestructura**  Big city with skyscrapers and small houses : Arte vectorial  Analizando los puntos anteriores, se puede vislumbrar un futuro prometedor para la siguiente década en materia económica en el país, sin embargo para mantener esta dinámica, será necesario que el gobierno fortalezca e incremente el impulso para el desarrollo de una mejor infraestructura de tal forma que permita incrementar la productividad de las empresas que actualmente se encuentran alojadas en el país, y que al mismo tiempo promueva la llegada de otras de gran magnitud.  La inversión en infraestructura no solo es conveniente para el crecimiento de empresas de manufactura o la atracción de inversiones, sino que también mantiene en movimiento la economía del país, es decir aportan también a la generación de empleos, a la generación de oportunidades para pequeñas y medianas empresas y también para mejorar la calidad de vida de sus habitantes.  Para darnos una idea de la gran área de oportunidad que tiene el gobierno en materia de infraestructura, actualmente, con la llegada de grandes armadoras de automóviles y con el crecimiento de las inversiones de las que actualmente se sitúan en México, serán necesarias mejoras en la infraestructura de transporte terrestre, tanto en vías ferroviarias como en carreteras y libramientos. Se tiene identificado que por la falta de esta infraestructura en México actualmente se invierte el 12% del costo de la manufactura, en Logística, contrario a lo que sucede en Estados Unidos en donde el porcentaje se encuentra entre el 6% y 7%.  Algunas de estas inversiones tienen que realizarse para conectarse más rápido entre ciudades, incrementar la capacidad de carga y descarga de los principales puertos del país, conectar vías férreas con las espuelas de ferrocarril de las empresas e invertir en la ampliación de la red actual para que más empresas tengan acceso a este servicio, además de la inversión requerida para la modernización de las actuales terminales ferroviarias, como lo pretende hacer Kansas City Southern de México, quienes este ano pretenden invertir 148 mdd en la modernización de varias terminales intermodales.  El sector carretero también requiere de grandes inversiones, actualmente las mejores carreteras son de paga, y te conectan de manera parcial, es decir, no te permiten cruzar longitudinal y transversalmente el país, por lo que el gobierno debe de enfocar esfuerzos para lograr mejorar estos traslados que permitan por un lado una eficiente conexión entre las ciudades y al mismo tiempo mejorar la Logística de transporte de las empresas.  Otra situación que se debe de atender con gran prioridad es la seguridad y el mantenimiento de la actual red carretera. Existen actualmente muchos tramos en los que la seguridad para los automóviles y para los usuarios no está garantizada, para los primeros por las malas condiciones del pavimento, y para los segundos por las constantes acciones de secuestro que realiza el crimen organizado en lugares que no se encuentran propiamente protegidos.  Otros sectores en donde el gobierno debe de enfocar sus esfuerzos es en garantizar el suministro de energía eléctrica, gas natural, telefonía y redes, entre otros servicios, pero el gran reto es conseguirlo de manera equilibrada, es decir que mantenga siempre en consideración el hecho de no impactar de manera significante los entornos ecológicos del país.  Ligas autorizadas para obtener imágenes:  <http://www.shutterstock.com/>  <http://www.thinkstockphotos.com/>  <http://espanol.istockphoto.com/>  Y fuentes confiables.  NO se permiten imágenes o contenido de monografías, Wikipedia, rincón del vago y similares |

**Cierre del tema 5 (aterrizaje del participante)**

Con base en la situación descrita en la sección anterior (planteamiento inicial), elabore un cierre o conclusión que permita al participante hacer una reflexión del tema en su vida personal o profesional. Puede tomar como referencia las siguientes estrategias, lo importante es establecer una conexión clara entre el planteamiento inicial y el cierre del tema (tener en cuenta el perfil del participante).

* Conclusión + Pregunta(s) de reflexión
* Conclusión + Ejercicio de reflexión
* Conclusión + Esquema o mapa de conceptos

|  |
| --- |
| City skyline with road : Arte vectorialEn este tema pudiste observar las el contexto actual de México, respecto de las inversiones en los diversos sectores económicos del país y la importancia que estos tienen para mantener la dinámica de crecimiento económico del país y propiamente del sector inmobiliario.  Aprendiste también que se estima que existan grandes oportunidades para el mercado inmobiliario en sus diferentes ramos para los próximos 10 años, así como también pudiste identificar hacia donde debe dirigir su estrategia de crecimiento, el actual y los futuros gobiernos en el país.  De la misma forma identificaste como se distribuyen las zonas económicas del país, mediante la ubicación de los desarrollos inmobiliarios más importantes ejecutados hasta ahora, por los que se construyen actualmente y los que están por arrancar. |

**Recursos de apoyo del tema 5**

Incluya recursos que complementen lo que ha definido en la explicación del tema.

|  |
| --- |
| **Videos educativos** (Cada tema debe presentar un video grabado por un experto, puede ser una entrevista, explicación de procesos o contenido) |
| Para conocer más sobre **México como referente mundial de turismo**, te recomendamos ver:  Tiempos Noticias. (2012, 25 de octubre). *México es referente mundial de turismo*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PJPkufAfBm0>  Para conocer más sobre **inversión comercial e intercambio turístico**, te recomendamos ver:  Gobierno de Oaxaca Estado Libre y Soberano. (2014, 7 de agosto). *#Oaxaca y #China acuerdan inversión comercial e intercambio cultural y turístico.* Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=qOJomb4Mlv8> |
| **Lecturas: artículos, recursos educativos abiertos** (Incluya al menos tres lecturas que permitan al participante tener mayor conocimiento del tema). |
| * **Lecturas obligatorias, para conocer más sobre desarrollos turísticos, comerciales, industriales y habitacionales**   Ochoa, I, Conde, E & Maldonado E. (2012). *Valoración de un producto turístico*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>  Moragues, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Recuperado de  <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm>  UICN. (2012). *Localización y diseño de hoteles y complejos turísticos*. Recuperado de  <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/2012-013-es.pdf>   * **Lecturas recomendadas**   SECTUR. (2015). *Impulso al financiamiento e inversiones turísticas*. Recuperado de  http://www.sectur.gob.mx/programas/impulso-al-financiamiento-e-inversiones-turisticas/  Secretaría de Turismo. (2000). *Estudio de Gran Visión del Turismo en México: Perspectiva 2020*. Recuperado de  <http://sistemanacionaldecapacitacion-turismo.stps.gob.mx/sncst/pdf/6_estudio_gran_vision_del_turismo_en_mexico_perspectiva_2020.pdf> |

**Checkpoint 5**

1. Defina de dos a tres preguntas que permitan al participante saber si ha comprendido la información del tema (incluya las respuestas correctas para que se tenga una referencia del nivel de conceptos clave que se revisaron en el tema en un nivel de comprensión de acuerdo a la taxonomía dominio del contenido).
2. Defina los de Marzano y considerar que es en éstos donde el participante deberá prestar mayor atención. Los enunciados no deben iniciar con verbos.

|  |
| --- |
| Asegúrate de comprender:   * En que consiste cada etapa del proyecto inmobiliario. * En qué tiempo se debe ejecutar cada etapa del proyecto inmobiliario. * Que aspectos se deben considerar en cada etapa del proyecto inmobiliario |

**Referencias bibliográficas de la explicación del tema 5**

Enliste las referencias bibliográficas que **fundamentan el contenido de este tema** en formato APA. Recuerde que todo autor que presente en la explicación del tema se debe incluir en esta sección.

