

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: Gestión comercial inmobiliaria

Familia Profesional:	Comercio y Marketing
Nivel:	3
Código:	COM650_3
Estado:	BOE
Publicación:	RD 1550/2011
Referencia Normativa:	RD 930/2020

Competencia general

Captar y comercializar productos inmobiliarios asistiendo y orientando en la mediación y tramitación legal, fiscal y financiera de la venta, compra o alquiler de inmuebles, en contacto directo con los clientes, o a través de distintos canales de comercialización, coordinando un equipo de comerciales y utilizando, en caso necesario, la lengua inglesa.

Unidades de competencia

- UC0810_3:** Captar y concertar el encargo de intermediación inmobiliaria.
- UC9998_2:** COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL
- UC1001_3:** GESTIONAR LA FUERZA DE VENTAS Y COORDINAR AL EQUIPO DE COMERCIALES
- UC1701_3:** Asistir en la mediación y tramitación legal, fiscal y financiera de operaciones inmobiliarias.
- UC0811_2:** Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

Entorno Profesional

Ámbito Profesional

Desarrolla su actividad profesional, por cuenta propia o ajena, en contacto directo con el cliente o a través de las tecnologías de la información y comunicación, en agencias inmobiliarias y empresas constructoras y promotoras inmobiliarias del ámbito público y privado.

Sectores Productivos

En el sector inmobiliario, en actividades de promoción inmobiliaria y servicios de intermediación de inmuebles. En el sector público, en organismos y agencias públicas de alquiler.

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Los términos de la siguiente relación de ocupaciones y puestos de trabajo se utilizan con carácter genérico y omnicomprendivo de mujeres y hombres.

- Comercial inmobiliario
- Captador inmobiliario
- Técnico de venta inmobiliaria
- Agente comercial inmobiliario

- Asesor comercial inmobiliario

Formación Asociada (600 horas)

Módulos Formativos

- MF0810_3:** Captación y prospección inmobiliaria. (120 horas)
- MF9998_2:** COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (120 horas)
- MF1001_3:** GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES (120 horas)
- MF1701_3:** Asesoramiento inmobiliario (120 horas)
- MF0811_2:** Comercialización inmobiliaria (120 horas)

Correspondencia entre determinadas unidades de competencia suprimidas y sus equivalentes actuales en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales

Unidad de Competencia suprimida del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)	Requisitos adicionales	Unidad de Competencia equivalente en el Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)
UC1002_2	NO	UC9998_2

Correspondencia entre unidades de competencia actuales y sus equivalentes suprimidas del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales

Unidad de Competencia actual del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)	Requisitos adicionales	Unidad de Competencia suprimida del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales (código)
UC9998_2	NO	UC1002_2

UNIDAD DE COMPETENCIA 1

Captar y concertar el encargo de intermediación inmobiliaria.

Nivel: 3
Código: UC0810_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Prospeccionar el mercado inmobiliario, aplicando técnicas de prospección y búsqueda establecidas por la organización, para obtener información de la cartera de inmuebles a comercializar.

CR1.1 La estrategia y posicionamiento de la organización, respecto a la cartera de inmuebles a comercializar o demanda detectada, se interpretan identificando el área o segmento del mercado inmobiliario al que se va a dirigir la prospección de inmuebles: industrial, residencial u otros, usos, precio, potencialidad u otros.

CR1.2 Los inmuebles con las características establecidas por la organización se localizan aplicando técnicas de prospección inmobiliaria proactiva -rutas de captación, búsqueda en fuentes de información, motores de búsqueda online, prensa u otras- o mediante acciones de marketing directo -carteo, buzoneo, listas de distribución online, u otras.

CR1.3 Los datos de los inmuebles prospectados -características, situación, dirección, propietarios, forma de contacto u otros- se obtienen directamente del propietario o indirectamente a través de los conserjes, porteros, vecindario u otros medios.

CR1.4 La información obtenida de los inmuebles prospectados y sus propietarios se organiza de forma efectiva y ordenada, en una lista o archivo, convencional o informático, según los criterios establecidos por la organización registrándose, en su caso, en una aplicación o sistema de gestión comercial inmobiliaria.

RP2: Contactar con los propietarios de los inmuebles prospectados aplicando el protocolo y argumentario establecido, para concertar la visita al inmueble.

CR2.1 Las campañas de captación a los propietarios de los inmuebles prospectados se organizan en función de la lista de inmuebles prospectados y las formas de contacto establecidas -teléfono, correo electrónico, carta de captación u otros.

CR2.2 Los propietarios de los inmuebles prospectados se contactan de forma personalizada favoreciendo un clima de confianza profesional que permita superar las barreras de la comunicación en frío.

CR2.3 La entrevista con el propietario del inmueble se logra utilizando técnicas de persuasión despertando el interés por la celebración de la entrevista, mediante un argumentario específico de captación y superando las objeciones del propietario a la intermediación.

CR2.4 La entrevista personal con el propietario del inmueble se concierta de acuerdo al protocolo establecido proponiendo, o adaptándose a, una fecha y hora determinada en el inmueble, y procurando obtener la información, tanto del inmueble como del propietario, necesaria.

RP3: Realizar la entrevista al propietario, o representante autorizado, aplicando técnicas de captación según las condiciones establecidas por la organización para obtener el encargo de intermediación e información del inmueble prospectado.

CR3.1 La imagen personal se adapta al cliente, conforme a los criterios establecidos por la organización transmitiéndose, tanto a través de la voz como la indumentaria y el aspecto personal, confianza y profesionalidad.

CR3.2 El captador se presenta ante el cliente-propietario de acuerdo a las fórmulas y pautas de educación y cortesía, así como a las directrices establecidas por la organización entregando tarjeta de visita, datos personales y/o folletos promocionales, reforzando el clima de confianza.

CR3.3 Las demandas y necesidades del cliente-propietario se detectan por medio de preguntas y repreguntas realizadas de forma cortés y empática con observación de aspectos de comunicación no verbal, identificando al menos:

- La capacidad de venta o alquiler (titularidad, situación, estado y habitabilidad, afecciones urbanísticas, entre otros).

- El plazo y urgencia en la venta o alquiler entre otros.

CR3.4 Las características intrínsecas y el estado de conservación del inmueble y sus elementos se observan detectando aquellos que condicionan el valor o renta del inmueble y la percepción del público destinatario del mismo -instalaciones, carpintería, revestimientos, mobiliario u otros.

CR3.5 Las medidas, dimensión y distribución del inmueble y sus elementos se obtienen de la observación y utilizando, en su caso, herramientas sencillas de medición -cinta métrica, flexómetro, medidor de distancia láser, u otras.

CR3.6 Las imágenes del inmueble se toman realizando, con autorización del propietario, las fotos que pongan en valor los aspectos más significativos del inmueble y sus elementos utilizando cámaras digitales teniendo en cuenta las condiciones de iluminación y profundidad de campo deseada.

RP4: Estimar el valor aproximado y objetivo de los inmuebles, considerando la evolución del mercado inmobiliario en la zona, las condiciones y características de los mismos y los criterios establecidos por la organización para fijar, según el caso, el precio de venta o renta de alquiler de acuerdo con el cliente-propietario.

CR4.1 Los valores y características de los inmuebles que se comercializan en la zona de influencia se obtienen de las bases de datos de la organización, preguntando y buscando la información de fuentes fiables y oficiales diferenciando al menos precio o renta de venta o alquiler, superficie útil y construida, año de construcción, estado de conservación, calidades y acabados, instalaciones y servicios conexos -trastero, garaje, jardines u otros- usos posibles, calificación y tipo de vivienda- libre, protección oficial (VPO) u otros.

CR4.2 Las características intrínsecas y estado de conservación del inmueble objeto de análisis se comparan con las de los inmuebles de la zona de influencia identificando las diferencias y similitudes entre ellas.

CR4.3 Las cargas, gravámenes o afecciones del inmueble se detectan en los documentos aportados por el propietario y nota simple del Registro de la Propiedad valorando como pueden afectar al valor estimado de comercialización del inmueble, tanto para venta como alquiler.

CR4.4 Los distintos tipos de valor del inmueble se identifican según técnicas y normas de valoración mercantil y financiera reconocidas y respetando la normativa vigente y regímenes respecto a vivienda libre y protegida.

CR4.5 El valor del inmueble, precio o renta de alquiler, se estima utilizando métodos de valoración fiables y considerando todas las variables que afectan al mismo.

CR4.6 El precio tasado o renta máxima en regímenes de viviendas de protección oficial (VPO) se identifica en la normativa y fuentes de información oficiales.

CR4.7 Los métodos para la actualización de la renta del inmueble se aplican realizando los cálculos necesarios y utilizando los datos del IPC (Índice de Precios al Consumo) oficiales y aplicaciones online de ayuda.

CR4.8 El informe de valoración del inmueble se redacta con corrección léxica y técnica, de forma clara siguiendo los epígrafes y estructura establecida por la organización para su transmisión a los superiores, con los datos obtenidos de la evaluación del mercado inmobiliario de la zona de influencia y advirtiendo al menos de las posibles variaciones en el mismo.

RP5: Obtener el encargo de mediación aplicando técnicas de negociación, en el límite de su responsabilidad y de acuerdo a los criterios de la organización, respetando la normativa y código deontológico del sector.

CR5.1 Las preguntas y objeciones del cliente-propietario a las alternativas de contratación del encargo de mediación se responden favoreciendo un clima de mutua confianza y aplicando técnicas de refutación de objeciones de acuerdo a los criterios de la organización.

CR5.2 Las ventajas y alternativas de mediación, el precio o comisiones del servicio y otras condiciones de la intermediación -exclusividad, plazo, reservas, publicitación o cualquier otro aspecto- se presentan de forma positiva, clara y transparente utilizando el argumentario de captación y de acuerdo al código deontológico y normativa de protección al consumidor en materia de intermediación inmobiliaria.

CR5.3 El precio o renta de salida del inmueble se concreta con el cliente-propietario ofreciendo información objetiva y teniendo en cuenta sus expectativas y características, aclarando las dudas y necesidades que exponga respecto a posibles modificaciones y otras condiciones generales del acuerdo y/o contrato de intermediación.

CR5.4 La adecuación del encargo de mediación se valora según el posicionamiento de la organización, las características del inmueble, demanda y expectativas del cliente-propietario o autorizado, descartando aquellos encargos que no cumplan con los requisitos de captación establecidos.

CR5.5 El formulario del encargo de mediación o autorización de publicitación se cumplimenta con el cliente-propietario, verificando los datos de ambas partes, cliente-propietario y comercial/agencia, las características y precio del inmueble afectado, el plazo de vigencia del encargo de intermediación y publicitación, su carácter exclusivo, renovación automática y el precio o comisión del servicio de intermediación, entre otros.

CR5.6 El tipo de acuerdo y contrato de encargo de intermediación y/o la autorización de publicitación, se formaliza con la firma, por ambas partes, y, en caso negativo, se ofrece al propietario o autorizado la posibilidad de contactos posteriores de acuerdo al procedimiento de la organización, respetando la normativa vigente y código deontológico del sector.

CR5.7 La normativa vigente en materia de mediación, confidencialidad y protección al consumidor se garantiza ofreciendo información cierta y veraz del inmueble y las recomendaciones oficiales en materia de consumo en el caso de vivienda nueva o compra sobre plano.

CR5.8 La ficha del inmueble captado se elabora con la información obtenida del inmueble, propietario y acuerdo alcanzado, siguiendo los criterios establecidos por la organización.

RP6: Asegurar la calidad del encargo de intermediación ajustando, en su caso, las condiciones del mismo para incrementar la probabilidad de éxito de la operación o la recaptación del inmueble.

CR6.1 La información del desarrollo del encargo de intermediación se obtiene con regularidad del sistema de gestión comercial de inmuebles de la organización.

CR6.2 La información de las actividades desarrolladas para el éxito de la operación: acciones de promoción, difusión y consultas y visitas realizadas con clientes interesados, se suministra periódicamente al cliente-propietario priorizándola en función de su éxito y solvencia o fiabilidad de los contactos, clientes o demandantes.

CR6.3 Los resultados de los contactos o visitas realizadas al inmueble se comunican al cliente-propietario del mismo, de forma oral y escrita en un informe, con la periodicidad acordada.

CR6.4 La conveniencia de modificar las condiciones del encargo de intermediación se transmite al cliente-propietario con información objetiva y proponiendo, en su caso, soluciones para incrementar el éxito de la operación y adecuar las condiciones del encargo a:

- las circunstancias del mercado,
- las particularidades y condiciones de los clientes-demandantes interesados,
- urgencia o necesidades del cliente-propietario, entre otras.

CR6.5 Las variaciones en las condiciones del encargo de intermediación se formalizan con el cliente transmitiendo las variaciones a los superiores y renovando, en su caso, el documento y contrato de encargo o autorización de publicitación.

RP7: Registrar la información necesaria para la gestión comercial del inmueble, utilizando las herramientas y aplicaciones informáticas de gestión comercial disponibles, a fin de garantizar la validez, eficacia, disponibilidad y actualización de la cartera de inmuebles respetando la normativa de protección de datos vigente y código deontológico del sector.

CR7.1 La información obtenida durante la prospección, entrevista de captación y encargo de intermediación, se organiza siguiendo los criterios establecidos y utilizando, en su caso, técnicas de archivo, convencional o informáticos según corresponda.

CR7.2 Las características del inmueble, recogidas en la ficha de visita del inmueble, se introducen en el sistema de gestión de inmuebles siguiendo el procedimiento establecido y utilizando, en caso necesario, la aplicación o base de datos informática habitual.

CR7.3 Las características del encargo de intermediación, recogidas en la nota de encargo firmada por el cliente prioritario, se introducen en el sistema de gestión de inmuebles de la organización, siguiendo el procedimiento establecido.

CR7.4 La información de los inmuebles se procesa y valida de acuerdo a los criterios establecidos por la organización, garantizando la actualización y validez de los datos e información de la cartera de inmuebles a comercializar por la organización.

CR7.5 La actualización y cambios en la información de los inmuebles y operaciones o encargos se registran y comunican con prontitud y rapidez al equipo de comerciales y, en su caso, red de oficinas o bolsa de inmuebles de convenios de colaboración con otros agentes inmobiliarios.

CR7.6 Los criterios de confidencialidad y privacidad de los datos del sistema de gestión comercial se respetan aplicando la normativa vigente y código deontológico del sector.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, teléfonos móviles, fax, agenda electrónica, calculadora. Cámara digital. Periódicos y revistas especializadas. Archivadores y carpetas porta-documentos. Tarjetas de visita, material publicitario de la organización. Base de datos y sistema de gestión comercial de inmuebles de la organización.

Productos y resultados

Prospección de inmuebles. Listado de inmuebles prospectados. Cartera de inmuebles comercializables. Campañas de captación. Contacto y captación de propietarios inmuebles. Ficha de captación. Fotos y video del inmueble captado. Encargo de intermediación o autorización de publicitación. Estimación del valor de mercado del inmueble o renta de alquiler. Informe de valoración del inmueble. Registro y actualización de la cartera de inmuebles. Acciones de comunicación con el cliente-propietario. Renovación del encargo. Recaptación del inmueble. Informe de las actividades y visitas de los inmuebles.

