



COLABORACIÓN INMOBILIARIA DOS PROPUESTAS COMPLEMENTARIAS



INDICE	PAGINA
Resumen	3
1.- MLS como sistema de venta compartida por un conjunto de agentes.....	6
2.- El objetivo de una MLS es incluir el máximo posible de ofertas en una zona...	9
3.- Las MLS sirven principalmente para compartir operaciones locales.....	10
4.- Captación de inmuebles ¿en exclusiva o sin exclusiva?.....	12
5.- La información que debe incluir una MLS.....	13
6.- ¿Quién puede publicar en una MLS?.....	13
7.- ¿Tiene que pedir permiso un agente integrado en la MLS para ofrecer un inmueble a un cliente?.....	14
8.- En una operación compartida el agente del comprador es el que vende y acompaña siempre a su cliente.....	14
9.- Las fotos ayudan a presentar el inmueble en una MLS.....	14
10.- ¿Quién puede ver la información en una MLS?.....	14
11.- Proceso de puesta en marcha de una MLS local.....	15
12.- Las ventajas para el propietario del inmueble se multiplican.....	15
13.- Ventajas para el cliente comprador.....	16
14.- Ventajas para la agencia inmobiliaria.....	16
15.- Desventajas para el agente inmobiliario.....	17
16.- Notas para la confección de un Reglamento para la MLS local.....	17
17.- Observaciones al contrato de mediación inmobiliaria en exclusiva.....	24
18.- Encargo de venta en exclusiva e inserción de oferta en redes MLS.....	25
19.- Proceso en www.buscovivienda.es	28

Resumen:

1.- MLS como sistema de venta compartida por un conjunto de agentes.

Proponemos vertebrar un acuerdo local, regional o nacional entre agentes inmobiliarios afiliados a ABAI, AVAI o ADPI, para recoger y distribuir información sobre los inmuebles a la venta en su área geográfica a través de lo que se ha estandarizado en el ambiente inmobiliario denominado Multiple Listing Service (MLS), o Servicio de listado múltiple.

La MLS surge en 1940 en Estados Unidos. Aunque no lo parezca “listing” no significa ni tiene nada que ver con listas o listados; en este contexto significa “contrato de encargo”, por tanto la MLS debería traducirse por “Servicio de Contratos de encargo Múltiple” o mejor aún: “Servicio de Contratos en Exclusiva Compartida”.

La MLS es un sistema de información de los contratos de encargo, generalmente en exclusiva compartida, obtenidos por sus miembros en una base de datos informática de acceso restringido a sus miembros.

De esta manera la MLS facilita esta información a todos los agentes que son miembros de la misma.

Mediante la inclusión de la oferta en la MLS, un agente inmobiliario amplifica notablemente el número de compradores potenciales que acceden a dicha oferta.

De la misma manera, un agente colaborador puede facilitar a un comprador la información sobre todas las viviendas a la venta en la zona que cumplen sus requisitos de búsqueda, facilitando la compraventa y compartiendo los honorarios con el agente que ha captado el inmueble.

La propuesta que planteamos se refiere a una MLS Nacional y una multitud de MLS a nivel local, regional o de isla.

2.- El objetivo de una MLS es incluir el máximo posible de ofertas en una zona.

Las MLS que tienen muchas propiedades dan a ganar mucho dinero a sus asociados, pero cuando se vuelve realmente operativa y útil es cuando contiene una gran parte de las viviendas que se venden en una zona concreta, con las que el vendedor compite y donde el comprador busca, y cuando pertenecen a ella la mayor parte de los agentes más activos de esa zona.

3.- Las MLS sirven principalmente para compartir operaciones locales.

Las operaciones compartidas más habituales son entre agentes de la misma zona en la que se sitúa la propiedad en venta. El agente del comprador no “envía” a su cliente a que le vendan una propiedad, sino que él mismo asume

todas las gestiones relativas a la venta, salvo el trato con el propietario que lo mantiene con el agente que ha captado el inmueble.

El agente rara vez se desplazará a hacer una venta a una zona lejana que desconoce, y con unas posibilidades finales de venta relativamente bajas.

El envío de un cliente desde otra zona para que le enseñen no una sino las propiedades que sean necesarias, en Estados Unidos se conoce como “referral” o recomendación, no se considera como operación compartida, y la parte de la comisión que se reserva al que envía al cliente está en torno al 20% de la parte que obtenga el agente que recibió la recomendación.

4.- Captación de inmuebles ¿en exclusiva o sin exclusiva?

Aunque la mayoría de propiedades captadas son en forma de exclusiva compartida, los miembros de la MLS pueden acordar también publicar otras propiedades que no lo son a título informativo.

Las exclusivas concedidas a un agente son prácticamente inexistentes en Estados Unidos.

Nadie renunciaría a una posible venta de sus propiedades por la mayoría de los agentes de su zona, dándosela sólo a un agente por bueno que sea y por muchas herramientas que use.

Los clientes que firman un MLS o contrato múltiple se lo dan al agente porque éste se compromete a compartir este contrato con todos los agentes de su MLS, que son la mayoría y los mejores de su zona. Sólo se puede compartir una exclusiva.

El que no tiene una exclusiva no tiene nada, no puede ofrecer garantía alguna a los colegas que quieran colaborar en la venta, y él tampoco la tiene para evitar que ellos usen la información sin contar con él, o para conseguir la exclusiva.

5.- La MLS debe incluir los datos de la propiedad, el encargo y el cliente.

En un sistema de colaboración, el agente del comprador no sólo ofrecerá la propiedad, sino que realizará todas las gestiones de venta para su cliente. Para ello, la MLS debe contener todo lo necesario, incluyendo la de la propiedad, el encargo y el propietario.

Para la protección del agente que asume esa tarea, la MLS debe informarle del tipo de contrato y sus plazos, para evitar enseñarla el día antes de que el contrato caduque.

La MLS también tiene que informar de la forma de acceder, las mejores horas para visitar, si hay que advertir al dueño. No olvidemos que son dos miembros de un equipo de venta.

6.- ¿Quien puede publicar en una MLS?

Lo fundamental en una MLS es que quien publique esté dispuesto a pagar una comisión al agente que traiga un comprador. En principio el sistema MLS es una bolsa cerrada que sólo pueden usar los agentes que pertenecen a la MLS. Si un agente quiere publicar, debería hacerse miembro puesto que ello implica un compromiso de actuación determinada.

7.- ¿Tiene que pedir permiso un agente integrado en la MLS para ofrecer un inmueble a un cliente?

El agente que quiera vender una propiedad ubicada en una MLS no precisa permiso alguno para hacerlo. El propio encargo de venta debe especificar la autorización del propietario para ello, y cualquier agente perteneciente a la MLS queda automáticamente habilitado para realizar todas las gestiones de venta necesarias.

8.- En una operación compartida el agente del comprador es el que vende y acompaña siempre a su cliente.

El agente del comprador es el que realiza todas las labores de venta.

La presencia del agente del vendedor es innecesaria ya que toda la información que se necesite debe estar en la MLS. Es el agente del vendedor el que tiene que pedir permiso si quiere estar presente, y no puede intentar convencer o hacerle recomendación alguna al comprador, que estará formalmente advertido de que no debe manifestar interés o hacer cualquier comentario que no deba conocer el vendedor.

9.- Las fotos ayudan a presentar el inmueble en una MLS.

La posibilidad de incluir fotografías de la propiedad en la MLS es algo muy útil. Al agente que quiera vender esa propiedad le vendrá bien ver las imágenes y podérselas enseñar a su cliente antes de la visita. Pero las fotos

no son imprescindibles; lo que es imprescindible es el espíritu de colaboración de ambos agentes.

10.- ¿Quién puede ver la información en una MLS?

La MLS sirve para intercambiar información entre los profesionales. La información de la MLS sólo es para los profesionales. El objetivo de las MLS no es dar información al público, Los agentes pueden ofrecer las propiedades de sus compañeros no sólo verbalmente, sino también publicarlas en su propia Web.

1.- MLS como sistema de venta compartida por un conjunto de agentes.

Proponemos vertebrar un acuerdo local, regional o nacional entre agentes inmobiliarios afiliados a ABAI, AVAI o ADPI, para recoger y distribuir información sobre los inmuebles a la venta en su área geográfica a través de lo que se ha estandarizado en el ambiente inmobiliario denominado Multiple Listing Service (MLS), o Servicio de listado múltiple.

La MLS surge en 1940 en Estados Unidos. Aunque no lo parezca “listing” no significa ni tiene nada que ver con listas o listados; en este contexto significa “contrato de encargo”, por tanto la MLS debería traducirse por “Servicio de Contratos de encargo Múltiple” o mejor aún: “Servicio de Contratos en Exclusiva Compartida”.

La MLS es un sistema de información de los contratos de encargo, generalmente en exclusiva compartida, obtenidos por sus miembros en una base de datos informática de acceso restringido a sus miembros.

De esta manera la MLS facilita esta información a todos los agentes que son miembros de la misma. Mediante la inclusión de la oferta en la MLS, un agente inmobiliario amplifica notablemente el número de compradores potenciales que acceden a dicha oferta.

De la misma manera, un agente colaborador puede facilitar a un comprador la información sobre todas las viviendas a la venta en la zona que cumplen sus requisitos de búsqueda, facilitando la compraventa y compartiendo los honorarios con el agente que ha captado el inmueble.