|  |
| --- |
| Tomassini, C. (2015). *México, centros comerciales y negocios*. Recuperado de  <http://www.milenio.com/financial_times/ftmercados-Mexico-centro_comerciales-negocios_0_518348521.html>  Ochoa, I, Conde, E & Maldonado E. (2012). *Valoración de un producto turístico*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>  Moragues, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Recuperado de  <http://www.oei.es/cultura/turismodmoragues.htm> |

**Tema**  **6. Que es un agente inmobiliario**

**Contexto del tema 6 (planteamiento inicial)**

Describa un caso, situación o historia que contextualice al participante sobre el tema, es decir, presente de manera más práctica el contenido a revisar (tener en cuenta el perfil del participante). Puede tomar como referencia para el desarrollo de esta sección los siguientes ejemplos:

* Anécdota
* Historia
* Narrativa
* Entrevista
* Situación o caso

La estructura que esta sección debe presentar es la siguiente:

1. Título de la anécdota o historia (que sea atractivo y llame la atención del participante)
2. Desarrollo de la anécdota o historia.
3. Preguntas detonadoras o de reflexión acerca de la historia.

|  |
| --- |
| **El asesor inmobiliario**  C:\Users\L03037678\Documents\banco de imagenes thinkstock\480256119.jpgRecuerdo una reunión con amigos donde nos poníamos al tanto de nuestras vidas después de  5 años de no vernos, algunos se fueron a vivir Europa o Estados Unidos y otros realizaron especialidades Todos partieron con la idea de crecer profesionalmente y, al mismo tiempo, tenían miedo de que su patrimonio fuera invadido o se deteriorara. Ante este temor les comenté la posibilidad de buscar la ayuda de un **profesional inmobiliario**, que se encargan de resolver los temas de arrendamientos, ventas y a la vez pueden conseguir el mejor precio para tu propiedad, incluso puede orientarte para sacar mejor provecho de tu patrimonio o ahorros al momento de querer invertir.  **Los asesores inmobiliarios son profesionales que te brindará apoyo para comprar o vender tu inmueble sin contratiempos y al mejor precio.**  Un asesor inmobiliario sabe cómo sacarle provecho a tu propiedad para tu beneficio. Su trabajo es ayudarte y hacer para ti una experiencia más fácil en el proceso de compraventa.  Como en la mayoría de las profesiones, en el sector inmobiliario hay buenos asesores y otros no tan buenos, así que, **es aquí donde debes preguntarte:**  ¿Cómo seleccionar a tu representante para vender tu casa? ¿Tienes idea de su valor? ¿Cuáles son sus responsabilidades en el proceso? ¿Qué documentos debes compartirle? ¿Cómo revisar el valor de mercado de tu propiedad?  ¿Qué buscarías en un asesor inmobiliario? ¿Sabes dónde encontrarlo? ¿Por qué te convendría contactar alguno? ¿Debo pagarle por vender mi propiedad? ¿Si quiero comprar también debo pagarle? |

**Explicación del tema 6**

**Información del metadato tema 6**

Indique los siguientes datos para el metadato de contenido:

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre del curso** | Introducción y desarrollo de bienes raíces |
| **Clave del curso** | FZ13308 |
| **Nombre del tema** | Qué es un agente inmobiliario |
| **Descripción** | El presente tema describe las capacidades, habilidades y funciones de un agente inmobiliario. |
| **Conceptos clave** | Inmobiliaria, Agente inmobiliario, venta, renta, compra, operación inmobiliaria. |
| **Objetivo** | Conocer las características y cualidades de un agente inmobiliario que le permiten comercializar bienes raíces. |
| **Tiempo estimado** | 3 horas |
| **Autor** | Arq. Jaime Bruno González |
| **Fecha** | 23/06/2015 |

**Características de la explicación**:

* Desarrolle un escrito de cuatro a cinco cuartillas de extensión, el cual debe ser de su autoría y debidamente fundamentado en diversas referencias de información actual. Si es necesario, incluir citas textuales con sus referencias bibliográficas con base en los lineamientos del APA.
* Se requiere explicar cada uno de los subtemas.
* Incluya esquemas, diagramas y figuras que sean necesarios para que el participante comprenda adecuadamente la información.
* Se recomienda que señale en negritas los conceptos importantes para que el participante los identifique claramente.
* Complemente la información con ejemplos (prácticas) que permitan al participante comprender el contenido desde un punto de vista más práctico.

Se recomienda que los ejemplos o situaciones de aplicación del contenido se integren al desarrollo de la explicación de los subtemas, se incluye sección para que tenga presente este requisito. **Es importante cuidar que el inicio de la explicación del tema, le permita al participante prepararse para el aprendizaje de los conceptos.**

Como parte de la explicación se recomienda utilizar los siguientes recursos según aplique al contenido del tema:

* Conceptos
* Situaciones contextualizadas
* Historias de vida
* Ejemplos
* Prácticas o ejercicios no evaluables
* Preguntas detonadoras
* Preguntas de reflexión
* Procesos
* Experiencia de los expertos (pequeñas cápsulas de explicación -videos-)
* Incluya glosario de términos de los conceptos más representativos del tema.