Información utilizada o generada

Argumentario de captación. Revistas y prensa del sector. Características o información intrínseca de los inmuebles. Criterios de captación y rechazo de la empresa. Fichas de inmuebles captados. Modelos de contratos de encargo o intermediación inmobiliaria. Listado de precios y comisiones por el servicio de intermediación. Información actualizada o cambios que puedan afectar a las operaciones o encargos. Bases de datos de inmuebles propias o externas. Resultados de los contactos o visitas. Código deontológico y política de confidencialidad de la organización. Normativa vigente en materia de protección al consumidor y protección de datos.

UNIDAD DE COMPETENCIA 2

COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel: 2
Código: UC9998_2
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Interpretar el sentido general de la información oral en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de forma precisa, emitida por cualquier persona o medio de emisión/comunicación, para identificar la aplicabilidad de los datos y garantizar el servicio.

CR1.1 Los medios de producción asociados a las actividades profesionales se detectan para garantizar su identificación en una situación de trabajo, garantizando su comprensión global en función del contexto en el que se utilicen.

CR1.2 La información oral emitida por distintos medios (comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados) se interpreta de forma precisa para favorecer el desarrollo de la actividad, empleando estrategias que permitan inferir los datos recibidos de manera incompleta discriminando los posibles patrones sonoros, acentuales, rítmicos y de entonación de uso común o específicos del medio.

CR1.3 Las instrucciones de trabajo, advertencias y consejos de operaciones definidas se interpretan, intercambiando información sobre el tema a tratar, a fin de aplicarlas en el desempeño de su competencia, identificando el contexto de la intervención.

CR1.4 Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales manifestadas oralmente por diferentes interlocutores se interpretan, practicando una escucha atenta para extraer las claves principales y presentando, a la vez que transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

RP2: Interpretar la información y documentación escrita en lengua inglesa con un nivel de usuario básico que contengan estructuras y un léxico de uso común, tanto de carácter general como más específico, para realizar la actividad profesional.

CR2.1 La información escrita en un registro técnico, relativa a documentación referida a la actividad profesional se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

CR2.2 La documentación técnica escrita se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, adecuándola a los condicionantes que la pueden afectar (canal de la comunicación: fax, e-mail o carta, costumbres en el uso de la lengua, grafía deficiente, impresión de baja calidad, entre otros).

CR2.3 La información implícita en informes y/o documentos se extrae, procediendo a su resumen y/o interpretación, para facilitar el análisis de la situación aplicando criterios de contextualización y coherencia relacionados con el sector.

CR2.4 Las interfaces de los soportes informáticos que se visualicen se interpretan en función de la actividad profesional para garantizar el registro y la transmisión de los datos.

CR2.5 Las necesidades, reclamaciones, incidencias y malentendidos sobre las actividades profesionales que interactúan con otros interlocutores se interpretan practicando una escucha atenta para extraer las claves principales, presentando y transmitiendo distintas soluciones a la persona responsable.

CR2.6 Los avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro situados en el área de trabajo vinculados a su actividad profesional se interpretan para garantizar la seguridad del trabajador como un acto de preservación de su integridad física.

CR2.7 Los textos escritos traducidos con herramientas de traducción, manuales o informáticas se revisan para su mejor interpretación, aplicando criterios de contextualización a su actividad.

CR2.8 El significado de términos desconocidos escritos, en caso de no poder deducirse del contexto o el apoyo visual, se traduce para asimilar la explicación del término utilizando herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos).

RP3: Transmitir oralmente, interactuando en lengua inglesa con un nivel de usuario básico con otros interlocutores para realizar las actividades profesionales sobre información relacionada con aspectos técnicos específicos de su competencia, identificando la aplicabilidad de los datos y garantizando servicio.

CR3.1 Los datos para el desarrollo de la actividad profesional se obtienen de las conversaciones y entrevistas mantenidas con otros interlocutores para facilitar su ejecución, a partir de la identificación y valoración de los mismos.

CR3.2 Los datos que se consideren necesarios para el desempeño de la actividad profesional a partir de comunicaciones se extraen utilizando recursos de apoyo a la traducción expresándolos en lengua estándar, con claridad, razonable fluidez y corrección, para la obtención del nivel de información previsto requiriendo, en su caso, las aclaraciones pertinentes para su completa comprensión, aplicando las normas de cortesía, protocolo asociadas al marco cultural u otras adecuadas a contextos de comunicación formal e informal.

CR3.3 La información contextual y no oral que se produce en conversaciones en grupo, visitas, negociaciones, reuniones de trabajo se interpreta procediendo al contraste con el contexto, antecedentes o testimonios para fidelizar los datos a obtener, teniendo en cuenta el tono, humor, significado de expresiones idiomáticas, chistes y comportamientos de los interlocutores.

CR3.4 Las comunicaciones se realizan para conseguir un intercambio de información estandarizado referido a su actividad profesional, garantizando su fiabilidad a través de consultas a la normativa aplicable o a normas internas del propio trabajo o empresa.

CR3.5 Los elementos lingüísticos léxicos y funcionales en un intercambio oral de información se aplican, si procede, para facilitar la interpretación y comunicación, teniendo en cuenta las características del sector.

RP4: Expresar oralmente en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la información relacionada con aspectos técnicos de la actividad profesional, adaptándose al canal de comunicación, presencial o a distancia que garantice la transmisión de la misma.

CR4.1 Las consideraciones técnicas de operaciones emitidas de forma oral relativas al uso de productos o ejecución de trabajos se comunican para garantizar la ejecución de las actividades en cualquier contexto (presencial, radiofónico o virtual), considerando las características del medio.

CR4.2 La información expresada de forma oral se emite para facilitar la comunicación de actividades profesionales utilizando vocabulario y construcciones gramaticales que permitan hacerse entender en la transmisión de la misma.

CR4.3 La caracterización sobre los medios de producción presentadas por los interlocutores que interactúan en el desempeño de las actividades profesionales se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

RP5: Cumplimentar en lengua inglesa con un nivel de usuario básico la documentación, textos rutinarios, sencillos y coherentes, redactando, si procede, teniendo en cuenta la terminología al uso, relativa a expresiones, estructura y formas de presentación para dar respuesta a la actividad profesional.

CR5.1 La documentación se redacta a partir de varias fuentes seleccionadas con coherencia discursiva a fin de conseguir un desempeño efectivo de la actividad profesional, en base al conocimiento de la terminología del sector y de la normativa aplicable en el desempeño de su competencia.

CR5.2 Las expresiones usuales requeridas en los diferentes tipos de documentación (escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, entre otros) se aplican en cualquier comunicación o documentación exigida, para diligenciar los escritos según costumbre y expresiones propias del sector.

CR5.3 Las consideraciones (características del producto, precio, condiciones de pago, transporte, entre otros) presentadas/recibidas, escritas/verbalizadas vinculadas a los interlocutores relacionados con la actividad profesional se interpretan para su posible resolución presentando distintas soluciones al superior responsable.

Contexto profesional

Medios de producción

Herramientas de traducción, manuales o informáticas (diccionarios y/o diccionarios técnicos)

Productos y resultados

Interpretación del sentido general de la información oral, de la información y documentación, transmisión oral, expresión oral, cumplimentación de documentación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, respectivamente.

Información utilizada o generada

Información procedente de medios de comunicación, materiales audiovisuales técnicos, videos, CD, DVD u otros, retransmitidos o grabados. Instrucciones de trabajo/advertencias/avisos/consejos/especificaciones técnicas. Necesidades/reclamaciones/incidencias/malentendidos. Normativa aplicable, recomendaciones internacionales y normas internas de trabajo. Informes, manuales, planos, cartas, faxes, revistas, libros, páginas de Internet, software, foros, glosarios en línea, correos electrónicos. Interfaces de los soportes informáticos. Avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro. Escritos, faxes, formularios, mensajes electrónicos, jerga y expresiones propias del sector.

UNIDAD DE COMPETENCIA 3

GESTIONAR LA FUERZA DE VENTAS Y COORDINAR AL EQUIPO DE COMERCIALES

Nivel: 3
Código: UC1001_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Organizar los recursos humanos y técnicos necesarios para favorecer el desarrollo óptimo del plan de ventas.

CR1.1 El tamaño de la fuerza de ventas se define en función de las zonas geográficas de implantación, número de clientes/puntos de venta, productos/servicios comercializables y actividades y presupuesto disponible, de forma que se optimicen los recursos disponibles para la implantación del plan de ventas.

CR1.2 El perfil del puesto de trabajo de los miembros del equipo comercial se define en función del tipo de clientes y objetivos del plan de ventas.

CR1.3 El número de vendedores/comerciales se distribuye en función de los criterios establecidos y jornada laboral, asignando horarios, número de visitas, cuotas de venta a cubrir y/o contactos necesarios según el caso, venta en establecimiento o puerta a puerta, y asegurando el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas.

CR1.4 Las actividades/tareas que cada miembro del equipo comercial debe realizar en su puesto se determinan asignando tiempos, rutas y métodos que permitan alcanzar los objetivos.

CR1.5 El plan de ventas/acción se transmite a los vendedores/comerciales utilizando los procedimientos adecuados: técnicas de presentación, comunicación y reuniones de equipo, y a través de reuniones personales con cada comercial, explicando los objetivos generales y los específicos para cada miembro.

CR1.6 Los objetivos colectivos y/o individuales de los miembros del equipo comercial se comunican fomentando la idea de responsabilidad compartida e impulsando la transparencia de la gestión y la información.

CR1.7 Las operaciones comerciales de carácter estratégico y los clientes con importantes efectos de facturación o de relaciones para la empresa se asignan a los comerciales/vendedores más experimentados o con mejores cualidades de venta, de acuerdo a los criterios de la empresa, garantizando el cumplimiento de los objetivos de venta.

CR1.8 Las relaciones comerciales con los clientes se garantizan organizando el equipo de comerciales a su cargo, los medios y soportes de contacto posible favoreciendo la ejecución de los objetivos del plan comercial.

RP2: Liderar el equipo de comerciales facilitando su implicación y motivación para favorecer el cumplimiento de los objetivos del plan de ventas, valores e identidad corporativa.

CR2.1 Los valores y objetivos por los que la organización quiere regirse, se identifican y comunican al equipo de comerciales a su cargo, adecuando las estrategias, tácticas y comportamientos de forma coherente a los mismos.

CR2.2 Los estilos de mando y liderazgo aplicables en la coordinación y dirección de equipos comerciales se identifican y seleccionan adecuadamente, favoreciendo la obtención del máximo rendimiento de los miembros del equipo, su mejor desarrollo profesional y personal y la generación de la eficacia necesaria para la rentabilidad del proceso y gestión comercial.

CR2.3 El estilo de liderazgo y dirección de equipos comerciales se ejerce teniendo en cuenta el plan de ventas, las características del equipo de comerciales y los valores e identidad corporativa de la organización.

CR2.4 Los factores que influyen en la motivación del equipo se identifican mediante el análisis de las sugerencias y aportaciones de sus miembros, la realización de entrevistas personales y tormentas de ideas cuando sea necesario, aplicando procesos de intercomunicación eficaces.

CR2.5 Los planes de carrera, de mejora, de ascensos a puestos de responsabilidad y de reconocimiento de la valía de los miembros del equipo se establecen fomentando el crecimiento y la promoción dentro de la empresa.

CR2.6 Los incentivos para el equipo de comerciales a su cargo, se definen de manera objetiva en función de parámetros de rendimiento prefijados, conocidos y evaluables.

CR2.7 Las técnicas de motivación se aplican a los miembros del equipo reconociéndoles sus éxitos en el trabajo e incentivos establecidos por la organización.

RP3: Establecer sistemas de seguimiento y control de los objetivos marcados en el plan de actuación comercial para adoptar posibles medidas correctoras, aplicando criterios adecuados con la información que se quiere obtener.

CR3.1 Las variables que permiten controlar los resultados y la actividad desarrollada por el equipo comercial se definen atendiendo tanto a aspectos cuantitativos, rendimiento y resultados, como cualitativos, comportamientos y actitudes entre otros.

CR3.2 Las variables de control de los resultados y actividades desarrolladas por el equipo comercial se comunican al equipo de comerciales a su cargo, aclarando dónde deben concentrar sus esfuerzos en el logro de los mismos, y los métodos de seguimiento.

CR3.3 El sistema de control que permite comparar la información recogida con los estándares o variables de control prefijados, se determina en función de su adecuación para el cálculo y análisis de las posibles desviaciones.

CR3.4 El proceso de control del desarrollo del plan de actuación comercial se organiza definiendo métodos y documentos/partes de trabajo que detecten rápidamente cualquier anomalía.

CR3.5 El método de seguimiento y control de la actividad comercial, así como los documentos o informes de actividad, se transmiten al equipo comercial de forma asertiva y empática, asegurándose de su comprensión y aclarando todas las dudas y problemas que se pudieran derivar de los mismos.

CR3.6 Los formularios o impresos utilizados para la realización del informe de visita/contacto se elaboran recogiendo todos los datos posibles (cuantitativos y cualitativos) que se originan en el desarrollo de las visitas/ventas/contactos: datos del cliente, fecha de la visita y de la anterior, objetivo, productos de que se habló, resultados conseguidos (ventas/pedidos y acción necesaria) y tiempo que duró la visita, entre otros.

CR3.7 El informe de la visita/contacto con el cliente se elabora de manera que resulte sencillo y fácil de completar y de manera que cumpla el objetivo de medir la actividad de ventas.

CR3.8 La información para controlar la actividad de ventas: resultados de venta, visitas conjuntas, incidencias, reclamaciones, quejas entre otros, se recoge en tiempo y forma, utilizando en su caso los documentos e informes de venta, verbales o por escrito, de las visitas/contactos de los comerciales con los clientes .

RP4: Supervisar el cumplimiento de objetivos y cuotas de venta del equipo comercial realizando el seguimiento para adoptar las posibles medidas correctoras y conseguir el máximo nivel de eficacia en la gestión comercial.

CR4.1 La información: diaria, semanal, mensual, ejercicio anual, sobre la situación y rentabilidad de las ventas, penetración en el segmento y vinculación/fidelización de los clientes, entre otros, se obtiene periódicamente a través del cálculo de ratios específicos: objetivos/realización, número de pedidos/visitas, ventas por producto/zona/cliente y gastos/ventas entre otros.

CR4.2 El análisis de las ventas y su tendencia se realiza utilizando: curvas de valores mensuales, de valores acumulados y Total Anual Móvil (TAM) entre otros, obteniendo conclusiones sobre la evolución del plan de ventas.

CR4.3 Los principales índices estadísticos de control de la venta: índice de rotación, cobertura, tamaño medio del pedido, ventas medias por cliente, rentabilidad por metro cuadrado, por pedido, por cliente, umbral de rentabilidad, eficiencia comercial, gasto / venta, se calculan de forma periódica sobre datos concretos, cuantificables, mensurables e interpretables, y utilizando en su caso aplicaciones informáticas.

CR4.4 Las herramientas de previsión de ventas: tendencia-ciclo (medias móviles, regresión, entre otras), estacionalidad, ruido (calendario, promociones, escalón y otros) se seleccionan atendiendo al grado de explicación para la evolución de los objetivos de venta.

CR4.5 El informe que recoge los datos internos y externos que permiten comprobar la actividad comercial del equipo comercial, valorar la actividad, vigilar el comportamiento del mercado y de la competencia se elabora utilizando las aplicaciones informáticas necesarias, de forma clara y organizada.

CR4.6 Los datos obtenidos de cada miembro del equipo comercial se comparan con los datos promedios de la empresa o con la media del equipo, entre otros, detectando las desviaciones y reconduciéndolas hacia la consecución de los objetivos previstos.

