



1 CAPITALIZAR EL PARO PARA CREAR UNA EMPRESA



2 FRANQUICIAS DESTACADAS



3 QUÉ ES EL 'DOWNSHIFTING'

## Agencias inmobiliarias: un sector amplio y con posibilidades que necesita ciertas reformas

En un principio íbamos a hablar de tendencias y oportunidades, pero el relato fue virando hacia términos como profesionalidad, soporte en red, experiencia final del cliente y –sí– burbuja inmobiliaria, lo que denota lo complejo de un mercado con unas barreras de entrada aún bajas.

**E** POR CLAUDIO NOVOA GONZÁLEZ 29/04/2019



Afirma **Javier Sierra**, presidente de Re/Max España, que uno de los desafíos hoy es afrontar una posible corrección del sector inmobiliario. “Hay una proliferación de agencias y sólo sobrevivirán aquellas que lo hagan mejor y ofrezcan un valor añadido real al cliente”.

Ante esta lectura inicial de la actividad, cabe preguntarse si estamos ante una inminente burbuja –otra vez– en cuanto al número de oficinas. “Definitivamente, no”, responde **Constanza Maya**, directora de Operaciones y Expansión de Engel & Völkers para España, Portugal y Andorra. “Lo que denota esta gran cantidad de agencias es que el inmobiliario es un segmento al alza y sano, en el que muchos emprendedores deciden invertir a pesar de no tener conocimientos o experiencia. Lo que determina o no la burbuja es el nivel de endeudamiento de las familias por encima del valor de las propiedades y el número de hipotecas solicitadas. Pese a que los bancos están autorizando financiación con cierta facilidad, nunca lo hacen por encima del 100% del valor de tasación. El número de transacciones en plena crisis, mientras, era de 900.000 al año, cuando ahora no pasamos de las 600.000”.

En cualquier caso, no debemos olvidar que éste es un sector con una barreras de entrada bajas. “Y debido a esto, comenzamos a ver algunas malas prácticas, propias de una actividad que ofrece importantes beneficios en poco espacio de tiempo”, advierte

**Jesús Duque**, vicepresidente de Alfa Inmobiliaria. “Detectamos, por ejemplo, cómo se anuncian inmuebles sin la autorización expresa de un propietario que, previamente, debe firmar un documento que se suele denominar ‘encargo de venta’, donde se autoriza a la agencia a, entre otras cosas, anunciar su vivienda en unas determinadas condiciones y precio. Un paso éste que no sólo es conveniente, sino que en determinadas comunidades autónomas es obligatorio”.

## EL 8.000 DE LA FRANQUICIA

El hecho de que debatamos –de nuevo– sobre la posibilidad de una burbuja muestra la complejidad de un mercado que aborda retos también de altura. “Hay que adaptarse a las necesidades y demandas de un cliente que, gracias a los nuevos teléfonos móviles, tiene en su mano toda la oferta inmobiliaria del país, lo que ha llevado a una reinención del negocio”, expone Duque. “Ya no vale con ofrecer sólo un piso de determinadas características. Hoy estamos obligados a diferenciarnos y acercar servicios y conocimientos complementarios. En algunos casos serán de decoración, en otros de arquitectura y diseño, en otros de carácter técnico para, por ejemplo, encontrar la propiedad ideal para convertirla en vivienda turística y lograr todas las licencias necesarias”.

Similar es el planteamiento de **Jorge Torrent**, gerente de Look & Find. “Debemos responder a las nuevas peticiones de un usuario final cada vez más exigente y que busca un servicio adaptado a sus necesidades, lo que se traduce en un trato personal y en acercar una experiencia excelente”.

## SE VE QUE HAY CALIDAD

En este escenario complejo –y exigente– cabe preguntarse si las cadenas se fijan en perfiles de franquiciados más cualificados. “No, hablamos principalmente de gente que busca autoempleo, sin experiencia y que quiere entrar en un segmento que vuelve a estar en auge”, asegura **Víctor Nadal**, de Sixty Home.

La respuesta de **Enric Jiménez**, presidente de Property Buyers by SomRIE, es, en cambio, afirmativa. “Para un servicio especializado como el nuestro, que pone el foco en los compradores, necesitamos que los candidatos no sean *juniors*, sino que atesoren conocimientos del mercado, técnicos y legales”. De la misma opinión es Duque: “Durante la crisis y en los años sucesivos desembarcaron profesionales con muy alta preparación, procedentes de empresas que habían sufrido dificultades, personas en muchos casos con formación jurídica, económica, técnica... Perfiles, en definitiva, muy formados y con bagaje en la gestión, que han mejorado en gran medida el servicio que las redes prestamos a nuestros clientes”.

Maya subraya que en Engel & Völkers siempre han buscado perfiles profesionales. “Eso no quiere decir que todos nuestros consultores vengan del sector, ya que muchísimos proceden de otras ramas como arquitectura, derecho, ingenierías o dirección de empresas”.

