

### DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA UNIDAD FORMATIVA

UNIDAD FORMATIVA	TÉCNICAS DE CAPTACIÓN E INTERMEDIACIÓN INMOBILIARIA	DURACIÓN	80
		Específica	
Código	UF1921		
Familia profesional	COMERCIO Y MARKETING		
Área Profesional	Compraventa		
Certificado de profesionalidad	GESTIÓN COMERCIAL INMOBILIARIA	Nivel	3
Módulo formativo	Captación y prospección inmobiliaria)	Duración	110
Resto de unidades formativas que completan el módulo	Valoración de inmuebles y alquileres		30

#### Apartado A: REFERENTE DE COMPETENCIA

Esta unidad formativa se corresponde con la RP1, RP2, RP3, RP5 y RP7.

#### Apartado B: ESPECIFICACIÓN DE LAS CAPACIDADES Y CONTENIDOS

### Capacidades y criterios de evaluación

C1: Determinar la cartera de inmuebles aplicando técnicas de prospección y acciones de marketing directo para la localización de inmuebles en distintos territorios o áreas de actividad inmobiliaria.

CE1.1 Argumentar la importancia de la función de prospección de inmuebles para el desarrollo de la actividad inmobiliaria, el posicionamiento de la organización.

CE1.2 Explicar el concepto y valor de una cartera de inmuebles para ejercer la actividad inmobiliaria.

CE1.3 Diferenciar las características y criterios utilizados habitualmente para la selección de una cartera de inmuebles compensada.

CE1.4 Identificar las características y atributos del producto inmobiliario y los distintos servicios de intermediación en el mercado inmobiliario en el contexto nacional y europeo.

CE1.5 Identificar las principales fuentes de información y localización de inmuebles, tanto «on line» como «off line», según distintos criterios de calificación, tipos y usos: rústicas/urbanas, vivienda/oficinas, vivienda libre o protegida, primera o segunda mano, oportunidad de inversión/negocio, plazas de garaje u otros.

CE1.6 Diferenciar las características y adecuación de las acciones de marketing directo aplicables a la selección y prospección inmobiliaria diferenciando al menos buzoneo, carteo, telemarketing, listas de distribución electrónica entre otras.

CE1.7 Redactar una carta comercial de captación inmobiliaria, con todos los requisitos propios de este tipo de comunicación, ofertando los servicios de intermediación en una zona.

CE1.8 En un supuesto práctico debidamente caracterizado para la captación de inmuebles en una zona y con unas características y criterios de captación/rechazo determinados:

- Proponer distintas acciones para prospectar y localizar inmuebles en la zona.

C2: Aplicar técnicas de captación de inmuebles en el contacto en frío con clientes-propietarios tipo, en diferentes situaciones y contextos propios de la actividad inmobiliaria.

CE2.1 Explicar las fases y características del proceso de captación de inmuebles para su comercialización.

CE2.2 Diferenciar las distintas técnicas y el argumentario-tipo para conseguir citas de captación con propietarios de inmuebles.

CE2.3 Argumentar las diferencias y criterios que determinan la utilización de las principales técnicas de captación: llamada telefónica en frío, carta de captación, captación a puerta fría, entre otras.

CE2.4 Explicar las objeciones que habitualmente se presentan por los propietarios de inmuebles reacios a la intermediación y la forma más operativa de rebatirlas.

CE2.5 Elaborar un argumentario con las ventajas de la captación en exclusiva frente a la nota de encargo y/o autorización de publicidad.

CE2.6 Identificar la información y datos necesarios para elaborar una ficha de captación de un inmueble.

CE2.7 Simular en situaciones debidamente caracterizadas de captación de inmuebles, el desarrollo de una entrevista para concertar una visita de captación obteniendo toda la información necesaria para la comercialización del inmueble generando un clima de confianza y desarrollando habilidades socioprofesionales.

CE2.8 En un caso simulado ante un propietario reticente a las agencias inmobiliarias, actuar mostrando pautas de comportamiento

predefinido, asertividad, seguridad y confianza entre otras.

C3: Aplicar técnicas de negociación en la captación y definición de condiciones de distintos tipos de encargos de intermediación, compraventa y alquiler.

CE3.1 Identificar las variables y condiciones a negociar en los encargos de intermediación de compraventa y alquiler tipo.

CE3.2 Explicar los conceptos de estrategia y margen de negociación, desde el punto de vista del propietario y agencia de mediación, en el proceso de captación inmobiliaria.

CE3.3 Identificar los objetivos de negociación, desde el punto de vista de la agencia inmobiliaria y del propietario del inmueble, en el transcurso de una visita de captación.

CE3.4 Interpretar los signos de la conducta no verbal propios de los clientes en el proceso de obtención del encargo de intermediación durante un proceso de negociación.

CE3.5 Explicar las fórmulas habituales para rebatir las objeciones más habituales de los clientes propietarios a la intermediación.

CE3.6 Elaborar un guión de entrevista o argumentario de captación especificando las ventajas de la intermediación inmobiliaria, los argumentos de la negociación del precio/renta de venta/alquiler y los honorarios del servicio de intermediación con el propietario.

