



JAQUE MATE A LA “CRISIS” PAG. 8 - 11



COLABORACIÓN

PAG. 4
Nuevos ejemplos de colaboración: provinciales.



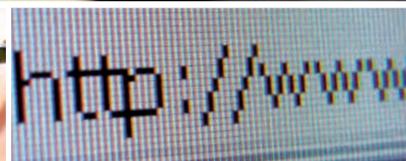
FISCAL

PAG. 7
Interpretación restrictiva de la normativa que regula la denominada “Cuenta Vivienda”.



INFORMACIÓN

PAG. 12 y 13
Comunicación no verbal para generar confianza en nuestros clientes.
Líneas ICO 2008 de Apoyo a la Empresa Española.



INTERNET

PAG. 14
Conozca de primera mano las páginas web de otros asociados y anímese a colaborar con ellos.



EL DÍA DESPUÉS

Ya se han despejado las dudas, las incertidumbres y las expectativas que las elecciones generales crean en unos y otros que hace que todos estemos pendientes de los posibles cambios y en qué nos puede afectar tanto en un plano particular como a nuestra economía y en nuestra vida en sociedad.

Desde la Asociación Profesional de Expertos Inmobiliarios queremos felicitar al partido ganador por su triunfo. Felicitación que hacemos a la oposición y a las demás formaciones políticas que han obtenido resultados satisfactorios para ellos a pesar de no haber ganado los comicios.

Esperemos que en esta legislatura los partidos se tomen en serio lo que nos preocupa actualmente a los españoles, principalmente la economía y en concreto, lo referente a la construcción ya que el sector atraviesa momentos de incertidumbre. Momentos en que es necesario una política bien dirigida y aunque sea a largo plazo, que se puedan ver resultados que logren que el sector vuelva a ser el motor de la economía junto a la industria y otros sectores.

También deseamos que el tema económico vaya de la mano de un incremento del empleo, si bien, hay que tener en cuenta que no es aconsejable regresar a la situación de hace diez o doce años, si sería muy positivo una situación de estabilidad en la oferta y la demanda que garantice la tranquilidad necesaria para desarrollar nuestro trabajo en el día a día.

Por otro lado, desde la Asociación deseamos que exista un clima de entendimientos entre los partidos y las políticas que se ponen en marcha.

Óscar Martínez Solozábal
Presidente

Revista Expertos Inmoiliarios. Año V, número 59. Abril de 2008.

Edita Asociación Profesional de Expertos Inmobiliarios **Presidente** Óscar Martínez Solozábal **Vicepresidente** José Tomás García Zabalza **Secretario General** José Luis Marroquín Cornejo **Tesorero** Pedro José Arellano Pérez **Vocales** Pedro Arcocha Echebarria, M^a Carmen Vázquez Calle, Anselmo Muñoz García, M^a Nieves Atienza Tosina, M^a Dolores Marchal Cabrera. **Gerente** Nuria Alcalá Piñol.
Sede Social Ronda San Pedro, 19-21, 1^o 5^a. 08010 Barcelona Tel. 902 30 90 20 Fax 902 30 90 21 **Web** www.inmoexpertos.com
Mail administracion@inmoexpertos.com
Diseño Oxigen comunicació gráfica **Redacción** Jesús Manuel Pernas Bilbao, Daniel García Barberá, Farnós-Franch Asesores Asociados, Elisabet Carvajal, Nuria Alcalá Piñol, Trinidad Gómez Lázaro. Los contenidos de este boletín pueden reproducirse citando la fuente.

SUMARIO

BREVES DE LA ASOCIACIÓN

PÁGINA 3 REUNIÓN DE DELEGADOS 2008
CURSOS DE PERITACIONES JUDICIALES INMOBILIARIAS 2008
ASAMBLEA GENERAL 2008

PÁGINA 15 VOLCADO DE DATOS

RED DE EXPERTOS

PÁGINA 4 NUEVOS EJEMPLOS DE COLABORACIÓN: PROVINCIALES

PÁGINA 5 TABLÓN DE ANUNCIOS

EXPERTOS EN LO JURÍDICO

PÁGINA 6 RESOLUCIÓN DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA POR RETRASO EN LA ENTREGA DE LA VIVIENDA

EXPERTOS EN LO FISCAL

PÁGINA 7 INTERPRETACION RESTRICTIVA DE LA NORMATIVA QUE REGULA LA DENOMINADA "CUENTA VIVIENDA"

EXPERTOS INFORMADOS

PÁGINA 8 - 11 CONSEJOS PARA HACER FRENTE A LA DESACELERACIÓN DE LAS VENTAS

PÁGINA 12 Y 13 COMUNICACIÓN NO VERBAL PARA GENERAR CONFIANZA EN NUESTROS CLIENTES LÍNEAS ICO 2008 DE APOYO A LA EMPRESA ESPAÑOLA

EXPERTOS EN LA RED

PÁGINA 14 PÁGINAS WEB

BIENVENIDOS

Como viene siendo habitual, en este apartado de nuestra revista Expertos Inmobiliarios, damos la bienvenida oficial a todos aquellos profesionales que se han unido recientemente a nuestro colectivo.

**RAQUEL FERNÁNDEZ
 JIMÉNEZ**

Número afiliada: 2385
 Población: Canyelles
 Provincia: Barcelona

PERE GALOFRE GUILERA

Número afiliado: 2386
 Población: Canyelles
 Provincia: Barcelona

**STEPHANE NOEL FRANCIS
 LAFRANQUE**

Número afiliado: 2387
 Población: Cabo de Palos
 (Cartagena)
 Provincia: Murcia

**MANUEL LUIS ABAD
 PRIETO**

Número afiliado: 2388
 Población: Doroño - Treviño
 Provincia: Burgos

**BERNARDO M^a TURRO
 GAITA**

Número afiliado: 2389
 Población: Palma de
 Mallorca
 Provincia: Baleares

CÉSAR LÓPEZ MARTÍN

Número afiliado: 2390
 Población: Colmenar Viejo
 Provincia: Madrid

REUNIÓN DE DELEGADOS 2008

Os anunciamos un año más la inminente reunión de delegados que tendrá lugar en Madrid el próximo día 18 de abril.

