

300602
21



Universidad La Salle

Escuela de Contaduría y Administración

Incorporada a la U. N. A. M.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS A CONSIDERAR EN UN
CONDominio DEPARTAMENTAL EN EL D. F.

EJEMPLAR UNICO

Seminario de Investigación Administrativa

Que para obtener el Título de
LICENCIADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Presentan

ALBERTO GABRIEL PADILLA SALAS Y
ARMANDO JESUS SIMON MAGAÑA

México, D. F.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2002



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

A Lourdes

**Que gracias a su amor, comprensión
y apoyo he logrado poner mayor
dedicación en mis actividades.**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

A Alberto

**Que con su risa y alegría ha
puesto en mi mayor inspiración
para lograr mis objetivos.**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

A mis padres

**Que fueron los que me enseñaron a
seguir por el camino recto para
concluir todo lo que emprendo.**

A mis maestros.

A mis compañeros de trabajo.

A Gelita

Con todo mi amor y cariño.

A mis padres

**Que gracias a su esfuerzo y apoyo
he logrado alcanzar una meta más
en mi vida.**

A mis maestros.

A mis compañeros de trabajo.

**ASPECTOS MERCADOLÓGICOS A CONSIDERAR
EN UN CONDOMINIO DEPARTAMENTAL EN EL D. F.**

INTRODUCCION

- | | | |
|-----------------|-------------|--|
| CAPITULO | I.- | En la Construcción |
| a) | | Localización del terreno |
| b) | | Anteproyecto |
| c) | | Aspectos Económicos |
| d) | | Proyecto Definitivo |
|
 | | |
| CAPITULO | II.- | En la Promoción |
| a) | | Determinación del Promotor |
| b) | | Publicidad |
| c) | | Exhibición del Inmueble |
| d) | | Plan de Ventas |
| e) | | Solicitud de Compra y Contrato de
Compraventa |
| f) | | Escrituración |

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

I N T R O D U C C I O N

En una de las metrópolis más pobladas del mundo como lo es la nuestra, uno de los principales problemas con los que se enfrenta es el de la vivienda; esto provoca una gran preocupación entre sus habitantes, y una de las posibles soluciones y a la cual nos referiremos en este trabajo es la del "Condominio".

Quizá no podamos decir que el condominio es la solución definitiva y única a un problema tan marcado como lo es éste, pero definitivamente no podemos negar que lo soluciona en un gran porcentaje. Aseveramos lo anterior si tomamos en cuenta la extensión de nuestra Ciudad, que a pesar de ser tan grande la infraestructura de la misma provoca una falta de optimización de la comunicación y con el condominio obtenemos como resultado que un gran número de familias habita en un conglomerado más compactado y por lo mismo la ya mencionada infraestructura no tiene por que expandirse hacia lugares muy distantes.

No todo lo mencionado líneas atrás es ventaja, puesto que no podemos pasar por alto que así nuestra densidad de población se está incrementando.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El motivo por el cual desarrollamos este trabajo es precisamente tratar de someter a juicio soluciones aquí propuestas, las cuales analizadas desde un punto de vista mercadológico pueden fructificar positivamente.

Analizando los programas de estudio en los diferentes centros universitarios del país, nos encontramos con que no se enfocan hacia el punto de vista aquí tratado las cátedras que se imparten relacionadas con la vivienda; y por tal motivo sugerimos a las autoridades escolares tomaran en cuenta, en lo posible, lo aquí expuesto. Se debe dar por terminado el sistema de enseñanza en base a la comparación con los países altamente industrializados, en virtud de que el alumnado debe de conocer la realidad en que se encuentran las necesidades apremiantes de los países en vías de desarrollo, como lo es el nuestro.

En el trabajo que se expone no solamente se proponen soluciones sino que también se incluyen sugerencias que pudieran interesar a aquellos versados en la materia o a los que de alguna u otra forma se encuentren involucrados en cualquiera de los capítulos aquí contenidos y así podremos reforzar la conciencia social de los diversos profesionistas (Notarios, Ingenieros, Arquitectos, Contadores, etc.), ayudándoles a ver con categórica claridad

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

la importancia del papel que desempeñan.

En un condominio podemos observar que al haberse éste construido se han pasado invariablemente por una serie de problemas de decisión, originados por los costos de construcción y no debemos de olvidar el aspecto de comercialización de tal forma, que un cambio de decisión no vaya a repercutir en una mala solución que posteriormente sea rechazada por el mercado. Con esto se demuestra que una situación sencilla, pueda crear también grandes dificultades que solventar.

De lo anterior se deduce que es precisamente el análisis de un estudio socio-económico y mercadológico de la construcción de un condominio, uno de los puntos más importantes que se relacionan para poder promover al estrato social adecuado, la casa-habitación indicada. No tratamos de decir que somos pioneros en este ramo, ni tampoco que este trabajo será la Biblia del aspecto mercadológico del condominio, pero si nos podemos dar cuenta que un 40% de los condominios vendidos en la Ciudad de México sobrepasaron en casi un 100% su tiempo estimado de venta. Esto último pudo haber sido por varios razones como lo son, un enfoque no muy certero por parte del equipo de ventas; falta de visión en los planes de pagos, pero primordialmente, la no adecuada

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

comercialización en el desarrollo del proyecto.

Los antecedentes del condominio en nuestra Ciudad datan del año 1954, siendo el entonces Presidente de la República el Sr. Adolfo Ruiz Cortines, quien el 2 de Diciembre de ese año, promulgó la Ley que se tituló: "Ley Sobre Régimen de Propiedad en Condominio en los Edificios Divididos en Pisos y Departamentos, Viviendas o Locales".

Era necesario empezar a legislar en estos aspectos, ya que en la práctica se encontraban multitud de casos como el siguiente:

Una persona dueña de una gran finca, hacía divisiones entre sus hijos y demás parientes, cediendo a cada heredero una parte exclusiva de propiedad privada y zonas comunes.

De 15 años a la fecha nos encontramos que existía una demanda acelerada de promociones en condominio al grado de que se encuentra ya la variedad de condominio horizontal. Todo lo anterior ocasionó que para el año de 1972 el entonces Presidente de la República, Lic. Luis Echeverría Álvarez abrogara dicha ley, publicándola en el Diario Oficial como la "Ley Sobre Régimen de Propiedad en Condominio de Inmuebles para el Distrito Federal".

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En la antigüedad, a raíz de los problemas de sobrepoblación y por la escasez de recursos naturales susceptibles de aprovechamiento, se vio incrementada la necesidad de crear inmuebles en forma colectiva.

Estos pueblos no tenían los problemas actuales como los urbanos, etc., más sin embargo, remontándonos a casi dos mil años, ya existía esta figura en el derecho babilónico, no únicamente como resultado de una legislación, sino como consecuencia de factores político-sociales.

Otros pueblos como lo era el romano, se encontraron con el problema de la ubicación de sus habitantes en virtud del desmesurado crecimiento de sus centros de población a raíz de sus conquistas y como consecuencia de ello, la vida urbana en sus capitales se constituyó en un problema habitacional y ésta en alguna medida se vio resuelta por un régimen equivalente a lo que ahora llamamos condominio.

Esta forma de vida no era muy atractiva en vista de los problemas vecinales que ocasionaba, más sin embargo se puede asegurar que aunque los romanos ya tenían una definición clara de lo que era copropiedad, el condominio se entendía como el derecho individual o único que tendría una persona sobre un inmueble, con la salvedad de que existían zonas que

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

invariablemente se deberian de compartir, debido a que eran de uso común.

Para mayor claridad se debe entender que la diferencia consistia especificamente, en que la copropiedad asociaba a varios individuos a la propiedad total de una cosa y el condominio les daba propiedad indivisible sobre una cosa determinada y les asignaba como copropietarios sobre otras zonas y objetos necesarios de uso común.

En la media se observa que esta forma de convivencia se hace más patente, no sólo en la vida cotidiana sino en su regulación jurídica, en virtud de que se encuentran una serie de ordenanzas que definen y determinan de manera más precisa los lineamientos y objetivos del condominio; esto se vio con simpatia ya que el señor feudal acogia paternalmente a todos sus vasallos, independientemente de que existia la mentalidad imperante de protección y coordinación entre todos los colonos y en esta forma se hacia más patente. Como ejemplo tenemos a Francia e Italia y ciudades como las de Orleans y Milán, cuyas ordenanzas detallan especificamente los lugares de uso común, así como las restricciones y facultades de cada propietario, incluyendo las disposiciones disciplinarias para la mejor convivencia y armonia dentro del inmueble.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es importante señalar que esta serie de normas se fueron pronunciando con el tiempo e incluso pasaron a formar parte del Código Napoleónico, el cual influye en nuestra legislación.

Cabe hacer mención que independientemente de los países señalados anteriormente, nos encontramos con otros que los imitaban e inclusive adoptaban esta forma de legislación.

Con el paso del tiempo y en virtud del crecimiento demográfico esta figura llegó a tener plena aceptación, incluso finalizando la primera guerra mundial, en virtud de que como en la época feudal debería de tomar una actitud de protección y coordinación conjunta y qué mejor que esta figura para desarrollarla. También tenemos que tomar en cuenta que existía escasez de dinero y para la reconstrucción de las viviendas se necesitaba de la unión de la población.

Al acrecentarse la demanda habitacional la gente se dio cuenta de que independientemente de la convivencia y la protección, se encontraban en el condominio beneficios múltiples.

Buscando una definición de la palabra CONDOMINIO, observamos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

que hasta los concededores del ramo no se han puesto de acuerdo en este sentido, pero trataremos de unificar criterios para lograrlo.

Primero tenemos que considerar que el condominio es simple y llanamente un modelo de los bienes inmuebles, en donde el propietario recibe los convenientes de poseer espacio específico y por otro, adquirir un interés indivisible en las propiedades de uso común pertenecientes a la total de los condóminos.

En lo primero, es la propiedad individual y exclusiva de cada condómino no importando que la edificación se encuentre en forma vertical, horizontal o mixta. Generalmente la asignación de áreas de carácter individual, constituye la parte más voluminosa del conjunto.

En lo segundo, es decir, en los componentes de propiedad común, varía según la naturaleza del condominio, si es horizontal, vertical o mixto, ya que todos los condóminos son dueños generales, es decir, tienen goce, uso y disfrute de las instalaciones en general e insistimos que sería un absurdo limitar y hacer propietario de un pedazo de pasillo, escalera o vestíbulo a un departamento y a otro departamento de otro piso.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Es claro que los componentes de uso común son consecuencia de las propiedades individuales, pues accesoriamente se obtienen al adquirirse éstas; se embargan, se hipotecan o se gravan al hacerlo el elemento individual, ya que por regla general debemos entender que la suerte del accesorio sigue la suerte de lo principal.