RP5: Aplicar medidas correctoras a las desviaciones detectadas en el plan de ventas para optimizar la actividad comercial, de acuerdo con los objetivos establecidos.

CR5.1 El balance cuantitativo y cualitativo de la actividad de ventas, se realiza comparando las realizaciones y previsiones y proponiendo acciones correctoras cuando las desviaciones no están dentro del margen aceptable.

CR5.2 Las desviaciones sobre el cumplimiento de los objetivos en cada momento del proceso, y sobre la previsión del comportamiento de los mismos, se detectan en el origen aplicando los procedimientos establecidos: fijación de porcentajes de referencia, desviación típica, comparación de ratios e indicadores con índices de referencia entre otros.

CR5.3 El procedimiento para aplicar las medidas que corrijan las desviaciones detectadas se establece teniendo en cuenta los parámetros comerciales identificados: cliente, competencia, producto y entorno entre otros, y de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización.

CR5.4 Las desviaciones detectadas se corrigen revisando el plan comercial y reajustando los indicadores, o bien pidiendo un mayor esfuerzo a los miembros del equipo comercial si en la revisión se reconfirma que los objetivos son alcanzables en las condiciones actuales.

CR5.5 Las medidas correctoras se comunican a los departamentos y personal implicado de forma que se vayan adaptando a las modificaciones incorporadas.

CR5.6 Los resultados obtenidos de las medidas correctoras que se están aplicando en la consecución de los objetivos de venta se recogen, en tiempo y forma, transmitiéndose a la dirección utilizando las aplicaciones informáticas necesarias.

CR5.7 El informe que recoge los resultados de la evaluación de la actividad comercial se transmite a la dirección proponiendo correcciones relativas a la organización del trabajo y gestión de equipos comerciales además de la promoción de los miembros del equipo dentro de la empresa cuando proceda.

RP6: Procesar y organizar la información necesaria para el diseño y desarrollo de planes de formación y perfeccionamiento del equipo comercial a su cargo, de acuerdo con las necesidades detectadas y las especificaciones recibidas para mejorar su capacitación, eficacia y eficiencia.

CR6.1 Las necesidades de formación, tanto individuales como del equipo de comerciales en su conjunto, se detectan recogiendo y analizando sus sugerencias y aportaciones a través de entrevistas personales y en grupo, y el seguimiento realizado de su desempeño.

CR6.2 Los objetivos del plan de formación del equipo de comerciales a su cargo se determinan en función de los objetivos previstos y las necesidades de formación detectadas.

CR6.3 Los recursos y elementos materiales necesarios para la formación del equipo de comerciales se identifican en función de los miembros del equipo y los objetivos de formación previstos.

CR6.4 El plan de formación inicial de los miembros del equipo se diseña de acuerdo con las funciones y operaciones comerciales a realizar en el puesto concreto y las particularidades y requerimientos del trabajo a realizar.

CR6.5 El plan de formación para cada miembro del equipo se establece, en función de sus capacidades, desempeño, y recoge, al menos, los siguientes datos: definición de problemas, enumeración de las causas, propuestas de mejora y cuantificación de la mejora esperada.

CR6.6 El plan de formación continua para el perfeccionamiento del equipo de comerciales se establece completando la formación inicial de los miembros y la formación en nuevos productos, servicios, cambios en la organización y/o implantación de nuevos sistemas o tecnologías según el caso.

CR6.7 La formación teórica y práctica, tanto simulada como de campo, se organiza aplicando técnicas de organización de trabajo y programación de tareas.

CR6.8 El método de enseñanza-aprendizaje se determina adecuándolo a las características del equipo, las necesidades detectadas y los objetivos establecidos.

CR6.9 El plan de formación del equipo de comerciales se evalúa analizando la asimilación de aquellas capacidades y conocimientos prácticos que determinan el progreso y la profesionalización del equipo de trabajo.

RP7: Gestionar las situaciones de tensión y conflicto que se originen en el equipo de comerciales a su cargo, mediante la conciliación, negociación y participación de los miembros, para mejorar las relaciones y motivación del entorno de trabajo

CR7.1 El conflicto real y sus elementos se determinan con precisión atendiendo a las diferentes posiciones de partida y los puntos de desacuerdo de las partes.

CR7.2 El método a utilizar en la gestión del conflicto se identifica considerando las posibles técnicas de resolución: negociación y procedimientos de toma de decisiones en grupo - consenso, mayoría y otros- o por delegación a representantes.

CR7.3 Los factores que influyen en la toma de decisiones para resolver el conflicto se identifican analizando la dificultad del tema y las actitudes de las personas que intervienen.

CR7.4 Las alternativas en la toma de decisiones se generan evaluando la posibilidad de consecuencias adversas, su probabilidad, gravedad y los riesgos asociados.

CR7.5 La elección final en la toma de decisiones se alcanza buscando el mayor grado de aceptación posible entre los miembros del equipo y los objetivos de la organización.

CR7.6 Las estrategias de negociación se identifican y seleccionan, analizando la posible eficacia de cada uno de ellos en la resolución del conflicto.

CR7.7 Los objetivos a negociar, ante la situación de conflicto, se fijan de forma realista, determinando hasta dónde se puede ceder y qué alternativas compensatorias pueden pedirse a cambio, así como el margen mínimo al cual no se debe renunciar.

CR7.8 La postura adoptada ante el conflicto se toma de forma flexible, segura y siempre con predisposición positiva a los acuerdos, respetuosa con el otro y en línea con los propósitos generales de la organización.

CR7.9 La negociación se concluye sobre acuerdos positivos que satisfagan las necesidades de ambas partes, bajo un entorno de cordialidad y dejando la puerta abierta para posteriores negociaciones.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, teléfonos móviles, agendas electrónicas. Calculadora. Programas (entornos de usuario): hojas de cálculo, bases de datos, procesadores de textos, aplicación de gestión de tareas y correo electrónico. Navegadores de Internet, Intranet.

Productos y resultados

Perfiles de comerciales. Informes de las visitas / contactos realizados. Determinación de la fuerza de ventas. Seguimiento del plan de ventas. Control de ventas. Control de calidad del servicio prestado en la venta. Informe de datos internos y externos sobre la actividad comercial del equipo de ventas. Balance de la actividad de ventas. Informe de medidas correctoras a las desviaciones detectadas en el plan de ventas. Plan de formación inicial del equipo. Plan de formación continua del equipo. Plan de trabajo. Propuestas de promoción de los miembros del equipo. Plan de evaluación del equipo. Informe sobre resultados de la evaluación del equipo.

Información utilizada o generada

Plan comercial. Estrategia comercial de la empresa. Previsiones de ventas. Informes de seguimiento y control de la actividad comercial. Informes de visitas. Objetivos y cuotas de venta. Organización del equipo de ventas. Información actual e histórica sobre la situación y rentabilidad de las ventas, penetración en el segmento y vinculación / fidelización de los clientes. Conclusiones sobre la evolución del plan de ventas. Información de medidas correctoras a las desviaciones detectadas en el plan de ventas. Planes de carrera profesional. Plan de incentivos del equipo de trabajo. Resumen de sugerencias y aportaciones de los miembros del equipo. Informe del rendimiento de los miembros del equipo y promedios de la organización. Plan de formación y promoción de los miembros del equipo. Formulario de análisis de la formación. Formulario de planificación de la formación.

UNIDAD DE COMPETENCIA 4

Asistir en la mediación y tramitación legal, fiscal y financiera de operaciones inmobiliarias.

Nivel: 3
Código: UC1701_3
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Verificar las condiciones jurídicas, tanto de la situación legal actual de la operación inmobiliaria como de su próxima comercialización, para informar sobre su viabilidad en el marco de la normativa vigente.

CR1.1 La información del inmueble -datos registrales, titularidad, capacidad jurídica de los titulares, representación, clasificación y características- se interpretan de la documentación y/o escritura de propiedad solicitada al cliente-propietario de acuerdo a la normativa vigente.

CR1.2 La información contenida en la documentación del inmueble se contrasta con la nota registral del inmueble y/o fuentes de organismos oficiales, detectando los errores, divergencias e irregularidades que invalidaran la operación.

CR1.3 Los gravámenes, cargas, embargos, hipotecas u otras afecciones que tuviera la finca/inmueble se deducen de la documentación obtenida del Registro de la propiedad y/o aportada por el propietario y/o representante autorizado.

CR1.4 Las divergencias, errores, faltas o irregularidades en la titularidad o cargas se transmiten al propietario informándole de las alternativas de solución y subsanación de las mismas.

CR1.5 La satisfacción del pago del impuesto de bienes inmuebles y gastos de la Comunidad de propietarios del inmueble se comprueba en el último recibo de contribución del inmueble y el certificado del Administrador o Presidente de la Comunidad de Propietarios, solicitados al titular o cliente-propietario.

CR1.6 Las cargas de los inmuebles, hipotecas y embargos, se interpretan valorando acciones que no impidan la operación -subrogación de hipotecas, modificaciones hipotecarias y derechos de terceros y fincas litigiosas- respetando la normativa vigente.

CR1.7 La situación y posibles afecciones urbanísticas del inmueble se obtiene de la normativa urbanística de los organismos responsables de la misma, Ayuntamiento y/o Comunidad Autónoma transmitiéndose a los superiores y clientes de acuerdo al procedimiento establecido.

RP2: Intermediar hasta la perfección y/o consolidación de la operación inmobiliaria aplicando técnicas de mediación para concretar y formalizar las condiciones de la misma y respetando la normativa vigente, en el plazo y forma establecidos.

CR2.1 Las condiciones de la operación se negocian conciliando los intereses de las partes, propietario y demandante, detectando los puntos de interés común en orden al acercamiento de posturas y estrategias de negociación cooperativas ventajosas para ambos.

CR2.2 Las dudas, incertidumbres e inseguridades de las partes objeto de la mediación inmobiliaria se aclaran con apoyo documental y probatorio en la medida de lo posible.

CR2.3 La aceptación de las condiciones de la operación por ambas partes -económicas, plazos, firma, entre otros- se concreta de forma clara, precisa y simultánea y preferiblemente,

formalizándolas según el procedimiento establecido, y cumplimentando, en caso necesario, un documento/formulario escrito de reserva de compra o alquiler, señal, fianzas u otros precontratos especificando todos los aspectos acordados para el cierre de la operación -precio, plazo, formas de pago entre otros- y formulas para la resolución de los conflictos si los hubiera.

CR2.4 El rechazo de las condiciones por una de las partes, se transmite en tiempo y forma establecidas a la otra, asegurándose de que ambos tengan información actualizada y puntual del estado de la operación.

CR2.5 El compromiso acordado entre las partes se supervisa a petición de las mismas en la documentación de formalización y cierre de la operación transmitiendo los errores y anomalías a los responsable para su subsanación.

CR2.6 El compromiso, tanto en la compra o alquiler con el cliente-demandante se formaliza cumplimentando el contrato inicial en de adquisición o alquiler del inmueble, reserva, señal o contrato de arras entre otros, según el modelo establecido por la organización y respetando la normativa vigente.

CR2.7 La firma del acuerdo alcanzado entre las partes y el cierre de la operación se asiste transmitiéndose previamente la documentación y gestiones necesarias para que la operación sea viable y perfeccionada conforme a la normativa vigente.

CR2.8 La normativa de protección al consumidor que afecta a las transmisiones inmobiliarias se respeta en las operaciones e intermediación interpretando correctamente la responsabilidad de las partes y el mediador.

RP3: Informar a las partes sobre los gastos de formalización y las obligaciones y beneficios fiscales de la operación inmobiliaria de acuerdo con la normativa vigente.

CR3.1 Las obligaciones tributarias generadas por la operación inmobiliaria y plazos disponibles para su satisfacción se comunican, de forma oral y/o escrita, a cada una de las partes en función de la operación inmobiliaria, usos y normativa vigente.

CR3.2 Los posibles beneficios fiscales de la re-inversión en inmuebles y/o ayudas-subvenciones a la compraventa y alquiler se identifican interpretando la normativa vigente en el lugar y momento de la operación inmobiliaria.

CR3.3 El importe de los tributos que gravan las operaciones inmobiliarias -impuesto de transmisiones patrimoniales, IVA u otros- se calcula a partir de la base imponible y tipo impositivo de los tributos en el lugar donde se realiza la operación respetando la normativa vigente y utilizando, en su caso, la calculadora o las herramientas de cálculo adecuadas.

CR3.4 La obligación y plazos del pago de los impuestos y de la plusvalía generada por el inmueble en la transmisión se comunica a la parte comprometida a su pago ante el organismo correspondiente.

CR3.5 Los gastos de formalización de la operación inmobiliaria se calculan teniendo en cuenta el coste notarial e inscripción registral de la operación utilizando la calculadora o herramientas de cálculo disponibles.

CR3.6 El reparto de los costes extraordinarios de la operación inmobiliaria se transmite a las partes identificando las obligaciones de cada uno respetando la normativa vigente y usos habituales en el sector.

RP4: Orientar al cliente sobre las ofertas y principales modalidades de financiación para que obtenga los avales bancarios y/o el capital necesario, y cerrar la operación inmobiliaria.

CR4.1 Las características y requisitos de las ofertas de las entidades financieras se interpretan de la información, on line y off line, que ofrecen las entidades financieras sobre ofertas y modalidades de financiación.

CR4.2 La información personal del cliente -vida laboral, nóminas, edad, avales y/o garantías reales disponibles- se obtiene de la documentación aportada o de la entrevista realizada al mismo.

CR4.3 Las condiciones de acceso a la modalidad de financiación o aval bancario necesario para la operación se comunican al cliente-demandante con corrección técnica, aclarando sus dudas de acuerdo a la normativa y usos habituales en la intermediación inmobiliaria.

CR4.4 La capacidad de endeudamiento del cliente se calcula aplicando la ratio de endeudamiento y capacidad de reembolso del cliente a partir de los ingresos y/o patrimonio acreditados.

CR4.5 En función de los datos e información disponible del cliente se analiza la viabilidad financiera y/o de arrendamiento de la operación en función del capital y/o renta necesaria para la operación y su capacidad de endeudamiento.

CR4.6 Las alternativas de financiación de la operación inmobiliaria y entidades de crédito que las ofertan se comunican al cliente, de forma oral o escrita de acuerdo al procedimiento establecido por la organización y respetando la normativa vigente de protección al consumidor.

CR4.7 El seguimiento de la concesión de financiación y/o aval bancario al cliente-comprador o arrendatario se realiza manteniendo el contacto con los responsables de la misma en la entidad financiera.

RP5: Asistir en la gestión y tramitación de las obligaciones contraídas por las partes en el perfeccionamiento y cierre de la operación inmobiliaria.

CR5.1 Los derechos y obligaciones de las partes en la operación inmobiliaria y el mediador de la misma se identifican de acuerdo a la normativa vigente y usos del sector.

CR5.2 Las partes se asesoran en la cumplimentación y tramitación de la documentación necesaria para la formalización de la operación de acuerdo a los usos y requerimientos en el caso de transmisión de la propiedad de inmuebles ante el notario.

CR5.3 Los trámites necesarios para el cierre de la operación se transmiten a las partes en tiempo y forma en el plazo previsto para su perfeccionamiento.

CR5.4 La firma de la escritura pública y/o contrato de arrendamiento se asiste preparando la documentación y gestiones necesarias para el perfeccionamiento de la operación de acuerdo a la normativa vigente.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet. Herramientas de comunicación teléfonos móviles, fax, correo electrónico. Calculadoras y/o hojas de cálculo. Programas en entornos de usuario: Procesadores de texto. Hojas de cálculo. Aplicación de gestión de correo electrónico. Aplicación informática o sistema de gestión comercial de inmuebles. Bases de datos. Aplicación de organización del trabajo y gestión de tareas.

