

publicidad

Reportajes

[Portada](#) [Noticias](#) **Reportajes** [Entrevistas](#) [Opinión](#) [Blogs](#) [Ayudas a la vivienda](#)

[Volver a reportajes](#)

¿Qué puede aportar la sociología al sector inmobiliario?

El funcionalismo inmobiliario es una nueva forma de afrontar las relaciones dentro del sector.

14 jul 2015 | [Comentar](#) | [Compartir](#) [f](#) [t](#) [g+](#) [Me gusta](#) 0

[Imprimir](#)

Por: D. M. Álvarez

Mirar al cliente y a sus necesidades para darle la vuelta a la 'tortilla' inmobiliaria. Esa es la premisa en la que se apoya el funcionalismo inmobiliario, una base teórica apoyada en la sociología que afirma que **una nueva forma de trabajar en el sector es**

posible. "Promover el negocio inmobiliario minimizando riesgos o lo que es lo mismo, asegurar clientes, recursos y viabilidad y todo con la complicidad del mercado". Son palabras de Marcial Bellido, creador de la Red de Asesores Inmobiliarios Cualificados (RAIC) y del Registro de Funcionalistas Inmobiliarios (RFI), que se apoya en la sociología para triunfar en el sector.

“ Se pone el acento en el conocimiento de las necesidades del cliente. ”



La idea, explica Bellido, surge de una nueva forma de ver y de aproximarse a la promoción y venta de viviendas basada en **el conocimiento profundo del mercado y en la complicidad del cliente.** Una vuelta a la forma tradicional de trabajar en el sector. "Hay que lograr la complicidad con el mercado. No con el mercado en abstracto, anónimo. Muy al contrario, con un mercado muy determinado, segmentando, clientes con nombres y apellidos que aspiran a una forma y un modelo de vida determinado en el que la vivienda es un factor, nunca el resultado. Por eso y para eso el funcionalista inmobiliario parte de la sociología", resume Bellido.

Una dura crisis para un sector ciego

Busca noticias, reportajes, ...



¿Quieres recibir nuestra **newsletter**? También puedes consultar el [histórico](#).

Suscribirme

Publicidad

Blogs destacados



Una casa muy legal

¿Si se ha ido el inquilino sin avisar puedo entrar en el piso alquilado?



De puertas adentro

La morosidad, una verdadera lacra para las comunidades de propietarios



Palabra de agente

¿Cómo ayuda una agencia inmobiliaria a buscar financiación hipotecaria?

[¿Quieres ver más blogs?](#)

Encuentra tu piso rápido

pisos.com 49 902 Me gusta

[Me gusta esta página](#) [Compartir](#)

Sé el primero de tus amigos en indicar que te gusta esto.

“No podemos aspirar a ganarnos la vida poniendo ladrillos si no partimos del esfuerzo de entender y conocer lo que necesitan los que habrán de disfrutarlos”, remarca este experto, que entorno a esta idea, oferta formación en el Instituto de Práctica Empresarial (IPE). La clave, según esta escuela, pasa por **darle la vuelta al círculo vicioso que ha llevado al sector a la peor crisis**. Un inmobiliario, definen, “es un empresario o un profesional que se gana la vida proyectando, promoviendo, construyendo, comercializando o manteniendo edificios”. Una definición a la que se suma una máxima: “maximizar el beneficio que por su labor obtiene”.

El funcionalismo, explica Bellido, no tiene nada que reprochar a este objetivo, pero sin olvidar lo que ellos consideran la clave de todo: el consentimiento “cómplice e igualmente interesado de la otra parte indispensable en toda relación comercial: el que encarga, el que compra, el que paga, en definitiva, el cliente”. Ignorar las necesidades del cliente ha llevado a una “crisis para todo un siglo”. El sociólogo José Fernando Troyano Pérez asegura que **“el sector inmobiliario ha actuado durante las últimas décadas en España con la misma ceguera que la economía mundial**, partiendo de supuestos falsos y a la postre suicidas”.

Una vivienda por cada 1,8 residentes

Según Troyano, hay tres supuestos erróneos. El primero, es el que ve al consumidor como alguien “insaciable” y obviar que un bien como la vivienda, que requiere un tercio de nuestros ingresos durante un tercio de nuestras vidas, no es un bien de consumo. El segundo, **creer que toda la oferta genera su propia demanda**. Y el tercero, pensar que había millones de consumidores potenciales en Europa Occidental y Escandinavia para la oferta inmobiliaria en la costa mediterránea y Canarias.

El resultado, explica, se resume en dos cifras: **47 millones de residentes y 26 millones de viviendas**. Una vivienda por cada 1,8 residentes. “O los residentes deciden coleccionar viviendas, para lo cual necesitarán recursos suficientes, además de voluntad coleccionista, o el sector se replantea íntegramente”, insiste este sociólogo, doctor por la Universidad Complutense y Catedrático de la Universidad de Málaga.

Una filosofía que va calando

Lo que parece claro es que algunas de estas ideas ya empiezan a calar en las empresas del sector. Así, por ejemplo, el presidente de Re/Max, Javier Serra, reconocía recientemente que **la clave está en que clientes satisfechos atraigan a nuevos clientes**. “Un cliente que queda bien satisfecho es capaz de traer a nuevos clientes. El negocio aquí son los contactos con los clientes. Bien llevado, lleva al éxito”, señalaba.

También desde Alfa Inmobiliaria han visto la necesidad de mirar desde otra perspectiva. Su vicepresidente, Jesús Duque, lo apuntaba así: “Buscamos convertirnos en mediadores más que en intermediarios, mediadores que ofrecen trabajo profesional tanto a comprador como vendedor”. Engel & Völkers también pone el acento en conocer bien el mercado: **sus consultores reciben formación para tener un alto grado de profesionalización** y conocer bien el mercado en el que se trabaja.

El cliente en el centro de todo

El funcionalismo inmobiliario esgrime hasta una decena de razones por las que la sociología es un valor óptimo para el sector. Entre ellas, que pensar en los clientes es la clave de todo negocio y parece haber estado olvidado en el mundo inmobiliario. **La sociología inspira a la hora de encontrar oportunidades de negocio**, acota el riesgo y disminuye el margen de error, ayuda a aprender a satisfacer modelos de vida y ayuda a tener productos sin competencia.

Se trata “de no hablar de mercado, de hablar de grupos sociales concretos (...) no partir de un suelo, aunque el encargo de trabajo le llegue por el propietario del mismo, ni de precios de repercusión, ni si dos o tres dormitorios (...) Lo que hace es **resolver la trilogía conocimiento, necesidad y solución**”. Troyano lo resume en lo que se conoce como ‘reflexividad’, una estrategia que mediante el conocimiento de la complejidad de la demanda y ofrece productos diferenciados. “El primer servicio que la sociología puede prestar al sector inmobiliario es decirle que observe al demandante como hasta ahora ha pasado de observar, dando por supuesto que la demanda estaba ahí y solo había que ofrecer para satisfacerla”, enfatiza el sociólogo.

Se parte de la Sociología porque es la ciencia que estudia la población, sus determinaciones y motivaciones, concluye Bellido. “Con ella y con el método de análisis que al funcionalista le aporta, **se descubren necesidades y aportan soluciones**. El resultado son proyectos que como ‘guantes’ se adaptan perfectamente a las necesidades de los clientes y al hacerlo, el cliente compra”. El tiempo, y las cifras, darán o no la razón a este nuevo enfoque.

Cuéntanos lo que te apetezca



Te pedimos que seas sincero con nosotros, dínos lo que te gusta y lo que no. Ayúdanos a construir un mejor pisos.com.

[Buzón de sugerencias](#) >

Lo más leído

Lo último

Lo más comentado

1. [¿Qué puede aportar la sociología al sector inmobiliario?](#)
REPORTAJES
2. [8 consejos para estudiantes a la hora de buscar piso](#)
ALQUILER
3. [Berlín, primera urbe alemana en limitar el precio del alquiler](#)
ALQUILER
4. [Valencia negociará con la Sareb la cesión de viviendas para el alquiler](#)
MÁS ACTUALIDAD
5. [Madrid se queda sin viviendas nuevas](#)
MÁS ACTUALIDAD