La propuesta que planteamos se refiere a una MLS Nacional y una multitud de MLS a nivel local, regional o de isla.

Respecto a la MLS Nacional:

El agente que envía al cliente, generalmente está en otra provincia, no se desplaza junto al cliente para enseñarle el inmueble. No está especializado con la zona y quizás el inmueble ideal para este cliente es otro de los que tenemos en cartera y no el recomendado. Aquí, quizá sería factible que los honorarios se repartieran de la siguiente forma:

El agente que manda el referido se queda el 20% de la operación y el agente local el 80% de la misma, si es capaz de hacerla sólo y, si la hace con otro u otros, el 80% se reparten entre los participantes locales. La operación con referidos puede pues, ser o no compartida -éste es un concepto de operación local- pero siempre es referida pues el agente que la envía siempre se queda con el importe de la referencia (20% o cifra similar) acordada.

MLS LOCAL:

La MLS local facilita la asociación de agencias inmobiliarias a nivel comarcal, local de municipio, ciudad o barrios específicos, sin excluir que una agencia inmobiliaria pueda pertenecer simultáneamente a diversas MLS y sus ofertas inmobiliarias puedan discriminar entre las diversas MLS locales a que esté adherida la agencia inmobiliaria.

La MLS local se rige por unas reglas particulares aceptadas por todos sus integrantes y por un código ético, trabajo en equipo y formación.

Mediante el contrato tipo múltiple o compartido o “Multiple Listing” se encarga la venta al colectivo de agentes que pertenecen a la asociación profesional local. Coloquialmente se acepta que el agente que más colabora, es el que más operaciones cierra. La idea de compartir tenemos que visualizarla en un sentido amplio: aparte de los inmuebles, desde experiencias, procesos inmobiliarios y servicios.

El agente del vendedor (el que ha captado la exclusiva) será el responsable de la gestión y facilitará toda la información para que aparezca en las webs de los restantes asociados, para que estos puedan publicitar la propiedad en sus revistas, en sus escaparates, etc. aportando la información que precisa el agente del comprador para dirigir al comprador hacia esta vivienda que es la ideal para su cliente comprador ya que la exclusiva es un acto de confianza y un compromiso con el cliente.

Tener presente que aunque se capte inmuebles en exclusiva, la seguridad absoluta no existe. La validez de la exclusiva es relativa.

La transición entre inmuebles sin exclusiva a tener todo lo captado con contrato en exclusiva es posible. La clave es hacer ver a los clientes vendedores las ventajas que podemos ofrecerle optando por esta modalidad.

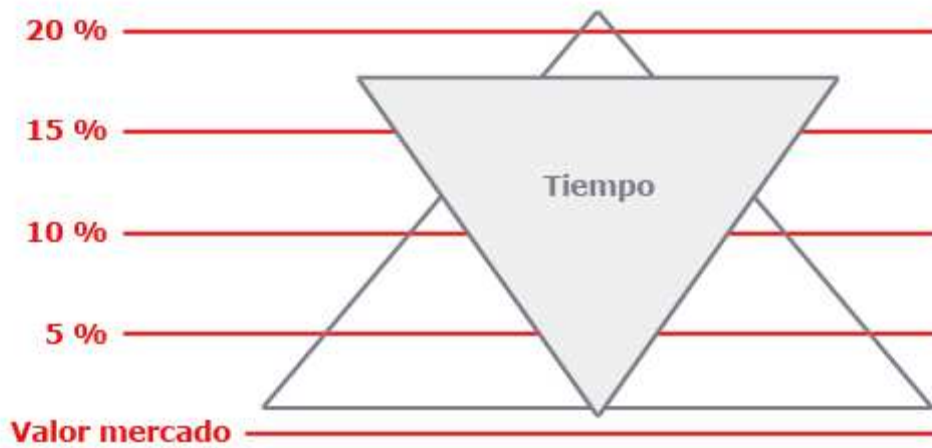
Objetivos:

- Aumentar las oportunidades de negocio de los participantes.
- Aportar mayor valor al consumidor

Respecto a la captación de inmuebles, hay que captar inmuebles vendibles, en caso contrario, vamos a gastar un tiempo que no tenemos en unos inmuebles cuyo precio no están en mercado, por lo que su venta no se producirá ni los asociados dedicarán esfuerzos e inversiones en su promoción.

La importancia de poner bien el precio

La pirámide del precio:



El precio equivocado atrae al comprador equivocado. Los compradores esperan más de lo que la casa pueda ofrecer. A menudo compran la vivienda que ofrece mayor valor en la zona elegida, después de hacer comparaciones. Cuanto más alto sea el precio de su valor de mercado, menos interesados tiene y el tiempo para la venta se incrementa

Previamente a la captación, tenemos que dar sensación de autoridad en materia inmobiliaria con el fin de que el propietario quiera depositar en nosotros su propiedad a la venta.

Para solicitar la exclusividad, uno de los procesos podría ser:

- Contacto telefónico al cliente personalmente (no por medio de intermediarios)
- Solicitar cita para reunirse (no se debe solicitar la exclusividad por teléfono)
- Previo a la llamada, buscar tiempo y organizarse
- La cita debe llevarse a cabo en la propiedad que el cliente quiere vender
- Hacerle un estudio de los inmuebles de su zona, los precios, la normativa, todos los datos que tenga que tener en cuenta.
- Asesorarlo, obtener la nota simple del registro de la propiedad, los datos de su hipoteca, en su caso.
- Hacer un reportaje fotográfico y en video.
- Publicarlo en el portal inmobiliario www.buscovivienda.es y muy importante, se lo transmito a todos mis compañeros agentes inmobiliarios que estamos en la MLS, para que ellos también lo ofrezcan, busquen clientes y lo vendan.

El Agente Captador da cobertura, asesora, y acompaña al cliente a lo largo de todo el proceso desde el momento que se cierra el contrato de exclusiva, hasta el momento en que se cierra la operación.

Debe ser honesto y no crear falsas expectativas sobrevalorando la propiedad para conseguir la exclusividad.

Una vez que el Agente Captador y el cliente han firmado el contrato de exclusiva, el Agente Captador debe informar detalladamente el proceso y acciones a desarrollar para conseguir la venta de la propiedad.

Debe mostrar las ventajas de la exclusiva con recursos tangibles como dónde anunciamos su propiedad, métodos de captación, plan de marketing, compromiso con el cliente vendedor, entre otros.

Las empresas inmobiliarias compiten con la captación de los inmuebles en exclusiva pero luego colaboran con las otras que tienen un comprador (o arrendatario en el caso de alquileres) para ese inmueble, realizando operaciones constantes y repartiéndose los honorarios sin incrementar el coste de mediación (Se impone la 'coopetición', una estrategia en la que las empresas cooperan y compiten conjuntamente para crear valor. Se compete para conseguir el mandato de compra, se coopera para encontrar comprador, se compete nuevamente cada uno en la defensa de los mejores intereses de su cliente, y una vez alcanzado el acuerdo se colabora nuevamente para obtener la financiación y una escritura sin tropiezos).

Una normativa clara, detallada y estricta, ayuda a organizar la colaboración.
Un conocimiento profundo de los inmuebles compartidos y de las personas con las que se colabora, mejora el clima de confianza entre los profesionales y agiliza las transacciones.

Para no hacer competencia desleal, la MLS de zona debe fijar los honorarios fijos para la captación (entre el 5 y el 6%). Una vez fijado se debe mantener, ya que la agencia inmobiliaria captadora se asegura en un alto grado de probabilidad la obtención del 50% de estos honorarios.

El Múltiple Listing System o MLS es un sistema de información principalmente interna para uso de todos los agentes asociados de las características de los contratos suscritos de las exclusivas compartidas que obligan y habilitan a todos los asociados.

2.- El objetivo de una MLS es incluir el máximo posible de ofertas en una zona.

Las MLS que tienen muchas propiedades dan a ganar mucho dinero a sus asociados, pero cuando se vuelve realmente operativa y útil es cuando contiene una gran parte de las viviendas que se venden en una zona concreta, con las que el vendedor compete y donde el comprador busca, y cuando pertenecen a ella la mayor parte de los agentes más activos de esa zona.

Para conseguirlo, Una vez acordada la creación de la MLS local y en funcionamiento efectivo, es conveniente darla a conocer a los medios de comunicación y al público en general, estableciendo un Plan de comunicación de la actividad:

¿Qué comunicar?

¿Cómo comunicar?

¿A quien comunicar?

¿Dónde comunicar?

¿Cuándo comunicar?

¿Quién se encarga de comunicar?

3.- Las MLS sirven principalmente para compartir operaciones locales.

Las operaciones compartidas más habituales son entre agentes de la misma zona en la que se sitúa la propiedad en venta, inmobiliarias de un pueblo, una mancomunidad, de una ciudad, una isla o una región (depende de la zona geográfica que estudiemos. Por ejemplo Mallorca: Si el agente del comprador ha de presentar el inmueble a los compradores, puede hacerlo en una población de Mallorca. Más complicado es hacerlo físicamente en, por ejemplo, Ibiza o Menorca), cooperando entre las agencias que pertenecen a la misma.

El objetivo de la Asociación es aunar esfuerzos y compartir productos inmobiliarios con el fin de agilizar gestiones y ayudar a los propietarios y a los compradores a realizar las transacciones de compra-venta y/o alquiler con mayores probabilidades de éxito, obteniendo los agentes inmobiliarios que han intervenido en el buen fin de la compraventa la correspondiente retribución a sus esfuerzos profesionales.