Productos y resultados

Determinación de la situación legal actual de la operación inmobiliaria y de su posible comercialización. Solicitud de nota registral. Nota registral del inmueble. Detección de errores, faltas o irregularidades en la titularidad o cargas del inmueble. Determinación de la viabilidad de la operación inmobiliaria. Negociación e intermediación en las condiciones de la operación inmobiliaria. Asistencia a las partes en

la operación inmobiliaria. Contrato escrito de reserva de compra o alquiler, señal, arras y fianzas
Comprobación del cumplimiento de las condiciones de la operación. Informe de gastos de formalización
y obligaciones tributarias de la operación. Capacidad de endeudamiento del cliente. Viabilidad
financiera de la operación. Seguimiento de la concesión de aval bancario/financiación al cliente.

Información utilizada o generada

Normativa vigente en materia inmobiliaria, tributaria, urbanística y registral. Escrituras de propiedad.
Recibos de contribución del inmueble. Certificados de administradores de fincas y/o presidente de
comunidades de vecinos. Información de gravámenes, cargas, embargos, hipotecas u otras afecciones
que tuviera la finca/inmueble. Información de las posibles afecciones urbanísticas, edificabilidad,
servidumbre y permisos. Información sobre gastos notariales e inscripción registral. Información de las
ofertas y modalidades de financiación de entidades financieras. Información de condiciones de avales
bancarios. Información del cliente sobre ingresos acreditados, vida laboral, edad, avales y garantías
reales. Información de expertos profesionales y/o registros públicos.

UNIDAD DE COMPETENCIA 5

Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.

Nivel: 2
Código: UC0811_2
Estado: BOE

Realizaciones profesionales y criterios de realización

RP1: Realizar acciones de promoción de la cartera de inmuebles, utilizando técnicas de promoción inmobiliaria y gestión de relaciones con clientes, a fin de garantizar su difusión de forma coordinada con el plan de ventas establecido.

CR1.1 Las acciones de promoción de la cartera de inmuebles en el mercado se realizan, a partir del plan de marketing y ventas de la agencia u organización inmobiliaria, utilizando técnicas de promoción online y offline.

CR1.2 La difusión y promoción de los inmuebles, a través de acciones de marketing directo - telemarketing, buzoneo, carteo y listas de distribución electrónicas, se realizan de forma proactiva transmitiendo la información a los superiores y utilizando las bases de datos y aplicaciones de gestión de relaciones con clientes tipo CRM ("Customer Relationship Management") y criterios establecidos por la organización.

CR1.3 Los contenidos de los anuncios inmobiliarios y materiales de comunicación sencillos- cartas, carteles, dípticos y folletos entre otros- se elaboran utilizando un lenguaje sencillo y persuasivo, aplicando las técnicas de marketing e impulso a la compra del público al que se dirige el inmueble y las aplicaciones informáticas de presentación y autoedición de textos.

CR1.4 La información disponible del inmueble -datos, imágenes o fotos entre otros- se prepara para su inserción en mensajes publicitarios en el medio o soporte de difusión establecido - anuncios en prensa, folletos, carteles u otros- verificando su exactitud y adecuación al medio o soporte de difusión o criterios establecidos por el proveedor.

CR1.5 La información necesaria para la inserción de los mensajes publicitarios de los inmuebles en medios digitales -intranet, web, portal de la red, portales genéricos u otros- se prepara seleccionando la información, fotos e imágenes de acuerdo con los criterios o requisitos de envío específicos garantizando la veracidad y actualización de la misma y utilizando, en su caso, la aplicación informática adecuada.

CR1.6 Los carteles y material promocional de la organización se coloca y actualiza periódicamente en el mobiliario comercial del establecimiento, escaparate y domicilio, portales y comercios de la zona del inmueble, entre otros.

CR1.7 La difusión y captación de interesados o potenciales clientes-demandantes de inmuebles se realiza mediante campañas o acciones de promoción directa personalizadas, utilizando aplicaciones de gestión de relaciones con clientes (CRM u otras) con invitación directa a facilitar un nuevo contacto y, en su caso, obsequio/regalo.

CR1.8 La información de las operaciones inmobiliarias realizadas con éxito se extrae, del sistema de gestión comercial inmobiliaria, como prueba de la profesionalidad de la gestión comercial de la organización, publicitación de sus inmuebles, transmisión a los superiores o cualquier otro uso.

RP2: Identificar las necesidades y disponibilidad a la compra o alquiler de los clientes-demandantes de acuerdo al perfil y características socioeconómicas del mismo para adecuar la oferta o cartera de inmuebles disponible y registrar sus necesidades.

CR2.1 Las necesidades, deseos y capacidad económica y financiera de los clientes-demandantes de inmuebles se detectan realizando preguntas y repreguntas de situación, con cortesía, receptividad y amabilidad, de acuerdo con un argumentario o cuestionario preestablecido.

CR2.2 La conducta y lenguaje no verbal de los clientes-demandantes y sus acompañantes se interpreta detectando la receptividad, influencia y capacidad de veto o adhesión de cada uno de ellos.

CR2.3 La capacidad económico/financiera y las necesidades expresadas por el cliente-demandante se clasifican en críticas y no críticas en función de las prioridades extraídas e identificadas en la entrevista o conversación con él.

CR2.4 El primer cruce entre las necesidades críticas del cliente y las características de los inmuebles disponibles se realiza, analizando los inmuebles disponibles que mejor se adaptan a sus necesidades y capacidad económica y financiera.

CR2.5 La información sobre las características de los inmuebles más demandados por los clientes y las oportunidades de negocio observadas se transmite a los responsables de la captación y ampliación de la cartera de inmuebles de la organización.

CR2.6 La información de las visitas a la página web, respuestas a los cuestionarios y demandas online de productos inmobiliarios se analizan detectando las necesidades de los clientes online.

CR2.7 La comprobación de la adecuación de la cartera de inmuebles disponibles a las necesidades del cliente-demandante se realiza de forma conjunta con él y de acuerdo al perfil previamente definido para éste, analizando las desviaciones y las posibilidades de reconfiguración del objetivo de compra o alquiler.

CR2.8 Los datos del cliente-demandante se registran en el sistema de gestión de inmuebles de la organización, cumpliendo los criterios de confidencialidad aplicables según la normativa vigente y política de privacidad de la organización.

RP3: Informar de la oferta o cartera de inmuebles disponibles y adaptados a los clientes-demandantes, aplicando técnicas de atención y comunicación personalizadas y de a fin de concretar las condiciones de la operación de intermediación inmobiliaria.

CR3.1 La selección de inmuebles adecuados a las necesidades y pedido del cliente-demandante se localizan consultando las bases de datos de inmuebles de la agencia u organización y de los colaboradores.

CR3.2 La cartera de inmuebles seleccionados se recogen en un informe o estudio comparativo priorizando en función del perfil, zonas de preferencia del cliente, precio y características del inmueble demandado.

CR3.3 La presentación al interesado del dossier sobre los inmuebles seleccionados, se realiza de forma personalizada utilizando, en caso necesario, el material fotográfico, grabaciones, imágenes u otros documentos de los inmuebles e informando de las condiciones de la operación.

CR3.4 Las características, elementos básicos, calidades y acabados del inmueble se transmiten a los clientes con corrección léxica y técnica, respondiendo, en su caso, a las aclaraciones o dudas que manifiesten éstos de forma exacta y veraz.

CR3.5 La información del inmueble se transmite al cliente y superiores aplicando técnicas de comunicación específicamente adaptadas y utilizando el medio de comunicación establecido con el cliente, presencial y no presencial, teléfono, fax o correo electrónico.

RP4: Obtener la venta o alquiler e información complementaria significativa, del cliente demandante, a través de la visita a uno o varios inmuebles utilizando las técnicas de venta adecuadas para resolver la operación inmobiliaria.

CR4.1 La cita para la visita a los inmuebles seleccionados se concierta en fecha, día y hora programándolas de acuerdo a un plan de rentabilización del tiempo y esfuerzo mutuo, en función de las zonas a visitar, fechas y disponibilidad de tiempo del cliente-demandante, anunciando, en caso de estar acordado, al cliente-propietario, la visita.

CR4.2 La información y ficha de los inmuebles a visitar con el cliente se obtiene, con carácter previo a la visita y de forma completa, solicitando aclaración de todas aquellas cuestiones confusas o incompletas al superior o captador del inmueble y utilizando, en su caso, la información contenida en el sistema de gestión de inmuebles.

CR4.3 La información del inmueble objeto de visita se transmite al cliente-demandante, aplicando técnicas de venta adecuadas y elaborando un dossier o documento con toda la información clara, precisa y suficiente de los inmuebles.

CR4.4 La resolución de las dudas, objeciones u otras demandas de información se logra de forma proactiva, mediante el uso de un argumentario de ventas específico, y/o redirigiendo las dudas que sobrepasan su ámbito de responsabilidad a los profesionales adecuados -abogados, arquitectos, asesores financieros u otros.

CR4.5 Las condiciones establecidas por el cliente-propietario en el encargo de mediación, se transmiten al cliente-demandante recogiendo las demandas planteadas por éste para su aceptación y negociación entre las partes.

CR4.6 La hoja de visitas o documentación de soporte o control de las mismas se completa acreditando la fecha y hora de la misma, así como las personas intervinientes, con estricta salvaguarda de lo concerniente a datos personales siguiendo la normativa de protección de datos y política de confidencialidad de la organización para su transmisión a los superiores.

RP5: Atender y resolver en el marco de su responsabilidad, las quejas y reclamaciones presentadas por los clientes, según los criterios y procedimientos establecidos por la organización respetando la normativa vigente de protección al consumidor.

CR5.1 La naturaleza de la reclamación se identifica, cumplimentando correctamente la documentación que se requiera según el procedimiento establecido, e informando al cliente del proceso que debe seguir.

CR5.2 Las quejas o reclamaciones de los clientes se atienden adoptando una postura asertiva, segura y positiva, mostrando interés y presentando posibilidades que faciliten el acuerdo con el cliente, aplicando los criterios establecidos por la organización.

CR5.3 Las reclamaciones y quejas se valoran como fuente de información y mejora de la calidad del servicio de intermediación inmobiliaria registrándolas para su posterior análisis y mejora continua del servicio ante al cliente.

CR5.4 Las posibilidades de resolución y su marco de responsabilidad para resolverlas se identifican aplicando técnicas de resolución de conflictos, de acuerdo a los criterios establecidos por la organización y marco normativo vigente.

CR5.5 Las reclamaciones en su marco de responsabilidad se resuelven siguiendo criterios de uniformidad y cumpliendo el procedimiento establecido respetando la normativa vigente de protección al consumidor y criterios establecidos por la organización.

CR5.6 La reclamación o incidencia que sobrepasa la responsabilidad asignada se canaliza al superior jerárquico con prontitud y utilizando el procedimiento establecido.

RP6: Realizar el seguimiento y control de las operaciones para mantener la calidad en la prestación del servicio de intermediación y actualización continua del sistema de gestión comercial de inmuebles.

CR6.1 El seguimiento del contacto o cliente-demandante potencial se realiza, hasta la concreción de la operación y/o cancelación del encargo de compra/alquiler, de acuerdo con el programa de seguimiento establecido por la organización/agencia, estableciendo sistemas de comunicación continua.

CR6.2 Las variaciones en los datos de las operaciones inmobiliarias y visitas realizadas se registran en la aplicación o sistema de gestión comercial de inmuebles para mantener activa y actualizada la información siguiendo el procedimiento establecido y respetando la normativa de protección de datos.

CR6.3 La información y/o documentación generada por el proceso de comercialización de los inmuebles se registra y/o archiva siguiendo el procedimiento establecido utilizando, en su caso, aplicaciones informáticas y/o herramientas de organización del trabajo.

CR6.4 Las relaciones con los clientes-demandantes se mantienen, más allá del momento del contacto y/o visitas a los inmuebles, aplicando estrategias de fidelización y marketing directo por las vías o canales más efectivos en cada caso teléfono, correo electrónico, carta u otros, animando y persuadiendo de las posibilidades de los inmuebles visitados y emplazando a nuevas visitas u operaciones inmobiliarias.

CR6.5 El control de las visitas y contactos realizados con los clientes-demandantes así como el desarrollo de las operaciones se realiza periódicamente analizando las hojas de visitas e informes de las actividades realizadas y detectando situaciones de mejora continua para su transmisión a los superiores.

CR6.6 La calidad del sistema de gestión comercial de inmuebles se mide a partir de los indicadores de éxito/fracaso de las operaciones, número de operaciones formalizadas por visitas realizadas y/o respuestas a los cuestionarios de satisfacción de los clientes valorando las posibles mejoras en el proceso de comercialización y/o gestión inmobiliaria.

Contexto profesional

Medios de producción

Equipos: ordenadores personales en red local con conexión a Internet, teléfonos móviles, agenda electrónica, calculadora. Bases de datos de la agencia inmobiliaria y colaboradores. Mobiliario comercial del establecimiento, góndola y escaparate. Cámara de fotos y material. Programas en entornos de usuario: Procesadores de texto. Hojas de cálculo. Aplicación de gestión de correo electrónico. Aplicación informática o sistema de gestión comercial de inmuebles. Bases de datos. Aplicación de autoedición de folletos y carteles publicitarios de inmuebles. Aplicación de organización del trabajo y gestión de tareas.

Productos y resultados

Inserciones/información de inmuebles para su publicitación en distintos medios (prensa, radio, Web, portal de la red, portales genéricos). Carteles e información escrita de inmuebles. Gestión de acciones de difusión y marketing directo de inmuebles. Autoedición de folletos promocionales sencillos. Detección de necesidades y oportunidades de negocio inmobiliario. Visitas a inmuebles y entrevista con

clientes. Hoja de visitas y documentación de soporte/control de las visitas a inmuebles. Cartas comerciales personalizadas. Complimentación del documento de formalización del compromiso de compra/alquiler de inmuebles. Resolución de dudas, objeciones u otras demandas de información inmobiliaria. Atención de quejas y reclamaciones al servicio de mediación en su caso. Obtención del acuerdo de compraventa/alquiler. Atención y seguimiento al cliente. Complimentación de documentos base de operaciones inmobiliarias: preacuerdo de compraventa o arrendamiento.

Información utilizada o generada

Información necesaria para la inserción de mensajes publicitarios de los inmuebles. Necesidades y capacidad de compra o alquiler de los clientes potenciales. Información sobre la capacidad económica del cliente. Plan de ventas establecido en la organización. Cartera de inmuebles. Informes de situación de la oferta del mercado inmobiliario. Argumentario de ventas específico. Estudio comparativo de inmuebles y precios de mercado. Información generada en el proceso de comercialización. Información de las operaciones realizadas con éxito y fracasadas. Documento/formulario escrito de reserva de compra o alquiler. Escritura pública de compraventa, o alquiler. Normativa reguladora de las operaciones inmobiliarias. Normativa vigente en protección de datos y protección al consumidor. Política de privacidad y confidencialidad de datos. Plan de fidelización y seguimiento postventa de la organización.

MÓDULO FORMATIVO 1

Captación y prospección inmobiliaria.