La asignación de las propiedades privadas y las de uso común la hace el propietario original, antes de vender el inmueble en condominio.

La definición etimológica de condominio nos señala que proviene de las raíces latinas cum-conjunto (unión o igualdad) dominus-dominio (señor o dueño).

En conclusión el condominio es el dominio de una cosa que pertenece en unión o conjunto a dos o más personas.

La definición más clara, pero repetimos que no es aquella que todos los concededores de la materia aceptan como más válida:

Condominio: Aquella modalidad de la propiedad en la cual un dueño llamado condómino, ejerce en calidad de propietario, el derecho exclusivo sobre una área determinada

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

y la facultad indivisible de uso, goce o disfrute, de elementos comunes compartidos éstos con otros condóminos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

C A P I T U L O I

EN

LA

CONSTRUCCION

a) Localización del terreno.

Definitivamente, uno de los aspectos que mayor prioridad tiene en la realización de un desarrollo inmobiliario en condominio, es la localización del terreno, debido a que es una decisión irrevocable, alrededor de la cual circularán todos los aciertos y problemas que se presenten.

Primeramente se debe de definir cuál es la pretensión de nuestra inversión, con el objeto de decidir adecuadamente el lote a explotar.

Toda vez que se ubique en lo antes señalado, es recomendable analizar las zonas urbanas que cumplan las características del terreno deseado y acto seguido eliminar aquellas áreas donde la densidad de población sea tal, que las autoridades no permitan llevar a cabo el desarrollo de un proyecto.

Esto quiere decir, que debido al crecimiento desproporcionado y poco controlado de nuestra ciudad, el gobierno ha intentado por todos los medios, frenar esta situación y mediante la creación de un plan

parcial de desarrollo, ha zonificado la Ciudad de México, indicando en este plan qué tipo de construcciones (comerciales, industriales, habitacionales, escolares, recreativas, etc.) son las adecuadas para determinada zona y en lo que a nosotros compete también se indica el número de viviendas permitidas en relación con la superficie del terreno.

Podemos catalogar las zonas existentes en esta ciudad, de acuerdo a las características socioeconómicas de sus habitantes y esto se aprecia mejor si comenzamos de menos a más, es decir, mencionando aquellas donde el ingreso per cápita es menor y así sucesivamente hasta llegar a las de más alto nivel.

De lo anterior se deduce que una construcción en la Colonia Portales debe ser diferente a una ubicada en la Colonia Polanco.

Otro aspecto que no debe pasarse por desapercibido es la ubicación, ya que no debemos de perder de vista que las familias al pertenecer a una sociedad de consumo desean tener cerca: centros comerciales, escuelas y parques y a la vez los suficientes medios de comunicación.

La vialidad existente se puede analizar desde 2 puntos de vista, ya que puede ser positiva por el acceso al terreno o negativa por el exceso de tránsito y ruido.

Otro de nuestros puntos a considerar en este tema, es la orientación, debido a que nuestro mercado solicita la iluminación y temperatura naturales. En esto también entraría la observación de la vecindad, esto es si el predio está ubicado junto a una fábrica que provocará ruidos, probablemente las 24 horas del día, o esté ubicado junto a un terreno baldío que causará insalubridad, o por el contrario tiene como colindancia el jardín de una casa que independientemente de provocar vista agradable se evitará cualquiera de los problemas antes mencionados.

Se recomienda que el predio a seleccionar sea regular en sus dimensiones y la práctica nos ha enseñado que se obtiene un mejor aprovechamiento del mismo, si su frente equivale a un tercio de fondo. Si obtenemos estas dimensiones en esquina podemos decir que en este aspecto el resultado ha sido óptimo.

Tomando en cuenta todo lo aquí señalado queremos recalcar lo mencionado al principio de este tema en el

cual decimos que debemos de clarificar perfectamente nuestras pretensiones económicas y por lo tanto no desubicar la zona en la que se encuentre el terreno con el tipo de mercado que se pretenda atacar.

Por último y ya habiendo tomado una decisión definida, se debe de adquirir el terreno no perdiendo de vista que éste se encuentre en un precio adecuado al mercado y se sugiere no apasionarse al grado de comprar el terreno por capricho, no importando su costo puesto que éste al prorratearse en el global de la construcción, no debe salirse de lo planeado. Nuevamente la práctica nos ha demostrado que el costo del terreno debe encontrarse entre un 15 y un 20% del total de la inversión.

b) Anteproyecto.

Una vez que se ha adquirido el terreno, que previamente se seleccionó, debemos pensar en la construcción que vamos a desarrollar y desde luego nos servirá como base de lo planteado previamente en el sentido de qué mercado se piensa atacar.

La obra que se va a realizar debe de cubrir ciertas características de calidad, las cuales deberán de ir en correlación con el tipo de producto que se piensa ofrecer. Esto es, si el terreno se encuentra en una zona cuyo mercado potencial es de determinado estrato social, no debemos de sobrepasar las exigencias de éste en virtud de que sería una inversión no recuperable.

No debemos de perder de vista que en determinadas zonas, el cliente lo que busca es la satisfacción de una necesidad en lo referente al número de habitaciones que necesita, no importando si éstas tienen acabados de super lujo o superficies lo suficientemente amplias que cumplan necesidades no requeridas por ellos.

Habiendo ya definido lo anterior y combinando esto con la superficie del terreno, la orientación del mismo y el presupuesto destinado, podremos determinar el número de departamentos a construir, sus dimensiones, el número de habitaciones de cada uno de ellos, número de pisos y cuántos departamentos por piso, número de cajones de estacionamiento y la dimensión de éstos, así como qué tipo de servicios generales deberá de

llevar tales como: capacidad de cisterna, número de elevadores si es que se requieren, conserjería y cuartos de servicio, jaulas de tendido, etc.

Es importante que todo lo anteriormente mencionado lo plasmemos al papel, sin necesidad de que éste sea un proyecto definitivo en toda la extensión de la palabra, ya que sabemos de antemano que se borrará sobre dicho papel en múltiples ocasiones para hacerlas correcciones pertinentes y no tendría caso estar erogando dinero corrigiendo proyectos definitivos.

Lleva un papel muy importante el Reglamento de Construcción ya que marca los lineamientos que se deben de seguir dependiendo el ancho de la calle, el número de departamentos, los ductos de ventilación, etc. y en múltiples ocasiones cumplir con toda esta serie de requisitos puede provocar la incosteabilidad del negocio.

Por todo lo expresado anteriormente, llegar a la conclusión de un proyecto que reúna todos los registros por parte de la empresa para que sea un negocio redituable y que cumpla con las disposiciones de las autoridades, es un problema sumamente complejo

y lento porque debe hacerse en un gran número de anteproyectos y posibilidades de solución.

c) Aspectos Económicos.

En este inciso vamos a tomar en cuenta cuáles son los aspectos más importantes a considerar dentro de un estudio económico, haciendo la aclaración que en éstos, se deberá reflejar la fase mercadológica.

Lo primero que debemos de percibir a simple vista es el valor comercial que tendría nuestro producto (departamento) y qué estrato económico-social es nuestro mercado potencial.

En base a lo anterior calificaremos y cuantificaremos el costo de todo el desarrollo.

En la actualidad la crisis económica y de constante inflación por la que atraviesa el país no nos permite tener un alto grado de certidumbre dentro de un estudio económico, por tal motivo el tiempo estimado de obra juega un papel muy importante para que se

optimice el objetivo a alcanzar.

Otro detalle que existe en nuestro tema, es el de la merma de materiales ya sea éste por una falta de control en la entrega de los mismos o falta de supervisión al ser ocupados por la mano de obra.

Lo anterior se puede evitar pidiendo nuestros materiales a la casa comercial distribuidora de mayor prestigio, con el objeto de que tengamos garantizados en tiempo y cantidad nuestros pedidos.

Una casa comercial con prestigio no forzosamente es aquella cuyos precios sean los más altos, sino que al contrario se distingue por su buen precio, calidad y puntualidad en el embarque de sus fletes.

Para poder evitar la merma que ocasionan los operarios en una construcción es importante supervisar y llevar un control exhaustivo de todo el material a utilizar previamente cuantificado y exigir al operario la utilización correcta del mismo.

Desgraciadamente en nuestro país nos encontramos con que la mano de obra calificada es muy escasa y por tal

motivo debemos adiestrar correctamente al personal antes de que éste comience a laborar.

El buen aprovechamiento del material provocará que nuestra merma que generalmente oscila entre un 10 y un 15% se reduzca a la mitad.

Otro punto a considerar es el lugar apropiado para el almacenamiento del material, ya que un lugar adecuado evita robo, extravío o descompostura del equipo.

El cambio de decisiones frecuentes es otro de los obstáculos con los que se encuentra la economía de una obra; si nosotros resolvemos instalar un muro o un tipo de material en determinado lugar, esto tuvo que haber sido perfectamente planeado ya que no debemos caer en el vicio de solucionar los problemas sobre la marcha, en virtud de que haciéndolo así traerá como consecuencia, pérdidas de tiempo, de material y de mano de obra. Ello no quiere decir que cuando las soluciones en el trabajo sean repentinas, tengan que ser necesariamente negativas, ya que resultando en beneficio del futuro comprador, deberán ser funcionales en el departamento y por lo tanto no sólo son aceptables sino recomendables.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Una característica importantísima que se debe de considerar inclusive compaginándola con el inciso anterior o sea el "anteproyecto", es sin duda las dimensiones de la vivienda.

Ya mencionamos páginas atrás que se debe de construir el departamento más que nada en función de la satisfacción de la necesidad y no tanto en función de lujo, por consiguiente debemos de aplicar acabados que en su calidad cumplan los requisitos esenciales del mercado potencial y en su costo no se dispare al grado de lograr una inconveniencia en su aplicación.

Como por ejemplo pueden ser: carpintería, la cual es ilógico aplicarla en caoba en zonas idóneas para vivienda de clase media o popular, no así para aquellas de lujo o superlujo.

Los acabados en baños y cocinas, los cuales aplicando el criterio anterior, pueden ser en mármol o azulejo.

Lo que a continuación se menciona es a nuestro sentir el aspecto económico más importante a tomar en consideración en el desarrollo de una obra y es definitivamente la superficie del inmueble.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Aunque parezca reiterativo pero lo necesitamos volver a mencionar, el futuro cliente busca la satisfacción de sus necesidades las cuales deberán de estar al alcance de su presupuesto. Compaginando ambas cosas observaremos que si un padre de familia busca una vivienda, ésta deberá de contar básicamente con las habitaciones mínimas que él requiera.