Recordamos para todos los recién incorporados, que la Asociación cuenta con la figura del delegado de zona para poder agilizar o coordinar ciertos trámites y acciones.

Mediante su labor la Asociación puede llegar a todos los puntos de España donde tenemos compañeros. Su opinión es muy importante, puesto que son quienes vehiculan a la Junta Directiva las inquietudes y necesidades de cada provincia y aportan ideas para mejorar el servicio de la Asociación para con sus afiliados.

El próximo día 18 de abril, tendrá lugar en Madrid la reunión de este año entre Delegados y Junta Directiva, para debatir todas aquellas propuestas interesantes que puedan surgir y sean de interés para todos. Es importante que hagáis llegar al delegado correspondiente vuestras inquietudes, para que sean expuestas en dicha reunión.

CURSOS DE PERITACIONES JUDICIALES INMOBILIARIAS 2008

Después de varios años realizando el curso de tasaciones inmobiliarias, tras el cual, los que lo solicitabais se os daba de alta en los listados de peritos judiciales inmobiliarios para colaborar con los juzgados y tribunales, este año vamos a darle un pequeño giro a dicho curso, ciñéndolo más a la peritación judicial en si, y no tanto a la tasación inmobiliaria general. Este cambio recoge una vez mas vuestras peticiones, y las opiniones de vuestros compañeros que ya han realizado el curso en convocatorias pasadas.

Las convocatorias están previstas entre finales de abril y mayo en Barcelona, Madrid y Valencia. En breve os ampliaremos información.

ASAMBLEA GENERAL 2008

Quisiéramos anunciaros la idea de celebrar la próxima ASAMBLEA GENERAL 2008 en ZARAGOZA.

Este será el año de Zaragoza, una ciudad que vivirá un profundo cambio urbanístico y cultural que bien merece que conozcamos. Por ello, la Junta Directiva ha pensado que sería un muy buen año para trasladar la Asamblea General a dicha ciudad.

La fecha será igualmente en noviembre, puesto que durante la Expo (14 junio – 15 septiembre) la ciudad estará colapsada y con tarifas muy superiores a lo normal, pero creemos que merece la pena desplazarnos igual aunque en otras fechas, puesto que la transformación sufrida seguirá siendo de gran interés. El resto de la información al respecto, como cada año, la tendréis puntualmente a principios de octubre.

NUEVOS EJEMPLOS DE COLABORACIÓN: PROVINCIALES

Si en el ejemplo anterior la colaboración tuvo lugar entre compañeros de comunidades distintas, propiciado por una coyuntura social determinada, en el caso que nos ocupa, la relación se establece entre compañeros de una misma provincia. Ya que no todos los expertos sois especialistas en las mismas zonas o productos.

Por ello, Francisco Javier Hermida, de AFINCORUÑA, en A Coruña, contactó con Emma Cristina Martínez, de S2M Servicios Integrales en Meiras (Ferrol), para hacerle el pase de unos apartamentos en Tabeayo.

Tras varias visitas el producto acabó vendiéndose.

La operación que consistía en vender 2 apartamentos acabó siendo también una operación de fidelización de clientes, puesto que el nuevo comprador encomendó el alquiler de los mismos y la administración a S2M.

Otro ejemplo de colaboración dentro de la misma provincia es el mantenido entre Nieves Atienza de CAL Estudios inmobiliarios, San Sebastián de los Reyes, Madrid, y Milagros Bravo, de Servisol, en Sevilla la Nueva.

Aunque es una colaboración que no ha concluido todavía, es un buen ejemplo de pases entre compañeros que refuerzan la imagen de la empresa de cada uno al demostrar un servicio integral al cliente. La colaboración en este caso se establece cuando Servisol, o mejor dicho Milagros –no olvidemos que lo que nos hace diferentes del resto es la proximidad y familiaridad entre compañeros con nombres y apellidos, y no la mera colaboración entre empresas, totalmente impersonales; requirió de la colaboración de Nieves, para dar respuesta a un cliente que vive en el extranjero y regresa a España por trabajo nuevamente, trasladado esta vez al área de influencia de Nieves.

Por lo que Milagros lejos de darle una negativa a su antiguo cliente, ya que no disponía de producto en esa nueva zona demandada, se garantiza el éxito y la fidelización del mismo gracias a la colaboración.

Estamos seguros que ejemplos como este debe haber muchísimos en la Asociación, y nos sirven para ilustrar y reforzar la idea de que somos una gran red inmobiliaria con cobertura nacional, que es algo que podéis utilizar perfectamente como argumento de presentación de vuestra empresa frente a vuestros clientes.



Aunque sois independientes, operando con marcas comerciales muy distintas, y esto es muy importante, formáis parte de una red de profesionales que os pueden ayudar a comercializar vuestro producto o a captarlo.

Por ello, aplaudimos iniciativas como la que nos ha llegado recientemente, que han llevado a cabo los compañeros de Valladolid, que para afrontar mejor la nueva situación del mercado han hecho piña formalizando un convenio de colaboración en el que todos ellos crearán una red de EXCLUSIVAS COMPARTIDAS, para hacer ver a los clientes que su vivienda se encuentra vendiéndose en varias oficinas pero sin necesidad de ser mareados por varios interlocutores ya que la gestión será hecha por una sola.

Si queréis incluir vuestro caso de colaboración poneros en contacto a través de info@inmoexpertos.com



EMMA CRISTINA
MARTINEZ



NIEVES ATIENZA



F. JAVIER HERMIDA

TABLÓN DE ANUNCIOS

Os presentamos una nueva sección para seguir fomentando la colaboración entre compañeros.