Nivel:	3
Código:	MF0810_3
Asociado a la UC:	UC0810_3 - Captar y concertar el encargo de intermediación inmobiliaria.
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

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 online como offline, 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.
 - Redactar el contenido de un anuncio/cartel para la captación de inmuebles en esa zona.
 - Aplicar técnicas de búsqueda online y offline inmuebles adaptados a las características y criterios determinados.
 - Elaborar una lista con los datos necesarios para la identificación del inmueble con exactitud: dirección, características y contacto entre otros.
 - Simular la obtención de una lista de inmuebles y discriminar los inmuebles que se ajustan a las características definidas con concreción y seguridad suficiente.
- 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 a través de llamada telefónica y entrevista a puerta fría, 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 predefinidas, 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: publicitación 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: Estimar el valor o renta de distintos tipos de inmuebles aplicando técnicas de valoración a partir de información vinculada a los mismos.

CE5.1 Identificar los criterios de valor del inmueble según su uso, vivienda o distinto de vivienda, diferenciando al menos:

- localización/zona, usos permitidos,
- tipo y características del inmueble,
- régimen: libre o protegida
- antigüedad,
- estado de conservación,
- calidades y acabados,
- servicios conexos vinculados entre otros.

CE5.2 Diferenciar el impacto y criterios sobre el valor, precio de compra y/o renta de alquiler de las modalidades de vivienda protegida, segunda y primera mano existentes.

CE5.3 Diferenciar los distintos tipos de valor del inmueble según la finalidad de la valoración y/o tasación.

CE5.4 Explicar las normas de valoración de los inmuebles utilizadas habitualmente por las entidades financieras y administración pública (valoración catastral de inmuebles).

CE5.5 Interpretar las normas de ética profesional en la valoración y tasación de inmuebles.

CE5.6 Diferenciar los distintos métodos de valoración de inmuebles aplicando los conceptos de cálculo mercantil y financiero: comparación, capitalización, residual y coste de reposición.

CE5.7 A partir de las características de un inmueble debidamente caracterizado, calcular su valor a partir de distintas técnicas de valoración, utilizando las herramientas/funciones de cálculo adecuadas:

- Comparación.
- Capitalización.
- El método residual
- el método del coste

CE5.8 A partir de los datos de un inmueble debidamente caracterizado, redactar un informe de valoración incluyendo al menos, localización y descripción del inmueble, valor y variaciones posibles.

CE5.9 A partir de las características de un inmueble debidamente caracterizado, calcular su renta de alquiler, utilizando herramientas de cálculo, a partir de:

- Técnica de valoración por comparación.
- Técnicas de valoración por capitalización.

CE5.10 Calcular la actualización anual de la renta de alquiler de un inmueble a partir de la información obtenida del INE sobre variación del IPC (Índice de Precios al Consumo)

C6: Organizar la información y datos de distintas carteras de inmuebles utilizando técnicas de archivo en soporte convencional e informático.

CE6.1 Explicar las condiciones y circunstancias de los distintos tipos de información y datos propios de procesos de captación y selección de inmuebles.

CE6.2 Explicar las técnicas de archivo convencional para la organización de la información: fichero de inmuebles, prospectados, captados y o contactados.

CE6.3 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.

CE6.4 Explicar la utilidad de los sistemas y/o aplicaciones informáticas para organizar la información de los inmuebles y desarrollar la actividad inmobiliaria.

CE6.5 Diseñar una tabla u hoja de cálculo con los criterios e información de inmuebles necesarias para el ejercicio de la actividad de intermediación.

CE6.6 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.

C7: Valorar la importancia del seguimiento de las relaciones con los clientes-propietarios y el mantenimiento de la calidad del encargo inmobiliario.

CE7.1 Explicar el concepto de calidad del servicio de gestión comercial inmobiliaria.

CE7.2 Argumentar la importancia del seguimiento de las operaciones para mantener la calidad del encargo inmobiliario, recaptar o renegociar las condiciones con los clientes-propietarios.

CE7.3 A partir de la caracterización de un encargo de intermediación y supuesta oferta por un cliente-demandante, simular la renegociación de las condiciones del encargo para su adaptación a las condiciones ofertada por el comprador.

CE7.4 Explicar las herramientas de comunicación utilizadas habitualmente en la actividad inmobiliaria para mantener relaciones fluidas con los clientes-propietarios.

CE7.5 Explicar la estructura de un informe o documento de comunicación escrita con clientes-propietarios.

CE7.6 A partir de la caracterización de un encargo de intermediación sin éxito en la comercialización a pesar supuestas visitas realizadas al inmueble, elaborar un informe de seguimiento de la operación con claridad y corrección léxica y ortográfica especificando:

- Características del inmueble
- Condiciones de comercialización
- Propuestas de mejora para lograr el éxito de la operación.

CE7.7 Distinguir las distintas situaciones de finalización del encargo de intermediación inmobiliaria y la posibilidad de recaptación al término del mismo.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.7; C2 respecto a CE2.4; C3 respecto a CE3.7; C4 respecto a CE4.5; C5 respecto a CE5.6; C6 en general.

Otras Capacidades:

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes. Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructura, clara y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Iniciativa en la actividad profesional.

Contenidos

1 Análisis del mercado inmobiliario

La función de prospección del mercado inmobiliario. La cartera de inmuebles: criterios de selección/captación de inmuebles. Posicionamiento y estrategia de la agencia inmobiliaria. Técnicas de localización de inmuebles: fuentes de información, rutas de prospección/captación; análisis de anuncios/medios prensa/Internet entre otras.

2 Sistemas de gestión comercial inmobiliaria

Información del sistema de gestión comercial inmobiliaria: inmuebles, propietarios y demandantes. Sistemas de organización y archivo de la información comercial inmobiliaria. Aplicaciones informáticas para el tratamiento de la información del mercado inmobiliario: Utilidades y criterios de uso. Red de oficinas y convenios de colaboración: las bolsas inmobiliarias compartidas.

3 Técnicas de captación de inmuebles

La función de captación de inmuebles. Estrategias proactivas y reactivas de contacto: las campañas de captación. Técnicas de captación y contacto: las técnicas y barreras a la comunicación en frío. Entrevista de captación: Definición, estructura y objetivos. Técnicas de negociación aplicadas a la captación. Argumentario de captación y rebatimiento de objeciones a la intermediación. Documentación comercial del servicio de intermediación comercial. Datos, imágenes e información a recabar del inmueble. Cierre y finalización de la operación y/o recaptación inmobiliaria. Calidad del servicio de intermediación. Técnicas de seguimiento y fidelización.

4 Estimación del valor y renta de inmuebles

Objetivos y función de la valoración de inmuebles. Definición de valoración. Tipos de valor. Tasación, peritaje y valoración. Diferenciación: valor, precio y coste. Principios de valoración.

Métodos de valoración de inmuebles. Valoración de mercado. Valor catastral. Precio tasado. Renta máxima. Otros métodos de valoración: coste, capitalización y valor residual. El informe de valoración del inmueble. Normativa vigente en materia de vivienda protegida.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m²

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la captación y concertación del encargo de intermediación inmobiliaria, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:
 - Formación académica de Licenciado/a, titulación de grado equivalente o de otras de superior nivel relacionadas con este campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes

MÓDULO FORMATIVO 2

COMUNICACIÓN EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL

Nivel:	2
Código:	MF9998_2
Asociado a la UC:	UC9998_2 - COMUNICARSE EN LENGUA INGLESA CON UN NIVEL DE USUARIO BÁSICO (A2), SEGÚN EL MARCO COMÚN EUROPEO DE REFERENCIA PARA LAS LENGUAS, EN EL ÁMBITO PROFESIONAL
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Aplicar técnicas de interpretación de ideas derivadas de informaciones orales en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, dentro del propio campo de especialización o de interés laboral, emitidas de forma presencial o a través de cualquier medio o soporte de comunicación sin excesivos ruidos ni distorsiones.

CE1.1 Captar los puntos principales y detalles relevantes de mensajes grabados o de viva voz, bien articulados, que contengan instrucciones, indicaciones u otra información entre varios interlocutores.

CE1.2 Comprender conversaciones informales en transacciones y gestiones cotidianas y estructuradas, o menos habituales, sobre temas de un entorno personal - identificación personal, intereses, otros-, familiar y profesional de clientes tipo.

CE1.3 Interpretar instrucciones y mensajes orales, comprendiendo aspectos generales, realizando anotaciones y consiguiendo aclaraciones sobre aspectos ambiguos, siempre que pueda pedir que se le repita, o que se reformule, aclare o elabore algo de lo que se le ha dicho.

CE1.4 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones orales, en una situación profesional definida en la que se simula la atención a un cliente:

- Identificar las demandas formuladas oralmente por el cliente, interno o externo, explicando las ideas principales a un superior.
- Identificar los elementos no verbales de comunicación, haciendo evidente al interlocutor que se le presta la atención requerida.
- Realizar anotaciones sobre elementos importantes del mensaje mientras se escucha el mismo.
- Aplicar estrategias para favorecer y confirmar la recepción del mensaje.

C2: Aplicar técnicas de interpretación con un nivel de usuario básico en documentos escritos en lengua inglesa, con distintos tipos de informaciones y formato, garantizando la comprensión de textos cortos y simples, que traten de asuntos cotidianos o de su área de interés o especialización.

CE2.1 Interpretar el sentido general, los puntos principales e información relevante de documentos con léxico habitual o menos frecuente, dentro de un área de interés o especialidad

profesional e identificar herramientas y recursos de traducción de acceso rápido, justificando su uso.

CE2.2 Interpretar el mensaje de cartas, faxes o correos electrónicos de carácter formal, oficial o institucional como para poder reaccionar en consecuencia.

CE2.3 Localizar con facilidad información específica de carácter concreto en textos periodísticos en cualquier soporte, bien estructurados y de extensión media, reconociendo las ideas significativas e identificando las conclusiones principales siempre que se puedan releer alguna de las partes.

CE2.4 Identificar, entendiendo la información específica de carácter concreto en páginas Web y otros materiales de referencia o consulta claramente estructurados sobre asuntos ocupacionales relacionados con su especialidad o con sus intereses.

CE2.5 En un supuesto práctico de interpretación de comunicaciones escritas, a partir de documentos reales y habituales pertenecientes al campo de especialización:

- Identificar el tipo de información solicitada en cada apartado a fin de dar cumplida contestación.
- Identificar las características del tipo de documento incorporando la información demandada.
- Extraer detalles específicos tales como nombres, horas, fechas, tarifas, cuotas, precios, características técnicas, u otras, de fuentes y textos diversos.
- Interpretar con exactitud expresiones específicas del ámbito profesional.
- Inferir el posible significado de palabras y expresiones desconocidas a partir del análisis del contexto en el que se encuentran.
- Traducir el contenido de los documentos garantizando el respeto a la temática de la actividad profesional.
- Comprobar la comprensión y comunicarlo a la persona responsable.

CE2.6 Comprender la información específica de carácter concreto en avisos, carteles, rótulos de advertencia y peligro.

CE2.7 Contextualizar la información traducida en textos escritos en lengua inglesa con un nivel de usuario básico.

CE2.8 Traducir la documentación no compleja ni extensa de manera precisa, utilizando las herramientas de traducción adaptadas a la comprensión del texto.

C3: Expresarse oralmente, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, demostrando claridad y detalle, en situaciones tipo no complejas del ámbito social y profesional, adecuando el discurso a la situación comunicativa.

CE3.1 Identificar transacciones y gestiones tales como estructuras, registros y formalidades obteniendo los datos precisos para el desarrollo de la actividad profesional.

CE3.2 En un supuesto práctico de simulaciones de transmisión de mensajes e instrucciones orales de forma presencial, directa, o telefónica:

- Transmitir el mensaje propuesto de forma precisa, clara.
- Describir oralmente las fases de las instrucciones o procedimientos propuestos, demostrando precisión.
- Utilizar el vocabulario correspondiente, así como otros elementos del lenguaje que produzcan un discurso claro y coherente.
- Expresar sugerencias comprobando su efecto sobre el interlocutor.
- Ofrecer la información verbal de forma clara en un discurso comprensible.

CE3.3 Analizar la información no oral que se produce en intercambios o conversaciones para ser contrastada con el contexto y así conseguir los datos a obtener.

CE3.4 Participar en conversaciones sencillas, formales, entrevistas y reuniones de carácter laboral, sobre temas habituales en estos contextos, intercambiando información y opiniones

CE3.5 Utilizar con corrección el léxico específico del ámbito profesional con flexibilidad, adaptándolo a las características socioculturales del interlocutor y a las del contexto comunicativo dado, adecuando la formulación del discurso, el registro y los elementos no verbales de la comunicación.

C4: Mantener conversaciones comprensibles, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, comprendiendo y proporcionando explicaciones en situaciones habituales tipo, rutinarias del ámbito profesional.

CE4.1 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, en simulaciones previamente definidas de atención y asesoramiento de clientes a través de conversaciones uno a uno:

- Aplicar las normas de protocolo en el discurso con el interlocutor.
- Informar utilizando las normas de protocolo y cortesía en el registro lingüístico.
- Emplear las estructuras y fórmulas de cortesía de la lengua y cultura del interlocutor, aplicándolas en saludos, despedidas, ofrecimientos, peticiones u otras.
- Expresarse con corrección, de manera comprensible, empleando las expresiones léxicas específicas adecuadas a la actividad profesional.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.

CE4.2 Utilizar el vocabulario técnico adecuado en el marco de la actividad profesional, demostrando el nivel de eficacia y corrección que permita la comunicación, utilizando las expresiones técnicas habituales en las conversaciones con pautas de cortesía asociadas a la cultura de la lengua utilizada y del interlocutor.

CE4.3 En un supuesto práctico de intercambio de información oral, previamente definido en el que se plantean situaciones delicadas o conflictivas:

- Identificar las normas de protocolo, aplicándolas en el saludo al interlocutor.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje y la entonación adecuada a la situación.
- Pedir disculpas comunicando de manera sucinta los errores cometidos.
- Reformular las expresiones en las que se presentan dificultades.
- Valorar la importancia de los aspectos socioculturales en la comunicación entre interlocutores de distintas lenguas y culturas.
- Presentar la situación al superior responsable para que él se encargue de su resolución.

C5: Aplicar técnicas de redacción y cumplimentación de documentos profesionales sencillos y habituales en las actividades laborales, en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, de manera precisa y en todo tipo de soporte, utilizando el lenguaje técnico apropiado, y aplicando criterios de corrección formal, léxica, ortográfica y sintáctica.

CE5.1 Utilizar con corrección los elementos gramaticales, los signos de puntuación y la ortografía de las palabras de uso general y de las especialidades de su actividad profesional, así como un repertorio de estructuras habituales relacionadas con las situaciones más predecibles, no generando en ningún caso malentendidos y generando efecto de profesionalidad en el destinatario.

CE5.2 Incorporar a la producción del texto escrito los conocimientos socioculturales y sociolingüísticos adquiridos relativos a relaciones interpersonales y convenciones sociales, seleccionando y aportando información, ajustando la expresión al destinatario, al propósito comunicativo, al tema tratado y al soporte textual con cortesía.