En otras palabras si en 100 m² se puede construir un departamento de tres recámaras con dos baños, sería ilógico que se desperdiciara superficie en pasillos y vestibulos, sacrificando para éstos una recámara; ahora bien, si se pretende instalar esos pasillos y vestibulos y además las tres recámaras, la superficie de este departamento podría llegar a tener 120 m², lo cual indudablemente repercutiría en aproximadamente 20% de elevación en su precio de venta con relación al otro departamento y el padre de familia definitivamente preferirá no sangrar su patrimonio a cambio de pasillos y vestibulos que él de antemano considerará inútiles.

No se pretende malinformar al lector indicándole que construya habitaciones pequeñas que se conviertan en antifuncionales, pero desde luego sabemos que esta

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

idea que esbozamos se aplicará con un amplio criterio.

En resumen sabemos que otro futuro cliente se inclinará primordialmente por el aspecto económico en relación con la satisfacción de su necesidad y por lo tanto es indispensable minimizar al máximo los costos con el objeto de obtener un mayor rendimiento de la inversión, pero equilibrándolos con la calidad, ya que de todos es sabido que la palabra "BARATO" no es sinónimo de económico.

d) Proyecto Definitivo.

Este inciso es sin duda el más importante del capítulo "En la Construcción" debido a que vamos a plasmar en él, el resultado de los incisos anteriores.

Tendremos que evitar cualquier error debido a que como su nombre lo indica, es la conclusión definitiva y no acepta cambios.

Como en el inciso "Anteproyecto", así como en el de "Aspectos Económicos", analizamos todas las alternativas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

para nuestro desarrollo, el resultado de cada una de éstas será lo manifestado en este tema que compagina dicho resultado con los lineamientos legales correspondientes con el objeto de no incurrir en alguna infracción que posteriormente provoque una erogación más costosa para su solución.

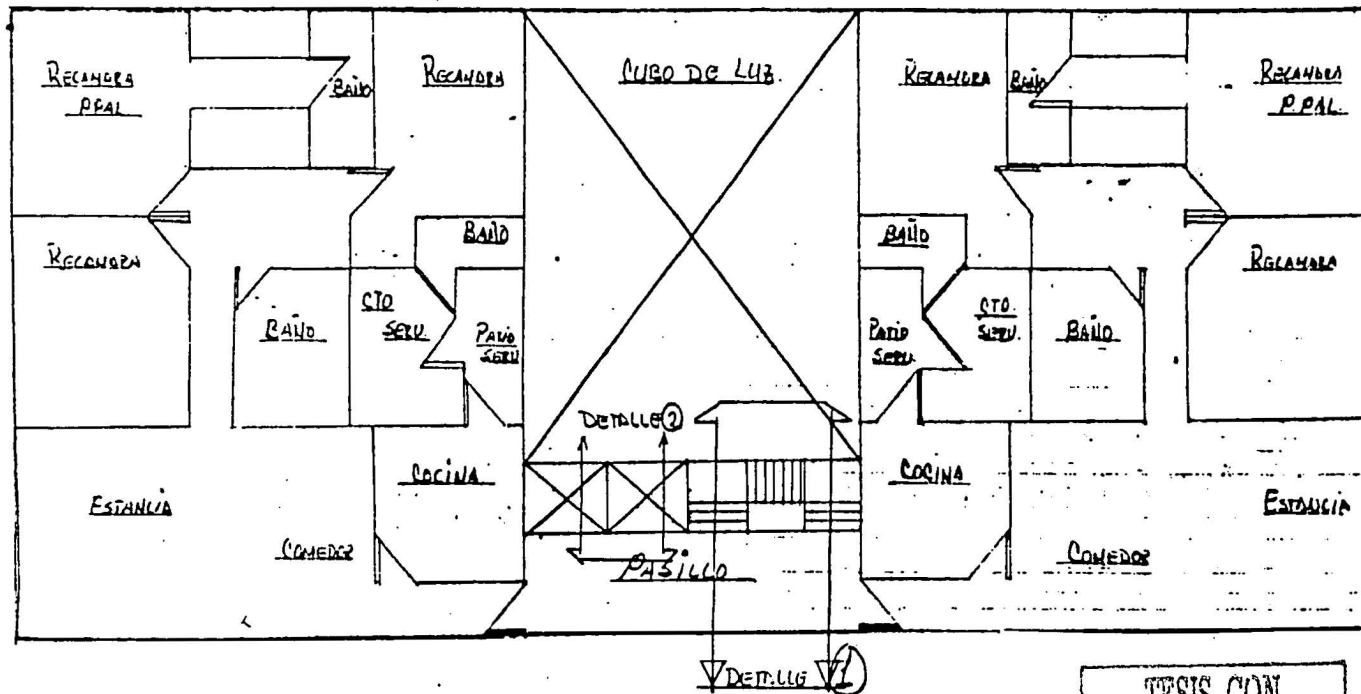
Debemos recordar que el proyecto definitivo es el que se presentará ante las autoridades correspondientes para su aprobación y es de nosotros conocido que las autoridades tratarán de obstaculizar una adecuada agilización en la obtención de las licencias respectivas y para tal efecto se sugiere conocer detalladamente nuestro proyecto y las razones por las cuales se tomó la decisión, esto debe incluir hasta el más mínimo detalle.

Todo lo anterior nos evitará costo y tiempo desperdiciados.

Para que la elaboración de la construcción sea lo más aproximada al "Proyecto Definitivo" y programa de obra, es recomendable que en el juego de planos seamos lo más explícitos posible en lo referente a medidas, proporciones, instalaciones, acabados, etc.

A continuación y con el objeto de hacer más entendible lo mencionado anteriormente, se ilustra con un juego de planos.

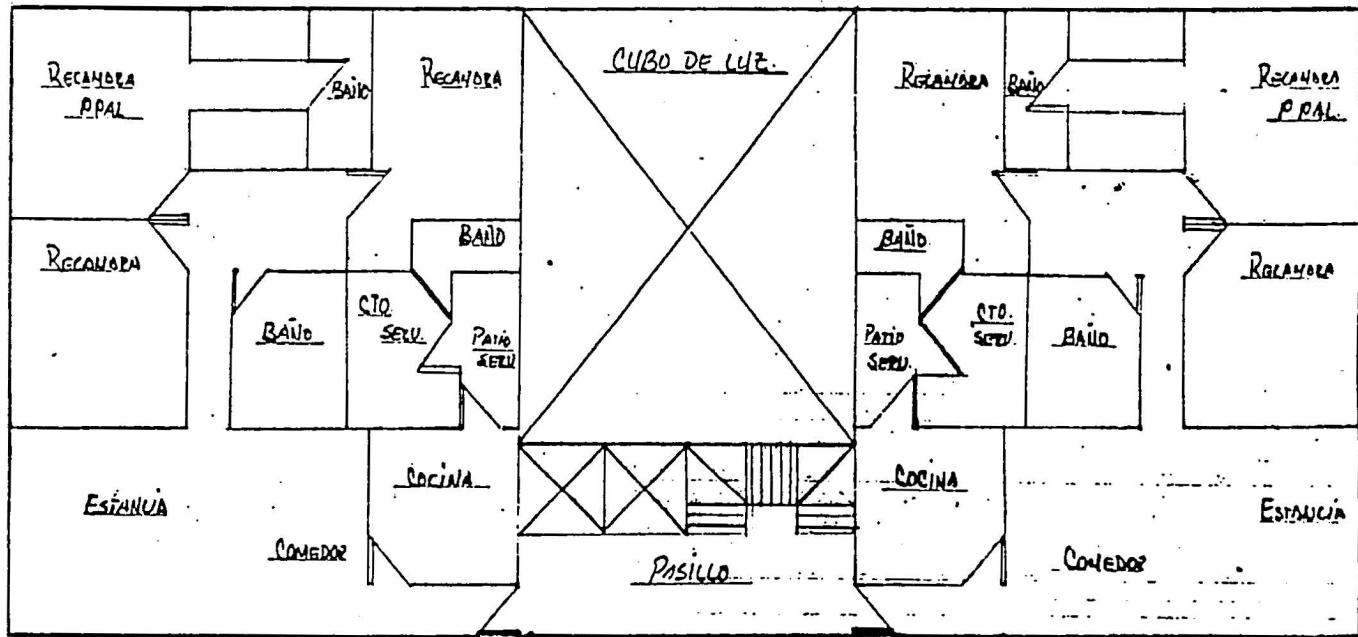
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



NOTA: (1) Error de Proyecto en Escaleras

(2) Error en Cubo de Elevador

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



NOTA: (1) Corrección de Proyecto en escalera por medio de abanico
 (2) Corrección en cubo de elevador + ampliación del claro

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

ANEXO 1.-

El error marcado en escaleras es debido a que la repartición de huellas no corresponde al proyecto, ya que cada huella es de 0.17 m y nos daría un desarrollo mayor; o sea que la escalera quedaría más alta que el pasillo.

ANEXO 2.-

El error marcado en el cubo del elevador es por no considerar las dimensiones libres del claro, o sea que no entraría la cabina en este cubo y sería necesario ampliarla a especificaciones marcadas por la compañía de elevadores.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

C A P I T U L O I I

E N

L A

P R O M O C I O N

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

a) **Determinación del Promotor.**

Este inciso es sin duda uno de los más importantes de todo desarrollo inmobiliario, debido a que el promotor es la persona que va a lograr llevar a un resultado óptimo lo previamente planeado.

De lo anterior sacamos en conclusión que de nada servirá haber realizado un excelente proyecto si éste no es encaminado adecuadamente a su consumidor.

Existen 2 maneras de promover el inmueble desarrollado.

- 1.- El propio inversionista puede instalar una oficina de informes en el departamento cuya construcción esté más avanzada y dicha oficina puede ser atendida por un empleado o conocido del inversionista.

Esta persona mostrará la vivienda y tratará de convencer al futuro cliente argumentando las características y calidad de los materiales con que se construyó. Incluso esta persona puede ser algún corredor de bienes raíces individual, es decir, que no

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

pertenezca a ninguna compañía promotora y esto dará por resultado que la experiencia con la que cuente podrá ser enfocada a una labor de convencimiento más profunda sobre el posible cliente.

Cualquiera de las 2 personas mencionadas renglones atrás sólo desempeñará su labor única y exclusivamente hasta haber convencido al comprador de adquirir el bien; pero debido a que el inversionista es la persona más interesada en la contratación, éste elaborará la redacción de un contrato de compraventa y llegará a un acuerdo con el adquirente para la firma de dicho contrato.