Tal y como os hemos comentado, y a través de la web de la Asociación podéis colaborar regularmente consultando la bolsa de inmuebles para compartir o el directorio de afiliados por provincias

Pero como los métodos tradicionales, aún no pueden ser descartados, y menos en estos momentos, os proponemos que aquellos que tengáis producto para compartir o determinadas líneas de negocio que puedan ser de ayuda e interés para el resto de afiliados, nos mandéis vuestro anuncio a info@inmoexpertos.com.

El espacio es limitado, así pues, el orden de recepción marcará el orden de aparición en la revista, que además tiene unas fechas de cierre muy estrictas. Los anuncios que no aparezcan en un número quedarán acumulados para el siguiente.

El texto no podrá exceder de 70 palabras. Se trata de simular un tablón de anuncios tradicional, con notas breves.



RESOLUCIÓN DEL CONTRATO DE COMPRAVENTA POR RETRASO EN LA ENTREGA DE LA VIVIENDA

SENTENCIA DEL TRIBUNAL SUPREMO DE 6 DE DICIEMBRE DE 2002

JESÚS MANUEL PERNAS Asesor Jurídico de nuestra Asociación

El Tribunal Supremo analiza el caso siguiente: un particular compra a otro una vivienda en construcción según contrato privado de fecha 7 de Abril de 1992. Entrega 11.000.000.-pts, sobre un precio total de 27.000.000.-pts. El vendedor se compromete a tener la vivienda construida y escriturar a los cuatro meses desde la firma del contrato (Agosto de 1992). En fecha 11 de Diciembre de 1992 la vivienda no está terminada, y el comprador remite Acta Notarial al vendedor indicando que resuelve el contrato por el transcurso del plazo, solicitando, a su vez, la devolución de los 11.000.000.-pts entregados y sus intereses. En Enero de 1993 el vendedor contesta a la petición del comprador, se opone a la misma, le dice que la vivienda ya está terminada en esa fecha, y que acuda a escriturar y pague los 16.000.000.-pts restantes.

El comprador interpone demanda y solicita la resolución del contrato y la devolución de los 11.000.000.-pts. entregados. El vendedor se opone y reclama que se desestime la demanda, y además reconviene y pide que se condene al comprador a escriturar y a entregar los 16.000.000.-pts que faltaban. El Juzgado de 1ª Instancia desestima la demanda y la

reconvenición. La Audiencia Provincial revoca la sentencia, desestima la demanda y estima la reconvenición planteada por el vendedor y condena al comprador a escriturar y a que le abone los 16.000.000.-pts reclamados. El comprador interpone recurso de casación ante el Tribunal Supremo

Según la Audiencia sólo se ha producido un retraso en la entrega del inmueble, pero este retraso no supone la frustración del negocio, y por ello no puede justificar la resolución. El Tribunal Supremo señala, en el mismo sentido, que el art. 1124 del C.c. faculta para resolver las obligaciones recíprocas cuando el otro obligado no cumple con su compromiso. Pero para que la resolución prospere no es suficiente un simple retraso en el cumplimiento de las obligaciones: tiene demostrarse la existencia de una voluntad obstativa clara al cumplimiento de lo convenido

En este sentido, al analizar el asunto tratado el Tribunal Supremo llega a la conclusión de que la cláusula que señalaba un plazo para la escrituración era una cláusula esencial del contrato. Y ello porque dicha cláusula también preveía la posibilidad de que si la vivienda no estaba acabada para finales de 1992 el vendedor podía resolver el contrato devolviendo las cantidades entregadas al comprador.

Además, según el Tribunal Supremo, aunque el retraso en la entrega fue de sólo cinco meses este retraso es el doble de lo primeramente pactado (recordemos que el inmueble debería haberse entregado en Agosto y se quiso entregar en Enero).

Tras todo ello el Tribunal Supremo revoca la sentencia de la Audiencia Provincial, y declara resuelto el contrato y condena al vendedor a devolver al comprador los 11.000.000.-pts entregados a cuenta, intereses y costas de la demanda. También desestima la reconvenición y condena al vendedor a que abone al comprador las costas de primera instancia y del recurso de casación.



INTERPRETACION RESTRICTIVA DE LA NORMATIVA QUE REGULA LA DENOMINADA “CUENTA VIVIENDA”

BUFETE FARNÓS-FRANCH (www.bufete-ff.com)

La Dirección General de Tributos, en consulta vinculante de 5 de noviembre de 2007, trata un supuesto en el que un contribuyente abrió una cuenta vivienda en 2006, y en julio de 2007 resultó beneficiaria de una vivienda en régimen de arrendamiento con opción a compra. En particular, la cuestión se centra en indicar la posibilidad de seguir realizando aportaciones a la cuenta vivienda y destinar su saldo, a partir del inicio del período de arrendamiento, a cubrir parte de la renta que se abone en concepto de alquiler.

De no ser posible, la consultante planteó a la Dirección General de Tributos si podía continuar haciendo aportaciones hasta cumplir los cuatro años y llegado este momento dejar la cuenta "congelada" sin poder disponer de su saldo hasta que se ejecute el derecho de opción de compra sobre la vivienda, transcurridos siete años de arrendamiento previo.

La contestación de la Dirección General de Tributos se formuló con arreglo a la normativa vigente en el año 2006, año de apertura de la cuenta vivienda, sin que su contenido se hubiese visto modificado por la aprobación de la nueva Ley del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

La Resolución establece que los requisitos exigidos en la regulación de las cuentas vivienda han de entenderse de forma estricta. En consecuencia, las cantidades depositadas en las cuentas vivienda consolidarán las deducciones practicadas cuando los saldos de las mismas se destinen exclusivamente a la primera adquisición o rehabilitación de la vivienda habitual del contribuyente.

Por otra parte, la inversión en plazo comporta el deber de materializar la totalidad del saldo dentro de los cuatro años siguientes a su apertura, siendo dicho plazo improrrogable. Prosigue la Dirección General de Tributos indicando que la regulación normativa de las cuentas vivienda no admite alternativa alguna en cuanto a su destino o ampliación del plazo, como tampoco posibilita el exonerar del reintegro de las cantidades deducidas cuando se incumple el requisito de materialización.