La realidad descrita es común en el mercado de intermediación inmobiliaria, de ahí que las centrales dediquen cada vez más recursos a sus programas formativos. De hecho, la formación es uno de los primeros aspectos en los que te deberías fijar al examinar la solidez de una cadena.

La formación es parte capital del soporte que la central da a los integrantes de la red. A partir de aquí, es interesante conocer en qué parcelas están desplegando apoyos de forma más intensa los franquiciadores. “Hacemos especial hincapié en la puesta en marcha de las nuevas franquicias, al ser un momento clave donde el emprendedor necesita un extra de ayuda y la cercanía de todos los departamentos implicados en esa etapa de arranque”, explica Torrent. “Preparamos un calendario adaptado a cada nueva oficina en el que se detalla la selección y adecuación de local, formación, tutelaje inicial, reclutamiento de personal, instalación de los programas de gestión, tecnología, canales online y campaña de marketing de apertura”.

Para Sierra, este respaldo ha de traducirse en iniciativas orientadas a la calidad –“la experiencia final del cliente es básica”–, en formación y en tecnología. Detengámonos en estos dos últimos elementos. “La tecnología sin formación no es nada, hasta el punto que la formación representa el 80% del cambio tecnológico en el que estamos inmersos”.

## BIENVENIDA, TECNOLOGÍA

Continúa Sierra reflexionando sobre una tecnología que, “sin duda”, es una oportunidad que ya está a nuestra disposición en el mercado. “En este sentido, no se trata de crear un YouTube, sino de saber cómo utilizar ese YouTube para acercar un mejor servicio al público”.

Según Maya, éste es el gran giro al que estamos asistiendo. “La irrupción de las *proptech* [compañías del sector inmobiliario con enfoque tecnológico] ha hecho que muchas agencias intensifiquen la incorporación de las nuevas tecnologías. Nosotros, por ejemplo, somos la única inmobiliaria que proporciona una app a nuestro cliente propietario, para llevar a cabo un seguimiento detallado de la venta de su propiedad”.

“El sector de las agencias inmobiliarias es uno de los que mejor comportamiento está teniendo en franquicia, al crecer en todas sus variables desde finales del 2014, síntoma de que la crisis tan profunda que padeció ha quedado atrás”. Ésta es la panorámica que dibuja **Eduardo Abadía**, director ejecutivo de la Asociación Española de Franquiciadores (AEF). “Esta tendencia positiva se mantuvo el pasado año, que se cerró con cinco franquicias más, con la apertura de 535 unidades, 1.813 empleos más y una facturación que creció en 125 millones de euros. Una evolución que permite al mercado situarse con 40 redes, 2.195 establecimientos operativos, 5.925 personas trabajando y un volumen de negocio de 456,2 millones”

MÁS DE  
**FRANQUICIAS**



TASTY POKE BAR ABRE UN RESTAURANTE EN A CORUÑA



MBE WORLDWIDE PRESENTA SUS RESULTADOS



TONI PONS INAUGURA SU SEGUNDA TIENDA EN SEVILLA



MICOLCHÓN ABRE UNA TIENDA EN MÁLAGA



URBANITY: LA APUESTA POR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE



EL PROMETEDOR NEGOCIO DEL CANNABIS



MAIL BOXES ETC. ABRE UN CENTRO EN MADRID



CAPRABO ABRE UN SUPERMERCADO EN SABADELL



ERRORES DE LOS FRANQUICIAADORES PRINCIPIANTES



ENGEL & VÖLKERS ABRE SU DECIMOCUARTO MARKET CENTER

[FRANQUICIAS](#)

[UNA AGENCIA INMOBILIARIA DIFERENTE](#)

[NECESITO UN TRASTERO ABRE FRANQUICIA EN SEVILLA](#)

[NECESITO UN TRASTERO INAUGURA EN ESTEPONA](#)

[QUÉ HUECOS HAY EN EL SECTOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES](#)

[GS SE AFIANZA EN EL SECTOR INMOBILIARIO](#)

[THE SIMPLE RENT ABRE EN LA COMUNIDAD VALENCIANA](#)

## Emprendedores



[CONTACTO](#)

[HEARST ESPAÑA](#)

[PUBLICIDAD](#)

[NEWSLETTER](#)

[MARKETING](#)

[AUTÓNOMOS](#)

[AYUDAS](#)

[ESTRATEGIA](#)

[FINANZAS](#)

[GESTIÓN](#)

[HABILIDADES](#)

[LEGISLACIÓN Y FISCALIDAD](#)

**HEARST**  
españa

Emprendedores, marca perteneciente al grupo Hearst Magazines International

Emprendedores participa en varios programas de afiliación de marketing, lo que significa que Emprendedores recibe comisiones de las compras hechas a través de los links a sitios de los vendedores.

©2019 Hearst España S.L. Todos los derechos sobre las marcas, imágenes y contenidos están protegidos.

[AVISO DE PRIVACIDAD](#) [POLÍTICA DE COOKIES](#) [AVISO LEGAL](#) [SITEMAP](#)