La consumación de la operación será cuando el cliente tome posesión del inmueble a su entera satisfacción.

2.- La otra opción que tenemos para la promoción de nuestro "Condominio" es la contratación de una empresa especializada en dicha actividad.

Esta compañía instalará una oficina de informes en el desarrollo, la cual estará atendida por un agente de ventas, el cual fue previamente capacitado para poder

llevar a cabo adecuadamente una labor de convencimiento con el prospecto y hacer de éste un cliente.

Este agente de ventas no trabajará solo, puesto que reportará a la empresa para la que trabaja todo aquello que en cuanto a visitas y clientes potenciales se refiere.

En caso de que el agente asignado no cumpliera con los resultados esperados, sus superiores lo permutarán con otro compañero. Esto provocará que la promoción del edificio no se verá estancada en cuanto a vendedor se refiere.

Debido a que una empresa de esta naturaleza cuenta con una cartera de clientes suficientemente basta, la captación de mercado potencial se agilizará.

En virtud de la experiencia en el ramo, de una compañía, podemos tener confianza en que el contrato de compraventa cubrirá al máximo en su clausulado, cualquier imprevisto que pudiese ocurrir.

Las entregas de las viviendas también las realizará la

compañía contratada, mediante un acta de recepción firmada por el adquirente.

De todo lo anteriormente enunciado podemos emitir las siguientes ventajas y desventajas de uno y otro sistema, las cuales nos permitirán con mayor claridad hacer una evaluación para poder determinar de acuerdo a los intereses que persigue el promotor.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS.

En la instalación de la oficina de informes el propietario deberá hacerla con sus propios recursos, pudiendo ésta rebasar los límites de presentación que se requieran. Una empresa ya cuenta con el equipo idóneo.

Un vendedor autónomo puede hacer una excelente labor de convencimiento, pero no cuenta con el apoyo de una gerencia que lo respalde.

El número de visitantes al desarrollo es mayor si la promoción la realiza una empresa, debido a la cartera de clientes con la que cuenta.

La contratación definitiva puede no cubrir un clausulado que ampare cualquier anomalía que se presente en lo futuro, si éste es elaborado por el propietario, debido a que no se puede comparar el número de casos que se le han presentado a éste con los de una empresa.

Si es un vendedor autónomo el que realiza la promoción se corre el riesgo de que éste no termine todas las ventas y como no cuenta con un respaldo, el propietario deberá buscar otro. En cambio con una empresa se realizaría un compromiso formal mediante un Contrato de Comisión Mercantil.

No debemos de perder de vista que si la promoción la hace una compañía, el costo de la misma será superior en comparación con la otra forma. También nos podemos encontrar con empresas que carezcan de seriedad para lo cual recomendamos hacer una investigación de la misma.

Con todo lo expuesto creemos haber dado una panorámica más amplia para que el lector pueda formar su propio criterio y hacer una elección más acorde a los objetivos que se persigan.

b) PUBLICIDAD.

Sabemos que el arma de mayor efectividad para lograr la adecuada comercialización de un producto, es la publicidad, pues de nulo resultado sería planear adecuadamente la elaboración si cuando se pretende lanzar al mercado, no se cuenta con una campaña publicitaria que respalde las características del producto.

En el Área de los bienes raíces y en especial del condominio en el D. F., también se debe de planear adecuadamente la publicidad que se va a llevar a cabo, ya que no vamos a exponer una inversión de varios millones de pesos como lo es la construcción de un edificio y permitir que una persona con poca experiencia sea la responsable de nuestra inversión.

La publicidad debe de ser dirigida hacia aquel sector que tenga posibilidad de adquirir un bien raíz como el nuestro, por consiguiente debemos de atacar a ese mercado potencial en los medios de difusión de más penetración para dicho mercado.

Consideramos que el 1% del valor de venta de nuestro producto es una cantidad adecuada para ser invertida en publicidad, por consiguiente no recomendamos medios publicitarios caros, como son la televisión o revistas altamente calificadas que aunque sean leídas por nuestro mercado potencial, su resultado es casi nulo.

Se recomienda distribuir ese 1% en:

* Periódicos.

(Se debe de analizar cuál es el de mayor penetración y que tenga una sección exclusiva para inmuebles y años de experiencia, lo cual nos demostrará que tiene efectividad), pero no gastar nuestro presupuesto en una campaña inmediata porque no debemos de pasar por desapercibido que el tiempo de duración de venta de nuestro desarrollo puede durar 6, 8, 10 meses o más y no es conveniente agotar nuestros recursos en un inicio.

Es recomendable modificar los anuncios periódicamente con el objeto de no perder la penetración adecuada en el mercado.

* **Publicidad de Zona.**

Esta es sin duda la que más debemos de cuidar, ya que es costumbre de los posibles compradores buscar su futuro hogar físicamente y no a través de anuncios o fotografías en periódicos o revistas, es decir el cliente va a la colonia de su agrado y rastrea la misma hasta encontrar lo deseado.

Es recomendable poner letreros alusivos al condominio en la zona, de preferencia en las avenidas de mayor afluencia (esto está prohibido por las autoridades, pero es conveniente lograr un intercambio con ellos a fin de que nos proporcionen el permiso).

Después de haber instalado letreros en lugares estratégicos, es común colocar banderolas sobre la fachada, ya que sabemos que esto indica que un bien inmueble se encuentra en venta.

- * Es conveniente observar desde varias manzanas a la redonda si se ve el condominio, con el objeto de poder colocar anuncios visibles en los costados,

para que a distancia considerable se pueda localizar el conjunto y a través de los letreros mencionados en el párrafo anterior, quien al posible prospecto al lugar donde nos encontramos.

Todo lo anterior es con el fin de captar clientela que frecuentemente no circula por el lugar donde está ubicado el predio.

* Volante o Folleto.

Se pueden mandar a imprimir folletos que no sean muy ostentosos y tengan básicamente las características generales de los departamentos que se ofrecen, es decir, número de recámaras, número de baños, servicios con los que cuenta así como si se puede adjuntar una fotografía de la fachada y un plano de localización sería más conveniente.

La distribución de estos volantes tendrá que ser supervisada para que sea entregada a aquellos clientes potenciales que puedan ser incluidos dentro de nuestro mercado.

Todos los medios publicitarios señalados anteriormente son aquellos en los cuales se puede obtener mejor resultado, pero no debemos de perder de vista un detalle que enumeraremos a continuación:

Si nosotros ya tenemos un prospecto que visitó nuestra propiedad, es necesario orientarlo hasta donde esté el departamento muestra, es decir si existe una distancia considerable entre la puerta principal del edificio y el departamento muestra, forzosamente tendremos que instalar señalamientos que indiquen donde está la oficina de informes y ventas para que el cliente no tenga dificultad en llegar a la misma.

c) Exhibición del Inmueble.

Para llevar a cabo una adecuada promoción y concluir positivamente la misma, se requiere forzosamente mostrar el artículo que se va a ofrecer al posible comprador.

Lo anterior nos permitirá tener un resultado más

efectivo en nuestra labor de ventas debido a que el comprador visualizará todas y cada una de las características con que cuenta el bien raíz.

Existen varias formas de poder exhibir los departamentos y lo que aquí se propone consideramos que es la mejor forma para obtener una mayor redituabilidad.

- 1) Algunos desarrollos se muestran mediante maqueta y en dicho sistema se pueden analizar las ventajas y desventajas que se presenten y son las siguientes:

Ventajas.

El exhibir el inmueble mediante maqueta quiere decir que aún no se ha empezado, o la etapa en la que se encuentra no está lo suficientemente avanzada como para que en caso de ser mostrada no sea de la total comprensión del cliente. Debido a lo anterior el resultado de la "Promoción" que se obtenga de esta etapa permitirá autofinanciar el desarrollo y por consiguiente la inversión no tiene que ser propia en su totalidad.

Desventajas.

La imagen que se crea el comprador respecto al inmueble no queda muy clara debido a que no podemos comparar lo visto a lo imaginado y esto en el momento de la conclusión del desarrollo y entrega del bien, provocaría problemas por estar en desacuerdo los compradores aunque esto se derive solamente de un mal entendido.

Pueden existir problemas con los proveedores de determinado acabado ya sea por inexistencia o discontinuidad del producto o también por existir problemas con dicho proveedor.

El precio que se le dará al comprador deberá de encontrarse dentro de los parámetros de un mercado competitivo y al desconocerse por razones obvias el costo real y definitivo, se corre el riesgo de que dicho costo sea igual o mayor al precio que se le dio al comprador durante esta etapa de promoción y ante tal situación la utilidad prevista no se realizará.

Este sistema en el último lustro ha sido utilizado por múltiples inmobiliarias en la Ciudad de México y se

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

observa que cuando mucho un 10% de éstas se ha acercado al objetivo deseado.

- 2) Otros desarrollos utilizan el sistema de promoción mediante folletería y planos, es decir, cuando el terreno en el cual se piensa edificar se encuentra todavía en greña (o sea que ni siquiera se ha comenzado con la limpieza del mismo) se pretende comenzar con la promoción.

Este sistema es utilizado por los constructores cuyos recursos no son suficientes para llevar a cabo la edificación y pretenden comenzar con la promoción.

Esta forma de exhibición del inmueble es muy parecida a la anterior, pero sus desventajas son más marcadas.

- 3) La forma más común para exhibir el inmueble es aquella en la cual existe departamento o casa muestra. Para este sistema no se requiere que el condominio esté terminado en su totalidad, pero sí definitivamente que el departamento esté con todas y cada una de las características que en definitiva se van a incluir, o sea que se encuentre listo para su ocupación, así como también se requiere un acceso adecuado para llegar al

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

mismo.

Este método permitirá al vendedor llevar a cabo una labor de venta más eficaz debido a que el cliente no se está imaginando el departamento, tanto en características como en dimensiones sino que lo está viendo y la única decisión que deberá tomar es si satisface o no sus necesidades de estética, de espacio y económicas.

Existe un vicio de los constructores que pretenden inclinarse por esta forma y es el de apresurarse al salir a la venta, cuando el departamento muestra se encuentra casi terminado y sólo falta la colocación de muebles de baño o alfombra (por poner un ejemplo). La recomendación de nosotros es que si el constructor ya se inclinó por este sistema, que lo lleve a cabo adecuadamente y no exista una precipitación que puede ser contraproducente.

Esta manera de exhibición del bien se puede reforzar si se amuebla y decora, porque así los problemas de espacio pasarán desapercibidos y además si la decoración se hace con buen gusto llamará más la atención y se podrán inclinar más hacia nosotros que

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

a la competencia.