Establece la Dirección General de Tributos que la consultante no podrá destinar el saldo de la cuenta vivienda a sa-

tisfacer parte del arrendamiento de la vivienda sobre la cual, en un momento futuro, podrá ejercitar el derecho de compra. En este mismo sentido indica que tampoco será posible mantener congelada la cuenta vivienda, una vez transcurridos cuatro años desde su apertura, y destinar su saldo con posterioridad a adquirir la vivienda.

En cualquiera de los casos, advierte la Dirección General de Tributos que para el caso de pérdida del derecho a la deducción se deberá proceder conforme lo dispuesto en el artículo 59 del Reglamento del IRPF, precepto que establece que cuando, en periodos impositivos posteriores al de su aplicación se pierda el derecho a, en todo o en parte, a las deducciones practicadas, el contribuyente estará obligado a sumar a la cuota líquida estatal y a la cuota líquida autonómica o complementaria devengadas en el ejercicio en que se hayan incumplido los requisitos, las cantidades indebidamente deducidas, más los correspondientes intereses de demora.



JAQUE MATE A LA “CRISIS”

EL EXPERTO MIGUEL VILLARROYA PROPONE “UN PLAN DE COMBATE” PARA RESISTIR EL ENVITE DEL SECTOR Y VENCER A LA CRISIS

ELISABET CARVAJAL

La realidad que vive el sector, dominado por la caída de las ventas y la ralentización de la demanda, exige la puesta en marcha de un “plan de combate” por parte de los propietarios de las agencias que haga posible resistir el envite a la espera de un nuevo ciclo de mayor bonanza. El arquitecto técnico, experto en materia inmobiliaria y autor de libros como “El cierre de la venta”, Miguel Villarroya, ha colaborado con nuestra Asociación y nos ofrece unos consejos orientados a superar las turbulencias actuales y llegar a buen puerto a la espera de la recuperación de sector. El “plan de combate” se resume en tres aspectos fundamentales que las agencias inmobiliarias pueden poner de inmediato en marcha: la gestión del plan de tesorería, la reimaginación de los procesos productivos básicos de nuestra agencia y la gestión de nuestra competencia estableciendo nuevas relaciones de colaboración.

Para este experto con una experiencia de más de 25 años como agente inmobiliario y editor de la revista “Ventas Inmobiliarias” en www.inmobiliari.net, el primer paso para hacer frente a la situación del sector es perder el miedo a la palabra crisis y adaptarnos a ella como una realidad que exige reajustes en nuestro negocio. **“Crisis no es sino cambio, transformación o mutación que acaece en una situación y momentos determinados, un intervalo de tiempo turbulento que se desarrolla después de una etapa anterior y que nos va a conducir a otra etapa”** indica Villarroya.

Una predisposición personal de fortaleza, decisión y proactividad es imprescindible para afrontar cualquier cambio, por ello el consejo de Miguel Villarroya es no temer a la situación actual, saber que los ciclos se repiten y que la actual crisis pasará. **“No hay nada en la actual crisis que sea nuevo. Y eso es una buena noticia puesto que las crisis anteriores se superaron y se sabe como se supe-**



raron. La crisis es únicamente una de las fases de los ciclos que se repiten y por lo tanto la percepción de la crisis como un hecho excepcional es errónea”, explica Villarroya.

Para adaptarnos a la nueva situación del mercado inmobiliario Miguel Villarroya nos propone lo que denomina “plan de combate”, centrado en un mayor control de la tesorería de la agencia, es decir, la racionalización de los gastos y los ingresos; la reimaginación de nuestro negocio de acuerdo con las nuevas circunstancias; y establecer una relación de colaboración con nuestros competidores. **“En los periodos de crisis”,** explica Villarroya **“no hay enemi-**



Es el momento de renegociar las obligaciones de pago, alargando los plazos.

gos. Debemos practicar la colaboración y la competencia al mismo tiempo”.

EL CONTROL LA TESORERÍA DE LA AGENCIA.

Durante un período de crisis se da una disminución progresiva de la liquidez lo que obliga, si queremos evitar el cruce fatal que supone tener que hacer frente a unos gastos superiores a los ingresos, a aplicar un adecuado plan de tesorería con los objetivos básicos de **incrementar los ingresos y reducir los gastos**.

¿Cómo mejorar los ingresos en nuestra agencia?

La gestión de los ingresos deberá orientarse a incrementar tanto los ingresos operativos (optimizar las operaciones habituales) y los no operativos (lograr nuevas entradas de capital). Villarroya nos ofrece los siguientes consejos para ello:

El incremento de los ingresos operativos se conseguirán a través de mejorar nuestros resultados optimizando la acción de nuestros vendedores. Con el siguiente análisis obtendremos las claves para optimizar nuestras ventas:

- Conocer las causas concretas del éxito y el fracaso de las operaciones en las que intervenimos.
- Replicar las conductas y factores de éxito que se hayan dado en las operaciones y alejarse de las pautas o conductas que nos han conducido al fracaso de operaciones.

Con la denominación de **ingresos no operativos**, Villarroya recoge aquellos movimientos dirigidos a ganar más a través de nuevas entradas de capital que no tienen que ver con las operaciones habitualmente desarrolladas por la agencia. El experto nos indica tres caminos imprescindibles para ello:

- La búsqueda de nuevas vías temporales de financiación. Por ejemplo conseguir nuevas líneas de crédito sobre algunos de nuestros bienes y conseguir así nueva liquidez.
- La renegociación de antiguas fuentes de financiación, como por ejemplo reunificar nuestras obligaciones en una sola a más largo plazo.
- La venta de algunos bienes nos podrá aportar una liquidez necesaria para seguir a flote.

