



La red inmobiliaria española

Alfa Inmobiliaria analiza el trasfondo del “Abstenerse Agencias”

- La compañía ha analizado cuáles son los servicios por los que el cliente está dispuesto a pagar, y en cuales no observa suficiente valor añadido
- Los vendedores de vivienda valoran escasamente el acompañamiento a la visita a la propiedad
- Los compradores de vivienda no prestan gran atención a que el agente tenga o no oficina a pie de calle

La red **Alfa Inmobiliaria**, con más de 220 oficinas operativas y 20 años de experiencia, **ha realizado un estudio interno dirigido a identificar cuáles son aquellos motivos por los que aún es posible encontrar el aviso de “Abstenerse agencias”**, en muchos anuncios de viviendas a la venta o alquiler.

“En nuestro país, **las agencias inmobiliarias comercializan cerca del 60% de las operaciones que se realizan en el mercado, mientras que esta cifra es cercana al 90% en países como EE.UU.** Por este motivo, decidimos analizar cuáles son aquellos servicios en los que el cliente observa mayor valor añadido, y logran atraerlos a nuestras oficinas, y cuáles son los que logran el efecto contrario” ha afirmado Jesús Duque, vicepresidente de la cadena.

Se trata de un análisis realizado en base a una encuesta a más de 300 clientes, repartidos proporcionalmente por las distintas provincias donde opera la compañía, incluyendo en la misma a personas de ambos sexos, de distintas edades y perfil económico para aportar la máxima validez al estudio.

Alfa Inmobiliaria ha consultado tanto a clientes que buscan comprar como a los que desean vender su propiedad con la ayuda de la agencia. En todos los casos, **les ha pedido que respondan cuales son los servicios por los que pagan sus honorarios gustosamente, y cuales son aquellos que desearían eliminar**, si con ello pudieran reducir el precio final de la operación.

La primera conclusión a la que llega este estudio es la opinión generalizada de los propietarios que nadie mejor que ellos para conocer y poner en valor su vivienda. “Y de ahí, su reticencia a pagar por unos servicios que ven más como una intermediación -generalmente establecida entre el 3 y el 5% del valor de la vivienda-, que como un asesoramiento integral y clave para el éxito de la operación” añade Duque.

En cuanto a los servicios más valorados, según esta encuesta, **el cliente que requiere el asesoramiento de Alfa Inmobiliaria para vender su vivienda otorga gran importancia a la ayuda relacionada con identificar el precio justo de su propiedad.**

En segundo lugar el cliente busca ayuda a la hora de realizar el plan de marketing del producto (qué herramientas utilizarán para dar visibilidad a su vivienda: portales inmobiliarios, visitar virtuales, web de la compañía, RRSS, videos y reportajes fotográficos, cartera de clientes compradores, etc.; al posicionamiento de la compañía en internet, -pues ello le ayuda a llegar a más clientes potenciales de lo que sería capaz por sí solo-; el filtrado de llamadas previo a la visita a la propiedad para constatar si el interesado cumple con los requisitos necesarios (es decir, si son curiosos que desean ver el interior de la vivienda o si realmente tienen la capacidad económica para poder hacer efectiva la compra), y el asesoramiento legal y fiscal que le aporta el agente desde el comienzo del servicio hasta el momento de la escritura ante notario.

Además, estos clientes que solicitan los servicios de Alfa Inmobiliaria para comprar su vivienda **valoran, por encima de todo, la presencia de un experto que medie entre ambas partes, su asistencia a la firma de la escritura notarial y el asesoramiento legal y fiscal que le aporte durante todo el proceso.**

En el lado opuesto, los clientes afirman que no consideran de gran ayuda el que la agencia acompañe al posible interesado a realizar la visita a la vivienda, y valoran escasamente que la agencia cuente con servicios adicionales como la gestión del certificado energético o de una gestoría que le ayude con los trámites administrativos o con la contratación de suministros.

Y, como dato adicional, el estudio afirma que estos encuestados prestan escaso interés a que el agente inmobiliario tenga o no oficina a pie de calle.

En línea con estas conclusiones, Alfa Inmobiliaria está flexibilizando cada vez más sus servicios ofreciendo una atención a la carta, en la que sea el cliente quien pueda elegir alguno de sus servicios. “Nuestra compañía fue pionera en ofrecer un formato de servicio a través del que compañía y vendedor se reparten las tareas necesarias para la venta de una vivienda, reduciendo así los honorarios de la agencia, simplificando la gestión y ahorrando tiempo en la operación.

Con este servicio, el agente inmobiliario hace lo que mejor sabe (publicitar el inmueble en las principales plataformas inmobiliarias y coordinar las visitas de los interesados previamente a que hayan visto toda la información del inmueble incluyendo un tour virtual, con el objetivo de realizar visitas ya filtradas y realmente interesantes para el propietario).

Queda en manos del vendedor mostrar su vivienda. “Este simple cambio reduce en más de un 50% el tiempo de dedicación al cliente, por lo que los gastos de honorarios se reducen enormemente. Se trata, añade Duque de un servicio como el que ofrecen las nuevas *proptech* apoyándose en un completo sistema informático y que en nuestro caso se soporta sobre la experiencia de un profesional.

Finalmente, cuando aparece el comprador interesado y vendedor y comprador han pactado el precio, es cuando Alfa Inmobiliaria aporta toda su experiencia y profesionalidad asesorando en todo momento en los temas legales, fiscales y financieros que tanto preocupan a la hora de hacer una operación de estas características.

Los profesionales de la compañía ofrecen un servicio completo que incluye la redacción de contratos de arras, revisión del contrato que se firmará ante notario, acompañamiento a la notaria y de resolver cualquier otra duda que pueda surgir.

Este servicio ya ha sido empleado por más de 1.000 clientes y la compañía prevé lograr un crecimiento exponencial en los próximos dos años.

Acerca de Alfa Inmobiliaria:

Los orígenes de Alfa Inmobiliaria se sitúan a principios de los 90, cuando un grupo de profesionales del sector inmobiliario se unió para desarrollar sistemas de trabajo conjunto de una red inmobiliaria, y así crearon sistemas de venta, captación, retribución para los comerciales, etc. Fruto de esta experiencia acumulada, se crea en 1.996 Alfa Inmobiliaria, con el objetivo de crear una red inmobiliaria nacional. Un año después Alfa Inmobiliaria contaba con 100 agencias.

Actualmente, Alfa Inmobiliaria opera a través de más de 100 agencias franquiciadas en España, y 108 oficinas más a nivel internacional - México, República Dominicana y Francia, cuenta con más de 20 años en el sector y está estructurada como una corporación de Servicios Inmobiliarios Integrales que ofrece a sus clientes una total garantía en las transacciones.

Para más información: Pura de Rojas

ALLEGRA COMUNICACIÓN

Telf. 91 434 8229 / 619 98 33 10

projas@allegra-comunicacion.es