Dentro de las ventajas de este sistema tenemos que se venderá a un precio que será el real, debido a que el inmueble está casi terminado y podemos saber perfectamente nuestros costos, así como qué utilidad a percibir más realista.

La siguiente ventaja es que no vamos a tener presiones de tiempo de entrega, así como tampoco tendremos problemas para cumplir lo ofrecido ya que esto era lo existente en el departamento muestra.

Como desventaja tenemos, que al ser visitado otro inmueble por infinidad de prospectos, tendremos que reparar los daños ocasionados por éstos, pero la experiencia nos ha marcado que el costo de dicha reparación es el mínimo.

Por último se señala como desventaja el que si durante el proceso de la "Promoción" los inmuebles no pudieron ser adquiridos por algún comprador, la inversión será deficiente en cuanto a costo, puesto que es difícil que en nuestro siguiente desarrollo, por ser éste distinto, se pueda acoplar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

d). Plan de Ventas.

Debemos de considerar que todo nuestro esfuerzo y dedicación depositados en un proyecto inmobiliario, tienen que reeditar fondos positivos y es aquí en este inciso donde nos daremos cuenta si el resultado es el esperado.

No podemos perder de vista que antes de pensar en lo estético del condominio, debemos de enfocarlo a un panorama comercial ya que por más bonito que esté el proyecto, si no se encuentra en una posibilidad económica de nuestro mercado potencial, este desarrollo se puede considerar un fracaso.

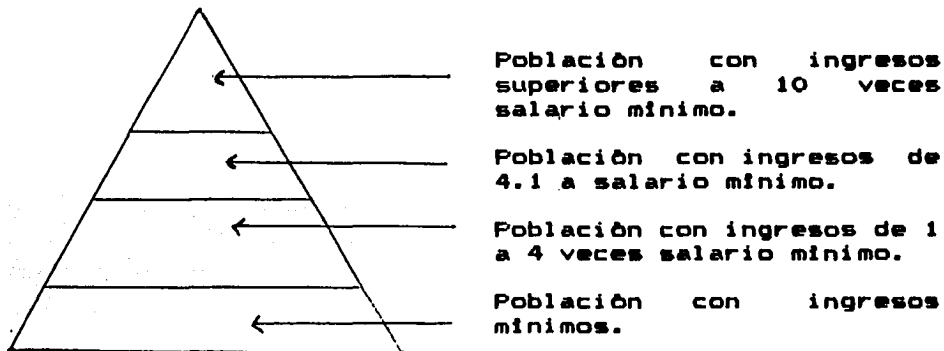
El precio de venta se deberá determinar en base a los siguientes conceptos:

- A) Un estudio socio-económico y competitivo de la zona.
- B) Nuestro costo financiero y real.

Cabe aclarar que no se debe de tomar en cuenta la situación económica de nuestro país para efectos del Costo de Reposición, porque de lo contrario estaríamos fuera de mercado.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Primeramente tenemos que ubicar al condominio dentro de la pirámide de mercado, la cual se ejemplifica a continuación:



Después de haber realizado lo anterior, nos daremos cuenta de cuál es la erogación mensual que puede hacer nuestro cliente potencial en base a sus ingresos. Como punto de referencia podemos tomar los estudios realizados por Banco de México en los cuales nos refleja que de un 25 a 30% del ingreso familiar debe ser destinado a la casa habitación.

Obvio es pensar que este sector del mercado cuenta con algún patrimonio inicial, el cual podrá ser destinado al enganche.

Combinando lo anterior con otras necesidades de flujo

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

de efectivo, podremos determinar las facilidades que se darán para el pago del enganche como para el saldo.

De este último podemos aprovechar el apalancamiento financiero que nos ofrecen las instituciones nacionales de crédito, las cuales aplican un refinanciamiento por el monto de los intereses no cubiertos en los primeros años y debido a que el pago mensual se ve incrementado proporcionalmente al incremento porcentual del salario mínimo vigente en el Distrito Federal, dicho refinanciamiento es cubierto en los últimos años del mismo.

A partir de 1984 el Banco de México creó cinco tipos de créditos de refinanciamiento y que abarcan todos los sectores sociales, especialmente los de escasos recursos medios. Estos créditos van proporcionales al valor del inmueble y se otorga un financiamiento hasta el 90% del valor total del mismo.

Sabemos que una persona que visita un condominio está interesada en la adquisición del mismo, pero depende del agente de ventas el poder ubicar a la misma de acuerdo a sus posibilidades y por esto nos permitimos

TENIS CON
FALLA DE ORIGEN

dar algunas recomendaciones que el agente puede aplicar al encontrarse frente a un posible comprador.

BREVE ORIENTACION PARA UN VENDEDOR DE CONDOMINIOS.

Es importante que la persona que se va a encargar de la atención a clientes en el condominio, no va a ser exclusivamente un informador sino un profesional en la venta de los bienes raíces.

Aspectos generales que todo vendedor debe tomar en cuenta:

1o. Sé tú mismo.

Siempre hay algo más que lograr.

Confianza en ti mismo.

Personalidad propia.

a) Aceptando cualidades.

b) Aceptando defectos.

c) Criticas constructivas buenas y malas.

2o. Hay que soñar pero también actuar.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

30. Cada ser humano es único en el mundo, no hay otro igual.
40. La mente es monoideista, no atiende 2 ideas a la vez, sólo hablar cuando se le preste atención.
50. Debemos dar cabida dentro de nosotros a las mayores virtudes: amor, amistad.
60. Ver las virtudes de uno y acrecentarlas.
70. Ver los defectos de uno y corregirlos.
80. No comparar a los demás, sino conocerlos y tratar de adaptar sus virtudes a nosotros y evitar adquirir esos defectos.
90. Todos somos vendedores (de servicios, imagen, bienes muebles, bienes inmuebles, duraderos y no duraderos, de tranquilidad, etc.,) para reafirmar lo anterior se pueden analizar los 10 pergaminos de la obra de Og' Mandino: "El Vendedor más Grande del Mundo".

El cliente es la persona más importante para todo vendedor,

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

por lo que es indispensable conocer las siguientes reglas:

- . El cliente es la persona más importante que hay en el establecimiento.
- . El cliente no depende de nosotros; sino por el contrario, nosotros dependemos de él.
- . El cliente no interrumpe nuestro trabajo, precisamente trabajamos para él.
- . No le estamos haciendo ningún favor al servirle, él es quien nos hace favor de preferirnos y nos da la oportunidad de servirle.
- . El cliente no representa para nosotros una cifra determinada; cualquiera que sea la cuantía de su compra, debemos procurar captar y satisfacer su gusto y su criterio.
- . El cliente no es una persona con quien nosotros debemos discutir, aunque no tenga razón, porque esto no habría de acarrearlos más que dificultades.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- . El cliente es el que nos ofrece sus necesidades y la oportunidad de servirle.
- . Nuestro deber por lo tanto, es trabajar para que nuestro cliente obtenga utilidad en sus transacciones al igual que nosotros mismos.

Principios que todo vendedor debe tener.

- . Firmeza mental (seguridad de uno mismo).
- . Control de mercado (producto).
- . No fatiga.
- . Puntualidad.
- . No darse por vencido (2o. esfuerzo).

~

ASPECTOS GENERALES PARA DESEMPEÑAR BIEN UNA VENTA.

- a) Una sonrisa sincera, es la primera venta que hacemos, una sonrisa es la llave que nos abre, con cualquier persona, la puerta para que exista comunicación entre los seres humanos Sonrisa Sincera.
- b) La presentación debe ser intachable.

Un Vendedor Profesional debe cuidar su aspecto personal, bien rasurado, la camisa muy limpia, el traje bien planchado, los zapatos boleados, las uñas limpias, de otra manera el cliente tal vez nos tenga lástima y lo más probable es que no nos compre. Desastre. Esto nos bajará la moral y menos venderemos. Seamos Profesionales y no ofendamos a los clientes con un aspecto desagradable a su vista.

c) Capacidad Intelectual.

Es muy aconsejable leer buenos libros para que nos ayuden a sostener una conversación interesante y no quedar en un nivel cultural más bajo que el cliente, pero sin caer en el vendedor que "sabe todo" y tratar de opacar al cliente, esto puede ofenderle y No Comprarnos. Desastre. Se nos cayó una venta otra vez y nosotros tenemos la culpa, lo achacamos a la mala suerte? de ningún modo, cuidemos pues de no cometer este error.

d) Nunca temer a decir NO.

Si el cliente nos pide cosas que no están a nuestro alcance, Nunca tener miedo a decir No (por no perder

la venta) es mejor ser sincero con ellos, ya que así nos evitaremos problemas posteriores y que los clientes tengan confianza en nosotros. Este es otro de los pasos muy importantes para llegar a ser Profesionales.

e) Respeto a la confianza del cliente.

La falta de veracidad, autenticidad y sinceridad, siempre es percibido por el cliente y eso nos resta Profesionalismo y perderemos su confianza, con lo cual también perderemos nuestra posible venta No cometamos tampoco tremendo error, Mentirle al Cliente.

f) Satisfacer el o los deseos del cliente.

Hasta donde más podamos prestándole el mejor servicio, pero teniendo cuidado de no extralimitarnos.

g) Ser tolerantes.

La tolerancia con algunas impertinencias de los clientes es muy importante, pues es imposible que todos pensemos y actuemos igual, ser tolerantes con nuestros clientes es a la postre el seguro para cerrar

una venta. Si discutimos con ellos tratando de imponer nuestra voluntad lo más fácil es que no le vendamos a ese cliente, tengamos paciencia, Seamos Profesionales, aceptar llamadas de atención sin repercutir en futuras actitudes con el que la llamó.

h) Arte de distribuir nuestro tiempo.

Esto es de mucho valer en nuestra profesión, pues pensemos que del uso que hagamos de nuestro tiempo será el éxito o fracaso que logremos.

i) Conocer nuestra mercancía.

Es factor decisivo en un vendedor VENDEDOR PROFESIONAL conocer a fondo la mercancía que vamos a vender. Es decir primero haberla comprado (imaginariamente) para estar totalmente convencidos de que es lo mejor y así podérselo transmitir a nuestro cliente.

j) Seguridad en sí mismo.

Al conocer nuestra mercancía a fondo podemos tener una fuerte seguridad en nosotros mismos, al contestar

al cliente las preguntas que nos hacen sobre nuestra mercancía, sobre nuestra empresa, sobre las ventajas de obtener lo que les ofrecemos.

k) Postura al hablar con el cliente.

Gestos, ademanes y entonaciones de la voz adecuados, tono de voz, énfasis, velocidad regulada.