La cooperación entre agentes es imprescindible para prestar el servicio que demanda el cliente. El agente del comprador no “envía” a su cliente a que le vendan una propiedad, sino que él mismo asume todas las gestiones relativas a la venta, salvo el trato con el propietario que lo mantiene con el agente que ha captado el inmueble.

El agente rara vez se desplazará a hacer una venta a una zona lejana que desconoce, y con unas posibilidades finales de venta relativamente bajas. El envío de un cliente desde otra zona para que le enseñen no una sino las propiedades que sean necesarias, en Estados Unidos se conoce como “referral” o recomendación, no se considera como operación compartida, y la parte de la comisión que se reserva al que envía al cliente está en torno al 20% de la parte que obtenga el agente que recibió la recomendación.

Este sistema significa dar un paso al frente: mejorar el servicio y la atención al potencial cliente, investigar, cambiar, innovar, invertir, compartir, formarse, especializarse, diferenciarse, asociarse creando una espiral de excelencia que multiplica los éxitos inmobiliarios al conjunto de sus miembros. El que no se recicla diariamente en esta profesión, se autoexcluye de la profesión.

La formación no es sólo la propia sino también la del personal de ventas. Es esencial para poseer una oficina inmobiliaria eficiente. La formación da criterios

para planificar, analizar y tomar decisiones oportunas. La experiencia es un grado pero no lo es todo. Si no se desea formar al personal por temor a que se independice, mejor no contratarlo. Si se contrata, debe estar formado para que sea eficiente.

Especializarse: aunque sea en algo muy pero muy concreto, si conseguimos ser los mejores en ese ámbito, seremos reconocidos como expertos. Más vale centrarse en lo que se sabe hacer bien que querer conseguir atrapar todo lo que se mueve alrededor.

La especialización es básica para podernos presentar ante nuestro cliente como algo más que un simple vendedor de pisos;

Nosotros también debemos especializarnos en una zona concreta en la que conoceremos todo lo que pasa, lo que se vende y lo que no, lo que se pide y en lo que se acaba vendiendo. Eso solo se puede conseguir en una zona perfectamente delimitada.

La especialización nos prestigia ante el cliente, y también nos diferencia de nuestra competencia. Pudiendo elegir, el cliente vendedor preferirá ver su vivienda en manos de un especialista, y el comprador preferirá dirigirse a alguien que solo trabaja en esa zona en la que le interesa vivir, que solo trabaja ese tipo que vivienda que a él le interesa, que entiende sus gustos y necesidades.

Si un agente inmobiliario se especializa en propiedades de golf, pronto conocerá los gustos de los golfistas, valorará las virtudes de cada propiedad desde el punto de vista del golfista, hablará como los golfistas...

Su página web será muy atractiva para los golfistas, llena de información interesante para ellos.

Diferenciarse: qué mejor manera de mejorar la imagen que desmarcarse del prototipo que tiene la sociedad sobre el agente inmobiliario. Optar por la gestión de un tipo concreto de propiedad, en un ámbito determinado y ofrecer ventajas distintas, son las maneras de decir a los clientes que haces las cosas de forma diferente.

Asociarse: trabajando juntos y colaborando, se consiguen mejores resultados: mayor cantidad de ventas, mayor captación, mayor cartera de producto, mayor atención y capacidad de respuesta a las necesidades del cliente. Y también menores costes: publicidad conjunta a mejores precios, reparto de la inversión en el sistema de gestión inmobiliaria y de la web común, etc.

Por ejemplo:

<http://inmobiliariaibiza.com.es/>

www.inmobaleares.org

Los agentes inmobiliarios incrementan también su credibilidad y beneficios al dar una imagen de calidad, transparencia, profesionalidad y unión entre ellos. Evidentemente, los agentes inmobiliarios que no cumplen con estos requisitos podrían ser expulsados de la MLS, con lo que se les cierran puertas comerciales para ejercer su profesión.

Usar las novedades tecnológicas y aplicarlas al sector inmobiliario es un buen recurso..

¿Qué somos capaces de hacer por el cliente que él no pueda hacer fácilmente por sí mismo? ¿Cómo justificar nuestros honorarios?

El cliente cada vez tiene más acceso a la información a través de Internet. Cada vez más usan Internet para localizar los inmuebles para comprar o arrendar.

¿Qué somos capaces de hacer por el cliente que él no pueda hacer fácilmente por sí mismo? ¿Cómo justificar nuestros honorarios?

Una agencia inmobiliaria vende servicios, no producto. El producto y su información se puede encontrar fácilmente. Un buen servicio de intermediación corresponde a un experto asesor. La clave es la especialización y definición del target, tanto de producto como de cliente.

También Internet es una oportunidad para los agentes inmobiliarios para estar más cerca de los clientes, para crear comunidad, para dar a conocer nuestra profesionalidad, nuestra formación inmobiliaria, nuestros servicios, crear autoridad, que nos perciban como profesionales valiosos que deben contar con nosotros para velar por sus intereses.

Si conseguimos lo anterior, Internet nos dará oportunidad de prospectar (*En las ventas, el primer paso consiste en PROSPECTAR que significa, buscar e identificar clientes calificados; determinar quiénes son y confirmar que tienen una necesidad y un interés inicial por nuestros productos o servicios. Diríamos coloquialmente que un “prospecto” sería el paso previo a conseguir que un cliente te compre*) de una forma masiva y económica y construir una base de datos de seguidores a los cuales podremos convertir en clientes.

Mejorar y ampliar el servicio: conseguir un servicio integral al cliente se basa en ofrecer algo más que preparar visitas a pisos: tramitar toda la documentación , ocuparse de buscar alternativas a la demanda planteada por el cliente, ayudar con la financiación , asesorar sobre los pasos a seguir antes, durante y después del acto de compraventa,

4.- Captación de inmuebles ¿en exclusiva o sin exclusiva?

Aunque la mayoría de propiedades captadas son en forma de exclusiva compartida, los miembros de la MLS pueden acordar también publicar otras propiedades que no lo son a título informativo.

Las exclusivas concedidas a un agente son prácticamente inexistentes en Estados Unidos. Nadie renunciaría a una posible venta de sus propiedades por la mayoría de los agentes de su zona, dándosela sólo a un agente por bueno que sea y por muchas herramientas que use.

Los clientes que firman un MLS o contrato múltiple se lo dan al agente porque éste se compromete a compartir este contrato con todos los agentes de su MLS, que son la mayoría y los mejores de su zona. Sólo se puede

compartir una exclusiva. “El que no tiene una exclusiva no tiene nada”, no puede ofrecer garantía alguna a los colegas que quieran colaborar en la venta, y él tampoco la tiene para evitar que ellos usen la información sin contar con él, o para conseguir la exclusiva.

5.- La información que debe incluir una MLS

La MLS debe incluir los datos de la propiedad, el encargo y el cliente. En un sistema de colaboración, el agente del comprador no sólo ofrecerá la propiedad, sino que realizará todas las gestiones de venta para su cliente. Para ello, la MLS debe contener todo lo necesario, incluyendo la de la propiedad, el encargo y el propietario.

Para la protección del agente que asume esa tarea, la MLS debe informarle del tipo de contrato y sus plazos, para evitar enseñarla el día antes de que el contrato caduque.

La MLS también tiene que informar de la forma de acceder, las mejores horas para visitar, si hay que advertir al dueño. No olvidemos que son dos miembros de un equipo de venta.

6.- ¿Quién puede publicar en una MLS?

Lo fundamental en una MLS es que quien publique esté dispuesto a pagar una comisión al agente que traiga un comprador. En principio el sistema MLS es una bolsa cerrada que sólo pueden usar los agentes que pertenecen a la MLS. Si un agente quiere publicar, debería hacerse miembro puesto que ello implica un compromiso de actuación determinada ya que es más que una bolsa de compartición porque hay normas de relación comercial.

7.- ¿Tiene que pedir permiso un agente integrado en la MLS para ofrecer un inmueble a un cliente?

El agente que quiera vender una propiedad ubicada en una MLS no precisa permiso alguno para hacerlo. El propio encargo de venta debe especificar la autorización del propietario para ello, y cualquier agente perteneciente a la MLS queda automáticamente habilitado para realizar todas las gestiones de venta necesarias.

8.- En una operación compartida el agente del comprador es el que vende y acompaña siempre a su cliente.

El agente del comprador es el que realiza todas las labores de venta. La presencia del agente del vendedor es innecesaria ya que toda la información que se necesite debe estar en la MLS. Es el agente del vendedor el que tiene que pedir permiso si quiere estar presente, y no puede intentar convencer o hacerle recomendación alguna al comprador, que estará formalmente advertido de que no debe manifestar interés o hacer cualquier comentario que no deba conocer el vendedor.

9.- Las fotos ayudan a presentar el inmueble en una MLS.

La posibilidad de incluir fotografías de la propiedad en la MLS es algo muy útil. Al agente que quiera vender esa propiedad le vendrá bien ver las imágenes y podérselas enseñar a su cliente antes de la visita. Pero las fotos no son imprescindibles; lo que es imprescindible es el espíritu de colaboración de ambos agentes.

10.- ¿Quién puede ver la información en una MLS?