CE5.3 En un supuesto práctico de gestión de reclamaciones, incidencias o malentendidos:

- Identificar los documentos para la formalización de la gestión deseada.
- Describir por escrito las características esenciales de la información o requerimiento propuesto.
- Expresar aceptación, no aceptación, conformidad o rechazo en la atención de una consulta, queja o reclamación tipo, utilizando el lenguaje adecuado a la actividad profesional.
- Redactar un conjunto de instrucciones dirigidas al destinatario propio de la comunicación.
- Complimentar el documento específico detallando los datos requeridos con precisión.
- Resumir las informaciones procedentes de diversas fuentes en un informe breve y sencillo.
- Verificar la corrección gramatical y ortográfica del texto.
- Pedir disculpas comunicando de manera clara y sencilla los errores cometidos.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C1 respecto a CE1.4; C2 respecto a CE2.5; C3 respecto a CE3.2; C4 respecto a CE4.1 y CE4.3; C5 respecto a CE5.3

Otras Capacidades:

Interpretar y ejecutar instrucciones de trabajo

Aprender nuevos conceptos o procedimientos y aprovechar eficazmente la formación utilizando los conocimientos adquiridos.

Mantener una actitud asertiva, empática y conciliadora con los demás demostrando cordialidad y amabilidad en el trato.

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa respetando los canales establecidos en la organización.

Adoptar códigos de conducta tendentes a transmitir el contenido del principio de igualdad.

Adaptarse a situaciones o contextos nuevos.

Contenidos

1 Comprensión del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos orales: expresión e interacción.

Estrategias de comprensión: movilización de información previa sobre tipo de tarea y tema, identificación del tipo textual, adaptando la comprensión al mismo, distinción de tipos de comprensión, formulación de hipótesis sobre contenido y contexto, reformulación de hipótesis e información a partir de la comprensión de nuevos elementos, reconocimiento del léxico escrito común, distinción y aplicación a la comprensión del texto oral, los significados y funciones específicos generalmente asociados a diversas estructuras sintácticas de uso común según el contexto de comunicación, aspectos socioculturales y sociolingüísticos: convenciones sociales, normas de cortesía y registros; costumbres, valores, creencias y actitudes.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (recepción).

Patrones sonoros acentuales, rítmicos y de entonación.

2 Elaboración del mensaje oral emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos orales: expresión e interacción.

Estrategias de producción.

Planificación: concebir el mensaje con claridad, distinguiendo su idea o ideas principales y su estructura básica, adecuar el texto al destinatario, contexto y canal.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad y coherencia, estructurándolo adecuadamente y ajustándose, en su caso, a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje, tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, compensar las carencias lingüísticas mediante procedimientos lingüísticos, paralingüísticos o paratextuales.

Lingüísticos: definir o parafrasear un término o expresión, pedir ayuda, señalar objetos, usar deícticos o realizar acciones que aclaran el significado, usar lenguaje corporal culturalmente pertinente -gestos, expresiones faciales, posturas, contacto visual o corporal- y cualidades prosódicas convencionales.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico oral de uso común (producción).

3 Comprensión del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Comprensión de textos escritos: expresión e interacción.

Estrategias de comprensión: identificación de información esencial, los puntos más relevantes y detalles importantes en textos, distinción de tipo de texto y aplicar las estrategias más adecuadas para comprender el sentido general, la información esencial, los puntos e ideas principales o los detalles relevantes del texto, aplicación a la comprensión del texto, los conocimientos sociolingüísticos, inferencia y formulación de hipótesis sobre significados a partir de la comprensión de distintos elementos, distinción de la función o funciones comunicativas principales del texto, reconocimiento del léxico escrito común y estructuras sintácticas de uso frecuente.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción).

Patrones gráficos y convenciones ortográficas.

4 Producción del mensaje escrito emitido en lengua inglesa con un nivel de usuario básico

Producción de textos escritos: expresión e interacción.

Estrategias de producción. Planificación: movilizar las competencias generales y comunicativas con el fin de realizar eficazmente la actividad profesional, localizar y usar recursos lingüísticos o temáticos.

Ejecución: expresar el mensaje con claridad ajustándose a los modelos y fórmulas de cada tipo de texto, reajustar la tarea o el mensaje tras valorar las dificultades y los recursos disponibles, apoyarse en y sacar el máximo partido de los conocimientos previos, ajustarse a los patrones ortográficos, de puntuación y de formato de uso común, y algunos de carácter más específico.

Aspectos socioculturales y sociolingüísticos.

Funciones comunicativas: iniciación y mantenimiento de relaciones personales y sociales.

Estructuras sintáctico-discursivas: léxico escrito de uso común (producción).

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Los talleres e instalaciones darán respuesta a las necesidades formativas de acuerdo con el contexto profesional establecido en la unidad de competencia asociada, teniendo en cuenta la normativa aplicable del sector productivo, prevención de riesgos laborales, accesibilidad universal y protección medioambiental. Se considerará con carácter orientativo como espacios de uso:

- Instalación de 3 m² por alumno o alumna.

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionadas con la comunicación en lengua inglesa con un nivel de usuario básico, que se acreditará mediante una de las dos formas siguientes:

- Formación académica de nivel 2 (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) o de otras de superior nivel relacionadas con el campo profesional.

- Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.

2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 3

GESTIÓN DE LA FUERZA DE VENTAS Y EQUIPOS COMERCIALES

Nivel:	3
Código:	MF1001_3
Asociado a la UC:	UC1001_3 - GESTIONAR LA FUERZA DE VENTAS Y COORDINAR AL EQUIPO DE COMERCIALES
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

C1: Calcular y definir la fuerza de ventas y las características del equipo comercial de acuerdo con unos objetivos comerciales y presupuesto definidos previamente.

CE1.1 Explicar el concepto y los elementos que caracterizan la fuerza de ventas de una organización.

CE1.2 Describir las ventajas e inconvenientes de los distintos tipos de organización comercial de un equipo comercial según:

- zonas geográficas
- tipo de productos/ mercados
- puntos/tipo de venta y/o canal de comercialización (pequeño comercio, tiendas especializadas, grandes almacenes, comercio electrónico, entre otros).
- tipo de clientes (perfil, hábitos de compra, entre otros)
- tareas o actividades de venta
- otros factores: con rutas y sin rutas.

CE1.3 Describir el perfil, competencias y características de los comerciales para la ejecución de un plan de ventas adecuado a unos objetivos y perfil de clientes determinado utilizando un profesiograma

CE1.4 Explicar las fases del proceso de selección de comerciales y los criterios de selección que se aplican habitualmente.

CE1.5 A partir de un supuesto convenientemente caracterizado, de implantación comercial, tiempo medio estimado para alcanzar un pedido, presupuesto disponible, jornada laboral determinada y número de clientes a visitar, sin rutas:

- Calcular el tamaño del equipo de ventas/ necesidades de personal requerido para alcanzar los objetivos de venta.
- Definir el perfil de los comerciales que deben seleccionarse.
- Calcular el número de clientes que puede visitar un comercial en un mismo periodo de tiempo (día, mes o año).

CE1.6 Analizar las condiciones de retribución y jornada laboral efectiva que habitualmente se aplican a equipos de comerciales según distintas situaciones laborables: flexible, continua, por horas, por objetivos, comisiones, entre otras.

CE1.7 Establecer las ventajas e inconvenientes de cada uno de los posibles sistemas de remuneración aplicados habitualmente a los comerciales.

CE1.8 A partir de un supuesto práctico con distintos objetivos de venta, determinar el sistema de remuneración óptimo y realizar comparativas entre los distintos sistemas posibles según el coste o presupuesto necesario.

CE1.9 Dados los datos de una organización con un determinado tamaño de ventas y estimación media de tiempo de desplazamiento hasta llegar al cliente, tiempo medio por visita al cliente, tiempos muertos de espera en las visitas, número de clientes a visitar, frecuencia con la que el comercial visita al cliente, tiempo empleado en la ruta y jornada de trabajo:

- Calcular la ecuación fundamental de la red de ventas para: organizaciones con frecuencia de una única visita/contacto, con distinta frecuencia de visitas/contactos y con método de viabilidad.
- Definir la ruta de las visitas programadas por comercial aplicando técnicas de organización de rutas o criterios de contactación en caso de servicios telefónicos o a distancia.
- Elaborar la hoja de ruta de visitas y/o distribución de llamadas o contactos en servicios de contacto o "call center".
- Elaborar distintos documentos y/o procedimientos de trabajo necesarios en la organización de la fuerza de ventas: instrucciones de trabajo, argumentario de ventas entre otros.

C2: Aplicar técnicas de organización y gestión comercial para alcanzar o mejorar unos objetivos de venta previstos para un equipo comercial.

CE2.1 Describir los principales objetivos y medios necesarios para la ejecución de los planes de venta señalando al menos objetivos cuantitativos (incremento de ventas por comercial, por producto, número de pedidos, número de visitas entre otros) y cualitativos (nuevos clientes, recuperación de clientes perdidos, nuevos productos, nuevos puntos de venta, entre otros).

CE2.2 Determinar qué pretende un sistema de dirección por objetivos en cuanto a: definición de objetivos, responsabilidades, competencias personales, plazos, motivación, apoyo técnico-emocional y toma de decisiones.

CE2.3 Argumentar las ventajas y desventajas de la dirección por objetivos en la gestión y dirección de equipos comerciales.

CE2.4 Explicar los métodos más utilizados en el reparto de objetivos comerciales y cuotas de venta entre la fuerza de ventas.

CE2.5 Identificar y analizar los factores fundamentales que se tienen en cuenta para el éxito en la planificación de objetivos comerciales.

CE2.6 Explicar las actividades de prospección, difusión y promoción a realizar por el equipo de ventas para alcanzar unos objetivos de venta determinados.

CE2.7 Dado un supuesto convenientemente caracterizado y volumen anual de ventas durante al menos dos años calcular:

- Los estadísticos básicos (media, moda y tasas de variación)
- La previsión de ventas utilizando los métodos de inferencia estadísticos adecuados: tendencia-ciclo, estacionalidad y ruido.
- Determinar los objetivos asignando a los comerciales las cuotas de venta a satisfacer.

CE2.8 Dados unos objetivos comerciales a alcanzar en un periodo de tiempo determinado:

- Definir el tipo y número de actividades necesarias.
- Calcular el tiempo necesario para ejecutar dichas actividades.
- Programar las actividades de cara a la consecución de la venta.

CE2.9 Identificar los componentes de una herramienta/soporte de objetivos marcados para los miembros del equipo de ventas para un periodo de tiempo determinado.

C3: Determinar estilos de mando y liderazgo del equipo de comerciales de acuerdo con distintos comerciales, valores, cultura e identidad corporativa.

CE3.1 Señalar los distintos estilos de mando y liderazgo aplicables a equipos comerciales.

CE3.2 Identificar los principales elementos y aspectos para la motivación de los miembros de un equipo de trabajo comercial.

CE3.3 Explicar los prototipos culturales de las organizaciones y su influencia en el equipo de trabajo comercial.

CE3.4 Dado un supuesto práctico convenientemente caracterizado realizar un análisis comparativo entre el perfil de los miembros del equipo de trabajo (rasgos psicológicos) y sus roles en la dinamización y motivación del grupo.

CE3.5 Identificar y describir las competencias emocionales, intrapersonales e interpersonales que deber tener un jefe o responsable de un equipo de comerciales.

CE3.6 A partir de un supuesto convenientemente caracterizado con los datos de los miembros de un equipo de comerciales y su plan de ventas y trabajo:

- Simular la transmisión de las cuotas de venta y organización de la fuerza de ventas.
- Resolver las dudas y cuestiones planteadas habitualmente.
- Adoptar el estilo de mando y liderazgo adecuado.

C4: Aplicar métodos de evaluación y control en el desarrollo y ejecución de planes de venta y desempeño de los miembros del equipo comercial.

CE4.1 Identificar los parámetros y variables que hay que controlar en el desarrollo del plan de ventas y el equipo comercial.

CE4.2 Describir los métodos y ratios que se utilizan habitualmente para medir la ejecución y calidad del plan y desempeño del equipo de comercial.

CE4.3 A partir de un supuesto convenientemente caracterizado: elaborar una ficha de cliente con la información que debe cumplimentar el comercial /vendedor y/o informe/report o parte diario de actividades realizadas señalando al menos: actividades realizadas, gestión comercial (pedidos, cobros, visitas, kilómetros recorridos, gastos, clientes nuevos) utilizando aplicaciones informáticas adecuadas.

CE4.4 A partir de una información suministrada sobre unos datos de venta de los miembros de un equipo comercial: nº de visitas, nº de pedidos, ventas por producto/servicio por zona y/o cliente y gastos:

- Calcular los indicadores y/o ratios de rentabilidad de las ventas por producto/cliente y comercial.
- Calcular las tasas de variación para distintos periodos: mensual, trimestral y anual.
- Representar gráficamente e interpretar los resultados.
- Realizar el análisis de las ventas por producto/cliente/comercial interpretando los resultados obtenidos.

CE4.5 En un supuesto convenientemente caracterizado, donde se indique el resultado del seguimiento de un equipo de trabajo:

- Analizar y evaluar la actuación de los miembros del equipo de trabajo.
- Determinar las actuaciones concretas a realizar con cada uno de los miembros del equipo de trabajo en función del análisis y de los datos observados.

CE4.6 Dado un informe sobre los resultados obtenidos por los miembros de un equipo de trabajo:

- Clasificar a los miembros del equipo en función de los resultados obtenidos.
- Explicar los criterios utilizados para realizar esta clasificación.
- Analizar los resultados y elaborar un informe con los mismos.

CE4.7 Identificar los factores que se tendrán en cuenta en una evaluación de conocimientos y habilidades de los miembros del equipo de trabajo.

- C5:** Definir planes de formación y reciclaje de equipos de comerciales según distintos objetivos y requerimientos.
- CE5.1** Explicar el proceso de identificación de necesidades formativas de un equipo de trabajo.
 - CE5.2** Identificar los objetivos formativos de una organización, o departamento responsable, de la función de ventas.
 - CE5.3** Describir la estructura y los contenidos de un plan formativo tipo para el departamento comercial de una organización.
 - CE5.4** Analizar las ventajas e inconvenientes de las distintas modalidades de ejecución y desarrollo de distintos planes formativos para equipos comerciales
 - CE5.5** Analizar los distintos sistemas de evaluación de la formación continua en equipos de trabajo de carácter comercial.
 - CE5.6** Dado un supuesto con un equipo de comerciales nuevo con operaciones y medios comerciales definidos a un puesto concreto:
 - Detectar las necesidades formativas en función de su experiencia y formación inicial.
 - Analizar las necesidades a nivel individual y grupal.
 - Establecer actividades formativas para un plan formación inicial en función de las competencias, perfil y resultados obtenidos.
 - CE5.7** Dado un supuesto con un equipo de comerciales en el que se ha producido un cambio tecnológico, un nuevo servicio, proyecto o cliente:
 - Detectar las necesidades formativas del personal comercial.
 - Analizar las necesidades a nivel individual y grupal.
 - Establecer actividades formativas para un plan formación continua en función del cambio a introducir y las competencias del personal.
 - CE5.8** Dado un supuesto convenientemente caracterizado con los resultados de desempeño de los miembros de un equipo de comercial proponer actividades formativas en función de las competencias, perfil y resultados obtenidos.
- C6:** Aplicar estrategias de resolución y negociación en distintas situaciones de conflicto habituales en equipos de comerciales.
- CE6.1** Identificar los factores que intervienen en el proceso de comunicación verbal y no verbal en el seno de un equipo comercial.
 - CE6.2** Identificar actitudes emocionales intensas y de crisis que habitualmente se dan en el entorno de trabajo de un equipo de comerciales, proponiendo estrategias de actuación para potenciarlas o reconducirlas.
 - CE6.3** Describir los posibles roles tipo de los integrantes de un grupo y las estrategias para mejorar su integración y la cohesión grupal.
 - CE6.4** Analizar los distintos estilos de resolución de conflictos y el rol que debe ejercer el jefe del equipo de comerciales.
 - CE6.5** En un supuesto práctico, convenientemente caracterizado, con un equipo de trabajo simulado:
 - Aplicar una prueba sociométrica.
 - Procesar los resultados.
 - Confeccionar el sociograma.
 - Exponer las conclusiones.
 - CE6.6** Dado un supuesto práctico convenientemente caracterizado con un equipo de comerciales simulado determinar las técnicas para la detección de conflictos y funcionamiento del grupo.