|  |
| --- |
| **6.1 Agente inmobiliario**  Smiling businessman holding house sign : Foto de stockEl **agente inmobiliario** es por definición un mediador en operaciones inmobiliarias, ya sea de venta, renta o alquiler. Se encarga de la gestión, promoción y comercialización de bienes raíces, estableciendo un enlace entre propietarios de inmuebles y sus potenciales compradores o arrendatarios. Dicho enlace consiste en la conjunción las necesidades de ambas partes con la finalidad de encontrar el inmueble adecuado para el cliente adecuado.  En la mayoría de los países no se tiene establecido una profesión de agente inmobiliario como tal, sin embargo la mayoría de los agentes se encuentran inscritos en asociaciones diversas y adquieren capacitación y entrenamiento a través de cursos y seminarios, en donde se comparten experiencias, se desarrollan habilidades que les permitan ser exitosos en la comercialización de inmuebles, adquieren conocimiento del mercado inmobiliario, del sector de construcción, de los esquemas financieros, del marco legal y se estandarizan procesos de compra-venta y arrendamiento de inmuebles, entre otros.  En México actualmente las agencias y franquicias dedicadas a la comercialización y promoción de inmuebles, debidamente establecidas y reguladas por el estado e inscritas en el SAT (Sistema de administración tributaria), se encuentran asociadas a la AMPI (Asociación Mexicana de Promotores Inmobiliarios), cuya fundación data desde el 14 de Noviembre de 1956, la cual cumple la función de facilitar el ejercicio de la promotora inmobiliaria, estableciendo enlaces entre los desarrolladores, instituciones financieras, constructores, oficinas de desarrollo urbano, arquitectos, constructores, entidades de gobierno y entre los miembros asociados, para generar una estructura sólida que permita el impulso y la consolidación de las inversiones inmobiliarias.  Siendo este el organismo rector más importante en México para regular la naturaleza de las operaciones inmobiliarias, conviene citar algunos de sus valores principales establecidos como parte de su misión y visión del negocio inmobiliario (AMPI, 2015):  **Filosofía**  Desarrollar una visión compartida basada en un nivel de confianza para uniformar criterios de operación, bajo un código de ética, con el fin de prevenir cualquier acto que ataque a la integridad de la profesión inmobiliaria.  **Misión**  Las metas y ordenamientos son fundamentales para las asociaciones, es por eso que la misión y visión de la AMPI siempre van dirigidas a las convicciones que el ambiente actual ofrece para la planeación de estrategias y proyectos encaminados al éxito de nuestra filosofía.  Ser un organismo privado no gubernamental que agrupe a personas físicas profesionales que presten sus servicios inmobiliarios en México bajo sus estatutos y un código de ética, para la formación integral de sus asociados; dignificar las prácticas inmobiliarias y proteger los derechos de la propiedad privada.  **Visión**  Ser el organismo líder de los profesionales inmobiliarios, así como representar al gremio de los prestadores de servicios inmobiliarios, promover la capacitación, investigación y estadística de su sector, e impulsar la adopción de los avances tecnológicos en beneficio de sus asociados.  Actualmente los agentes inmobiliarios pueden certificarse como **asesor inmobiliario** a través de una certificación en Competencia Laboral avalado por el Consejo Nacional de Normalización y la Certificación de Competencias Laborales, el cual está regido por los estatutos de la SEP (Secretaria de Educación Pública). Lo cual permite otorgar una garantía ante sus clientes potenciales como un profesional en el desempeño de sus labores, siguiendo los estándares y código de ética establecidos.  Como asociado AMPI, cualquier franquicia o agente independiente tiene el beneficio de obtener capacitaciones diversas que van desde cursos de inducción inmobiliaria, cursos y talleres de capacitación y actualización hasta certificaciones federales y el Programa para la obtención de un título y de una cédula profesional que avalan la experiencia y el conocimiento adquirido por personas que se han dedicado a la Función Inmobiliaria.  Es importante considerar que los clientes ponen en riesgo muchas veces su patrimonio a la hora de querer llevar a cabo una operación inmobiliaria de cualquier tipo, por lo que para ellos es muy importante estar asesorados por agentes debidamente capacitados y con el respaldo de una estructura de negocio debidamente establecida. Este respaldo y confianza es importante transmitirlo hacia todas las partes involucradas en cualquier operación inmobiliaria.   * 1. **Competencias**   El agente inmobiliario como se ha mencionado anteriormente, es un enlace entre un propietario y un potencial comprador o arrendatario, por lo que dentro de la complejidad que esta relación pueda implicar, es importante definir las competencias del agente inmobiliario. El alcance dentro del desarrollo de la operación inmobiliaria. Desde el inicio en el primer contacto que se establece hasta el cierre final de la operación, con la firma de documentos correspondientes. Debe estar bien definida y comprendida por los agentes inmobiliarios para que de la misma forma pueda ser transmitida a sus clientes. De esta forma la expectativa que de los asesores o agentes inmobiliarios, se forman los clientes, podrá ser cubierta de una manera adecuada.    Las competencias o alcances de un agente inmobiliario están definidas de la siguiente forma:          Con estos conceptos podemos establecer cuáles son las principales funciones de un agente inmobiliario y de esta forma dimensionar la trascendencia de su participación de cualquier negocio y operación del ramo.   * 1. **Habilidades**   Los negocios inmobiliarios pueden tener un grado de complejidad bastante amplio, dependiendo de factores como el tipo de operación a realizar, el monto estimado de la operación y los elementos involucrados. Es decir, el agente inmobiliario debe de estar preparado para manejar una operación pequeña como lo puede ser la renta de una casa habitación de un valor de $3 000.00 pesos o bien una operación de grandes dimensiones como la compra- venta de un terreno para un gran desarrollo o la negociación de una operación de un *built to suit* (o traje a la medida) para la construcción de una nave industrial que sirva al establecimiento de las operaciones de una empresa transnacional en nuestro país. Además de los montos, existen factores diversos que afectan el desarrollo de las operaciones, las cuales están relacionadas directamente a los actores en la operación, como puede ser su entorno familiar, su estado civil, las razones que lo fuerzan a vender, comprar o rentar un inmueble, las entidades a las cuales representa, situaciones de seguridad, o inclusive fines fuera de la legalidad, es decir circunstancias que muchas de las veces determinan el curso por el cual se desarrollan las operaciones o que inclusive llegan a interrumpirlas.  Considerando estos factores como los principales o más comunes que se encuentran alrededor de una operación inmobiliaria y que de alguna forma influyen el estado de animo de las personas, y por otro lado sabiendo que para la gran mayoría de las personas una operación de este tipo implica una apuesta en la que se pone en riesgo todo o gran parte de su patrimonio, para el agente inmobiliario es importante desarrollar habilidades que le permitan tener a la mano elementos o alternativas para solventar situaciones que puedan entorpecer el curso normal de las operaciones inmobiliarias.  Algunas de estas habilidades pueden ser las siguientes:  **Inicia interactivo tipo Acordeón**  **Habilidad de vendedor.** El agente inmobiliario debe tener habilidades de vendedor que le servirán para potencializar las cualidades y atributos principales de los inmuebles, aunque en algunas ocasiones los inmuebles se venden por si solos debido a sus condiciones y características. Considerando esto, el agente inmobiliario deberá poseer la capacidad de distinguir un caso del otro. Sera capaz de identificar potenciales clientes en todo momento y en todo lugar, mientras lleva los niños a la escuela, en una reunión de generación, interactuando en redes sociales, o inclusive en fiestas infantiles, es decir desarrollara una habilidad tal que en cualquier momento pueda surgir la necesidad de orientar a alguien en una necesidad del tipo hasta llevarlo a la ejecución exitosa de una compra, venta o renta de un inmueble. En este punto el agente desarrollará también una actitud positiva ante la adversidad, una tenacidad para perseguir sus objetivos y una gran elocuencia para comunicarse con sus clientes. De la misma forma adquirirá seguridad en el conocimiento de su materia de tal forma que le permita ganarse la confianza de sus clientes y establecerá relaciones duraderas.  **Conocimiento de sistemas constructivos.** Tiene que tener conocimiento de construcción a nivel básico, de los diferentes sistemas constructivos que existen dependiendo el tipo de inmueble en trato. Esta capacidad le permitirá establecer diálogos con clientes especializados que puedan estar involucrados en la operación a cierto nivel. Además le permitirá identificar inmuebles que tengan necesidad de recibir un mantenimiento previo a la promoción del mismo, de tal forma que las posibilidades de comercialización no se vean reducidas.  **Conocimientos de requerimientos legales.** Debe tener conocimientos de requerimientos legales, esto le permitirá asesorar de manera adecuada a sus clientes, orientándolos sobre la documentación requerida para cada una de las partes involucradas en la operación, de la misma forma podrá dirigirlos hacia las instancias adecuadas de tal forma que los procesos se lleven a cabo de la manera más fluida posible. Un asesor inmobiliario que tenga experiencia suficiente en términos legales, evitara que sus clientes incurran en incumplimiento de las leyes y disposiciones que rigen las operaciones del ramo inmobiliario y así mismo les comunicara de manera adecuada los derechos y obligaciones que corresponde. Sus conocimientos en este tema le permitirán facilitar diversos tipos de contrato según la operación que estén ejecutando y además podrá integrar los expedientes con los documentos que respalden el cierre de la negociación.  **Tiene que ser organizado**. Para poder optimizar el tiempo de sus actividades y el de sus clientes, ya que la comercialización de inmuebles, principalmente cuando se trata de un agente de franquicia o independiente, requiere de actividades variadas y de visitas tanto a los puntos de ubicación de los inmuebles, como a las oficinas de las dependencias correspondientes (SEDUE, Notarias, Registro público federal, etc.). Un agente de este tipo suele recibir llamadas de clientes a toda hora, por lo que requerirá de ser muy eficiente en el aprovechamiento del tiempo y mantener un equilibrio entre el tiempo que dedica a su trabajo y el que dedica a sus asuntos personales.  **Tiene que tener visión empresarial**. Para un agente inmobiliario, la profesión de bienes y raíces es su negocio propio, para la mayoría es su única fuente de ingresos. Debido a esto deberá aplicar criterios de optimización de recursos, medir resultados, analizar y distinguir potenciales áreas de oportunidad para expandir el negocio, capacitarse continuamente, identificar formas de desarrollar los procesos de manera más efectiva, definir sus propios alcances a partir de seleccionar un nicho de mercado a explotar en un cierto periodo de tiempo, ser flexible para adaptarse a las condiciones del mercado, identificar los movimientos de la ley de oferta y demanda de los inmuebles según condiciones de la economía del país, las tendencias actuales y las épocas del año en el que se presenten. En este punto el agente inmobiliario desarrollara la capacidad de identificar inclusive cuando una operación no es rentable para él.  **Tiene que ser analítico**. Esta cualidad le permitirá identificar con mayor claridad la necesidad real de sus clientes potenciales, de tal forma que invierta el tiempo adecuadamente con personas que estén realmente calificadas para realizar la operación en un plazo de tiempo relativamente cercano. Cuando nos referimos a personas calificadas, estamos hablando de personas con capacidad de compra comprobada, o bien con personas que tienen la capacidad de tomar decisiones definitivas, que permitan concretar las operaciones. En este sentido, dicha habilidad le permitirá segregar al mercado especulativo.  **Tiene que ser una persona tenaz**. Los procesos inmobiliarios requieren tiempo y muchas de las veces los agentes se enfrentan a esquemas burocráticos en dependencias o instituciones que entorpecen el flujo adecuado de las operaciones. En otras tantas ocasiones pueden enfrentarse a clientes de personalidad difícil, conflictiva, pasiva o bien pueden surgir imprevistos que causen contratiempos. Es por eso que el agente debe ser paciente y no perder de vista el objetivo final, para poder librar todos los obstáculos, resolver los problemas que se presenten, mediar entre las partes y finalmente llevar a la ejecución con éxito de la transacción.  **Tiene que tener espíritu de servicio**. El agente debe tener disponibilidad en todo momento, ya sea para transmitir información, ofrecer trato personalizado, orientar, analizar, presentar planes comerciales adecuados según el tipo de cliente, trasladarse a donde sus clientes y/o el negocio lo requieren y poder de esta forma ir construyendo la confianza de sus clientes.  **Tiene que planear de manera estratégica**. Esto le permitirá identificar nichos de mercado a explotar, es decir, definir zonas en la ciudad donde se enfocarán la mayoría de los esfuerzos, debido a su alto potencial de ejecutar operaciones inmobiliarias y a su ubicación para atender adecuadamente a los clientes. Esta cualidad le ayudará a identificar inmuebles cuyas características tienen un gran potencial de ser vendidos y de la misma forma le permitirá enfocar esfuerzos en personas que tengan realmente urgencia por adquirir o rentar un inmueble.  **Capacitación continua**. Esta habilidad de aprendizaje es necesaria para poder estar al día en temas inmobiliarios, como pueden ser cambios en la legislación, tendencias del mercado, potenciales de desarrollo en las ciudades y en el país, esquemas nuevos de comercialización y promoción, nuevas ofertas o servicios financieros, opciones adicionales de servicios para cada uno de sus clientes.  **Termina interactivo tipo Acordeón**   * 1. **Responsabilidades**   Cada agente inmobiliario tiene diversas responsabilidades con sus clientes y con sus asociados del ramo. Estas responsabilidades están definidas en los esquemas de comercialización y pueden varia un poco dependiendo de la franquicia que se trate.  A continuación se enumeran las que consideramos principales:  **Con sus clientes**  Multi-Ethnic Group Of People Holding 8 Letters Of Placards Formi : Foto de stock   1. Presentar información confiable y actualizada. 2. Presentar las mejores opciones de acuerdo con sus necesidades. 3. Asesorar adecuadamente respecto a valores del mercado actuales. 4. Comunicar en tiempo y forma cualquier situación que de manera imprevista impida el desarrollo normal de las operaciones. 5. Actuar con ética y valores en el ejercicio de su profesión. 6. Proteger en todo momento la identidad y los intereses de sus clientes. 7. Definir y presentar la que considere la mejor estrategia de promoción de los inmuebles, resaltando los atributos y cualidades más importantes de cada inmueble.   **Con sus asociados y oficinas**  Abstract Image of Business Handshake in a Cityscape : Foto de stock   1. Dar seguimiento y atención a sus clientes prospectos hasta agotar posibilidades de cerrar operaciones, así como hacer reportes correspondientes. 2. Dar seguimiento y reportes a sus clientes propietarios de sus captaciones hasta terminar contrato o cerrar operación. 3. Respetarse los clientes. 4. Ayudarse mutuamente a promover las propiedades de todos. 5. Captar un mínimo de propiedades entre venta y renta por mes; según lo definan sus propias metas. 6. Llevar un control de sus captaciones y actualizarlas periódicamente. 7. Llevar un control de sus resultados de ventas o rentas por mes y cotejarlas con su coordinadora. 8. Llevar registro de clientes diariamente para que quede una huella de seguimiento de los mismos. 9. Trabajar en equipo, con disposición, cooperación y coordinación de manera ordenada, honesta y cordial. 10. Trabajar con entusiasmo, respeto, proactividad y positivismo. 11. Tomar todas las capacitaciones y cursos que les indique su director, asistan a las convenciones anuales, desayunos mensuales, presentaciones de proyectos, bancos, desarrollos y todo lo que implique imagen de grupo, las inasistencias serán tomadas en cuenta en el grupo de asesores para determinar incentivos.   Ligas autorizadas para obtener imágenes:  <http://www.shutterstock.com/>  <http://www.thinkstockphotos.com/>  <http://espanol.istockphoto.com/>  Y fuentes confiables.  NO se permiten imágenes o contenido de monografías, Wikipedia, rincón del vago y similares |
|  |