La MLS sirve para intercambiar información entre los profesionales. La información de la MLS sólo es para los profesionales. El objetivo de las MLS no es dar información al público, Los agentes pueden ofrecer las propiedades de sus compañeros no sólo verbalmente, sino también publicarlas en su propia Web.

A nivel de programa informático de apoyo se propone el uso del portal inmobiliario exclusivo para los asociados ABAI, AVAI, ADPI denominado www.buscovivienda.es.

Las ventajas de usar el portal inmobiliario www.buscovivienda.es:

- Servicios eficientes y económicos a sus usuarios (coste marginal).
- Alternativa a los portales inmobiliarios de pago.
- Si todos los asociados publicaran sus ofertas inmobiliarias en el portal inmobiliario [buscovivienda.es](http://www.buscovivienda.es) permitiría un mayor reconocimiento y posicionamiento en Internet de las inmobiliarias asociadas.

11.- Proceso de puesta en marcha de una MLS local

El proceso “normal” de creación de una MLS es que:

1º.- inicialmente se junta un grupo “gestor” de la idea que estudia la redacción de un modo operativo de actuación tipo estatutos.

2º.- Se establecen y se estrechan lazos profesionales y personales entre las agencias participantes.

3°.- El paso siguiente es la puesta de largo” en la que el grupo gestor presenta la MLS local en público y a la prensa explicando las ventajas de la cooperación para los profesionales, para los mercados, y para el público.

12.- Las ventajas para el propietario del inmueble se multiplican:

El propietario tiene a su disposición una gran fuerza de ventas (los mejores agentes inmobiliarios de la zona). Su propiedad a la venta en multitud de agencias de su localidad, provincia y a nivel nacional. Por lo que se multiplica el número de compradores para su casa.

- Dispone de un único interlocutor que le explica y asesora, que defiende sólo sus intereses, Generando una relación de servicio mucho más estrecha en la relación de representación entre vendedor y asesor inmobiliario.
- Todos los miembros de la Asociación, tendrán la misma información y condiciones acordadas con el propietario.
- La garantía de obtener una valoración adecuada de su casa ya que los agentes que participan en el sistema comparten información sobre las propiedades vendidas y cuentan con diferentes testigos fiables.
- Su propiedad estará a la venta en multitud de agencias con un solo precio y con idénticas condiciones y características, por lo que aumenta la rapidez en la venta.
- Al tener la exclusiva compartida permite al Agente inmobiliario invertir más recursos para la difusión publicitaria del inmueble.
- Quedará un registro en el sistema de todo comprador o persona que haya visitado su propiedad. Teniendo la garantía en todo momento de quien visita su casa.
- El compromiso de un agente captador en un sistema MLS es muy alto, siempre tiene la garantía de que obtendrá ingresos por sus servicios aunque sea otro el que encuentre el comprador.
- El sistema MLS funciona bajo un reglamento y unos estándares de calidad por lo que usted tendrá las garantías de trabajar con profesionales bien cualificados.

13.- Ventajas para el cliente comprador:

- Accede a la más amplia y seleccionada oferta de inmuebles con tan sólo una visita a la agencia asociada más próxima.
- Al acercarse a cualquiera de las agencias, obtendrá un trato personalizado y las condiciones más ventajosas en la compra de su nueva vivienda.
- Dispone de toda la información del mercado, todas las propiedades en venta y la posibilidad de visitarlas y recibir información detallada de cada una.

- Recibe asesoramiento imparcial de un agente que le da servicio a él, no al vendedor.

14.- Ventajas para la agencia inmobiliaria:

- Facilita la obtención de exclusivas inmobiliarias.
 - Aumenta la cartera de inmuebles a la venta, facilitando el desarrollo de la agencia inmobiliaria como sinergia del grupo formado por la MLS, siendo un foro de aprendizaje y especialización, regulando y estandarizando la gestión frente al cliente, aumentando la cualificación de sus miembros.
 - Permite brindar un servicio más profesional y personalizado.
 - El agente que se acoge a un MLS está dispuesto a compartir el 50 % de sus honorarios con cualquier otro agente asociado, por lo que es más fácil generar ingresos, con lo que se genera más compromiso con este sistema.
 - Seguridad Jurídica. Existe un mandato de venta por escrito para cada inmueble. Se dispone de toda la información registral-urbanística de cada inmueble.
 - Honorarios garantizados: Ya no se renegocian los honorarios por indicaciones del cliente y se cobran íntegros.
 - Se consigue mayor protección frente a puentes e impagos.
 - Diferenciación, ante otros agentes no colaboradores.
 - Dignificar la profesión, desmarcarse de las malas prácticas,
-
- Los asesores inmobiliarios, a través de su formación o a través de la asociación a que pertenecen (ABAI, AVAI, ADPI) podrán ofrecer a sus clientes una serie de servicios que podríamos enumerar en:
 - A.- Servicios Financieros
 - B.- Servicios de Valoración
 - C.- Asesoramiento en Inversiones
 - D.- Asesoramiento Jurídico
 - E.- Asesoramiento Fiscal
 - F.- Gestión de venta de su inmueble actual para adquirir el nuevo
 - G.- Gestión de alquiler garantizado
 - H.- Servicios administrativos
 - I.- Estudios de mercado
 - J.- Servicios post compra-venta.

15.- Desventajas para el agente inmobiliario:

- *Es difícil de conseguir la exclusiva de venta.*
- *Implica una mayor responsabilidad.*
- *Tendremos menos productos para ofrecer.*

16.- Notas para la confección de un Reglamento para la MLS local:

DEFINICIONES:

OPERACIÓN COMPARTIDA: Es la negociación inmobiliaria de compra, venta o alquiler en la que intervienen dos asociados.

MLS: Son las iniciales en Ingles (Multiple Listing Service) que significa Servicio de Listado Múltiple y es una base de datos alojada en Internet donde se encuentra la información de las propiedades que ofrecen los Agentes inmobiliarios a los demás asociados al servicio.

ASOCIADOS: Son los Agentes Inmobiliarios debidamente Certificados, que participan en el MLS.

ASOCIADO CAPTADOR: Es el asociado que captó en exclusiva y fue autorizado por el propietario del inmueble, para cargar la información de la propiedad en el sistema MLS.

ASOCIADO VENDEDOR: Es el asociado que presenta un prospecto comprador o arrendador para la propiedad listada en el sistema MLS.

REFERIDO: Es la actividad de transmitir la información para contactar a un cliente comprador, vendedor, arrendatario o arrendador, para que otro asociado realice la operación de intermediación. Se sugiere un pago del 20% sobre la comisión a cobrar, como contraprestación a esta actividad.

NÚMERO DE USUARIO: Es el que identifica a un asociado y que le permite acceso al sistema MLS, es único e intransferible.

CONTRASEÑA: Es la clave o combinación secreta que permite el acceso al sistema.

COMISIÓN: Es la compensación económica que reciben los asociados por sus servicios. Se sugiere un pago de 5% sobre el precio de venta del inmueble, en caso de alquiler compartido, cada afiliado cobrará como compensación económica, un monto a concertar previamente al arrendamiento.

FALTA GRAVE: Conducta de cualquier asociado que vulnere los principios acordados para el funcionamiento del MLS al que se ha adherido voluntariamente.

Fases:

1.- Captación de inmuebles en exclusiva compartida con precio de mercado. Plazo mínimo: 4 meses. Tiene la obligación (o no, según pacto), de difundir la información de todas las propiedades en exclusiva que formen su inventario y cooperar entre sí para la realización de dichas operaciones, a menos que, el propietario del inmueble, específicamente solicite no ser incluido en el sistema MLS.

2.- Introducción de los datos en la MLS y actualizar oportunamente la información de sus propiedades, bajas y modificaciones al sistema MLS .Cada

asociado asume la total y exclusiva responsabilidad por la veracidad, exactitud, calidad y corrección de la información contenida en las ofertas de inmuebles que publica en el MLS.

3.- Información sólo accesible a los asociados de los datos privativos del contrato de exclusiva compartida.

4.- Visita: Preaviso mínimo de 24 horas por parte de la oficina que tenga un cliente interesado a la oficina captadora. El inmueble será enseñado por el agente que aporte el cliente comprador. El agente captador apoyará al agente vendedor en caso de necesidad, No interferir con el cliente del agente vendedor, a menos que su participación y apoyo sean requeridos por el agente del comprador.

5.- Salvo acuerdo en contrario, solo se reconocerá una operación compartida cuando el agente vendedor ha captado al prospecto comprador, ha mostrado la propiedad en cuestión, ha obtenido la oferta de compra y ha participado en la firma del contrato de promesa de compra venta, arrendamiento o equivalente. En tal caso, tendrá derecho a reclamar la comisión pactada por operaciones compartidas.

6.-. El referir o informar sobre un cliente para que otro agente realice las funciones de agente vendedor descritas anteriormente se considerará un Referido y sólo se podrán reclamar las comisiones pactadas para este tipo de operaciones, es decir comisión por Cliente Referido (se sugiere el 20%).

7.- Hoja de visita: Se confeccionará por triplicado: La primera para el agente vendedor, la segunda para el cliente y la tercera para el agente captador.

8.- Oferta de compra: Si el cliente comprador realiza una oferta de compra, siempre debe hacerlo por escrito en la oficina en la que ha sido atendido. Su asesor inmobiliario pasará esta oferta al agente captador, quien, a su vez, la pasará a su cliente vendedor. Si es aceptada y firmada por el propietario, se dejará en la oficina captadora una reserva o señal.