CE6.7 Dadas unas instrucciones de trabajo, argumentario de venta y hoja de ruta simular su transmisión al equipo de comerciales aplicando técnicas de comunicación asertivas.

CE6.8 Valorar la importancia de una actitud tolerante y de empatía en el jefe de un equipo de trabajo a la hora de resolver conflictos en un entorno de trabajo comercial.

CE6.9 Determinar los estilos de negociación que se pueden aplicar con un equipo de trabajo en una situación comercial debidamente tipificada.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C3 respecto a CE3.4 y CE3.7; C4 respecto a CE4.5, CE4.6 y CE4.9; C6 respecto a CE6.5 y CE6.6.

Otras Capacidades:

Respetar los procedimientos y normas internas de la empresa.

Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, clara y precisa.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.

Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y el cumplimiento de los objetivos

Demostrar interés por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos

Contenidos

1 Organización del plan y fuerza de ventas

Objetivos y estructura del plan y fuerza de ventas.

Actividades vinculadas al plan de ventas: prospección, difusión, promoción y servicios post-venta.

Determinación del tamaño de la fuerza de ventas.

Fijación de cuotas de ventas.

Organización del plan y fuerza de ventas: por zonas, clientes, productos.

Técnicas de organización del equipo de ventas: Asignación de zonas, rutas, clientes.

Aplicaciones informáticas de gestión de tareas.

Aplicaciones informáticas de gestión y control de planes de venta.

2 Gestión del equipo de ventas

Definición del perfil del comercial/vendedor: el profesiograma. Captación y selección de comerciales. Criterios de selección. Elementos personales y profesionales. Sistemas de retribución y promoción del equipo comercial. Formación y habilidades del equipo de ventas: desarrollo de competencias individuales y en grupo. Definición de necesidades formativas. Carrera profesional del comercial. Planes de formación inicial y continua en equipos comerciales: Objetivos y métodos de formación en equipos comerciales. Evaluación de planes de formación.

3 Coordinación y dirección del equipo de ventas.

Dinamización y dirección de equipos comerciales. Estilos de mando y liderazgo. Claves de motivación y animación del equipo de ventas. Definición de la motivación. Principales teorías de motivación. Diagnostico de factores motivacionales. Pruebas sociométricas. Gestión de conflictos en los equipos comerciales: Técnicas de resolución de situaciones conflictivas. Métodos más usuales para la toma de decisiones en grupos.

4 Control y seguimiento de los objetivos y fuerza de ventas.

Objetivos del control y seguimiento de la fuerza de ventas. Ratios comerciales de control. Criterios de valoración. Evaluación del desempeño comercial: Conceptos básicos, ventajas e inconvenientes.

Participantes. Métodos de evaluación. Efectos de la evaluación del desempeño. Documentos e informes de ejecución de ventas/visitas/contactos Requisitos mínimos de un plan de control y seguimiento del equipo comercial. Evaluación del plan de ventas y satisfacción del cliente. Elaboración de informes de seguimiento y control del equipo de comerciales.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m²

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la gestión de la fuerza de ventas y la coordinación del equipo de comerciales, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:
 - Formación académica de Ingeniero Técnico, Diplomado, Arquitecto Técnico o de otras de superior nivel relacionadas con este campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 4

Asesoramiento inmobiliario

Nivel:	3
Código:	MF1701_3
Asociado a la UC:	UC1701_3 - Asistir en la mediación y tramitación legal, fiscal y financiera de operaciones inmobiliarias.
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Interpretar la información registral pública y/o documental privada de diferentes inmuebles, determinando la titularidad de los mismos y la existencia de cargas, gravámenes y afecciones.
- CE1.1** Definir los criterios que permiten identificar a los titulares de inmuebles en una operación inmobiliaria utilizando los criterios admitidos en Derecho civil y mercantil.
 - CE1.2** Explicar el procedimiento para la inmatriculación o regularización de la inscripción del inmueble en el registro de propiedad.
 - CE1.3** Detectar los diferentes supuestos de representación de los titulares a través de, apoderados o mandatarios, distinguiendo las posibles formas de representación y el alcance de sus efectos para cada caso.
 - CE1.4** Distinguir entre las diferentes cargas y gravámenes a los que puede estar sujeto un inmueble y su repercusión en la viabilidad de la operación.
 - CE1.5** Explicar los procedimientos para liberar las cargas y gravámenes habituales en los inmuebles -hipotecas y embargos.
 - CE1.6** Definir los procedimientos establecidos para obtener la documentación acreditativa de hallarse el inmueble al corriente de pago de Impuesto de Bienes Inmuebles y demás arbitrios y tributos, así como en los gastos de comunidad, en su caso.
 - CE1.7** A partir de la documentación de un inmueble para la celebración de una operación inmobiliaria:
 - Examinar el título de propiedad identificando titulares y cargas y gravámenes.
 - Distinguir las diversas afecciones y cargas del inmueble, tales como hipotecas, embargos y derechos reales, entre otros.
 - Simular la solicitud al Registro de la propiedad correspondiente mediante instancia o procedimiento al efecto las certificaciones y notas registrales de inmueble.
 - Determinar el coste económico real que implica el levantamiento de las cargas y gravámenes o la forma en que afecta al derecho de propiedad.
 - CE1.8** Simular la realización de los trámites ante los organismos públicos competentes (Registro de la Propiedad, Comunidad Autónoma, Ayuntamiento y Catastro inmobiliario) para comprobar la existencia o no de afecciones urbanísticas.
- C2:** Valorar la viabilidad jurídica de una operación inmobiliaria de acuerdo a la normativa vigente y usos del sector

CE2.1 Explicar las fases del proceso a seguir para el perfeccionamiento de una operación inmobiliaria.

CE2.2 En un caso debidamente caracterizado, identificar los hechos distintivos de que invalidan legalmente la celebración de la operación inmobiliaria.

CE2.3 Identificar las instituciones, organismos y registros oficiales que participan en la perfección y vigilancia de las operaciones inmobiliarias.

CE2.4 Explicar las causas que invalidan el procedimiento jurídico de la transmisión de propiedad y/o alquiler de inmuebles.

CE2.5 Identificar los aspectos y elementos básicos del contrato de arrendamiento y el contrato de arrendamiento con opción de compra.

CE2.6 Describir las posibles implicaciones futuras de las incidencias y servidumbres físicas, jurídicas o urbanísticas del inmueble y las posibilidades reales de remoción.

C3: Aplicar técnicas de intermediación en operaciones inmobiliarias habituales en el sector.

CE3.1 Explicar los conceptos de estrategia y margen de negociación en las posturas que se plantean entre las partes de una operación inmobiliaria.

CE3.2 Identificar las variables y condiciones a negociar en una operación comercial inmobiliaria.

CE3.3 Argumentar los objetivos y estrategias de negociación en el transcurso de una negociación, desde el punto de vista de la agencia inmobiliaria, el propietario y el inquilino/comprador, en una operación inmobiliaria.

CE3.4 Explicar los signos de la conducta no verbal durante un proceso de negociación de una operación inmobiliaria.

CE3.5 A partir de la simulación de una entrevista con un cliente interesado en la compra de un inmueble con unas determinadas condiciones:

- Identificar las probables posturas de las partes en el proceso de comercialización: propietario, demandante e intermediario.
- Aplicar técnicas de negociación para acercar posturas entre la posición demandante y propietaria.
- Elaborar un informe que recoja los acuerdos de la negociación, utilizando aplicaciones informáticas.

CE3.6 A partir de la simulación de una entrevista con un cliente interesado en el arrendamiento de un inmueble con unas determinadas condiciones:

- Identificar las probables posturas de las partes en el proceso de comercialización: propietario, demandante e intermediarios.
- Aplicar técnicas de negociación para acercar posturas entre la posición demandante y propietaria.
- Elaborar un informe que recoja los acuerdos de la negociación, utilizando aplicaciones informáticas para la elaboración de informes.

C4: Cumplimentar los documentos y contratos-tipo para el perfeccionamiento de las operaciones inmobiliarias, de acuerdo a la normativa, usos y costumbres habituales y código deontológico en la actividad inmobiliaria.

CE4.1 Identificar la documentación anexa a una operación de intermediación inmobiliaria y los modelos documentales-tipo que existen.

CE4.2 Identificar la normativa vinculada al perfeccionamiento de operaciones inmobiliarias y transmisión de la propiedad.

CE4.3 Explicar los elementos necesarios para la perfección de una operación de compraventa inmobiliaria y regulación jurídica de la transmisión de la propiedad en el ordenamiento jurídico contenido principalmente en el Código civil y mercantil.

CE4.4 Distinguir los distintos tipos de contratos que se dan en las operaciones de intermediación inmobiliaria -arras, opción de compra, traspaso/cesión, subarriendo, permutas, compraventa y alquiler.

CE4.5 Identificar e interpretar la normativa aplicable a los distintos tipos de contratos inmobiliarios.

CE4.6 Dada la caracterización de una operación inmobiliaria y unas condiciones de venta prefijadas, confeccionar el contrato adecuado a la situación planteada, estructurando la información dentro del clausulado que la compone, utilizando una aplicación informática adecuada y la terminología apropiada.

CE4.7 A partir de unas condiciones pactadas en una operación de intermediación inmobiliaria entre dos particulares para el contrato de arras de una vivienda, cumplimentar el documento que formalice la operación de acuerdo con la normativa aplicable y utilizando en su caso una aplicación informática adecuada.

CE4.8 A partir de unas condiciones pactadas en una operación de intermediación inmobiliaria entre dos particulares para la compraventa de una vivienda, cumplimentar el documento que formalice la operación de acuerdo con la normativa aplicable y utilizando en su caso una aplicación informática adecuada.

CE4.9 A partir de unas condiciones pactadas en una operación de intermediación inmobiliaria entre dos particulares para el arrendamiento de una vivienda, cumplimentar el documento que formalice la operación de acuerdo con la normativa aplicable y utilizando en su caso una aplicación informática adecuada.

CE4.10 Explicar la normativa vigente en los contratos de arrendamiento para uso distinto de la vivienda.

CE4.11 Explicar los requisitos habituales en la venta de viviendas sobre plano o de primera ocupación.

C5: Realizar el presupuesto de gastos para la formalización de las operaciones en documento público, derechos de inscripción registral y gestoría.

CE5.1 Identificar las partidas y gastos de formalización de las operaciones inmobiliarias tipo.

CE5.2 En un supuesto convenientemente caracterizado, calcular el coste aproximado de las escrituras públicas necesarias para documentar las operaciones y permitir su acceso al Registro de la Propiedad, utilizando la tabla de aranceles del Colegio Notarial.

CE5.3 En un supuesto convenientemente caracterizado, calcular el coste aproximado de los derechos de inscripción en el Registro de la Propiedad, utilizando la tabla de aranceles al efecto.

CE5.4 En un supuesto convenientemente caracterizado, calcular el coste aproximado de las gestiones a realizar por la Gestoría encargada de la subsiguiente tramitación de la documentación, en base a los criterios del Colegio de Gestores y la costumbre del mercado.

C6: Calcular la cuota de los distintos tipos de tributos que gravan las operaciones inmobiliarias habituales, aplicando la normativa fiscal vigente.

CE6.1 Identificar los supuestos de aplicación del Impuesto sobre transmisiones patrimoniales o Impuesto sobre el Valor Añadido a las operaciones inmobiliarias.

CE6.2 En un supuesto convenientemente caracterizado, calcular la Base imponible, tipo impositivo, cuota líquida y deuda tributaria del Impuesto sobre transmisiones patrimoniales o Impuesto sobre el Valor Añadido, según el caso.

CE6.3 En un supuesto convenientemente caracterizado, identificar al obligado tributario del impuesto en operaciones inmobiliarias y lugar donde debe presentarse la declaración, cumplimentando los impresos establecidos al efecto por la Administración Tributaria.

CE6.4 En un supuesto convenientemente caracterizado, calcular el coste del Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados aplicable a las operaciones, conociendo los tipos impositivos y supuestos de exención.

CE6.5 Explicar el procedimiento de liquidación del Impuesto sobre Incremento del Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana y calcular el importe aproximado aplicable al caso.

CE6.6 En un supuesto convenientemente caracterizado, calcular el tipo y clase de papel timbrado necesario para la formalización del contrato de arrendamiento, o bien calcular la deuda tributaria y efectuar su liquidación mediante declaración al efecto.

C7: Estimar la viabilidad financiera de operaciones inmobiliarias, en función de la capacidad económica y de endeudamiento de los clientes-demandantes, diferentes ofertas financieras y las fórmulas de financiación habituales en el sector inmobiliario.

CE7.1 Distinguir entre la Tasa de Interés Nominal y la Tasa Anual Equivalente (TAE), describiendo el procedimiento para su cálculo

CE7.2 En un supuesto convenientemente caracterizado, aplicar la fórmula de cálculo de la capacidad de endeudamiento a las circunstancias personales y económicas del adquirente, determinando el límite máximo de cuota hipotecaria asumible

CE7.3 En un supuesto convenientemente caracterizado, aplicar métodos de cálculo de las cuotas y plazos de amortización de los préstamos hipotecarios, utilizando los simuladores de hipoteca de las entidades bancarias

CE7.4 En un supuesto convenientemente caracterizado, comparar las distintas ofertas del mercado financiero, calculando la TAE de cada una de ellas y seleccionando las más ventajosas y adecuadas al perfil del cliente y a sus circunstancias personales

CE7.5 En un supuesto práctico debidamente caracterizado, estimar el coste financiero de la financiación de una operación inmobiliaria dadas unas condiciones de financiación determinadas y su viabilidad.

C8: Discriminar la documentación-tipo relativa a contratos de préstamo hipotecario, aval bancario y subrogación de hipoteca de acuerdo a la normativa vigente y necesidades de las partes de la operación inmobiliaria.

CE8.1 Diferenciar los elementos propios del contrato de préstamo y el derecho real de hipoteca.

CE8.2 Diferenciar los tipos de hipoteca e hipotecas especiales existentes según la normativa vigente.

CE8.3 Explicar las fórmulas existentes para la cesión de créditos garantizados con hipoteca voluntaria.

CE8.4 A partir de un caso claramente definido y con un modelo de contrato de préstamo hipotecario cumplimentar la documentación.

CE8.5 Explicar las causas para la solicitud de un aval bancario en el caso de arrendamiento de un inmueble.

CE8.6 A partir de un caso claramente definido y con un modelo de aval bancario cumplimentar la documentación requerida.

C9: Aplicar técnicas de atención, asesoramiento y orientación en la asistencia a clientes de aspectos legales, fiscales y financieros en diferentes operaciones inmobiliarias.

CE9.1 Identificar las técnicas de atención y comunicación aplicables a las operaciones inmobiliarias.

CE9.2 En un caso práctico debidamente caracterizado de operación inmobiliario, simular el desarrollo de una entrevista con el cliente-comprador aplicando técnicas de atención y comunicación asertiva y explicando los aspectos que afectan al comprador en una operación inmobiliaria.