L) Conocer el prospecto.

Para lograr esto, es muy importante dejar que el cliente hable para así poder interpretar sus deseos, necesidad potencial de adquisición, etc.

m) Vender una idea.

En realidad al efectuar una venta lo que hacemos es "Vender una Idea" puesto que, creamos en la mente de nuestro prospecto la "Idea de Compra" o la reafirmamos, ya que en nuestro negocio la totalidad de contactos que hacemos son con los clientes que llegan a los edificios con una ligera "Idea", demosle al cliente un "empujoncito" para que se decida.

n) Tenacidad.

No dejar que el cliente se desanime. Debemos seguir atendiéndolo. Si dijo el vendedor "le hablo mañana", efectivamente mañana le hablo.

o) Información completa.

Gastos, Impuestos, para que no se sienta defraudado.

p) Obstáculos a eliminar.

Ayudemos a nuestros prospectos con nuestras propias ideas a eliminar los obstáculos que encuentre para decidirse a comprar.

q) Estímulos a la acción.

Estimulemos la acción del cliente al haberse presentado a visitar los departamentos, por qué lo hizo? fue por idea propia o a iniciativa de otra persona.

r) Impulsar la reacción.

Durante nuestra plática con el prospecto si lo

escuchamos atentamente, captaremos alguna reacción al estímulo de la acción que tuvo al visitar el edificio.

s) No supongamos.

Investiguemos.

t) Aseguremos.

Por convencimiento propio, digamos siempre la verdad sin titubear (completa la información).

u) Abrir la mente.

Demostrando buena razón, crear confianza.

v) Visitemos los edificios.

Tomemos notas, revisemos, grabemos en nuestras mentes las características de todos los edificios, aprendamos.

w) Seamos Profesionales.

Aplicando ésta a cualquier actividad o diversidad de

mercancías, en todos los actos de nuestra vida, Seamos
Profesionales, hagamos todo pensándolo bien antes de
tomar una decisión en nuestra vida, pensemos 2 veces.
Seamos Profesionales, no levanta-pedidos (ser
puntuales).

x) Intercambio de ideas.

Si yo tengo una idea y tú tienes otra son 2 ideas,
pero si yo te comunico mi idea y tú me comunicas la
tuya yo tengo 2 ideas y tú tienes 2 ideas, ya son 4
ideas que entrarán en acción.

y) Al cliente se le justifica el precio (si es que lo
objeta) con la calidad del producto.

z) El vendedor debe tomar la iniciativa en la venta.

No menospreciar al cliente por su aspecto y lo
debemos de tratar bien para que se sienta
halagado (si no compra, hablará bien y nos
recomendará).

EXCUSAS QUE SE DEBEN DE EVITAR.

1. Esta es la forma en que siempre lo hemos hecho.
2. No sabía que esto urgía.
3. Este no es mi departamento.
4. Nadie me dijo que lo hiciera.
5. Estoy esperando el visto bueno.
6. Cómo iba a saber que esto era diferente?
7. Ese es su problema, no el mío.
8. Espere a que el jefe regrese y pregúntele a él.
9. Lo olvidé.
10. No pensé que esto era muy importante.
11. Estoy tan ocupado que todavía no lo he hecho.
12. Creí que se lo había hecho.
13. No fui contratado para hacer eso.
14. En ese momento no estaba ahí.
15. Todos lo hacen.

TECNICAS PARA CERRAR UNA VENTA.

Lo debe de hacer forzosamente el vendedor.

El cierre es la meta de las actividades donde se ven realizados todos los esfuerzos hechos con anterioridad.

La convicción es lo más importante en ese momento.

Las fallas en el cierre pueden ser:

- a) Por causas imputables al vendedor.
- b) Por causas imputables al prospecto.
- c) Por falta de madurez.

a) CAUSAS IMPUTABLES AL VENDEDOR. -----

- a1. Temor a no cerrar.
- a2. Falta de confianza, hay que intensificarla, concentrarla.
- a3. Falla en la actitud.
(evitar charla excesiva)
(evitar desviación objetivo)
(proyectar entusiasmo)

b) CAUSAS IMPUTABLES AL PROSPECTO. -----

- b1. Temor a emplear mal su dinero.
- b2. Temor a emplear mal su esfuerzo.
- b3. Temor a ser criticado.

NECESITA CONFIRMACION.

Pueden ser : **Por la palabra.**
 Por la actitud.
 Por la reconfirmación de pruebas.

Esto se hace : **Facilitando la comprensión.**
 Proyectando entusiasmo, convicción,
 nuevos testimonios, etc.

c) FALTA DE MADUREZ.

c1. Prematuro.

c2. Oportuno NO

c3. Tardío.

PARA EL CIERRE ESTAN.

Signos Verbales

y

Activos

Si no presenta objeciones

Si presenta actitud de compra

Estos son signos de compra que el vendedor debe de saber y es cuando el prospecto acepta comprar sin haberlo expresado.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

SIGNOS ACTIVOS DE CIERRE.

- * Se relaja.
- * Abre o cierra y se frota las manos o la barba.
- * Se inclina hacia el vendedor o el producto.
- * Adopta expresión pensativa.
- * Asiente movimientos afirmativos de cabeza.
- * Vuelve a examinar el producto.
- * Examina la hoja del pedido.
- * Cruza y descruza las piernas.
- * Se pone a leer folletos.

SIGNOS VERBALES DE CIERRE.

El prospecto dice:

- * y vale?
- * cuántos meses?
- * qué interés cargan?
- * qué servicio tienen?
- * suponiendo que lo tomara
- * tendré que consultar
- * cuándo lo entregan?

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- * en el precio está incluido también?
- * tiene garantía?
- * (si está con alguien) tá que opinas?

CIERRE TECNIA.

1. Solicite el pedido.
2. Confie en obtenerlo.
3. Guardar un argumento de reserva.
4. Insistir lo suficiente (tomando criterio).
5. Use palabras "comprobadas"
(nuevo, ahora, permitame, veamos, cooperación,
tenemos, como, verdad).

TIENE VALOR PSICOLOGICO ADICIONAL.

6. No ponga tensión en este momento.
7. Haga inofensivo el impreso (block de pedidos).
8. Cuide los momentos finales.
9. No decir firme aquí, utilizar otra palabra,
ejem.: De su visto bueno.
10. El anticipo también debe de perder importancia
y se le pide normalmente.

11. Retirarse del lugar donde está el prospecto.

TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

TODO VENDEDOR DEBE SER ORDENADO.

- * Llevar control de sus cotizaciones.
- * Llevar control de sus clientes

}	Por zonas
	Por ingresos
	Por caracterís- ticas del depar- tamento. -
- * Conocer mercancía constantemente.
- * Revisar su cartera de clientes constantemente.
- * No empapelarse inútilmente, tirar listas obsoletas.
- * Trabajar en un lugar limpio y ordenado, ahorra tiempo.
- * Hacer una labor de post venta adecuada para que el cliente pueda recomendarlos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

e) **Solicitud de Compra y Contrato de Compraventa.**

Se entiende por solicitud de compra aquel documento en el cual como su nombre lo indica, el adquirente solicita comprar el inmueble deseado.

En este documento se especifican las condiciones de pago tanto en el enganche como en el saldo y se garantiza el deseo de adquirir mediante una cantidad en depósito.

Esta solicitud debe de especificar claramente que está sujeta a la aprobación del propietario del inmueble y en caso de ser así la cantidad entregada se aplicará al precio, pero en caso de ser rechazada, dicha cantidad se devolverá al solicitante.

Se tiene que contar con la asesoría de un abogado para la redacción adecuada de dicha solicitud, la cual no debe de perder el espíritu de voluntad unilateral, con la cual se rompe cualquier compromiso para el propietario.

En el contrato de compraventa tenemos que

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

especificar; primeramente lo que se va a vender y de ser posible poner los antecedentes legales de la misma.

En el clausulado tenemos que observar que ya es un contrato definitivo tanto para el comprador como para el vendedor y debido a que es de todos sabido que la formalidad de la compraventa será hasta que se eleve la misma a escritura pública ante notario, este contrato tendrá la característica de privado de compraventa. Se debe de determinar el precio y las condiciones, obligaciones y derechos de ambas partes, causas de rescisión de contrato y consecuencias, así como en su caso la existencia de una pena convencional sin necesidad de demanda, la declaración de ambas partes de obligatoriedad, así como la competencia ante las autoridades correspondientes.

A continuación presentamos formas de solicitud de compra y contrato de compraventa que pensamos pueden cubrir los requisitos anteriormente señalados, pero insistimos en la asesoría de un abogado para la redacción de los mismos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

SOLICITUD DE COMPRA

NOMBRE _____ TEL. _____ DOM.: _____

SOLICITO comprar bajo régimen de propiedad en condominio el Dto. No. _____ del inmueble ubicado en: _____
PRECIO DEL BIEN: \$ _____ (_____)
que en caso de ser aprobada mi solicitud cubriré como sigue:
ENGANCHE: \$ _____ (_____)
Pagadero en la forma siguiente: \$ _____ (_____)
que anexo a la presente.
El resto lo cubriré _____

El saldo o sea la cantidad de \$ _____ en _____ pagos los primeros _____ de \$ _____ a partir del _____ de _____ de 19____. Los últimos _____ de \$ _____, el cual incluye intereses.

Estoy conforme en que la presente solicitud quede sujeta a la aprobación del propietario del inmueble y en caso de que no sea aceptada sólo existirá la obligación a cargo de ustedes de reintegrarme lo que hubiere entregado por concepto de apartado.

El contrato de compraventa lo celebraré en un plazo que vencerá el _____ de _____ de 19 ____ y en caso de que no lo formalice dentro del mismo, quedan ustedes en libertad de considerar sin valor esta solicitud unilateral.

Para garantizar el cumplimiento de las obligaciones que acepto a mi cargo, entrego a ustedes la cantidad de \$ _____. Si se aprueba la celebración de la compraventa, esta suma será aplicada como parte del precio.

Si por causas imputables a mí la operación es aplazada o cancelada perderé a favor de ustedes por concepto de indemnización el 3% del valor total del inmueble. Los gastos y honorarios que cause la operación de compraventa, serán exclusivamente por mi cuenta.

Cualquier convenio verbal que se haga, estoy de acuerdo en que no sea reconocido si no es autorizado por escrito por la Dirección de la Empresa.

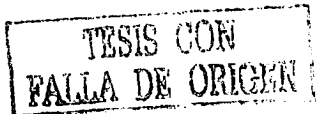
Estoy conforme en el caso de que exista un error en el precio o en los cálculos, que se hagan las correcciones necesarias.