9.- Cruce de ofertas: Es posible que un inmueble tenga varias ofertas simultáneamente. En este caso Si hay una reserva que consigne una cantidad a cuenta, aunque haya sido posterior en tiempo a una oferta aún no aceptada, SIEMPRE es prioritaria la reserva.

10.- Aceptación de la oferta: El propietario debe dar su conformidad por escrito a una de las ofertas para que esta aceptación sea válida.

11.- Reserva: Todo futuro comprador que desee reservar una propiedad ha de depositar una señal por un importe de 2.400 € (Dos mil cuatrocientos euros) en la oficina captadora. Irá acompañado de su asesor inmobiliario. Antes de esta entrega, el cliente debe haber sido previamente cualificado y haber mirado el tema financiero. Las reservas NO se devuelven.

12.- Comunicación de reserva: Una vez realizada la reserva en la oficina captadora, ésta avisará por vía e-mail a las demás oficinas.

13.- Contrato.

14.- Honorarios: Los honorarios devengados se percibirán siempre por la oficina captadora que tiene suscrito el contrato de exclusiva con el propietario en la firma del contrato de arras o compraventa.

Dicha oficina recibirá, a su vez, factura de la oficina vendedora por un importe del cincuenta por ciento de los honorarios. El plazo máximo para su pago será de 2 días desde la recepción de los honorarios.

Los honorarios serán como mínimo el 2,5% +IVA del precio de venta en viviendas de segunda mano (se sugiere que la comisión mínima sea de 6.000 €).

Garajes, trasteros y cuantías inferiores a 30.000 € honorarios de 1.200 € + IVA.

En el caso de que una de las oficinas haya colaborado para la operación con una tercera, la repartición, según los acuerdos a los que haya llegado, lo hará únicamente de su parte correspondiente.

REGLAS DE COLABORACIÓN

Datos mínimos obligatorios:

Para garantizar la calidad de las ofertas se establecen un conjunto de datos mínimo obligatorio para cada una de las ofertas:

Precio. Comisiones a ceder a comercializadoras. Disponibilidad. Ubicación. Superficie. Un mínimo de dos fotografías. Un mínimo de características descriptivas de la oferta, por ejemplo: Número de habitaciones, baños, etc. No poner datos personales de contacto de la inmobiliaria captadora en la información de la propiedad ni marca de agua en las fotografías ni vídeos. Referencia catastral del inmueble o polígono y parcela de fincas rústicas.

Otros datos a consensuar:

Dirección exacta del inmueble, Fecha de nota de encargo en exclusiva y fin de mandato, Datos registrales, Referencia catastral del inmueble o polígono y parcela de fincas rústicas., Identificación Agencia Captadora, Identificación Propietario, Visitas realizadas, Histórico de precios.

OBLIGACIONES DEL ASOCIADO CAPTADOR:

1. Es responsable de contar con la autorización por escrito de venta o alquiler por parte del propietario o su representante legal, una definición respecto al precio, condiciones de pago, porcentaje de comisión más I.V.A. y la forma de pago por los servicios profesionales, lo anterior deberá estar respaldado mediante un instrumento con validez legal como el contrato de Prestación de Servicios, Autorización de Venta, Alquiler o Mandato.

2. Hacer su mejor esfuerzo para verificar que la documentación esté en orden y que no existe ningún trámite pendiente que retrase o impida la negociación. Si lo hubiere, será su obligación informarlo al Agente Vendedor, desde el momento que se le solicita información, a fin de que pueda transmitir lo anterior a su cliente para que decida la conveniencia de la compra, consciente de esta situación.

3. Solicitar al propietario que entregue toda la documentación original necesaria para la protocolización y de ser posible, presentarla el día que se celebre el

contrato de Promesa de Compra Venta, con el objeto de que pueda ser revisada por el Agente Vendedor y su cliente antes de firmar el documento y tramitar la protocolización correspondiente.

4. El Agente Captador, integrará el expediente de documentos de la propiedad y los datos de las partes contratantes; salvo acuerdo en contrario, estará a cargo de coordinar todas las labores necesarias para llevar a cabo la protocolización del documento público de compra-venta.

DEMOSTRACIÓN DE PROPIEDADES A OTRO AGENTE:

1. El Agente Captador del inmueble tiene la obligación de mostrar las propiedades que esté promoviendo al Agente Vendedor, subrogándose este último a las condiciones y dinámica pactada con el propietario. Solo en caso de que el propietario haya firmado aceptando una oferta o un contrato de Promesa de Compra Venta o Arrendamiento, se considerará el inmueble comprometido y se podrá negar la visita. Para ello, el Agente captador, deberá probar lo anterior con la oferta correspondiente que muestre la aceptación del propietario. Quedan exceptuadas las operaciones de índole corporativo en las cuales existan obligaciones de confidencialidad.

2. La demostración de un inmueble por parte del Agente Captador podría estar condicionada a que el Agente Vendedor dé el nombre de su cliente, a fin de mantener un control sobre las visitas al inmueble.

3. El Agente Vendedor no podrá gestionar en forma directa o unilateral la visita a un inmueble, sin la intervención y autorización del Agente Captador.

4. En el caso de inmuebles desocupados, el Agente Captador optará por enviar un representante o prestar al Agente Vendedor las llaves, pudiendo pedir alguna prenda a cambio, como garantía de la devolución de las llaves, las cuales se deberán devolver en un plazo de 6 horas hábiles junto con el reporte de visita al Agente Captador, que firmará una copia de recibido.

5. Si un inmueble está ocupado, el Agente Captador podrá elegir entre: concertar una cita para que el Agente vendedor lo muestre a su cliente o enviar un representante para que los acompañe.

6. El Asociado captador, deberá coordinar la visita.

7. Está estrictamente prohibido y se considerará falta grave que un Agente entregue al cliente de la contraparte alguna tarjeta de presentación, con su nombre, teléfono o insinúe de cualquier forma que pueda haber alguna comunicación o negociación directa, al margen del Agente que lo representa.

8. El Agente Vendedor que ha mostrado una propiedad de un Agente Captador, tendrá derecho a que este lo registre y reconozca a su cliente para un inmueble específico.

TRANSMISIÓN DE OFERTAS:

1. El Agente Captador tiene la obligación de comunicar al propietario la oferta dada por escrito por el Agente Vendedor, salvo que haya una oferta firmada y aceptada con anterioridad por el propietario.
2. El Agente Captador no podrá rehusarse a realizar una operación compartida y específicamente de transmitir la oferta de un Agente Vendedor al propietario de un inmueble, por haber atendido al mismo cliente con anterioridad para el inmueble en cuestión, en caso de que el cliente comprador manifieste su voluntad de negociar con el segundo Agente Vendedor.
3. La información de las ofertas es confidencial, por lo tanto un Afiliado no podrá comunicar a un cliente el monto y las condiciones de la oferta de otro oferente. El Afiliado se deberá limitar a pedir a su cliente que haga su mejor propuesta en precio y condiciones de pago, para que el propietario elija la más conveniente.
4. Si el precio y las condiciones de una oferta obtenida por un asociado coinciden al 100% con las solicitadas, ésta se considerará aceptada salvo que el propietario la rechace por escrito, manifestando las razones que lo motivaron.
5. De existir una oferta que se considera aceptada por cumplir plenamente con las condiciones solicitadas y se recibiera una oferta posterior esta quedará en lista de espera.

DEFINICIÓN Y PAGO DE COMISIONES:

1. El asociado captador, tan pronto haga efectivo el cobro de las comisiones al propietario, realizará el pago de las comisiones respectivas al otro Afiliado, teniendo para ello un plazo máximo de 8 días calendario.
2. Si fuera necesario hacer algún descuento en la comisión para lograr el cierre de la operación, dicho descuento deberá ser concertado y acordado por escrito entre ambos asociados.
3. El asociado que incumpla con el pago oportuno de comisiones pagará intereses a razón del IPC (Índice de Precio al Consumidor) más 10 puntos y se hará acreedor de la sanción que dictaminen los acuerdos de la MLS local.
4. En caso de no poder hacer efectivo el cobro de las comisiones, los asociados decidirán si proceden a exigir judicialmente el pago. En tal caso, los gastos legales que se generen se descontarán de las comisiones totales en forma proporcional al porcentaje pactado para el reparto de las mismas. Si fuera necesario un pago para iniciar el trámite legal, será aportado por ambos asociados en forma proporcional al reparto de comisión pactado. Cuando se haga efectivo el cobro de las comisiones, se repartirán en forma inmediata.
5. Si no se le pudiera exigir al propietario el pago de las comisiones acordadas por falta del instrumento legal que se menciona en el apartado OBLIGACIONES DEL ASOCIADO CAPTADOR, el Asociado Captador, cubrirá la comisión

correspondiente al Asociado Vendedor tomando como base las comisiones señaladas en la información del MLS.

6. Cuando no se establezca por escrito algo distinto a lo cargado en el MLS, las comisiones en las operaciones de venta se repartirán a partes iguales entre los Asociados participantes. En caso de operaciones de alquiler cada Asociado (le cobrará a su cliente....se repartirán la comisión....etc.).

INCUMPLIMIENTO Y SANCIONES:

1. Los Asociados que incumplan el presente Reglamento, acatarán las resoluciones y las sanciones impuestas por la MLS local, ya sean económicas o administrativas.