CE9.3 En un caso práctico debidamente caracterizado de operación inmobiliario, simular el desarrollo de una entrevista con el cliente-propietario aplicando técnicas de atención y comunicación asertiva y explicando los aspectos que le afectan a la parte vendedora en la operación.

CE9.4 Valorar la importancia e implicación de una buena atención al cliente en procesos de orientación, información y asesoramiento de servicios de intermediación inmobiliaria.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C6 y C7 en general.

Otras Capacidades:

Trasmitir información con claridad, de manera ordenada, estructura, clara y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Iniciativa en la actividad profesional.

Organizar el propio trabajo estableciendo prioridades.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes.

Contenidos

1 Aplicación de normas y procedimiento jurídico de las operaciones inmobiliarias

Registro de la Propiedad: concepto, descripción, inscripciones más usuales, métodos de inscripción de fincas Derechos Reales, cargas, gravámenes y afecciones de la propiedad. Gastos de comunidad, normas de aplicación y reparto, formas de acreditación del pago. Estudio de las afecciones urbanísticas y servidumbres habituales. Coste de los procedimientos legales y gestión administrativa de la operación: aranceles notariales, derechos del registro de la Propiedad y otros costes de las gestiones administrativas

2 Tributación de las operaciones inmobiliarias

Conceptos básicos en la tributación de las transmisiones inmobiliarias: sujeto pasivo, hecho imponible, base imponible, tipo impositivo, determinación de la cuota tributaria. Impuesto o formulario declarativo. Impuesto sobre Bienes Inmuebles y demás impuestos y tasas municipales que afectan. Impuesto sobre Trasmisiones Patrimoniales en operaciones inmobiliarias. Impuesto sobre el Valor Añadido en operaciones inmobiliarias. Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados. Impuesto sobre el Incremento de Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana. Beneficios y ventajas fiscales de determinadas operaciones inmobiliarias.

3 Financiación de las operaciones inmobiliarias

Conceptos claves de cálculo financiero en las operaciones inmobiliarias. Fórmulas de financiación de las operaciones inmobiliarias. El aval bancario: características y requisito. El crédito hipotecario. Tipos de interés. Cálculo de cuotas de amortización. Cuadro de amortización del crédito. Capacidad de endeudamiento. Concepto y fórmula de cálculo. Requisitos para la subrogación de hipotecas.

4 Técnicas de intermediación en el asesoramiento de operaciones inmobiliarias

Presentación y análisis de la información de operaciones inmobiliarias. El proceso de mediación inmobiliaria: Normativa reguladora y código deontológico. Responsabilidades de las partes. Contratos de intermediación y contratación de inmuebles. Condiciones y cláusulas de las operaciones inmobiliarias. Cumplimentación de documentación y contratos de operaciones inmobiliarias. Elementos y partes del contrato de compraventa y arrendamiento de inmuebles. Resolución de conflictos. Fórmulas de cortesía y atención personalizada. Calidad en la atención, información y asesoramiento a clientes.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m²

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la asistencia en la mediación y tramitación legal, fiscal y financiera de operaciones inmobiliarias, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:
 - Formación académica de Licenciado/a, titulación de grado equivalente o de otras de superior nivel relacionadas con este campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.

MÓDULO FORMATIVO 5

Comercialización inmobiliaria

Nivel:	2
Código:	MF0811_2
Asociado a la UC:	UC0811_2 - Realizar la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización.
Duración (horas):	120
Estado:	BOE

Capacidades y criterios de evaluación

- C1:** Aplicar técnicas de promoción de distintas carteras de inmuebles.
- CE1.1** Identificar los distintos medios y acciones de promoción de inmuebles utilizados habitualmente en la actividad y promoción inmobiliaria.
 - CE1.2** Diferenciar las acciones de marketing directo más habituales aplicados a la actividad inmobiliaria: carteo, buzoneo y telemarketing entre otros.
 - CE1.3** Explicar las características que definen el perfil y motivaciones de compra del cliente-demandante de bienes inmuebles, online y offline, según la teoría del comportamiento del consumidor.
 - CE1.4** Definir las variables e información de los inmuebles más relevante para su comercialización.
 - CE1.5** Identificar los elementos que caracterizan las acciones de promoción online inmobiliaria y visitas virtuales de inmuebles entre otras.
 - CE1.6** A partir de la información de una cartera de inmuebles, argumentar las ventajas y desventajas de su anuncio/ inserción en distintos medios de publicidad escrita online y offline: prensa, revistas, web, catálogos propios y/o ajenos entre otros.
 - CE1.7** Analizar las diferencias en los mensajes/contenidos según el tipo de clientes o público objetivo al que se dirijan y medio/soporte que utilicen para su difusión.
 - CE1.8** Explicar los efectos sobre el comportamiento del cliente-demandante de distintas acciones promocionales y el merchandising en el establecimiento/agencia comercial inmobiliaria.
 - CE1.9** Identificar e interpretar la normativa vigente y criterios ético-profesionales en materia de publicidad y promoción comercial de inmuebles.
- C2:** Elaborar documentos y/o elementos promocionales sencillos de inmuebles, en diferentes soportes/medios, adaptados a las principales acciones de promoción inmobiliaria.
- CE2.1** Diferenciar los criterios de elaboración de elementos promocionales según el tipo de soporte/medio de publicidad.
 - CE2.2** En un supuesto práctico de promoción inmuebles debidamente caracterizados redactar una carta comercial ofertando los servicios de intermediación inmobiliaria, de forma clara y con corrección léxica, utilizando las aplicaciones informáticas y procesadores de texto adecuados.

CE2.3 En un supuesto práctico debidamente caracterizado de inmuebles a comercializar, elaborar un cartel definiendo el contenido del mismo y aplicando las técnicas de rotulación, color y tipos de letras legibles y visibles al mismo.

CE2.4 Diferenciar las funciones habituales en las aplicaciones informáticas para la autoedición de carteles y folletos en formato papel y digital.

CE2.5 Diseñar una página web sencilla ofertando productos inmobiliarios utilizando aplicaciones informáticas a nivel de usuario de autoedición de páginas web y blogs.

CE2.6 En un supuesto práctico, a partir de la caracterización de unos inmuebles a promocionar:

- Definir el mensaje que se quieren transmitir en función de las características de cada uno de los inmuebles.
- Confeccionar un pequeño catálogo combinado información e imágenes de inmuebles,
- Confeccionar dípticos y trípticos sencillos utilizando una aplicación informática de autoedición.

C3: Determinar las características de los inmuebles adecuados a las necesidades detectadas de distintos tipos de clientes.

CE3.1 Identificar las variables que intervienen en el comportamiento y motivación de compra del cliente de bienes inmuebles.

CE3.2 Argumentar la importancia del conocimiento del cliente y del producto en el éxito de la intermediación inmobiliaria.

CE3.3 Valorar la importancia de la estructuración y elaboración de un guión previo o argumentario para la detección de necesidades y comercialización de bienes inmuebles.

CE3.4 Elaborar un guión de entrevista con preguntas clave para calificar al cliente según:

- Sus necesidades
- Sus motivaciones de compra
- capacidad de alquiler y/o endeudamiento entre otros.

CE3.5 En una entrevista simulada con un cliente demandante de inmuebles para su arrendamiento/alquiler como vivienda:

- Aplicar las técnicas de comunicación, verbal y no verbal, y habilidades sociales que faciliten la empatía con el cliente.
- Clasificar las necesidades del cliente en críticas y no críticas.
- A partir de las necesidades críticas del cliente definir el "inmueble ideal" que se adaptaría a esas necesidades.
- Describir con claridad las características del inmueble seleccionado, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente.

CE3.6 En una entrevista simulada con un cliente demandante de inmuebles para su compra:

- Identificar la tipología del cliente y sus necesidades de compra, realizando las preguntas oportunas.
- Aplicar las técnicas de comunicación, verbal y no verbal, y habilidades sociales que facilitan la empatía con el cliente.
- Clasificar las necesidades del cliente en críticas y no críticas.
- A partir de las necesidades críticas del cliente definir el "inmueble ideal" que se adaptaría perfectamente a esas necesidades.
- Describir con claridad las características del inmueble seleccionado, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente.

CE3.7 Identificar los diferentes tipos de consultas disponibles, en una base de datos de inmuebles previamente diseñada, analizando la funcionalidad de cada uno de ellos.

CE3.8 Ante un supuesto práctico convenientemente caracterizado en el que se dispone de información de inmuebles contenida en una base de datos:

- Manejar con precisión las utilidades de la aplicación informática que permitan realizar consultas de información.
- Identificar la información solicitada y su localización física en la aplicación.
- Editar, procesar y archivar, en su caso, la información recuperada.

C4: Aplicar técnicas de venta y refutación de objeciones en operaciones-tipo de comercialización de productos y/o servicios de intermediación inmobiliaria.

CE4.1 Describir las fases fundamentales del proceso de comercialización, presencial y no presencial, online y offline, de bienes inmuebles para su compraventa/alquiler.

CE4.2 Describir las objeciones utilizadas habitualmente por los clientes-demandantes de inmuebles para comprar/alquilar.

CE4.3 Explicar y ejemplificar las técnicas existentes para rebatir las objeciones más habituales de distintos cliente-tipo en la actividad inmobiliaria.

CE4.4 A partir de la caracterización de un inmueble y un cliente-demandante interesado en su compra/alquiler, simular la presentación del producto, empleando, en su caso, recursos gráficos como fotos o planos.

CE4.5 En una simulación de comercialización no presencial por teléfono:

- Realizarse la entrevista interpretando las necesidades y capacidad de compra del cliente adoptando las técnicas de comunicación al medio (teléfono o Internet) procurando la empatía y confianza con el cliente.

- Transmitir con claridad y precisión, de forma oral y escrita, la información disponible de los inmuebles.

CE4.6 A partir de los datos de una demanda online y/o solicitud de arrendamiento de inmuebles por correo electrónico:

- Redactar las preguntas para detectar las necesidades del cliente, en un lenguaje cordial y adecuado, con corrección léxica y ortográfica, favoreciendo la empatía y confianza con el cliente.

- Transmitir de forma escrita, la información disponible de la cartera de inmuebles con claridad y precisión.

- Proponer la celebración de una cita para la continuación de la operación.

CE4.7 En una simulación de una visita con un cliente a un inmueble para su compra, a partir de información de la operación comercial convenientemente caracterizada:

- Presentar con claridad las características del inmueble, destacando sus ventajas y su adecuación a las necesidades del cliente utilizando herramientas de presentación.

- Mantener durante la simulación una actitud que favorezca la confianza y decisión de compra.

- Rebatir las objeciones del cliente-comprador utilizando diferentes técnicas para rebatir objeciones.

- Evaluar críticamente la actuación desarrollada detectando aquellos aspectos que puede mejorar.

C5: Valorar la importancia del seguimiento de las operaciones, visitas y clientes contactados utilizando sistemas de gestión comercial informáticos y aplicando criterios de calidad y mejora continua en el servicio de comercialización inmobiliaria.

CE5.1 Argumentar la ventaja de aplicar técnicas de seguimiento y control en las distintas fases del proceso de comercialización inmobiliaria.

CE5.2 Explicar la utilidad de un CRM, base de datos y/o sistema informático organizado de seguimiento y control de las operaciones de intermediación en una agencia/empresa inmobiliaria.

CE5.3 Explicar los criterios e indicadores para valorar la eficacia de un servicio de intermediación inmobiliaria de calidad y mejora continua.

CE5.4 Identificar la documentación que se utiliza para recoger la información obtenida en una visita y/o entrevista con un cliente demandante de productos inmobiliarios.

CE5.5 Identificar la información mínima de control que debe contener un informe o reporte de una visita y/o entrevista con un cliente-demandante.

CE5.6 En la simulación de una visita de un inmueble con un cliente, convenientemente caracterizada cumplimentar los datos en una hoja de visita previamente diseñada.

CE5.7 Redactar informes y/o documentos de trabajo, hojas de visita u otros, concretando la información y seguimiento del proceso de comercialización inmobiliaria, utilizando aplicaciones informáticas adecuadas

CE5.8 En la simulación de una relación con un cliente supuesto, y a partir de información convenientemente caracterizada:

- Describir los criterios comerciales para decidir la inclusión del cliente en un plan de fidelización.
- Determinar las áreas de actuación dentro de su responsabilidad que singularizan la relación.

CE5.9 Explicar el significado del servicio post-venta en los procesos comerciales inmobiliarios.

Capacidades cuya adquisición debe ser completada en un entorno real de trabajo

C4 en general.

Otras Capacidades:

Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de los clientes. Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructura, clara y precisa a las personas adecuadas en cada momento.

Iniciativa en la actividad profesional.

Organizar el propio trabajo estableciendo prioridades.

Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.

Contenidos

1 Comercialización de productos inmobiliarios

Estructura y proceso comercial de la actividad inmobiliaria: características del producto y servicios de intermediación inmobiliaria. Normativa reguladora de las operaciones de compraventa y alquiler de bienes inmuebles. Procesos de contratación inmobiliaria. Tipos de contratos. Tipos y características de los inmuebles: Vivienda libre, de protección oficial y cooperativas de viviendas. Casos especiales: Viviendas de VPO, y viviendas sobre plano o primera ocupación. Ley de arrendamientos urbanos (LAU). Arrendamientos de vivienda. Normativa de protección al consumidor que afecta a las operaciones inmobiliarias

2 Técnicas de promoción de inmuebles

Técnicas básicas de promoción inmobiliaria: medios y canales de promoción. Contenido y mensaje de promoción de inmuebles. Elementos de promoción inmobiliaria: anuncios, folletos y carteles

entre otros. Técnicas básicas de rotulación, forma y color para folletos y carteles. Aplicaciones informáticas para la autoedición de folletos y carteles publicitarios. Las acciones promocionales en Internet como canal de comercialización de la agencia. Herramientas de promoción online.

3 Técnicas de venta inmobiliaria

El proceso de venta inmobiliaria. Fases y diferencias de la venta presencial y no presencial. Detección de necesidades y comportamiento del cliente de productos inmobiliarios. Reglas básicas para formular preguntas y calificar a los clientes demandantes. Presentación, visita y demostración del producto inmobiliario. Adecuación a las necesidades del cliente. Aproximación no verbal y verbal al cliente. Técnicas de comunicación verbal y no verbal. Argumentación comercial: las objeciones, ventas adicionales y sustitutivas en la intermediación inmobiliaria. El cierre de la operación inmobiliaria. Negociación de las condiciones básicas de contratación. Técnicas de venta no presenciales aplicables a la actividad inmobiliaria. El comercio electrónico en la actividad inmobiliaria.

4 Operativa comercial inmobiliaria

Elementos y partes en las operaciones inmobiliarias. Código deontológico y normativa reguladora de la comercialización inmobiliaria. Documentación habitual en las operaciones inmobiliarias. Cumplimentación de documentos comerciales y precontratos de operaciones inmobiliarias. Generalidades y tipos.

Parámetros de contexto de la formación

Espacios e instalaciones

Aula de gestión de 45 m²

Perfil profesional del formador o formadora:

1. Dominio de los conocimientos y las técnicas relacionados con la realización de la venta y difusión de productos inmobiliarios a través de distintos canales de comercialización, que se acreditará mediante una de las formas siguientes:
 - Formación académica de Licenciado/a, titulación de grado equivalente o de otras de superior nivel relacionadas con este campo profesional.
 - Experiencia profesional de un mínimo de 3 años en el campo de las competencias relacionadas con este módulo formativo.
2. Competencia pedagógica acreditada de acuerdo con lo que establezcan las Administraciones competentes.