México, D. F., a ___ de _____ de 19 ____

SOLICITANTE

NOMBRE COMPLETO

FIRMA



CONDOMINIO DPTO.

CONTRATO PRELIMINAR DE COMPRAVENTA QUE EN LOS TERMINOS DE LOS ARTICULOS 1792, 1793, 2243, 2244 Y RELATIVOS DEL CODIGO CIVIL VIGENTE CELEBRAN POR UNA PARTE

A QUIEN (ES) EN EL CURSO DE ESTE CONTRATO EN CONJUNTO SE DENOMINARA "EL VENDEDOR" Y POR LA OTRA

A QUIEN (ES) EN LO SUCESIVO Y EN CONJUNTO SE DENOMINARA "EL COMPRADOR", AL TENOR DE LOS SIGUIENTES ANTECEDENTES Y CLAUSULAS:

ANTECEDENTES

I.- Por Escritura Núm. de fecha otorgada ante la fe del Notario Público Núm. Lic. inscrita en el Registro Público de la Propiedad

II.- Las partes han convenido en celebrar este instrumento cuyo objeto es el Dpto. No. del edificio citado en el antecedente anterior. Expuesto lo anterior las partes se someten a las siguientes

CLAUSULAS

PRIMERA.- "EL VENDEDOR" vende a "EL COMPRADOR" quien adquiere el departamento en condominio citado en el antecedente II incluyendo su parte proporcional de propiedad común.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

SEGUNDA.- El precio del departamento en cuestión
es la cantidad de \$

que "EL COMPRADOR" pagará en la siguiente forma:

a).- Un enganche de \$

b).- El saldo del precio, o sea la cantidad
de \$

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

.....
.....
.....

"EL COMPRADOR" suscribirá pagarés por el monto de cada uno de los pagos que deba hacer a cuenta del enganche, y por el saldo del precio, en los cuales se considerarán incluidos los intereses pactados y la amortización del capital. Estos pagarés los recibe "EL VENDEDOR" salvo buen cobro y la entrega de los mismos no obliga a éste a otorgar la formalidad de la escritura de compraventa correspondiente, sino hasta la liquidación total del adeudo y en su caso la de los accesorios legales correspondientes, o hasta que se establezca el crédito hipotecario que posteriormente se detalla.

TERCERA.- En caso de que "EL COMPRADOR" no cubra oportunamente los pagos a que se obliga en este contrato, deberá pagar por el simple retraso el% mensual sobre el total de la cantidad en mora, computada desde la fecha de incumplimiento hasta el momento en que cubra totalmente su adeudo. Los intereses moratorios serán preferentes en cualquier pago que haga "EL COMPRADOR" y tales pagos se aplicarán por orden de antigüedad al adeudo.

Dichos intereses moratorios se computarán por meses completos, aun cuando "EL COMPRADOR" sólo haya incurrido en mora por una fracción del mes.

CUARTA.- "EL COMPRADOR" deberá efectuar los pagos a que se obliga mediante este documento, sin necesidad de previo cobro en

.....

domicilio que para tal efecto señala "EL VENDEDOR" o en el domicilio que éste indique, previa notificación por escrito a "EL COMPRADOR", "EL COMPRADOR" señala como domicilio para oír notificaciones así como para recibir toda clase de documentos en los términos del Artículo 34 del Código Civil vigente el departamento objeto de este contrato.

QUINTA.- "EL VENDEDOR" autoriza a "EL COMPRADOR"

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

a efectuar abonos a capital anticipadamente, incluso el saldo total de la operación, bonificándole los intereses correspondientes sin que lo anterior implique modificación a lo pactado. La amortización de capital se hará por semestres naturales, si el inmueble en cuestión está afecto a crédito hipotecario.

SEXTA.- "EL COMPRADOR" se obliga a proporcionar, en un plazo no mayor de 30 días naturales a partir de la fecha en que se le soliciten los datos y documentos necesarios, incluso deudor solidario solvente a satisfacción de la Institución Hipotecaria a fin de tramitar el Crédito Hipotecario o Sustitución de Deudor de que habla el presente contrato, en la inteligencia de que cuando dicho crédito o sustitución de deudor se encuentre otorgado, se obliga a presentarse en la notaría correspondiente en un plazo no mayor de quince días naturales, a partir de la fecha en que se le indique, a efecto de que se firmen las escrituras, siendo por cuenta de "EL COMPRADOR" todos los gastos, honorarios e impuestos que cause este contrato así como la escrituración calculados sobre avalúo practicado en la fecha más próxima a la misma y con vigencia y aceptación legal, así como la apertura y uso de crédito hipotecario la cual será obligatoria en todo caso y en el de sustitución de deudor lo será aun en el supuesto de que el crédito mencionado no sea utilizado. La escrituración se hará ante el notario que designe "EL VENDEDOR" o la institución hipotecaria que otorgue el crédito. La hipoteca mencionada anteriormente comenzará a amortizarse en el momento en que se establezca ante la institución hipotecaria correspondiente, acreditándose o cargándose en su caso al saldo en 2o. lugar el capital insoluto que se hubiere pagado por concepto de la 1a. hipoteca hasta esa fecha.

Si el crédito hipotecario otorgado no cubriese el total del adeudo, "EL COMPRADOR" se obliga a garantizar el saldo del adeudo mediante hipoteca en segundo lugar sobre el inmueble objeto de este contrato a favor de "EL VENDEDOR", o de la persona física o moral que éste designe. Esta hipoteca causará por concepto de apertura de crédito el%..... sobre el monto de la misma, a cargo de "EL COMPRADOR".

La hipoteca en primer lugar a que se refiere la presente cláusula, se encuentra sujeta a cambios tanto en monto como en plazo y tipo de interés de acuerdo a la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

reglamentación de la Comisión Nacional Bancaria y el Banco de México, S. A. La 2a. Hipoteca se encontrará sujeta a cambios en monto y tipo de interés, pues éste será de un dos por ciento más que el de las hipotecas bancarias.

Se conviene que aunque no se haya otorgado la hipoteca en primer lugar y la hipoteca en segundo lugar en su caso, los intereses que se establecen sobre los pagos del saldo del precio del inmueble a que se refiere el inciso b) de la Cláusula Segunda de este contrato, causaràn las variaciones a que se refiere esta cláusula o sea estarán sujetas a los cambios que establezca la Comisión Nacional Bancaria y Banco de México, S. A.

Ambas partes convienen en que al firmarse las escrituras correspondientes se hará la devolución del presente contrato y documentos que estén por vencer.

Se conviene que "EL COMPRADOR" pagará a la persona que intervenga en la operación respectiva el dos por ciento del monto del crédito hipotecario por concepto de gastos por investigación y tramitación del mismo, así como trámite de escrituración, este pago se hará forzosamente si el crédito fue tramitado, aunque no fuese empleado.

SEPTIMA.- A partir de la fecha de toma de posesión "EL COMPRADOR", se obliga a cubrir la parte proporcional de la póliza de seguro que "EL VENDEDOR" haya aceptado designando como beneficiario de dicho seguro al acreedor hipotecario, por todo el tiempo que dure el crédito, este seguro deberá cubrir riesgos contra incendios, temblor y otros que dicho acreedor hipotecario requiere y en la cantidad que éste fije y con la compañía de seguros que designe la institución de crédito.

OCTAVA.- "EL VENDEDOR" dará posesión a "EL COMPRADOR" del departamento objeto de este contrato, dentro de un plazo que vencerá el _____

El plazo estipulado podrá ser prorrogable, en previsión de cualquier retraso involuntario en el acabado

final del inmueble, para lo cual "EL COMPRADOR" podrá elegir entre recibir el departamento en el estado en que se encuentre permitiendo al personal que designe "EL VENDEDOR", hacer la terminación de dichos detalles o esperar el tiempo prorrogado para que "EL VENDEDOR" lo realice. En este último caso, el tiempo que hubiera para hacerle la entrega del departamento a "EL COMPRADOR", no se considerará como incumplimiento de "EL VENDEDOR", ni será motivo para que "EL COMPRADOR" deje de cumplir con las obligaciones pactadas.

NOVENA.- A partir de la fecha en que "EL COMPRADOR" reciba la posesión del departamento, objeto de este contrato, contribuirá con los gastos de administración y conservación del condominio, de acuerdo con su indiviso y pagará los gastos, impuestos, derechos o servicios que cause la posesión o el uso de los bienes que reciba.

DECIMA.- "EL COMPRADOR", familiares, sirvientes y demás personas que ocupen el inmueble materia de este contrato, se obligan a cumplir con las obligaciones establecidas en el "REGLAMENTO DE CONDOMINIO Y ADMINISTRACION" del edificio del cual forma parte la dependencia objeto de este contrato.

DECIMA PRIMERA.- "EL VENDEDOR" confiere a "EL COMPRADOR" poder especial tan amplio como en derecho sea necesario, para que concurra a las asambleas de copropietarios del edificio, representando el porcentaje de su indiviso. El poder conferido en esta cláusula no producirá efecto legal alguno cuando "EL COMPRADOR", esté incumpliendo alguna de las obligaciones a su cargo.

DECIMA SEGUNDA.- A partir de la fecha en que "EL COMPRADOR" reciba la posesión material de la dependencia objeto de este contrato, asume a su cargo los riesgos que sufra su propiedad privada y la propiedad común del edificio en condominio del que forma parte el departamento objeto de este contrato incluyendo el terreno y la construcción, aunque dichos riesgos se deriven de causa fortuita o fuerza mayor.

DECIMA TERCERA.- "EL VENDEDOR" se obliga a reparar por su cuenta todos los defectos que resulten en la construcción únicamente durante los 90 días naturales

contados a partir de la fecha en que "EL COMPRADOR" tome posesión del departamento materia de este contrato.

DECIMA CUARTA.- En caso de que "EL COMPRADOR" decida traspasar el departamento objeto de este contrato y se le autorice, pagará el 4% del valor de venta por concepto de "DERECHOS DE TRASPASO".

DECIMA QUINTA.- "EL COMPRADOR" no podrá ceder, rentar, enajenar, gravar y en manera alguna traspasar los derechos que adquiere en virtud de este contrato, sino con el consentimiento previo y por escrito y la comparecencia de "EL VENDEDOR", el cual sólo puede concederse si "EL COMPRADOR" ha cumplido todas y cada una de las obligaciones a su cargo. Los gastos e impuestos que en su caso causen los actos mencionados en esta cláusula, serán por cuenta de "EL COMPRADOR".