3. El Asociado es responsable de que sus colaboradores y relacionados, conozcan y comprendan el presente Reglamento, así como de su cumplimiento.

4. Si un Asociado acumula 3 amonestaciones por parte de la MLS local a la cual pertenece en un período de 3 años consecutivos, se dará de baja en el sistema MLS local.

5. En caso de controversia motivo de una operación, los asociados involucrados, buscarán solucionar la diferencia en el seno de su MLS local. De no llegar a ningún acuerdo, el Asociado que se considere agraviado tendrá un plazo de 15 días posteriores, para presentar su queja por escrito acompañada de la documentación que respalda su argumento a la Asociación (ABAI, AVAI, ADPI) que pertenezcan en busca de amparo.

6. Si la sanción para un Asociado fuera la suspensión temporal o definitiva para realizar operaciones compartidas, también serán suspendidas o eliminadas del servicio MLS sus propiedades captadas.

7. El Asociado que no acate el fallo dictaminado por los órganos de gobierno de su Asociación, independientemente de las sanciones que le fueron impuestas por dicho fallo, será objeto de la suspensión definitiva de MLS local y se podrá cancelar su pertenencia a la Asociación (ABAI, AVAI, ADPI).

8. La Asociación, podrá en todo momento verificar cualquier reclamo contra algún Asociado cuando sea solicitada su intervención. Para ello contactará directamente al cliente que pueda dar fe de los hechos que se imputan al Asociado. En caso de que el reclamo sea falso, el Asociado que reclama podrá ser sancionado por difamación de un compañero.

17.- OBSERVACIONES AL CONTRATO DE MEDIACION INMOBILIARIA EN EXCLUSIVA:

- Se pretende redactar un contrato en exclusiva compartida claro, libre de cláusulas abusivas, conformes a derecho, con cláusulas que respeten el equilibrio entre las partes, el principio de buena fe.
- Debe ser un contrato consensuado y negociado, por lo que en el modelo dejamos abundantes espacios en blanco para ello.

- Para ser un encargo en exclusiva, la propiedad ha de asumir la obligación de abonar honorarios en el supuesto de que transmita la propiedad del inmueble directamente o a través de otra agencia inmobiliaria. Es imprescindible que el propietario conozca el efecto jurídico de vulneración de exclusiva, suscribiéndolo de tal modo con la inmobiliaria, para así conocer que sucede si vende el inmueble a un tercero durante el periodo de exclusiva.

- No se puede pactar que la duración de la exclusiva es indefinida. La jurisprudencia más consolidada tacha esta cláusula de nula, y la tiene por no puesta.

Tener presente que la exclusiva implica probar que efectivamente se ha trabajado y se ha gestionado el inmueble para su venta, por lo que procuraremos tener pruebas documentales:

- a) Mantener informado al Cliente de todas las incidencias relacionadas con la gestión de venta de su inmueble y recabar firmas de la propiedad.
- b) elaborar un informe con el número de visitas del inmueble en la web, resumen de visitas al inmueble, anuncios en prensa. Presentar el informe periódicamente a la propiedad y recabar firmas.
- c) Elaborar un dossier que será entregado al cliente, conteniendo, por ejemplo:
 - Un informe de la situación registral del inmueble.
 - Una valoración de mercado.
 - El desglose de gastos necesarios para la transmisión del inmueble libre de cargas.
 - El importe del impuesto municipal de plusvalía referido a una fecha.
 - Fichas de la vivienda.
 - etc.

Todo este tipo de compromisos de calidad de servicio, que comercialmente interesa ofrecer al cliente, tienen la contrapartida de que desde el punto de vista de una posible reclamación judicial de honorarios, son de difícil prueba. Conforme al 1124 del Código Civil, referente a las obligaciones recíprocas, para poder reclamar al cliente-propietario, el cumplimiento de la obligación de pago de honorarios, la inmobiliaria deberá demostrar que ha cumplido los compromisos y obligaciones adquiridas por nota de encargo. Por ello debemos recabar pruebas documentales del propietario con el fin de armar un dossier de la actividad comercial que se ha desplegado como esfuerzo de venta del referido inmueble, con el fin de mejor defensa por parte de la agencia inmobiliaria en una eventual demanda judicial ante la propiedad en demanda de cobro de los honorarios por los servicios prestados.

18.- ENCARGO DE VENTA EN EXCLUSIVA E INSERCIÓN DE OFERTA EN REDES MLS

Don/Doña....., con DNI/NIF.....

Don/ Doña....., con DNI/NIF.....

con domicilio a efecto de notificaciones en:

..... Tel:....
..... e-mail:....., que actúa:

En su propio nombre y derecho y con autorización de los restantes copropietarios, si los hubiere.

En representación de D/D^a. _____
con DNI/NIF _____.

En representación de la Sociedad _____
domiciliada en calle _____, n^o _____ de _____
en calidad de _____

Dicho/a señor/a está facultado/a sin ninguna limitación legal para otorgar cuantos documentos sean necesarios para el buen fin de esta operación.

Al objeto de proceder a la promoción y venta de la propiedad inmobiliaria situada en.....de.....provincia:.....

Finca Registral n^o..... del Registro de la Propiedad n^o....., de.....con referencia Catastral:.....

1.- Este mandato faculta en exclusiva a _____ para promocionar la propiedad de referencia mediante la inclusión en el sistema "M.L.S." (Multiple Listing Service) integrado por la red de _____ y las restantes agencias inmobiliarias vinculadas al MLS, que es la bolsa de propiedades inmobiliarias donde se cruza la información sobre las ofertas y demandas de la clientela. La oficina inmobiliaria se obliga a la inserción de la propiedad en el referido MLS en el plazo reglamentario.

2.- La gestión de venta del citado inmueble cuyas características se describen en el documento anexo, se encomienda en exclusiva a _____ durante un período de _____ meses, a partir de la fecha del presente documento

prorrogables tácitamente por períodos trimestrales, si no mediase renuncia expresa por alguna de las dos partes con 15 días de antelación.

3. El propietario entregará un juego de llaves completo de la propiedad y sus anexos, y/o permitirá la visita de los posibles compradores con el agente inmobiliario en horas razonables y la instalación del correspondiente cartel de venta, así como el reportaje fotográfico. Este mandato faculta a _____ para la publicación de las características y fotografías de la propiedad en Internet, dentro de la web de la agencia (denominada www._____), la web del sistema (denominada www.buscovivienda.es) y en aquellos portales inmobiliarios con los cuales el sistema MLS o _____, tengan acuerdos vigentes.

4.- El precio fijado por la propiedad para la venta del inmueble se establece en _____ euros.

5.- Los honorarios de _____ por el asesoramiento, mediación y gestión del referido inmueble, se establecen en un _____ por ciento (___ %) del precio de venta, más el _____ % de IVA, con un mínimo de _____ euros (_____ €) más IVA, que serán devengados en el momento de la formalización del contrato privado de compraventa si lo hubiere, o en su defecto en el momento del otorgamiento de la escritura de compraventa.

6.- En el caso de que los propietarios vendieran durante la vigencia de este contrato por su cuenta o de un tercero dicho inmueble, deberán pagar en concepto de indemnización a la agencia inmobiliaria _____ el _____% (_____ % del precio de venta) si dicho comprador no ha sido atendido por la agencia inmobiliaria o alguno de sus colaboradores y el total de los honorarios pactados (_____ % del precio de venta) en caso contrario.

7.- En caso de que los clientes de la agencia inmobiliaria o algunos de sus colaboradores que hayan visitado el inmueble objeto de la venta durante la vigencia del mandato, lo compren una vez caducada la exclusiva, la propiedad abonará a la agencia inmobiliaria la totalidad de los honorarios pactados.

8.- En el momento de otorgarse la escritura pública de compraventa, la propiedad entregará la finca objeto de venta, libre de cargas y gravámenes y al corriente de cualquier gasto o tributo que afecte a la misma.

Firmado en _____ a _____ de _____ de _____

POR LA PROPIEDAD

POR LA AGENCIA INMOBILIARIA

El compareciente autoriza al amparo de la Ley 15/1999 de 13 de diciembre (LOPD) y la Ley 34/2002, el tratamiento de sus datos personales con las finalidades señaladas en el presente documento y su inclusión en los ficheros informatizados dispuestos al efecto. Asimismo, autoriza a que sus datos y los del inmueble sean cedidos a las personas con interés acreditado en el mismo, Notaría, entidades y organismos públicos involucrados en la transacción. El firmante podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación y cancelación sobre sus datos, en el domicilio que figura en el encabezamiento de este contrato.