**Cierre del tema 6 (aterrizaje del participante)**

Con base en la situación descrita en la sección anterior (planteamiento inicial), elabore un cierre o conclusión que permita al participante hacer una reflexión del tema en su vida personal o profesional. Puede tomar como referencia las siguientes estrategias, lo importante es establecer una conexión clara entre el planteamiento inicial y el cierre del tema (tener en cuenta el perfil del participante).

* Conclusión + Pregunta(s) de reflexión
* Conclusión + Ejercicio de reflexión
* Conclusión + Esquema o mapa de conceptos

|  |
| --- |
| Giving house model to other hands : Foto de stock  En este tema pudiste observar las cualidades, competencias, responsabilidades y alcances de los agentes inmobiliarios dentro del desarrollo de cualquier operación inmobiliaria.  Ahora sabes lo importante que es para los actores de un negocio inmobiliario acercarse con el asesor inmobiliario más adecuado, de tal forma que **garantice el curso adecuado desde el inicio hasta el cierre de la operación**.  De la misma forma identificaste lo importante que es para las agencias inmobiliarias, mantener en constante capacitación a sus asesores o agentes de tal forma que puedan **alcanzar la profesionalización del ramo y hacer carrera dentro del mismo**. Lo cual servirá como base para fortalecer el mercado de bienes raíces. |

**Recursos de apoyo del tema 6**

Incluya recursos que complementen lo que ha definido en la explicación del tema.

|  |
| --- |
| **Videos educativos** (Cada tema debe presentar un video grabado por un experto, puede ser una entrevista, explicación de procesos o contenido) |
| Para conocer más sobre **el ciclo del valor de la construcción**, te recomendamos ver:  Informativos. (2015, 5 de mayo). *Presentación de José María O´ Kean: del informe “Diseñando un nuevo ciclo de valor en la construcción”.* [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=xRGWK5XwhJc>  Para conocer sobre **Smart Cities**, te recomendamos ver:  Idra Company. (2014, 4 de abril). *Smart Cities*. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rHJxMW2Owtk>  Para conocer más sobre **Smart Cities**, te recomendamos ver:  Smart Documentaries. (2015, 1 de junio). *World´s Smart Cities – San Diego 2015*. [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=QmZb8FhHn2M> |
| **Lecturas: artículos, recursos educativos abiertos** (Incluya al menos tres lecturas que permitan al participante tener mayor conocimiento del tema). |
| * **Lecturas obligatorias**   El Economista. (2015). *Elija la inmobiliaria que venderá mejor su casa.* Recuperado de  <http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2015/02/18/elija-inmobiliaria-que-vendera-mejor-su-casa>  Metroscubicos. (2014). *No seas un simple vende casas.* Recuperado de <http://www.metroscubicos.com/articulo/consejos/2014/12/03/no-seas-un-simple-vende-casas>  Metroscubicos. (2015). *Consejos para tener éxito como agente inmobiliario.* Recuperado de <http://www.metroscubicos.com/articulo/consejos/2012/05/09/tips-para-tener-xito-como-agente-inmobiliario>   * **Lecturas recomendadas**   Para conocer más sobre **el nuevo ciclo de valor en la construcción**, te recomendamos leer:  O’Kean, J. M. (2015). *Diseñando un nuevo ciclo de valor en la Construcción.* Recuperado de <http://media.firabcn.es/content/S025015/docs/Informe_Construmat_baja.pdf> |

**Checkpoint 6**

1. Defina de dos a tres preguntas que permitan al participante saber si ha comprendido la información del tema (incluya las respuestas correctas para que se tenga una referencia del nivel de conceptos clave que se revisaron en el tema en un nivel de comprensión de acuerdo a la taxonomía dominio del contenido).
2. Defina los de Marzano y considerar que es en éstos donde el participante deberá prestar mayor atención. Los enunciados no deben iniciar con verbos.

|  |
| --- |
| Asegúrate de comprender:   * Definición de agente y sus alcances. * Cualidades de los agentes. * Responsabilidades de los agentes.   Da respuesta a las preguntas que se enlistan a continuación, una vez que lo hayas hecho compara tus respuestas.  **Haz clic en cada apartado para conocer su información**  **Inicia interactivo tipo Acordeón**  **¿Qué es un agente y cuáles son sus alcances?**  Es un mediador en operaciones inmobiliarias, ya sea de venta, renta o alquiler. Se encarga de la gestión, promoción y comercialización de bienes raíces, estableciendo un enlace entre propietarios de inmuebles y sus potenciales compradores o arrendatarios. Dicho enlace consiste en la conjunción las necesidades de ambas partes con la finalidad de encontrar el inmueble adecuado para el cliente adecuado.  **¿Cuáles son las cualidades de los agentes?**   * Habilidad de vendedor * Conocimientos de sistemas constructivos * Conocimientos de requerimientos legales * Organizado * Visión empresarial * Analítico * Tenaz * Estratégico   **¿Cuáles son algunas de las responsabilidades de los agentes?**  Sus responsabilidades varían con sus clientes y con sus asociados. Revisa el subtema 6.3 para más información.  **Termina interactivo tipo Acordeón** |

**Referencias bibliográficas de la explicación del tema 6**

Enliste las referencias bibliográficas que **fundamentan el contenido de este tema** en formato APA. Recuerde que todo autor que presente en la explicación del tema se debe incluir en esta sección.

|  |
| --- |
| AMPI. (2015). *Qué es el AMPÍ.* Recuperado de http://cancun.ampi.org/es/queesampi/ |

**Tema**  **8. Estructura de las agencias inmobiliarias**

**Contexto del tema 8 (planteamiento inicial)**

Describa un caso, situación o historia que contextualice al participante sobre el tema, es decir, presente de manera más práctica el contenido a revisar (tener en cuenta el perfil del participante). Puede tomar como referencia para el desarrollo de esta sección los siguientes ejemplos:

* Anécdota
* Historia
* Narrativa
* Entrevista
* Situación o caso

La estructura que esta sección debe presentar es la siguiente:

1. Título de la anécdota o historia (que sea atractivo y llame la atención del participante)
2. Desarrollo de la anécdota o historia.
3. Preguntas detonadoras o de reflexión acerca de la historia.

|  |
| --- |
| **Constructor- Vendedor**  Team looking at a construction plan with hard hats : Foto de stockCuando empecé a ejercer mi carrera de constructor para importantes desarrollos de la ciudad y comencé a entender las claves del negocio inmobiliario, comprendí que era crucial tener conocimiento de cada una de las etapas del negocio inmobiliario, por lo que de inmediato supe que un elemento muy importante es la fuerza de ventas.  Tenía la firme convicción de que me dedicaría a construir para vender, por lo que me hice una pregunta que fue clave para poder definir mi estrategia de negocio: Ahora que entiendo bien el negocio de la construcción, que conozco proveedores y prestadores de servicio, y que tengo los recursos para empezar a construir mis propios inmuebles, es un buen momento para empezar mi propio negocio inmobiliario, pero ¿cómo voy a hacer para comercializarlo?, ¿qué tipo de inmueble me conviene más construir para vender o rentar?    Por esta razón acudí con un amigo que posee una franquicia de bienes raíces y decidí apoyarlo con cursos de capacitación en términos constructivos para sus asesores. A cambio de que me permitiera participar en su negocio de comercialización de inmuebles, con la finalidad de que pudiera entender las claves de la promotoría de inmuebles.  Jamás imaginé la amplitud de conocimiento, capacidades y habilidades que tienen que te poseer los asesores y tampoco pensé que aunque las estructuras de las agencias inmobiliarias son muy básicas, requieren de procedimientos y cimientos sólidos para poder crecer con éxito en el ramo inmobiliario, el cual actualmente se encuentra bastante competido.  Una institución sólida, con el cumplimiento ético de sus propios estatutos por parte de sus miembros y con una base flexible que permita a la organización adaptarse a las condiciones de los mercados y de su entorno, resulta fundamental para el éxito en cualquier negocio y para el caso de las franquicias y agencias inmobiliarias independientes no es la excepción.  **Por eso es importante cuestionarnos:**  ¿Cuáles son las estructuras de las franquicias? ¿Cómo interactúan entre ellas? ¿Cuáles son los puntos clave de la comercialización inmobiliaria?  **Las agencias inmobiliarias deben adaptarse a los movimientos y tendencias de los mercados y deben de tener la capacidad entre sus miembros para poder atender la mayor cantidad de operaciones.**  La preparación de sus agentes resulta clave para poder atender los negocios inmobiliarios de las agencias, hoy en día podemos ver agencias especializadas principalmente en promover inmuebles habitacionales y otras en cambio pueden atender negocios desde una casa hasta un gran complejo industrial o turístico. |