DECIMA SEXTA.- "EL VENDEDOR" podrá rescindir este contrato y/o dar por vencido anticipadamente el plazo para el pago de la cantidad insoluta, en cualquiera de los casos siguientes:

a) Por falta de pago oportuno de algún (os) documento (s), del enganche estipulado en el inciso a) de la Cláusula Segunda.

b) Por falta de pago oportuno de dos mensualidades consecutivas, del saldo del precio, como se estipula en el inciso b) de la Cláusula Segunda, o alguno de los pagos anuales estipulados como parte del precio, en su caso.

c) Por falta de pago oportuno de dos meses consecutivos de las cantidades que le corresponden de acuerdo con la Cláusula Novena.

d) Por incumplimiento del contenido en la Cláusula Sexta de este contrato.

e) Si gravare, enajenare, rentare, traspasare

o cedere los derechos a favor de terceras personas, sin el consentimiento de "EL VENDEDOR".

f) Por no tomar posesión del departamento en la fecha en que esté listo para su ocupación.

g) Por incumplimiento de cualquiera de las cláusulas de este contrato.

h) Que se encuentre en cualquiera de los casos en que de acuerdo con el Código Civil Vigente, por lo que respecta a las obligaciones a plazo se hace exigible anticipadamente el cumplimiento de éstas.

DECIMA SEPTIMA.- En caso de incumplimiento de "EL COMPRADOR" que amerite la rescisión del contrato, éste devolverá a "EL VENDEDOR" la posesión del departamento, desocupándolo y entregándolo en las condiciones en que lo recibió con las mejoras que haya hecho si las hay, sin la obligación de "EL VENDEDOR" de hacerle ninguna compensación por dichas mejoras, libre de toda responsabilidad con terceros, inclusive por arrendamiento, en un plazo de treinta días naturales siguientes a la fecha en que ocurra el incumplimiento.

DECIMA OCTAVA.- En caso de rescisión de este contrato, tanto forzosamente como por mutuo consentimiento, las partes convienen en:

"EL COMPRADOR" pagará los gastos de administración y otros adeudos a cargo de la dependencia objeto de este contrato para devolverla a "EL VENDEDOR" libre de adeudos, gravámenes y cargos fiscales. En caso de que "EL COMPRADOR" no cumpla oportunamente con lo estipulado en el párrafo anterior, dentro del plazo que establece la Cláusula Décima Séptima, autoriza a "EL VENDEDOR" a realizar los pagos que implique el incumplimiento y a que éste los retenga, compensándolos con las cantidades que le correspondan de acuerdo con los incisos siguientes:

1. "EL COMPRADOR" pagará a "EL VENDEDOR" una renta mensual que se fijará pericialmente, por el uso que

haga del departamento, calculada dicha suma a partir del día en que se ponga dicha dependencia a disposición de "EL COMPRADOR" y hasta la fecha en que desocupe el inmueble.

2. Igualmente "EL COMPRADOR", pagará a "EL VENDEDOR" la cantidad que le corresponda por el deterioro que sufra el departamento, objeto de este contrato, por todo el tiempo de la ocupación, deterioro que se precisará pericialmente.

3. A su vez "EL VENDEDOR" devolverá a "EL COMPRADOR" las cantidades que éste le hubiere cubierto por concepto de capital, más los intereses legales correspondientes, en términos del artículo 2311 del Código Civil.

DECIMA NOVENA.- La operación objeto de este contrato se hace considerando el departamento en cuestión y sus copropiedades ad-corporis y no ad-mesuram, por lo que cualquier diferencia que resulte en las medidas expresadas fuere en más o menos, no dará lugar a reclamación entre las partes o al ajuste en el precio.

VIGESIMA.- Por cualquier violación a este contrato, conviene "EL COMPRADOR" y en su caso su deudor solidario pagar a "EL VENDEDOR" a título de pena convencional el 15% del valor del inmueble, materia del presente contrato, sin perjuicio del ejercicio de las acciones que el incumplimiento genere.

VIGESIMA PRIMERA.- "EL COMPRADOR" manifiesta que ha leído este contrato, que lo ha entendido y que conviene en comprometerse a sus términos y condiciones. Asimismo, conviene en que el presente contrato es la completa y total declaración de las obligaciones entre las partes y deja sin efecto todas las propuestas o contratos previos, orales o escritos y todas las demás comunicaciones entre las partes relacionadas con el asunto de este contrato.

Las partes declaran que son mayores de edad, capaces de obligarse y que en este contrato no existe error, dolo, mala

fe, violencia o lesi3n; que el precio es el justo y equitativo y se someten expresamente a los Tribunales de la Ciudad de M3xico, D. F., para todo lo relativo al cumplimiento e interpretaci3n de este contrato, que se firma en la Ciudad de M3xico, D. F., a los d3as del mes de de mil novecientos.....

"EL COMPRADOR"

"EL VENDEDOR"

.....

.....

f) Escrituración.

Los aspectos mercadológicos a considerar dentro de la escrituración son relativamente pocos debido a que éste es un proceso por medio del cual se logra perfeccionar la compraventa.

Podemos argumentar que puede ser atractivo para el comprador adquirir el departamento a un precio "x" y al pagarlo de contado el propietario no le exige la escrituración de inmediato si es que al haber liquidado el departamento carece de recursos.

También encontramos que si el comprador va a liquidar por medio de un crédito hipotecario, la escritura se efectuaría simultáneamente con dicho crédito.

El atractivo que nos da el Fisco de deducir de 5 a 8 veces el salario mínimo anual del monto de la base y sólo gravar impuesto por adquisición de inmuebles sobre la diferencia, puede ser otro aspecto a considerar.

Analizando la escritura de compraventa deducimos que

ésta emana de la del Régimen de Propiedad en Condominio y ésta última por ser de voluntad unilateral del propietario, puede ser importante ya que es aquí en donde a juicio del dueño se puede redactar de tal forma tanto en su reglamento como en sus descripciones que llegue a beneficiar al comprador.

La forma más común en donde se encuentra lo mencionado anteriormente es en el estacionamiento ya que si éste se vende como propiedad común con derecho a uso no se le incrementarán al cliente sus gastos de escrituras debido a que por ser de propiedad común, va implícito el derecho de uso en su parte proporcional al adquirir el bien.

Caso contrario ocurriría si el estacionamiento fuese propiedad privada ya que se tendría que escriturar éste como tal y provocaría una erogación al adquirente.

Dentro de la escrituración podemos también mencionar que ésta se hace al valor más alto que el notario detecte dentro de los 3 siguientes valores:

- Valor catastral (en base a la boleta predial).
- Valor de avalúo (normalmente es un 80% del valor común).
- Valor de venta.

Debido a que sobre el valor más alto de los 3 mencionados anteriormente, servirá como base para el cálculo de los impuestos, podemos hablar de que el valor de venta sea más bajo al real de común acuerdo con el comprador.

Todos los aspectos mencionados anteriormente pueden ser de utilidad, tanto para el promotor como para el comprador y logran disminuir el costo de las escrituras y por ende el pago de los impuestos.

CONCLUSIONES

Después de haber dado una breve orientación acerca de lo fundamental para tomarse en cuenta en la promoción de un condominio en el Distrito Federal, quisiéramos resumir los siguientes puntos:

Primero que todo se debe entender que aquella persona que intente incursionar en este negocio debe de tomarlo como tal y no como si fuere un entretenimiento o distracción para los recursos excedentes, es por eso por lo que hacemos énfasis en los aspectos mercadológicos a considerar y la forma de aplicarlos.

Recordemos el principio de que en todo negocio el objetivo principal es el lucro, por consiguiente para poder realizar dicho objetivo es necesario no perder detalle en la mejor forma de comercializar un bien o producto.

Si analizamos a fondo lo descrito nos encontramos con que antes de desarrollar el inmueble tenemos que buscar el mercado que se pretende atacar, ya

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

que de nada serviría tener el mejor condominio de la ciudad si no está al alcance del mercado potencial pretendido.

Tomamos en cuenta muchos factores dentro de los cuales están: el momento de iniciación del negocio, el flujo de recursos con que se puede contar, el tiempo estimado del desarrollo de la obra, el lapso considerado para la venta y la forma de recuperación de inversión y utilidad.

Es importante que analicemos todos y cada uno de los pasos a seguir para que no cometamos el error de que ya habiendo emprendido la edificación se tengan que hacer modificaciones o dar marcha atrás, por lo tanto lo que se pretende en este trabajo es hacerle hincapié al lector sobre la necesidad de la convicción en la toma de decisiones. Sabemos que en la Ciudad de México se tienen todos los elementos para llevar a cabo un desarrollo inmobiliario adecuado como son: una planificación urbana, así como legislación sobre la misma, recursos económicos para incrementar la inversión y lo más importante que es un mercado cautivo en potencia, que le urge satisfacer su

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

necesidad de vivienda y que cuente con el auxilio de las Sociedades Nacionales de Crédito para poder adquirirla.

Definitivamente nos damos cuenta que las autoridades ya han tomado cartas en el asunto y constantemente están ideando sistemas para la obtención de créditos hipotecarios al alcance de las personas de medios y bajos recursos y hoy por hoy somos testigos de que el problema que es palpable, si bien no se soluciona por completo, al menos no lo hace más aparatoso.

Por último, el sector privado debe de tomar conciencia que no sólo está la solución en las manos de las autoridades y es indispensable que se haga coparticipe del problema y que colabore con éstas exigiéndoles soluciones y no creando fideicomisos o instituciones que lo único que provocan es burocratizar el sistema y crear una permisología que provoque desaliento en los particulares.

Banco de México a través de las Sociedades Nacionales de Crédito ha provocado una competencia

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

sobre éstas que ha logrado que se creen día con día nuevos sistemas de recursos, pero con el objeto de que dichos recursos vayan adecuadamente encaminados, estas sociedades cuentan con un departamento técnico que asesora al inversionista y que dicha asesoría no siempre es enfocada a la adecuada promoción y solamente se limita a revisar y corregir las fallas para cumplir con los reglamentos. Esta situación no es muy detectable ya que esta carencia de asesoría promocional se suple con su excelente sistema de crédito hipotecario que logra que los pagos estén al alcance de la capacidad económica del adquirente.

Con todo lo anterior queremos insistir que si se conjugan los sistemas crediticios, reglamentarios y técnicos con los aspectos mercadológicos a considerar que en este trabajo señalamos, se puede lograr resolver en mayor porcentaje el problema de la vivienda y que no existan construcciones inconclusas en su edificación como en su promoción, por no haber logrado amalgamar todas las herramientas con las que se cuenta.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

BIBLIOGRAFIA

- * Código Civil para el D. F.
- * Cómo Triunfó en Ventas.
Dale Carnegie.
- * De campo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN