



Defensa de Tasación y Captación de Exclusiva

Versión extendida 2025



1. Introducción

La defensa de tasación es el momento decisivo en la relación con un propietario. No basta con entregar un número: hay que **defenderlo con argumentos sólidos**, mostrar el valor del servicio y lograr el compromiso de trabajar juntos bajo una **exclusiva de venta**.


En Propertex entendemos que este proceso es mucho más que presentar un informe: es una oportunidad para demostrar profesionalismo, generar confianza y **cerrar una relación a largo plazo con el cliente**.

2. Preparación del Encuentro

Principios Clave

- **Nunca dar el precio en la primera visita.**
La primera visita es para inspeccionar la propiedad, escuchar al propietario y generar rapport.
- **La tasación se presenta en oficina.**
Allí tenemos control del entorno, herramientas visuales y un marco profesional.
- **Invitación dirigida.**
Evitar preguntas abiertas. Ejemplo:
 -  “¿Te gustaría acercarte a la oficina?”
 -  “¿Cuándo preferís acercarte, mañana o pasado? ¿A las 5 o a las 6?”

Ejemplo Real

- **Propietario:** “No sé, tengo que ver si me queda cómodo.”
- **Agente:** “Perfecto, lo entiendo. Mañana a las 18:00 o pasado a las 17:00, ¿qué te resulta mejor?”
- **Propietario:** “Bueno, mañana a las 18:00.”
 El agente dirige sin imponer, cerrando la cita.

3. El Rol del Agente en la Defensa de Tasación

El agente es un **consultor de confianza**, no un mero intermediario.
Debe:

- **Educar** al propietario con datos.
- **Escuchar** sus necesidades reales.

- **Transmitir firmeza con empatía.**

Ejemplo Real

- **Propietario:** “Necesito que me queden USD 200.000 porque quiero mudarme a la capital.”
- **Agente:** “Entiendo tu necesidad y es lógico que quieras cubrir ese gasto. Ahora, déjame mostrarte cuántas propiedades similares hay en venta en tu barrio y a qué precio se están moviendo. Con esta información, podemos fijar una estrategia realista que te permita mudarte sin que la propiedad quede meses sin consultas.”

4. Psicología del Propietario Vendedor

Los propietarios suelen estar atrapados entre:



- **Esperanza:** creen que su casa vale más de lo que el mercado paga.
- **Miedo:** a “regalarla” o quedarse cortos de dinero.

El agente debe:

- Validar la emoción: “Es normal que quieras recuperar lo invertido.”
- Reencuadrar con la lógica: “El mercado paga lo que la gente está dispuesta a ofrecer, no lo que invertimos.”

5. Estrategia de Comunicación

Principios

1. **Preguntas dirigidas.**
 -  “¿Querés bajar el precio?”
 -  “Si en 15 días no tenemos consultas, ¿preferís ajustar a 115.000 o mantener en 120.000?”
2. **Uso del silencio.**
Decir el precio y callar. El silencio obliga al propietario a procesar.
3. **Analogías.**
 - Médico: “Si en una placa ves una mancha en los pulmones, ¿querés que el médico te lo diga o que te oculte la verdad?”
4. **Prueba social.**
Mostrar ventas concretas de la inmobiliaria.

6. Fundamentos de Mercado

Datos para Defender la Tasación

- **Oferta en exceso:** mostrar cuántas propiedades compiten con la suya en el barrio.
- **Tasa de venta:** de cada 100 propiedades, solo se venden 2.
- **Comparativos de mercado:** ejemplos de propiedades similares vendidas y publicadas.

Ejemplo Real

- **Agente:** “Hoy en esta zona hay 8600 propiedades en venta. Aunque solo el 5% compita directamente con la tuya, hablamos de más de 400. Y de cada 100, solo 2 logran venderse. Si queremos estar en esas 2, tenemos que destacarnos por precio y promoción.”

7. Precio y Promoción: Los Dos Pilares

Precio

- Precio alto → sin visitas.
- Precio intermedio → visitas pero sin ofertas.
- Precio justo → visitas + ofertas + venta.

Promoción

Propertex invierte en:

- Fotografía profesional.
- Videos, reels y recorridos virtuales.
- Descripciones emocionales (no técnicas).
- Publicidad segmentada.
- Trabajo en red con otras inmobiliarias.

Ejemplo Comparativo

- **Descripción pobre:** “Casa de 3 dormitorios, cocina y baño.”
- **Descripción emocional:**
“No importa la época del año: esta casa es estupenda en todas las estaciones.”

Acogedora en invierno con chimenea, y perfecta en verano con jardín, quincho y piscina.”

8. La Propuesta de Valor Propertex

- Transparencia total → usuario y contraseña para ver estadísticas de visitas, consultas y portales donde se publica.
- Exclusividad compartida → trabajamos en red, no guardamos la propiedad.
- Control y métricas → el propietario ve qué se hace con su propiedad.

9. Manejo de Objeciones (con ejemplos)

Objeción 1: “Quiero pedir más para después bajar.”

- **Agente:** “Entiendo, pero cuanto más tiempo esté publicada sin consultas, más se ‘quema’ la propiedad. Lo que parece un buen negocio al inicio termina en una venta más baja.”

Objeción 2: “Prefiero varias inmobiliarias.”

- **Agente:** “Cuando varias inmobiliarias publican la misma propiedad, aparecen con distintos precios y datos. Eso confunde al comprador y genera desconfianza. Con exclusividad controlamos la estrategia y mantenemos seriedad.”

Objeción 3: “No quiero firmar nada.”

- **Agente:** “Te entiendo. Pero sin un compromiso, no puedo invertir en publicidad ni prometerte resultados. La pregunta es: ¿quierés tener tu casa en venta o querés venderla?”

Objeción 4: “Que los gastos los pague el comprador.”

- **Agente:** “Muchas veces logramos negociar que el comprador asuma esos costos. Pero lo importante es cerrar la operación. Lo que buscamos es que vos tengas el mejor resultado posible.”

Objeción 5: “¿Y si no se vende?”

- **Agente:** “Nuestro compromiso es de medios, no de resultado. Te aseguro inversión, transparencia y promoción de calidad. El mercado define, pero juntos podemos estar en las 2 de cada 100 propiedades que sí se venden.”

10. Estrategia de Precios y Negociación

Estrategia Flexible

- Publicar en un rango justo (ej: 120.000).
- Medir consultas los primeros 15 días.
- Si no hay interés → ajustar a 115.000.

Ejemplo Real

- **Propietario:** “No quiero menos de 120.000.”
- **Agente:** “Perfecto, probemos en 120 los primeros 15 días. Si en ese tiempo no recibimos consultas, lo ajustamos. ¿Te parece razonable?”

11. Compromiso Mutuo y Cierre

El cierre se construye desde la primera frase.

- Repasar el servicio ofrecido.
- Preguntar: “¿*Querés tener tu casa en venta o querés venderla?*”
- Presentar el contrato de exclusiva por 120 días.

Ejemplo Real

- **Propietario:** “Mi cuñado me dijo que no firme nada.”
- **Agente:** “Lo entiendo, pero tu casa ya lleva un año en venta sin éxito. La pregunta es: ¿querés seguir en venta o querés venderla? Si querés venderla, necesito un compromiso mutuo para trabajar en serio.”

12. Errores Frecuentes

- Dar el precio en la primera visita.
- Aceptar expectativas irreales para captar.

- Publicar sin fotos ni descripciones de calidad.
- No hacer seguimiento con estadísticas.
- Evadir objeciones en lugar de enfrentarlas.

13. Conclusión

La defensa de tasación es el corazón de nuestro trabajo.

Propertex no busca llenar el inventario, busca **vender propiedades reales, en precio y con un servicio diferencial.**

El secreto no es convencer, sino **educar, acompañar y liderar** al propietario para que entienda el mercado y confíe en nosotros.

Propertex no pone propiedades en venta. Propertex VENDE propiedades.