**Explicación del tema 8**

**Información del metadato tema 8**

Indique los siguientes datos para el metadato de contenido:

|  |  |
| --- | --- |
| **Nombre del curso** | Introducción y desarrollo de bienes raíces |
| **Clave del curso** | FZ13308 |
| **Nombre del tema** | Estructura de las agencias inmobiliarias |
| **Descripción** | El presente tema describe las estructuras de las agencias inmobiliarias de tal forma que nos permita entender cuáles son las claves del negocio inmobiliario. |
| **Conceptos clave** | Franquicia, agente inmobiliario, venta, renta, compra, AMPI, agencia, captador, prospectador. |
| **Objetivo** | Conocer cómo se encuentran organizadas las franquicias inmobiliarias, como interactúan para llevar a cabo negocios entre ellas y la forma en que se asocian o agrupan para poder ampliar sus posibilidades de éxito. |
| **Tiempo estimado** | 3 horas |
| **Autor** | Arq. Jaime Bruno González |
| **Fecha** | 06/07/2015 |

**Características de la explicación**:

* Desarrolle un escrito de cuatro a cinco cuartillas de extensión, el cual debe ser de su autoría y debidamente fundamentado en diversas referencias de información actual. Si es necesario, incluir citas textuales con sus referencias bibliográficas con base en los lineamientos del APA.
* Se requiere explicar cada uno de los subtemas.
* Incluya esquemas, diagramas y figuras que sean necesarios para que el participante comprenda adecuadamente la información.
* Se recomienda que señale en negritas los conceptos importantes para que el participante los identifique claramente.
* Complemente la información con ejemplos (prácticas) que permitan al participante comprender el contenido desde un punto de vista más práctico.

Se recomienda que los ejemplos o situaciones de aplicación del contenido se integren al desarrollo de la explicación de los subtemas, se incluye sección para que tenga presente este requisito. **Es importante cuidar que el inicio de la explicación del tema, le permita al participante prepararse para el aprendizaje de los conceptos.**

Como parte de la explicación se recomienda utilizar los siguientes recursos según aplique al contenido del tema:

* Conceptos
* Situaciones contextualizadas
* Historias de vida
* Ejemplos
* Prácticas o ejercicios no evaluables
* Preguntas detonadoras
* Preguntas de reflexión
* Procesos
* Experiencia de los expertos (pequeñas cápsulas de explicación -videos-)
* Incluya glosario de términos de los conceptos más representativos del tema.