Anexo: INFORMACIÓN DETALLADA DE LA PROPIEDAD

Información de la Operación y Localización _____

Tipo de Propiedad: _____ Transacción: _____

Precio Fijado por el propietario: _____

Arras: _____ Honorarios: _____

Dirección: _____ N°: _____ Esc.: _____

Piso: _____ Puerta: _____ Localidad: _____ Provincia: _____

Detalles del Inmueble:

Sup. Construida (m2) _____ N° Terrazas _____ Conserje _____

Sup. Útil (m2) _____ Fachada del Local (m) _____ Seguridad _____

Sup. Terreno (m2) _____ Tipo Fachada _____ Ascensor _____

N° Plazas de Garaje _____ Agua Caliente _____ Entrada de servicio _____

N° de Plantas _____ Calefacción Central _____ Piscina _____

N° Dormitorios _____ Calefacción Individual _____ Aire

Acondicionado _____ N° Baños _____ Tipo de Suelo _____ Trastero _____

N° Aseos _____ Tipo de Pintura _____ Salida de Humos _____

Equipamientos y Zonas comunes:

Servicios y Comunicaciones:

Datos Registrales y Cargas:

Registro de la propiedad n° _____ de _____ Finca _____

Tomo _____ Folio _____ Libro _____

Cargas:

El compareciente autoriza al amparo de la Ley 15/1999 de 13 de diciembre (LOPD) y la Ley 34/2002, el tratamiento de sus datos personales con las finalidades señaladas en el presente documento y su inclusión en los ficheros informatizados dispuestos al efecto. Asimismo, autoriza a que sus datos y los del inmueble sean cedidos a las personas con interés acreditado en el mismo, Notaría, entidades y organismos públicos involucrados en la transacción. El firmante podrá ejercitar sus derechos de acceso, rectificación y cancelación sobre sus datos, en el domicilio que figura en el encabezamiento de este contrato.

19.- Proceso en www.buscovivienda.es

Para acceder al portal inmobiliario tecleamos: www.buscovivienda.es

Portada inicial:

BuscoVivienda - Portal Inmobiliario - Patrocinado por:  Agrupación Técnica Profesional

[Política de Privacidad](#)

Todos los asociados tienen su propio espacio web gratuito en el portal inmobiliario buscovivienda.es. El requisito para usarlo es que estén dados de alta en la asociación y estén activos, no hayan causado baja.

Tenemos dos tipos de MLS: La nacional y las locales:

MLS GENERAL

Destacado:

MLS General:

La MLS General es un sistema por el cual un asociado que tiene el encargo de venta de un inmueble, mejor si este encargo es en exclusiva compartida, marca la casilla de MLS General, con el fin de ofrecer la oportunidad a los restantes usuarios del portal inmobiliario www.buscovivienda.es de comercializar como si fuera una oferta propia este inmueble a sus clientes. En caso de que un asociado tenga éxito y aporte el cliente comprador, el captador cederá parte de la comisión a dicho asociado, comisión que suele ser del 50% de los honorarios.

Se denomina MLS General, por tener acceso al sistema cualquier asociado al portal inmobiliario.

MLS GRUPO



La MLS Grupo está pensada en un formato más local: abarcar una población, comarca o barrio de una ciudad.

A diferencia de la MLS General a la que todos los asociados tienen acceso, la MLS Grupo debe darse de alta individualmente y para ello, primero deben constituirse los diferentes Grupos y una vez constituidos, se procederá a dar de alta el asociado individualmente.

Por ejemplo, en el municipio de Palma de Mallorca, la propuesta provisional de Grupos podría ser:

PLM1-Grupo Palma, PLM2-Grupo Palma2, ZONA CENTRO, PASEO MARITIMO, CALA MAYOR, SANTA CATALINA, ES FORTI, SON DAMETO, BONANOVA, SON ARMADANS, TERRENO, SON VIDA, SAN AGUSTI, ESTABLIMENTS, SON ESPANYOL, SON SARDINA, INSTITUTOS, BLANQUERNA, ARCHIDUQUE, BALMES, ARAGON, SON RAPINYA, SON SERRA, SON ROCA, SECAR DE LA REAL, CAN VALERO, SON CASTELLO, HOSTALETS, CIUDAD JARDIN, COLL DEN RABASSA, CAN PASTILLA, ARENAL.

Un grupo podría ser un municipio entero: Por ejemplo, Inca o Alcudia...o una zona, etc.

Una vez constituido el grupo y dado de alta el asociado, en los campos de alta de la oferta inmobiliaria, se visualizarían los grupos a los que se ha dado de alta el asociado, así por ejemplo, si se hubiera dado de alta a los Grupo Palma 1, Grupo Palma2, Zona Centro, aparecerían estos grupos con el fin de ofrecer la oferta inmobiliaria que añadiese este asociado al grupo o grupos de su elección, marcando la casilla correspondiente:

MLS Grupo:

<input type="checkbox"/>	Grupo Palma 1
<input type="checkbox"/>	Grupo Palma2
<input type="checkbox"/>	ZONA CENTRO

El trabajo en red inmobiliaria es el futuro que ya está presente hoy:

- Facilita la obtención de una amplia cartera de inmuebles (los captados por el asociado más los captados por los distintos asociados al grupo).
- Inmobiliarios con la posibilidad de realizar más operaciones.
- Compradores más satisfechos porque las inmobiliarias tendrán más oferta para enseñar.
- Podemos ofrecer a los propietarios una mayor fuerza de ventas en la zona, al contar con inmobiliarias colaboradoras.
- Propietarios más contentos porque se aceleran los tiempos de venta.
- Al colaborar con los otros asociados, se dispone de información más actualizada sobre el precio de venta de mercado en la zona.
- Mayor difusión de la oferta inmobiliaria, con lo que se incrementa la posibilidad de su venta.
- La mayor fuerza de venta no incrementa los honorarios, ya que son los pactados con el asociado que ha captado el inmueble y este cede parte de sus honorarios al asociado que aporta el cliente comprador.
- Mayor posibilidad de captar en exclusiva, al ofrecerle este sistema al propietario. Contratando con una inmobiliaria, se contratan todas las inmobiliarias en la zona que estén integradas en esta MLS local. Los asociados compiten entre ellos para

captar los inmuebles y así asegurarse su parte de los honorarios en la futura venta compartida.

Con el uso de MLS Grupo, podemos obtener otros resultados complementarios, como se ha expuesto anteriormente:

MLS Grupo:

- Grupo Palma 1
- Grupo Palma2
- ZONA CENTRO

Opción con muchas posibilidades:

- MLS local, segmentada por una población, o comarca, barrio de una ciudad, etc.
- Grupo inmobiliario, con diversas oficinas, las cuales gestionan sus propios inmuebles y con un clic añaden las ofertas de las restantes oficinas. más las ofertas de las MLS

Estos grupos se pueden complementar con la construcción de sitios web específicos, de representación, del tipo www.buscovivienda.es/poblacion o una web con dominio propio, que extraiga las ofertas de la base de datos de buscovivienda.es, tal como hemos visto que lo hace www.servinord.com

Para poder importar una oferta de la MLS añadida por un asociado, lo primero que tenemos que disponer es de créditos a nuestro favor:

Mantenimiento de MLS

ver filtro

Refer.

Número de Ofertas MLS: 0

Guardar

Se han encontrado un total de 13 ofertas disponibles

Fecha Alta	Ref.	Población.(Provincia)	Imm.	Vistas
16/04/2013	CALA CORRAL IV	San Jose(IBIZA)	1581	24

Si vamos a la opción "Mantenimiento de MLS" observamos que tenemos 13 ofertas disponibles para importar a nuestro sitio web particular del portal inmobiliario buscovivienda.es

Previamente a importar ofertas, tenemos que tener créditos disponibles en "Número de Oferta MLS", en este caso es cero, por lo que no podremos importar ninguna de las 13 ofertas disponibles.

Vamos a proceder a adquirir créditos:

- En el menú general, hacemos clic en Tienda:

- ➔ Mantenimiento de Inmobiliarias
- ➔ Mantenimiento de Usuarios
- ➔ Mantenimiento de Ofertas
- ➔ Mantenimiento de Solicitudes de Información
- ➔ Mantenimiento de Solicitudes de Oferta
- ➔ Mantenimiento de Solicitudes de Compra (3)
- ➔ Mantenimiento de Solicitudes de Venta (1)
- ➔ Mantenimiento de Solicitudes de Alquiler (1)
- ➔ Mantenimiento de Solicitudes de Permuta
- ➔ Generación Documento
- ➔ Foro
- ➔ Utilidades
- ➔ MLS (13)
- ➔ MLS Grupo (1)
- ➔ Historial de Actividad (8)
- ➔ **Tienda**
- ➔ Historial de Pedidos

- Accedemos al proceso de adquisición de créditos:

Tienda

Detalle de Productos			Carrito de compras
Producto	Precio	Acción	El carro está vacío
Pack 10 Ofertas	10,00 €		

Hacemos clic sobre el carrito:

Detalle de Productos			Carrito de compras
Producto	Precio	Acción	El carro está vacío
Pack 10 Ofertas	1.00 €		


Añadir producto al carrito

Con lo cual se añade una oferta al carrito:

Detalle de Productos

Producto	Precio	Acción
Pack 10 Ofertas	1.00 €	

Carrito de compras


Producto	Cantidad	Acción	Total
Pack 10 Ofertas	1		= 10,00 €

Total = 10,00 €


[finalizar compra](#)

A continuación hacemos clic en “finalizar compra”:

Detalle de Productos

Producto	Precio	Acción
Pack 10 Ofertas	1.00 €	

Carrito de compras

Producto	Cantidad	Acción	Total
Pack 10 Ofertas	1		= 10,00 €

Total = 10,00 €

[finalizar compra](#)

- Produciéndose la conexión a PayPal:

Tienda

Conectando con Paypal

- Accediendo a la página inicial de Paypal:

https://www.sandbox.paypal.com/es/cgi-bin/webscr?cmd=_flow&SESSION=biuo1pu1B9jXKbt5NFDK5rh4XggnTkkcprzdK6kxf3B

pagopaypal@buscovivienda.es

Resumen de su pedido

Descripciones	Importe
Pack 10 Ofertas	€10,00
Número de artículo: 1	
Precio del artículo: €1,00	
Cantidad: 1	€10,00
Importe total a pagar	
	Total €10,00 EUR

Seleccione una forma de pago

▼ Pagar con mi cuenta PayPal **PayPal**

Inicie sesión en su cuenta para pagar.