CE3.7 Explicar los problemas soluciones o fórmulas que protegen a los propietarios de inmuebles en alquiler según la normativa vigente especificando al menos:

- Plazos para ejercitar el desahucio,
- Procedimiento de expulsión del inquilino desahuciado,
- Procedimiento de reclamación de la renta impagada, entre otros.

CE3.8 Simular la aplicación de técnicas de negociación en un supuesto práctico debidamente caracterizado de captación de un inmueble ante distintos tipos de cliente–propietario reacio a la intermediación inmobiliaria.

C4: Cumplimentar los distintos modelos de documentos y/o contratos de encargo de mediación, que se pueden presentar en actividades de captación de inmuebles.

CE4.1 Identificar los tipos de contrato de encargo de venta, alquiler y autorizaciones varias del servicio de intermediación: publicidad y condiciones de visita del inmueble.

CE4.2 Diferenciar los tipos de contrato de encargo: exclusiva, agencia única, nota de encargo escrita u oral.

CE4.3 Explicar las condiciones y cláusulas generales de un contrato de encargo y/o prestación de servicios de intermediación, respetando la normativa y usos habituales en el sector.

CE4.4 Argumentar las ventajas e inconvenientes de los contratos de intermediación según sean:

- Escrito /no escrito;
- Exclusivo/no exclusivo;
- Propietario (encargo de venta)/demandante (encargo de compra).

CE4.5 En distintos supuestos prácticos, debidamente caracterizados, cumplimentar diferentes tipos de contratos de encargo de venta y alquiler, con todos los datos y condiciones esenciales claramente identificadas, que han de figurar en cada caso.

CE4.6 Simular en un caso práctico debidamente caracterizado el desarrollo completo de un proceso de captación desde la cita hasta la aceptación y firma del contrato de encargo y/o prestación de servicios de intermediación.

C5: Organizar la información y datos de distintas carteras de inmuebles utilizando técnicas de archivo en soporte convencional e informático.

CE5.1 Explicar las condiciones y circunstancias de los distintos tipos de información y datos propios de procesos de captación y selección de inmuebles.

CE5.2 Explicar las técnicas de archivo convencional para la organización de la información: fichero de inmuebles, prospectados, captados y o contactados.

CE5.3 A partir de la información de varios inmuebles y clientes–propietarios interesados en el servicio de intermediación para su venta y/o alquiler:

- Elaborar una ficha de captación cumplimentando los datos requeridos aplicando criterios de eficacia, claridad y orden.
- Archivar y colocar en un archivo físico las fichas y/o información de captación aplicando criterios de eficacia y accesibilidad.
- Procesar y clasificar la información contenida en las fichas identificando las características comunes de los inmuebles disponibles.
- Extraer, de forma eficaz y eficiente información y datos de un archivo convencional para su comunicación a terceros: comerciales, colaboradores externos, medios publicitarios y compradores potenciales entre otros.

CE5.4 Explicar la utilidad de los sistemas y/o aplicaciones informáticas para organizar la información de los inmuebles y desarrollar la actividad inmobiliaria.

CE5.5 Diseñar una tabla u hoja de cálculo con los criterios e información de inmuebles necesarias para el ejercicio de la actividad de intermediación.

CE5.6 A partir de la información de varios inmuebles y clientes–propietarios interesados en el servicio de intermediación para su venta y/o alquiler:

- Registrar la información en una base de datos y/o sistema informático.
- Ordenar la información registrada de forma eficaz para la gestión comercial inmobiliaria.
- Procesar la información elaborando tablas y gráficos con la información.

- Vincular la información de los inmuebles con imágenes, fotos o videos de los mismos.
- Extraer de forma eficaz y eficiente información y datos en una aplicación informática para distintos usos: asignación de inmuebles a comerciales, colaboradores externos, medios publicitarios y compradores potenciales.

C6: Aplicar técnicas de trabajo en red durante la utilización de la información existente en bolsas de inmuebles distintas a la de la propia empresa.

CE6.1 Aplicar las reglas de uso o código de colaboración de cada uno de los convenios de participación con terceros que la empresa contemple, especialmente, los comportamientos deontológicos del código concreto del que se trate en cada ocasión.

CE6.2 Distinguir eficazmente entre operaciones compartidas y operaciones referidas y respetar los acuerdos sobre el reparto de comisiones entre agencias colaboradoras en estos casos.

CE6.3 Extraer y manejar eficazmente la información existente en las bases de datos colaborativas.

## Contenidos:

### 1. Mercado inmobiliario y distribución inmobiliaria

- El sector inmobiliario.
  - Evolución y peso del sector en la economía.
  - Subsectores del mercado inmobiliario: construcción, promoción inmobiliaria e intermediación inmobiliaria
  - La desregulación estatal.
  - La justificación del intermediario comercial.
- Características del mercado inmobiliario:
  - Oferta y demanda de inmuebles.
  - Distribución comercial inmobiliaria: Naturaleza, elementos y tipos de la distribución.
  - Las empresas y los agentes del sector inmobiliario: los agentes de la propiedad inmobiliaria y otros agentes.
- La agencia inmobiliaria:
  - El entorno competitivo de la empresa inmobiliaria.
  - Factores estratégicos.
  - La agencia como sistema.
- Posicionamiento y estrategia de la agencia inmobiliaria en el mercado local:
  - Los sujetos de la prospección: definición y clases.
  - Otros sujetos y objetos de la prospección: prescriptores, competidores y relaciones.
  - Las decisiones de competencia en el mercado: mercados objetivos.
  - La cartera de inmuebles y el negocio de la actividad.

### 2. Técnicas de prospección y localización de inmuebles.

- La función de prospección del mercado inmobiliario
  - Áreas y sujetos básicos de la captación.
  - El territorio de captación de bienes inmuebles.
  - La cartera de inmuebles: criterios de selección y captación de inmuebles.
- Rutas de prospección:
  - Definición y clasificación.
  - El plan de refresco del plan de fuentes.
- Técnicas de localización de inmuebles:
  - Definición y fines.
  - Técnicas elementales.
  - Áreas de captación.
- Calificación de los prospectos:
  - Definición y fines de la calificación.
  - Métodos de filtrado.

### 3. Técnicas de captación inmobiliaria.

- Técnicas de aproximación a los prospectos:
  - Definición y alcance de lo prospectos.
  - Estrategias proactivas y reactivas de contacto
  - Campañas de captación inmobiliaria
- Técnicas personales en la captación de encargos de intermediación:
  - Llamada en frío
  - Carta de prospección
  - Otras gélidas entradas
  - Barreras a la comunicación en frío

- La Entrevista de Captación:
  - Definición, estructura y objetivos.
  - La representación de ventas
  - Ayudas a la captación
- Argumentario de captación y el tratamiento de objeciones:
  - Naturaleza y tratamiento general de las mismas
  - Clasificación de las objeciones a la captación
  - El tratamiento de las objeciones
- Otros recursos para la captación.
- Documentación de la captación:
  - Documentos tipo.
  - Datos, imágenes e información a recabar del inmueble.
- El final de la captación.
  - La recaptación o renegociación de las condiciones del encargo.
  - Estudio de los fracasos tenidos en la captación.
- Uso de los datos obtenidos en la captación
  - Evaluación de la captación.
  - Para la transformación en información para la venta
  - La relación posterior de mantenimiento.

#### **4. Técnicas de intermediación y negociación**

- Tipos de encargos de intermediación inmobiliaria:
  - Notas de encargo escritas (y verbales)
  - Encargos como agencia única
  - La captación en exclusiva, simple y colectiva
  - El trabajo sin encargo
- Negociación de los términos del encargo de mediación inmobiliaria
  - Definición y fines de la negociación.
  - Principios, estrategias y tácticas de la negociación
- Acuerdos de captación en exclusiva
  - Concepto
  - Valoración de la exclusiva por parte de sus protagonistas.
  - Objeciones a la exclusiva
- El contrato de exclusiva.
  - Elementos, derechos y obligaciones para las partes.
  - Cláusulas habituales.
  - Redacción de las partes del contrato.

#### **5. Sistemas de gestión comercial inmobiliaria**

- Características de los sistemas de gestión inmobiliaria.
  - La pirámide de la información: datos, información, inteligencia, conocimiento, y sabiduría en la actividad empresarial
  - Información del sistema de gestión comercial inmobiliaria: inmuebles, propietarios y demandantes.
- Sistemas de organización y archivo de la información captada.
  - Utilidades del sistema.
  - Criterios de uso.
  - Los sistemas de informes periódicos.
- El trabajo en red inmobiliaria:
  - Las redes de colaboradores, redes de oficinas y convenios de colaboración.
  - Las bolsas inmobiliarias compartidas.
  - Código deontológico de colaboración.
  - Principios fundamentales para la colaboración.
  - El modelo de colaboración MLS (Multiple Listing Service). Los referidos. Ventajas e Inconvenientes.
- Otras iniciativas emergentes en la gestión comercial inmobiliaria
  - Las agencias de sólo compradores o ABR (Representante de Compradores Acreditados)
  - La colaboración transnacional

**Apartado C: REQUISITOS Y CONDICIONES**

Deberá cumplir alguno de los requisitos siguientes:

- Estar en posesión del título de Bachiller
- Estar en posesión de algún certificado de profesionalidad de nivel 3.
- Estar en posesión de un certificado de profesionalidad de nivel 2 de la misma familia y área profesional
- Cumplir el requisito académico de acceso a los ciclos formativos de grado superior o haber superado las correspondientes pruebas de acceso a ciclos de grado superior
- Tener superada la prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 años y/o de 45 años
- Tener, de acuerdo con la normativa que se establezca, los conocimientos formativos o profesionales suficientes que permitan cursar con aprovechamiento la formación

En relación con las exigencias de los formadores o de las formadoras, instalaciones y equipamientos se atenderá las exigencias solicitadas para el propio certificado de profesionalidad.