Otros consejos para incrementar los ingresos serán la mejora de nuestros sistemas de cobro; si es el caso, la recuperación de algunas deudas de manera pacífica o bien acudiendo a procedimientos de reclamación de honorarios; y la diversificación de los servicios que se ofrecen para incrementar los ingresos.

Racionalizar los gastos. Son varias las premisas que nos propone Miguel Villarroya para el recorte de nuestros gastos o salidas de dinero de nuestra empresa. El primero de ellos es precisar si los gastos de representación del propietario o propietarios de la agencia (gastos no operativos) son realmente atribuibles a la agencia. A menudo estos gastos son muy elevados y, en realidad, particulares, por lo que no deberían cargarse a la agencia.

En lo relativo a los gastos habituales, Villarroya es partidario de un control de los gastos por índices que permite de una manera fácil y rápida de saber lo que nos cuesta tener abierta la agencia y la comparación de costes en momentos distintos. También ahora es el momento de renegociar las obligaciones de pago, alargando los plazos

Un último consejo de Villarroya para el análisis de los gastos de nuestra agencia es que **“no existen costes altos o**

bajos “per se”, sino que esa calificación se establece como resultado de la inversión realizada. Este concepto a pesar de obvio muchas veces se olvida y las empresas incurren en el error de realizar reducciones injustificadas”.

ANALIZAR LOS FACTORES DE ÉXITO Y DE FRACASO

El análisis de los factores de éxito y de fracaso de las operaciones llevadas a cabo por la agencia es uno de los elementos que nos van a conducir a lo que Miguel Villarroya define como la “reimaginación de nuestro negocio”. En este sentido Villarroya propone el análisis de las operaciones desarrolladas durante el último año y medio en la agencia.

“Se trata de sacar a flote todos los aspectos significativos de la agencia y hacer un diagnóstico de nuestro negocio”.

Este análisis no sólo nos descubrirá las claves de los éxitos en ventas y los motivos de los fracasos sino también como explica Villarroya **“nos indicará exactamente el perfil de nuestra agencia y en qué negocio estamos realmente”.**

A partir de este diagnóstico deberán ponerse en marcha los mecanismos de corrección pertinentes para aumentar nuestra competencia y conocimiento.

COLABORACIÓN CON LA COMPETENCIA .

Como explica Miguel Villarroya, en momentos de crisis la competencia juega un papel importante y distinto que en periodos de bonanza. Hay que practicar la colaboración y encontrar fórmulas que nos permitan avanzar conjuntamente. Un ejemplo de este tipo de colaboración con nuestra competencia es la puesta en marcha de una de una bolsa de pisos compartida , porque como dice Villarroya **“es mejor vender medio piso que no vender ninguno”.** En este sentido, recordar que los miembros de la APEI disponen de es propia cartera compartida de pisos desde finales del año 2006.

“La relación que se debe establecer ahora con la competencia es de “cooptación”, es decir, de cooperación y de competencia. Ahora la competencia no es un enemigo. Mi competidor está en mi misma situación. De aquí surge la filosofía de la venta compartida o asociada” indica el experto.

La gestión de la competencia en tiempos de crisis también requiere una mirada introspectiva, hacia el interior de nues-

tra agencia y ver que cuando las circunstancias varían también hemos de modificar nuestros procedimientos y formas de actuar.

“Hemos de examinar todos los pasos, desde la captación y la publicitación -de la que hemos de conocer su retorno- hasta el servicio postventa y determinar si son los más adecuados “. Uno de los ejemplos más clarificadores sobre estos cambios es la relación con el cliente.

“Tras un período en que despachábamos pisos, ahora hemos de volver a vender. Hemos de reconquistar al cliente, saber más sobre ventas y dotarnos de instrumentos que aumenten nuestro conocimiento y nuestra competencia” añade.

¿Llegan los indicios de recuperación?

Tras nueve meses de caídas consecutivas, la confianza de los consumidores españoles subió el pasado mes de febrero gracias a las mejoras de la percepción sobre la situación actual y las expectativas de futuro. Según el indicador que elabora el Instituto de Crédito Oficial, agencia financiera del Gobierno, la confianza del consumidor subió 5,9 puntos respecto al pasado mes de enero de este mismo año y se situó en 76,8 puntos, mientras que en febrero de 2007 este mismo indicador (ICC-ICO) disminuía en 12,6 puntos.

De los aspectos que integran este índice destaca la mejora que los consumidores tienen sobre las expectativas futuras. Este parámetro alcanzaba en febrero 5,9 puntos en relación al mes de enero. La percepción actual que tiene el consumidor es otro de los parámetros que mejoró considerablemente de 3,3 puntos, pasando de los 57,7 puntos del mes de enero a los 61 del mes de febrero. Además las expectativas sobre la situación económica familiar volvía a situarse por encima de los 100 puntos, circunstancia que no se producía en los últimos cuatro meses.

El ICO elabora el indicador mensual de confianza a partir de una encuesta realizada por el Instituto Opina a mil consumidores de todo el territorio español. Los encuestados puntúan como mejor o peor la situación actual de su economía familiar, de la economía española y del empleo respecto a la que existía seis meses antes, así como sus expectativas para los próximos meses.

COMUNICACIÓN NO VERBAL PARA GENERAR CONFIANZA EN NUESTROS CLIENTES

LOS GESTOS, SABER ESCUCHAR, LA FORMA DE VESTIR, MIRAR Y SONREÍR PUEDEN AYUDARNOS AL ÉXITO DE UNA OPERACIÓN

ELISABET CARVAJAL



La comunicación no verbal es todo aquello que transmitimos sin palabras, los gestos, la forma de vestir, mirar, sonreír e incluso el ambiente que se respira en la oficina sin que ningún empleado medie una frase. Todo ese universo que se observa, sin palabras, es una pieza fundamental de la relación que se establece entre cliente y agente inmobiliario, y va a contribuir al éxito o conducirnos al fracaso de una operación. Conocer algunas claves del acto comunicativo no verbal nos aportará instrumentos para interpretar mejor los deseos de nuestros clientes. Pero, también puede mejorar la impresión que causamos en nuestra clientela, generando mayor confianza y haciéndonos más fuertes ante la competencia.

En efecto, la comunicación es mucho más que las palabras que utilizamos. A pesar de la importancia que solemos dar a la comunicación verbal (lo que se dice y se escucha); la palabra representa tan sólo el 7% de la capacidad de comunicar a los demás, el tono de voz supone el 38%, y la postura corporal el 55%. Una imagen cuidada favorecerá la confianza profesional que vamos a generar. Un buen o mal ambiente de trabajo se percibe sin palabras y el efecto que

tienen en nuestro potencial cliente va a provocar en él acercamiento o rechazo hacia nosotros. Saber escuchar y tener gestos sinceros de interés por nuestros clientes son instrumentos que se deben aprender a manejar.

LA SINTONÍA CUERPO MENTE.

Para obtener la comunicación eficaz reforzada de una gestualidad sincera que nos acerque a nuestro cliente hemos de conseguir que cuerpo y mente estén en sintonía. En este sentido, vale la pena tener en cuenta que una de las principales causas por las que se pierden clientes es porque sienten que no reciben la suficiente consideración y que sus necesidades no son atendidas e incluso despreciadas. Hay estudios que sitúan hasta en un 68 % las causas de pérdida de clientes por la indiferencia y la mala atención del personal de ventas y otros empleados en contacto con el cliente.

Para evitar estos sentimientos en el cliente y el consecuente rechazo hacia nuestros productos y servicios es necesario que la empresa y cada uno de sus empleados tenga como prioridad la figura del cliente. Incluso la misión de nuestra agencia puede dedicar especial atención a la clientela como el pilar principal de nuestro negocio. Como se

★ El cliente, si encuentra un producto o servicio similar con el mismo precio, va a decidir por la confianza que le haya inspirado el comercial.

define en www.infopyme.com, “el éxito de nuestra empresa depende fundamentalmente de la demanda de los clientes.”

Tener entre los valores de la empresa la consideración adecuada a la figura del cliente va a traducirse también en una comunicación no verbal de acercamiento hacia éste. En este sentido la web www.infopyme.com resume como recogemos aquí la percepción que los empleados de la empresa deben tener del cliente.

UN CLIENTE:

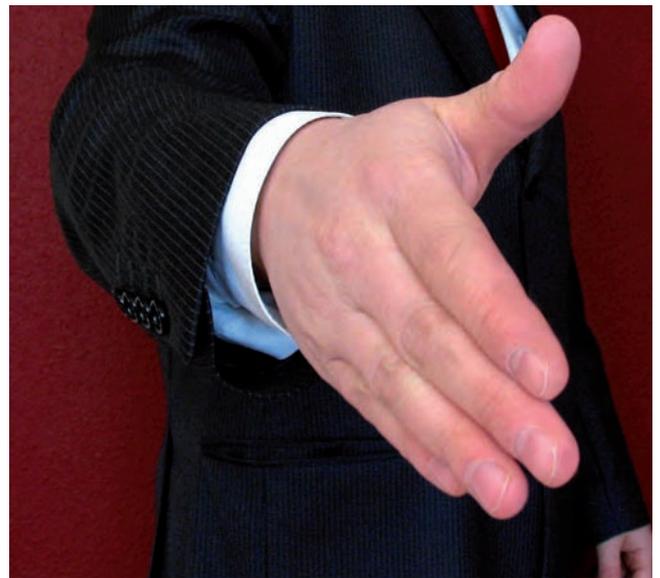
- Espera una atención personalizada y amable
- Es la persona más importante de nuestro negocio
- No depende de nosotros, nosotros dependemos de él
- Nos está comprando un producto o servicio y no haciéndonos un favor
- Es merecedor del trato más cordial y atento que podamos ofrecer
- Es alguien a quien debemos complacer y no confrontar nos y discutir
- Es la fuente de vida de nuestro negocio

Si estos conceptos son interiorizados correctamente por los empleados se avanzará en la sintonía cuerpo mente y la comunicación va a traducirse en satisfacción en el cliente y ventaja competitiva para nuestra empresa.

ACTITUDES POSITIVAS.

Otros consejos que van a contribuir a tener una comunicación más eficaz con el cliente son:

- Prestarle completa atención.
- Tener una escucha activa atendiendo a los hechos y sentimientos que nos relata.
- No comer ni fumar mientras lo atendamos
- Usar expresiones faciales que demuestren interés o inquietud.
- Usar gestos de estímulo como inclinar la cabeza en señal de aprobación.
- Señales no verbales de interés sincero en las necesidades de nuestros clientes.



VESTIRSE ADECUADAMENTE COMUNICA PROFESIONALIDAD Y RIGOR

Como explica la consultora de imagen, Carolle Partington, la imagen es la forma en la que nos presentamos a los demás. La ropa, los accesorios comunican tanto o más que las palabras que decimos. Ese es un aspecto de la comunicación no verbal que muchas veces no valoramos suficientemente en el ejercicio de nuestra vida profesional. Según esta experta, una buena gestión de nuestra imagen nos permitirá:

- Mejorar la primera impresión que ofrecemos a nuestros clientes
- Aumentar la credibilidad profesional,
- Desarrollar más auto confianza,
- Evitar contaminar los mensajes profesionales
- Evitar los riesgos de vestir no apropiadamente

Es importante tener en cuenta que el cliente, si encuentra un producto o servicio similar con el mismo precio, va a decidir por cual opta por la confianza que le haya inspirado el agente inmobiliario o comercial. En este sentido mencionar que en el terreno de las impresiones no es habitual tener segundas oportunidades para ofrecer una buena imagen. El 90 % de la impresión que nos formamos de otra persona la adquirimos durante los primeros segundos de un encuentro.