Correo electrónico

Contraseña de PayPal

Este ordenador es privado. [¿Qué es esto?](#)

Entrar

[¿Ha olvidado su contraseña o correo electrónico?](#)

► Crear una cuenta PayPal
 Y pague con su tarjeta de débito o crédito.

[Cancelar y volver a pagopaypal@buscovivienda.es](#)

- Observamos la dirección web a la que hemos accedido de Paypal es: <https://www.sandbox.paypal.com/es/>
- La dirección [sandbox.paypal.com](https://www.sandbox.paypal.com) indica que estamos en el sitio de simulación de la página Paypal, por lo que en realidad, el importe en euros que nos indica la página no es un precio real, sino simulado.
- Rellenamos los campos que nos pide la página:
 Email: tienda@buscovivienda.es
 Contraseña de PayPal: 24tienda
pagopaypal@buscovivienda.es

Resumen de su pedido

Descripciones	Importe
Pack 10 Ofertas	€10,00
Número de artículo: 1	
Precio del artículo: €1,00	
Cantidad: 1	
Importe total a pagar	
	Total €10,00 EUR

Seleccione una forma de pago

▼ Pagar con mi cuenta PayPal **PayPal**

Inicie sesión en su cuenta para pagar.

Correo electrónico

Contraseña de PayPal

Este ordenador es privado. [¿Qué es esto?](#)

Entrar

[¿Ha olvidado su contraseña o correo electrónico?](#)

► Crear una cuenta PayPal
 Y pague con su tarjeta de débito o crédito.

[Cancelar y volver a pagopaypal@buscovivienda.es](#)

Si tardamos demasiado en completar la acción, Paypal nos lo hace saber con la siguiente página:

<https://www.sandbox.paypal.com/es/cgi-bin/merchantpaymentweb?dispatch=50a222a57771920b6a3d7b606239e4d529b525e>



Sitio de prueba



Se ha agotado el tiempo de espera de la sesión de PayPal.



Como parecía que había hecho una pausa en su actividad en PayPal, hemos cerrado la sesión para proteger su cuenta. Cualquier información no guardada que haya introducido o transacción incompleta que haya comenzado se ha eliminado. Si ha llegado a esta página desde otro sitio web, vuelva a ese sitio (no utilice el botón Atrás del navegador) e inténtelo de nuevo. Si ha llegado del sitio web de PayPal, introduzca su información de inicio de sesión de PayPal. Compruebe también si están habilitadas las cookies en su navegador.

[Opinión sobre el sitio \[-\]](#)

PayPal. La manera rápida y segura de pagar.

Para obtener más información, consulte la [Política de privacidad](#), las [Condiciones de uso](#) y la [Información clave sobre pagos y servicios](#).

Copyright © 1999-2015 PayPal. Todos los derechos reservados.

Sitio de prueba

Una vez que hemos pulsado sobre **Entrar**, se nos presenta una pantalla con los datos de la compra pendiente, con el fin de revisarla y con posibilidad de editarla para corregir los datos, si fuera necesario:

pagopaypal@buscovivienda.es

Resumen de su pedido

Descripciones	Importe
Pack 10 Ofertas	€10,00
Número de artículo: 1	
Precio del artículo: €1,00	
Cantidad: 1	
Importe total a pagar	€10,00

Revise su información

Pagar ahora

Dirección de envío [Cambiar](#)

Miquel Gost
Sagasta, 26
07420 Sa Pobla, Islas Baleares
España

Nota para el vendedor: [Añadir](#)

Formas de pago [Cambiar](#)

VISA Tarjeta de débito/crédito: Visa XXXX-XXXX-XXXX-0002 €10,00 EUR

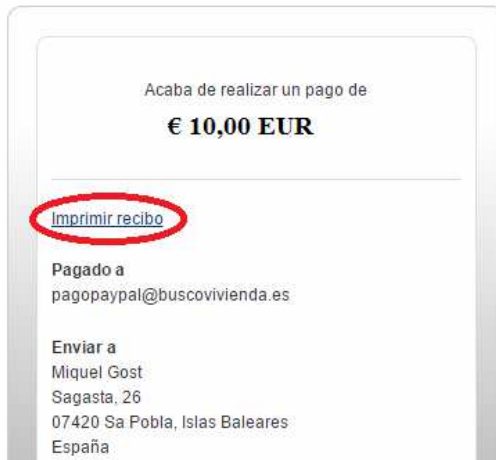
Esta transacción aparecerá en su factura como PAGOPAYPAL.

[Tarjeta de regalo o cupón de descuento de PayPal](#) [Canjéelo ahora.](#)

Información de contacto
tienda@buscovivienda.es

Si todo es correcto, pulsamos sobre **Pagar ahora** con lo cual se da conformidad a todo el proceso de compra. En la siguiente pantalla se nos da la posibilidad de imprimir un recibo de la transacción a modo comprobante de la compra efectuada:

pagopaypal@buscovivienda.es



Se ha completado el pago correctamente

PayPal

✓ Acaba de completar el pago.

El Id. de transacción de este pago es: 3V188935V30034717.

Enviaremos una confirmación por correo electrónico a tienda@buscovivienda.es. Esta transacción aparecerá en el extracto de su tarjeta como PayPal *PAGOPAYPAL.

[Volver a pagopaypal@buscovivienda.es](#)
[Ir a Descripción general de PayPal](#)

A continuación hacemos clic en Volver a pagopaypal@buscovivienda.es:



Se ha completado el pago correctamente

PayPal

✓ Acaba de completar el pago.

El Id. de transacción de este pago es: 3V188935V30034717.

Enviaremos una confirmación por correo electrónico a tienda@buscovivienda.es. Esta transacción aparecerá en el extracto de su tarjeta como PayPal *PAGOPAYPAL.

[Volver a pagopaypal@buscovivienda.es](#)
[Ir a Descripción general de PayPal](#)

Hacemos clic sobre "Volver a pagopaypal.."

A continuación se nos informa que la compra ha terminado correctamente:



Compra realizada con éxito, por favor revisa su correo para ver la notificación.

Volver a la [tienda BUSCOVIVIENDA](#)

COMPRA PRODUCTOS BUSCOVIVIENDA

Hola Miquel,

Tu solicitud de compra ha sido realizada con éxito. Gracias por comprar en BUSCOVIVIENDA. Aquí te adjuntamos el resumen de tu pedido.

Datos del Comprador

Nombre : Miquel

Apellido : Gost

E-mail del comprador : tienda@buscovivienda.es

Calle del comprador : Miquel Gost

Ahora tenemos dos posibilidades:



Compra realizada con éxito, por favor revisa su correo para ver la notificación.

Volver a la [tienda BUSCOVIVIENDA](#)

Ahora tenemos dos posibilidades:

1ª Volver a la tienda de Buscovivienda, para comprar otro paquete de productos

2ª Volver al menú general

Si volvemos al menú general y hacemos clic en MLS:

- ⇒ Mantenimiento de Inmobiliarias
- ⇒ Mantenimiento de Usuarios
- ⇒ Mantenimiento de Ofertas
- ⇒ Mantenimiento de Solicitudes de Información
- ⇒ Mantenimiento de Solicitudes de Oferta
- ⇒ Mantenimiento de Solicitudes de Compra (3)
- ⇒ Mantenimiento de Solicitudes de Venta (1)
- ⇒ Mantenimiento de Solicitudes de Alquiler (1)
- ⇒ Mantenimiento de Solicitudes de Permuta
- ⇒ Generación Documento
- ⇒ Foro
- ⇒ Utilidades
- ⇒ **MLS (13)**
- ⇒ MLS Grupo (1)
- ⇒ Historial de Actividad (8)
- ⇒ Tienda

Mantenimiento de MLS

[ver filtro](#)

Refer.	Fecha Alta	Ref.	Población.(Provincia)	Imm.	Vistas	
	Número de Ofertas MLS: 10 — Ya tenemos disponibles 10 ofertas que hemos comprado. Que podemos escoger entre las 13 ofertas disponibles.					
	Guardar					
	Se han encontrado un total de 13 ofertas disponibles					
⇒	16/04/2013	CALA CORRAL IV	San Jose(IBIZA)	1581	25	<input type="checkbox"/>
⇒	11/04/2013	Robinson	San Jose(IBIZA)	1581	69	<input type="checkbox"/>
⇒	14/12/2012	3 Apart.Cala Conta	San Jose(IBIZA)	1581	31	<input type="checkbox"/>
⇒	20/07/2011	723	Moixent/ Mogente(VALENCIA)	adpi0682	33	<input type="checkbox"/>
⇒	09/07/2010	00693	Colmenar Viejo(MADRID)	adpi1023	31	<input type="checkbox"/>
⇒	22/06/2010	00631	Parla(MADRID)	adpi1023	40	<input type="checkbox"/>
⇒	15/05/2009	R712 de 511 m2	Sa Pobla(MALLORCA)	0355	222	<input type="checkbox"/>
⇒	26/03/2008	243	Moixent/ Mogente(VALENCIA)	adpi0682	47	<input type="checkbox"/>