|  |
| --- |
| * 1. **Estructura de las franquicias**   Organization chart : Foto de stock  El organigrama en las franquicias inmobiliarias es básicamente horizontal, debido a que en la escala organizacional sólo tienen mayor jerarquía que los asesores, tanto gerentes como directores. En contraparte, los asesores trabajan con el mismo nivel de responsabilidades, remuneración e incentivos, independientemente de la edad que tengan dentro de la organización. Aunque la labor de Dirección la mayoría de las veces la ejerce el propio dueño de la franquicia, la cercanía con los asesores es fundamental. En algunas franquicias pequeñas sólo trabaja el director, una asistente y los asesores, sin embargo, conforme van creciendo, se puede requerir la promoción de los agentes más destacados como gerentes, quienes tienen a su cargo un grupo de asesores, siendo estos responsables de su capacitación, seguimiento a sus procesos de las operaciones que tengan en curso, apoyo en caso de presentarse situaciones de conflicto, ayuda para mejorar y alcanzar metas establecidas y orientación en cuanto a los procedimientos.   1. **Roles y funciones de asesores, directores o propietarios de franquicias**   Happy successful businesswoman : Foto de stock  Tanto directores como gerentes, son responsables del desarrollo y crecimiento de los asesores en materia inmobiliaria, tanto en cuestiones de conocimiento de las diversas ramas inmobiliarias, como en el desarrollo personal de habilidades que los ayuden a crecer tanto en el negocio, como en el ámbito personal. Por otro lado dependiendo de la capacidad de la franquicia, el dueño de la misma debe proveer un espacio de oficina, que tenga espacios disponibles con equipo de cómputo para el desempeño de labores de los asesores, salas de junta y capacitación, así como salas disponibles para atención a clientes. Por otro lado, la mayoría, por no decir que todas las franquicias poseen plataformas web que facilitan la administración de la promoción de los inmuebles de sus clientes, cuyo mantenimiento y actualizaciones es responsabilidad del dueño de la franquicia. Dichas plataformas están disponibles para el público en general, de tal forma que en cualquier momento se pueda acceder a la información de los inmuebles y poder conocer sus principales características.  Desde el primer día de trabajo de un asesor o agente inmobiliario, se enfatizan sus principales objetivos:  **Inicia interactivo tipo pestañas**  **La captación**  hands holding house : Foto de stockLa captación de la mayor cantidad de inmuebles posible, lo cual significa empezar a crear una cartera de inmuebles. Entre más propiedades se encuentren en la cartera de los asesores y a su vez en el sistema de promoción más posibilidades tendrán de poder cerrar operaciones de diversos tipos como los mencionados en los capítulos anteriores. Este proceso de captación de propiedades generalmente se inicia preguntando con familiares, amigos, vecinos, compañeros de trabajo, recomendados etcétera, de tal forma que resulte muy práctico el desarrollo de la habilidad para vender el servicio que ofrece la agencia. Una vez que los asesores logran captar las propiedades, deben proceder a establecer un convenio firmado con su cliente en el cual se establecen las condiciones de la promoción, el plazo de la promoción y el monto o porcentaje a pagar como contraprestación de los servicios. Como parte de este proceso el agente inmobiliario debe acudir al sitio del inmueble para conocer sus características, ubicación, identificar atributos del inmueble y de la zona, levantar un archivo fotográfico y en la mayoría de los casos, colocar un anuncio con los teléfonos de la agencia.  **Prospección de potenciales**  Couple Hugging in a New Home : Foto de stockLa prospección de potenciales compradores o arrendatarios, quien se convierte en cliente del asesor inmobiliario, en el momento de iniciar el proceso de adquisición o arrendamiento de un inmueble. Generalmente estos prospectos llegan a las agencias a través de la promoción que se realiza a través de los diversos medios impresos o electrónicos, o simplemente porque al pasar frente a la propiedad observaron los anuncios de venta o renta. Algunos otros prospectos llegan por recomendación. Una vez que los agentes contactan al prospecto, estos buscan como objetivo principal obtener la mayor cantidad de información posible respecto a la necesidad que tiene en cuanto a tamaño, precio, características, ubicación, y tipo de propiedad, así como el uso que le piensa dar, para de esta forma poder localizar la propiedad o inmueble más adecuado. Con los datos en mano, el agente empieza a filtrar en el abanico de opciones que se disponen en las redes inmobiliarias, de tal forma que pueda enviar un comparativo o tour con 3 a 5 propiedades para que sean analizadas por su prospecto.  **Termina interactivo tipo pestañas**       1. **Remuneración de asesores (comisiones)**   Investment : Foto de stock  Los agentes inmobiliarios obtienen su remuneración mediante las comisiones que son liquidadas por los propietarios de los inmuebles una vez que se cierra la operación.  En la mayoría de los casos las comisiones se establecen de la siguiente forma:    Este esquema de comisiones puede variar de una agencia a otra, pero la gran mayoría de las agencias establecidas de prestigio y afiliadas a la AMPI, manejan un esquema como el aquí mostrado.  Dependiendo de las formas en que se lleven a cabo las operaciones, ya sea entre agentes de una misma agencia o agentes de agencias distintas, la comisión se divide entre los agentes y franquicias de la siguiente forma:  **Inicia interactivo tipo Acordeón**  **Operación ejecutada entre miembros de una misma franquicia**   * Para el caso de una operación ejecutada entre miembros de una misma franquicia:  1. 25% para el agente captador. Es decir, el representante del propietario del inmueble. 2. 25% para el agente prospectador. Es decir, el representante del comprador o arrendatario. 3. 50% para la franquicia.   **Operación ejecutada entre miembros de diferentes franquicias**   * Para el caso de una operación ejecutada entre miembros de diferentes franquicias.  1. 25% para el agente captador. Es decir, el representante del propietario del inmueble. 2. 25% para el agente prospectador. Es decir, el representante del comprador o arrendatario. 3. 25% para la franquicia 1. 4. 25% para la franquicia 2.   **Termina interactivo tipo Acordeón**  Cuando existen operaciones en donde intervienen más de dos agencias, los acuerdos de comisiones y porcentajes deben acordarse previamente para evitar conflictos posteriores.  Generalmente la forma de pago puede ser con cheque, vía electrónica o en efectivo dependiendo del monto de la operación. En otras ocasiones la forma de pago puede variar como por ejemplo cuando se vende un inmueble que se encuentra en construcción y para el cual el comprador realiza pagos parciales, para este caso generalmente la comisión es diferida de la misma forma en que el comprador tiene diferidos sus pagos.  La estructura organizacional considera reglamentos o estatutos que rigen los derechos y obligaciones de los agentes al trabajar dentro de una franquicia. De esta forma quedan regulados diversos aspectos:    Es importante mencionar que las franquicias inmobiliarias y los agentes independientes en general deben estar adheridos al sistema de administración tributaria en el régimen de personas físicas con actividad empresarial, clasificados como comisionistas. De esta forma deberán expedir facturas o recibos a sus clientes agregando el IVA correspondiente al pago de sus comisiones.   * 1. **Asociaciones**   City Skyline. : Arte vectorial  Como se mencionó en el capítulo anterior las agencias de bienes raíces tienen como estrategia asociarse con otras agencias para poder compartir su cartera de propiedades y de esta forma ampliar el espacio de promoción de los inmuebles y poder hacer llegar esta promoción a más clientes.  Actualmente la asociación más importante en México es la AMPI (Asociación Mexicana de Promotores Inmobiliarios), la cual congrega a la mayoría de los agentes inmobiliarios en México y sobre todo a las franquicias más importantes, ofreciendo grandes ventajas a sus agremiados.  Conviene entonces preguntar, ¿cuál es la estructura de AMPI?  **AMPI es una organización gremial** que agrupa a los profesionales Inmobiliarios con el objeto de proporcionar a sus clientes, servicios de calidad mundial, mediante extensos programas de capacitación y actualización; así como la utilización de la más novedosa tecnología. En AMPI se maneja una estrecha relación con todas las instancias de Gobierno que tienen relación con el mercado inmobiliario y trabajan en conjunto con ellas, para lograr las mayores ventajas para los propietarios e inversionistas inmobiliarios. Adicionalmente, tienen relaciones internacionales con organizaciones afines al mercado inmobiliario, como las que se enlistan a continuación:  **Insertar un interactivo tipo tooltips on top**  Consorcio Internacional de Asociaciones Inmobiliarias) que aglutina 22 países en el mundo.  O Sindicato da Habitacão na Internet, en Brasil.  Canadian Real Estate Association de Canadá.  National Association of Realtors, de los Estados Unidos de Norteamérica.  Federación Internacional de las Profesiones Inmobiliarias, con sede en París, Francia.  **Termina interactivo tipo tooltips on top**  Con todas estas asociaciones AMPI tiene programas de trabajo conjunto y se auxilia de ellas para lograr sus objetivos, dentro de los que destaca la iniciativa de ley de protección a los usuarios de los servicios inmobiliarios para la obtención de la **licencia inmobiliaria**, por medio de la cual los profesionales Inmobiliarios deberán estar debidamente registrados y capacitados para poder prestar sus servicios.  Las asociaciones como AMPI (2015), venden su confiabilidad a sus clientes mediante propuestas como lo expresado en páginas o publicaciones de algunos de sus agremiados, en donde exponen las razones y ventajas por contratar su servicios, un ejemplo de estos spots publicitarios es el siguiente:  Contratar los servicios de un profesional inmobiliario que pertenezca a la Asociación Mexicana de Profesionales Inmobiliarios AMPI es una confiable determinación que le ayudará a tomar la mejor decisión, bien sea para vender, rentar o comprar un inmueble. Veamos por qué es bueno contratar los servicios de un profesional inmobiliario de AMPI:  1. Por la sencilla razón de que al hacerlo, usted acude con un experto en la materia.   2. El profesional inmobiliario no está involucrado personal ni sentimentalmente con la propiedad por lo que podrá colocar el inmueble, a la venta o renta, en el precio justo del mercado.   3. Tiene la capacidad de elegir los canales de promoción más adecuados para que vender o rentar su inmueble más rápido.   4. La comisión que se cobra se paga hasta que se realice la venta o renta de su inmueble.   5. El profesional inmobiliario cuidará de su patrimonio, así podrá estar tranquilo al saber que cuando, los interesados vayan a conocer su inmueble, estarán siempre bajo la supervisión del asesor inmobiliario, situación, que le dará seguridad y eliminará el riesgo de asaltos o situaciones incómodas.   6. Tiene la experiencia y los conocimientos legales que le permitirán asesorarse en la documentación necesaria para la operación de compraventa o arrendamiento.   7. Cuenta con bancos de datos que le permiten saber las tendencias del mercado, sus precios y el tiempo promedio para vender o rentar un inmueble.  **Haz clic en el video para ver su información**    Para franquicias nuevas y agentes independientes el respaldo de asociaciones como esta, significa un gran impulso para ir creciendo y establecerse de manera sólida en el mercado inmobiliario. Otra razón por las que es conveniente estar asociados con otras agencias inmobiliarias es por los beneficios que estas asociaciones traen consigo para sus miembros. En el caso particular de AMPI, algunos de estos beneficios son los siguientes:  **Inicia interactivo tipo Modal**     1. En el ámbito de capacitación:   Mature students taking notes in classroom : Foto de stock   * *Certificaciones, planes de estudio, capacitaciones en línea, y perfil de Instructores certificados; basado en las competencias laborales del sector.* * *Programas de educación continua, desarrollo de foros nacionales en donde se exploran temas de interés en el sector inmobiliario y se cuenta con la asistencia de expertos en la materia, acceso a información de boletines de prensa y la publicación de indicadores relevantes del sector.* * *Aval en la capacitación por parte de Federación de Colegio de Valuadores “FECOVAL”, e Instituto de Administradores A.C “IAI”.* * *Creación de estándares y Certificaciones ante instancias gubernamentales que avalan las competencias laborales.* * *Descuentos en la inscripción.*  1. En el ámbito de tecnología:      * *Se dan de alta en la página con los datos correspondientes.* * *Promoción de inmuebles y servicios a través de la página AMPI, y su red de portales asociados.* * *Publicación y distribución masiva de boletines e información relevante.* * *Soporte técnico y de conferencias virtuales vía webex.*   **Termina interactivo tipo Modal**  Basado en todas las ventajas y la amplitud de posibilidades, que representan asociaciones como AMPI para los negocios inmobiliarios, pertenecer a una asociación se convierte en parte fundamental de la estructura del negocio.   * 1. **Redes inmobiliarias**   Real Estate : Arte vectorial  Las redes inmobiliarias, como su nombre lo indica, se refieren a los enlaces que hacen entre las franquicias, agentes independientes y asociaciones para promover los inmuebles de su cartera. De esta forma las agencias se suscriben a portales web de proyección nacional principalmente a través de Internet, ya que estos sitios te dan la posibilidad de subir información de diversas inmobiliarias permitiendo que los agentes puedan promover inmuebles captados por agentes de diferentes tipos de franquicia, siguiendo y respetando los estatutos establecidos en la asociación a la cual pertenecen.  Algunos de los portales más importantes y con mayor variedad de opciones de inmuebles que pueden consultarse a través de la red sonMetros cúbicos, Trovit, Inmuebles 24, Nocnok, Vivanuncios, entre otros.  Estos a su vez establecen ligas con otros tantos más de manera automática, generando actualmente una red de alrededor de **39 portales web** en donde se publican las ofertas inmobiliarias. Por su parte, las franquicias internacionales ofrecen además del enlace con las redes nacionales, enlace internacional, como es el caso de Realty World que actualmente permite tener contacto con su oficinas matriz en Canadá, y con más de 1 000 oficinas a nivel mundial tanto en Estados Unidos, Canadá y Europa, las cuales cuentan con más de 15 000 agentes que permiten la posibilidad de ampliar sus oportunidades de negocios en este esquema globalizado actual.  Actualmente la promoción por Internet es el medio más influyente para contactar propietarios con posibles arrendatarios o compradores.  El posicionamiento a través de las redes sociales es muy importante, esto también ayuda a la segmentación del mercado, a la escala (sinergias y triangulación) y a la diferenciación. No hay que olvidar que hoy en día la escucha y la interacción es esencial para fomentar una buena imagen que ayude a la marca.  Para esto te presentamos el ejemplo de Cava and Twitts:  **Haz clic en el video para ver su información**    Ligas autorizadas para obtener imágenes:  <http://www.shutterstock.com/>  <http://www.thinkstockphotos.com/>  <http://espanol.istockphoto.com/>  Y fuentes confiables.  NO se permiten imágenes o contenido de monografías, Wikipedia, rincón del vago y similares |