LÍNEAS ICO 2008 DE APOYO A LA EMPRESA ESPAÑOLA



7.275 MILLONES DE EUROS PARA FINANCIAR NUEVOS PROYECTOS Y MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS.

Estas líneas forman parte del Plan de Fomento Empresarial aprobado por el Gobierno en febrero de 2006, que tiene como objetivos potenciar la iniciativa emprendedora de la sociedad, promover la creación de nuevas empresas, respaldar el crecimiento empresarial, impulsar la internacionalización y mejorar la competitividad de las empresas españolas.

Las Líneas ICO 2008 de Apoyo a la Empresa permiten a los empresarios acceder a préstamos con tipos de interés preferenciales, a largo plazo y sin comisiones, para el desarrollo de sus negocios en cualquiera de sus fases: creación, ampliación, expansión e internacionalización.

LÍNEA ICO-PYME

La dotación presupuestaria inicial de la Línea ICO-PYME 2008 se mantiene en 7.000 millones de euros, si bien podría ampliarse en función de la demanda, igual que ocurrió durante el pasado año.

Esta Línea ofrece préstamos de hasta 1,5 millones de euros, a un tipo de interés variable de Euribor a 6 meses + 0,65% o el equivalente a tipo fijo, sin comisiones y con unos plazos de amortización de 3, 5, 7 y 10 años.

Para facilitar el acceso a los préstamos de la Línea ICO-PYME, el Instituto firma acuerdos de colaboración con la práctica totalidad de las entidades de crédito que operan en España.

En sus 14 años de vigencia, la Línea ICO-PYME ha evolucionado para adaptarse a las exigencias del mercado, para ello el ICO ha concentrado sus esfuerzos en aumentar la dotación de la misma, mejorar las condiciones de financiación y hacerla accesible al mayor número de empresas.

LÍNEA ICO-EMPREENDEDORES

Para fomentar la puesta en marcha de nuevas empresas o de nuevas actividades profesionales el ICO renueva por tercer año consecutivo la Línea ICO-Emprendedores. Se mejoran las condiciones de financiación: desciende a Euribor a 6 meses + 0,50% el tipo de interés para las operaciones formalizadas con aval de una Sociedad de Garantía Recíproca, se amplía hasta 200.000 euros el importe máximo de financiación por beneficiario y se añade un nuevo plazo de amortización a tres años.

A través de esta Línea se pueden financiar hasta el 90% de

las inversiones en activos nuevos productivos, llevadas a cabo por autónomos o microempresas de nueva creación, de menos de 10 empleados. La financiación máxima por beneficiario y año se duplica en 2008, situándose en 200.000 euros.

El tipo de interés es de Euribor a 6 meses + 1%, si los proyectos no tienen aval de una Sociedad de Garantía Recíproca (SGR), o de Euribor a 6 meses + 0,50% para los proyectos que cuenten con el aval de una SGR.

LÍNEA ICO-CRECIMIENTO EMPRESARIAL

La Línea ICO-Crecimiento Empresarial nació en 2006 para cubrir las necesidades de aquellas empresas con proyectos de inversión cuyo importe superaba el máximo financiable a través de la Línea ICO-PYME, 1,5 millones de euros y querían ampliar sus negocios. Como novedad este año se abre la línea a todas las empresas de más de 50 trabajadores, sin limitación por importe de facturación o balance.

La Línea tiene una dotación inicial de 100 millones de euros, ampliables en función de la demanda en España.

LÍNEA ICO- INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA

El ICO mantiene su decidido apoyo a la internacionalización del tejido empresarial, respaldando la presencia de las empresas españolas en el exterior. Para ello vuelve a poner en marcha la Línea ICO para la Internacionalización de la Empresa Española con una dotación de 100 millones de euros, ampliables en función de la demanda.

Esta línea está destinada a todas las empresas, sin limitación de tamaño, para lo que se establecen dos tramos: préstamos para empresas con menos de 250 trabajadores, con un tipo de interés variable de Euribor a 6 meses + 0,40%, y préstamos para el resto de empresas con un tipo de interés variable de Euribor a 6 meses + 0,75%.

INVITAMOS A TODOS NUESTROS ASOCIADOS A UTILIZAR EN SUS PÁGINAS WEB Y EN SU PUBLICIDAD LA IMAGEN DE EXPERTOS INMOBILIARIOS. ELLO NOS BENEFICIA A TODOS.

www.ibiza-ra.com



¿Qué color nos sugiere Ibiza? ¿ Qué ambiente?

Exacto, blanco, relax, todo ello transmite también la página de este experto, fiel a su procedencia.

También observamos la gran importancia que en dicha web se da a la presentación de la empresa, quienes son y qué servicios ofrecen, algo de suma relevancia si nuestros clientes son en muchas ocasiones extranjeros puesto que les transmite más seguridad.

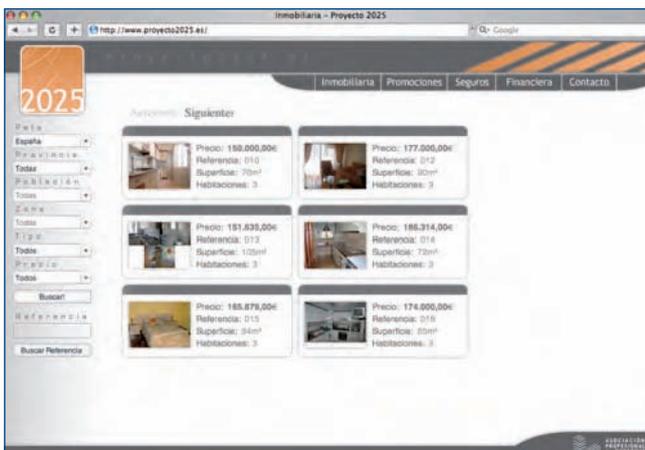
PÁGINA PERTENECIENTE AL EXPERTO:

José Ramón Pérez De Arenaza Landa Nº 1634

Tlf 971 31 54 11 Fax 971 31 24 58

UBICACIÓN: Ibiza (Baleares)

www.proyecto2025.es



Máxima prioridad al buscador de inmuebles es lo que encontramos en esta web, puesto que desde su primera pantalla accedemos a él.

Un buscador muy sencillo de utilizar, muy bien estructurado y con un diseño de nota !!

PÁGINA PERTENECIENTE AL EXPERTO:

Luis Calvo Rollón Nº 2187

Tlf 96 515 56 20 Fax 96 515 96 87

UBICACIÓN:

Alicante

www.inmo-espai.com



Dicha web, perteneciente a unos compañeros afiliados de Barcelona ciudad, con producto en Barcelona, Badalona o Vildecans, ofrece un buscador de inmuebles a parte de en castellano y catalán, en inglés y francés, porqué el cliente extranjero no es exclusivo de la costa, y es muy importante poder captar la demanda venga de donde venga; además de transmitir a esta plenas garantías, algo que bien seguro puede contribuir el uso del logo de la Asociación como es el caso que nos ocupa.

PÁGINA PERTENECIENTE AL EXPERTO:

Juan Carlos Martínez Navarro Nº 2299

Tlf 93 243 30 46 Fax 93 408 76 56

UBICACIÓN:

Barcelona

ECONOMÍA

TIPOS DE REFERENCIA OFICIAL, ENERO 2008

Fuentes: Banco de España, Asociación Hipotecaria Española.

TIPOS DE REFERENCIA OFICIALES:

Tipo medio de los préstamos hipotecarios a más de tres años para adquisición de vivienda libre:

• De bancos	5,596
• De cajas de ahorro	5,625
• Del conjunto de entidades de crédito	5,611
• Tipo activo de referencia cajas de ahorro	6,250
• Tipo de rendimiento interno en el mercado secundario de la deuda pública de plazo entre 2 y 6 años	4,058
• Referencia interbancaria a 1 año (Euribor)	4,498
• Tipo interbancario a 1 año (Mibor)*	4,504

*Este tipo ha dejado de tener la consideración de tipo de referencia oficial del mercado hipotecario para las operaciones formalizadas después de la entrada en vigor de la O.M. de 1 de diciembre de 1999 (B.O.E de 4 de diciembre).

ÍNDICE DE PRECIOS DE CONSUMO IPC FEBRERO 2007 - FEBRERO 2008

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Según las estadísticas oficiales publicadas por el INE referidas a IPC. Base 2001=100. Índice general Nacional. Los datos correspondientes a la serie y los períodos que se relacionan, tomando como base el año indicado igual a cien, efectuados en su caso los enlaces y cambios de base correspondientes, son los siguientes:

Periodos	Incremento relativo %
• Septiembre 2006 a Septiembre 2007 (Base 2006)	2,7
• Octubre 2006 a Octubre 2007 (Base 2006)	3,6
• Noviembre 2006 a Noviembre 2007 (Base 2006)	4,1
• Diciembre 2006 a Diciembre 2007 (Base 2006)	4,2
• Enero 2007 a Enero 2008 (Base 2006)	4,3
• Febrero 2007 a Febrero 2008 (Base 2006)	4,4

En el mes de Enero la tasa de variación mensual del índice general fue del

-0,5%

VOLCADO DE DATOS



DANIEL GARCÍA. Asesor informático

La mayoría de vosotros ya sabéis que se está creando un nuevo portal inmobiliario, el cual intentaremos que esté operativo a finales del mes de abril.

Uno de los requisitos para el éxito de este proyecto es que la carga de inmuebles que realizáis sea rápida y cómoda, ya que en el caso contrario habrá pocos inmuebles y la mayoría de ellos estarán desfasados, así que al no contener información útil para el que acceda al portal, dejará de tener visitas.

En este nuevo portal estarán disponibles diferentes opciones para el traspaso de masivo de inmuebles, pero a raíz de varias llamadas y e-mails que he recibido, creo que es oportuno puntualizar algunos conceptos básicos sobre estos procedimientos.

Para que un programa pueda enviar información a otro, es necesario que los datos estén en un formato que el programa receptor pueda leer correctamente. Un ejemplo muy claro es el fichero en el que los bancos reciben los recibos domiciliados, denominado "norma 19". Otro ejemplo muy común son los programas de contabilidad, como pueden ser Contaplus, ContaWin ... pueden recibir los asientos del libro diario generados por los programas de contabilidad, pero éstos programas deben generar los ficheros de enlace tal y como lo especifican las empresas que han desarrollado estos productos.

He recibido varias consultas del tipo: "Mi programa de gestión exporta los datos en formato X, ¿vale para enviar los datos al portal de la Asociación?. O mi programa tiene la base de datos del tipo X, ¿Es compatible con la web de la Asociación?"

La respuesta a todas estas preguntas y similares es que no, ni con la web de Expertos ni con ninguna otra, a no ser que el programador haya creado una opción en el menú para exportar a un portal específico.

También hay confusión con los ficheros XML o con los "servicios web", ya que la gente al escuchar que son un estándar creen que esto hace que valgan para exportar datos a cualquier programa o portal. Hay que aclarar que el formato es un estándar, como lo puede ser un fichero de texto o una hoja de cálculo Excel, pero la estructura no se puede estandarizar.

DISFRUTE DE SU TIEMPO, CONFIANDO SUS GESTIONES A UN EXPERTO INMOBILIARIO



POR EXPERIENCIA

profesionales rigurosos y de reconocida trayectoria en el sector

POR SEGURIDAD

con asesores jurídicos que les respaldan, con seguro de RC profesional

POR TRANQUILIDAD

avalados por convenios con algunas Uniones de Consumidores y por una Asociación Profesional que se rige por un código deontológico

POR COBERTURA

pertenecen a una gran red de profesionales independientes que comparten cartera de inmuebles

POR TRANSPARENCIA

sólo agrupamos a los profesionales serios del sector

INFÓRMATE EN:
www.inmoexpertos.com

O LLAMANDO AL:
902 30 90 20