**Cierre del tema 8 (aterrizaje del participante)**

Con base en la situación descrita en la sección anterior (planteamiento inicial), elabore un cierre o conclusión que permita al participante hacer una reflexión del tema en su vida personal o profesional. Puede tomar como referencia las siguientes estrategias, lo importante es establecer una conexión clara entre el planteamiento inicial y el cierre del tema (tener en cuenta el perfil del participante).

* Conclusión + Pregunta(s) de reflexión
* Conclusión + Ejercicio de reflexión
* Conclusión + Esquema o mapa de conceptos

|  |
| --- |
| Real estate on mobile : Arte vectorialEn este tema pudiste observar las formas y estructuras de trabajo de las agencias inmobiliarias, además de la forma en que se relacionan entre una y otra dentro del gremio inmobiliario.  Ahora sabes lo importante que es para las franquicias de reciente creación establecer enlaces con asociaciones y otras agencias del ramo, así como con sus oficinas hermanas en otros países para poder ampliar su panorama y oportunidades de negocio.  De la misma forma identificaste la capacidad competitiva que le da a una franquicia el poder tener como respaldo una mayor cantidad de opciones inmobiliarias y una mayor preparación profesional de sus agentes. |

**Práctica tema 8**

|  |
| --- |
| **Práctica 8**  Basándote en esto, realiza un razonamiento sobre **cómo las estructuras más sólidas en las franquicias y agencias inmobiliarias pueden proporcionar una mayor certidumbre y calidad de servicio hacia sus clientes**, de tal forma que cada vez más los clientes estarán convencidos de realizar sus operaciones inmobiliarias a través de un agente especializado.    Básate en las siguientes conceptos:   * La estructura principal está formada por su equipo de agentes promotores y por las habilidades y capacidades de estos principalmente. Regidos por estatutos claros y concisos sobre sus responsabilidades, alcance de sus servicios y la remuneración que recibirán a cambio de ello. * Las agencias inmobiliarias establecen un enlace entre ellas a través de las asociaciones o gremios, que les permitan compartir información y clientes de una manera segura, con la firme idea de proporcionar el mejor servicio a sus clientes y al mismo tiempo tener posibilidad de generar mayores ingresos. * Ahora, sabes que uno de los puntos clave del negocio de comercialización de inmuebles radica en la experiencia, respaldo y redes de promotoría de las agencias de bienes raíces. |

**Recursos de apoyo del tema 8**

Incluya recursos que complementen lo que ha definido en la explicación del tema.

|  |
| --- |
| **Videos educativos** (Cada tema debe presentar un video grabado por un experto, puede ser una entrevista, explicación de procesos o contenido) |
| Para conocer más **sobre ICREA**, revisa el siguiente video:  Excélsior TV. (2014, 16 de abril). *Eduardo Rocha, presidente Internacional ICREA / ¿Qué hace ICREA?*  Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ILF60bfk028>  Para conocer más **sobre AMPI,** revisa el siguiente video:  AMPI Nacional. (2014, 11 de diciembre). *México 2014*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=w69yeax4_Z4> |
| **Lecturas: artículos, recursos educativos abiertos** (Incluya al menos tres lecturas que permitan al participante tener mayor conocimiento del tema). |
| * **Lecturas obligatorias**   Para conocer un poco más sobre **la historia del sector inmobiliario**, te recomendamos leer:  Castañares, J. y Moreno, G. (2007). *El sector inmobiliario se reinventa.* Recuperado de <http://www.cbre.com.mx/empresa/articulos/temacentral20_26.pdf>     * **Lecturas recomendadas**   Para conocer más sobre **las ciudades verticales y sustentables**, te recomendamos leer:  Metropolí 2025. (2007). *Rascacielos. ¿Opción para una ciudad vertical y sustentable?* Recuperado de  <http://www.cbre.com.mx/empresa/articulos/tema_central_17.pdf> |

**Checkpoint 8**

1. Defina de dos a tres preguntas que permitan al participante saber si ha comprendido la información del tema (incluya las respuestas correctas para que se tenga una referencia del nivel de conceptos clave que se revisaron en el tema en un nivel de comprensión de acuerdo a la taxonomía dominio del contenido).
2. Defina los de Marzano y considerar que es en éstos donde el participante deberá prestar mayor atención. Los enunciados no deben iniciar con verbos.

|  |
| --- |
| Asegúrate de comprender:   * Estructura organizacional de franquicia inmobiliaria. * Ventajas competitivas de las asociaciones de promotores. |

**Glosario del tema 8**

**Glosario (opcional)**

Incluya una lista de conceptos que requieran definición para comprenderlos como parte del contenido de la explicación.

|  |
| --- |
| **Haz clic en cada apartado para conocer su información**  Inicia interactivo tipo acordeón  Por desarrollar.  Termina interactivo tipo acordeón. |

**Referencias bibliográficas de la explicación del tema 8**

Enliste las referencias bibliográficas que **fundamentan el contenido de este tema** en formato APA. Recuerde que todo autor que presente en la explicación del tema se debe incluir en esta sección.

|  |
| --- |
| AMPI. (2015). *Qué es el AMPÍ.* Recuperado de <http://cancun.ampi.org/es/queesampi/>  AMPI. (2015). Boletín. Recuperado de: <https://ampivirtual.wordpress.com/>  AMPI. (2015). Beneficios de afiliados. Recuperado de <http://ampi.layun.com.mx/beneficios-socio-a> |