

GUÍA GRATUITA

¿Este particular es captable?

El checklist de 10 minutos

Antes de llamar a un propietario que ha puesto "inmobiliarias abstenerse", decide en 10 minutos si merece tu tiempo y con qué argumento entrar.

Por qué este checklist

Un particular que anuncia su vivienda sin agencia no es un "no" definitivo. Es una persona que probó a vender sola y, en muchos casos, ya empieza a notar que no es tan fácil. Pero no todos los anuncios valen tu tiempo. Este checklist te ayuda a priorizar y a preparar el primer contacto con datos, no con intuición.

Paso 1 · ¿Hay oportunidad? (3 minutos)

Abre el anuncio y marca lo que veas.

- ☐ **Lleva mucho tiempo publicado.** Más de 60 días es señal de que el precio o la presentación fallan. Más de 120, oportunidad clara.
- ☐ **Fotos flojas.** Persianas bajadas, desorden, ropa sobre la cama, poca luz, pocas fotos, ni un plano.
- ☐ **Descripción corta o copiada.** Sin datos de zona, sin ventajas de la vivienda, con faltas.
- ☐ **El precio ha bajado o ha subido varias veces.** El propietario duda del valor real.
- ☐ **Precio sin justificar.** No hay referencia a comparables ni a la reforma o la planta.
- ☐ **Sin vídeo, sin tour, sin planos.** Presentación mínima frente a lo que ya se ve en el portal.

Regla rápida: con 3 o más marcas, prioridad alta. Con 1 o 2, prioridad media. Con 0, déjalo para otro día.

Paso 2 · ¿Se puede valorar con datos? (3 minutos)

- ☐ Tienes metros, habitaciones, planta, ascensor y estado (reforma o no).
- ☐ Encuentras al menos 3 comparables en la misma calle o a menos de 500 m.
- ☐ Distingues precio de oferta (lo que piden) de precio de cierre (lo que se firma). Los portales muestran el primero; el segundo está en fuentes oficiales.
- ☐ Sabes si el precio pedido está por encima, dentro o por debajo de tu horquilla.

Cuidado. Si tu estimación sale cerca del precio pedido, el argumento ya no es "te lo vendo más caro" sino "te lo vendo más rápido y sin quebraderos". Prepara ese otro ángulo.

Paso 3 · ¿Qué le falta que tú le puedes dar? (2 minutos)

Lo que ves	Lo que ofreces
Fotos flojas	Fotos nuevas o versión mejorada, siempre diciendo qué es real y qué es recreación
Precio sin base	Informe de valoración con comparables
Poca info del barrio	Resumen de zona: servicios, transporte, proyectos públicos, evolución
Muchos días publicado	Plan de relanzamiento con nuevo precio y nueva presentación
Dudas de seguridad	Filtro de compradores, visitas acompañadas, revisión de documentación

Paso 4 · ¿Cómo entras? (2 minutos)

Elige un solo gancho y nada más. Un mensaje con tres promesas se ignora.

- **Gancho de dato:** "Revisé tu anuncio y los comparables de tu calle. Te comparto lo que he visto, sin compromiso."
- **Gancho de presentación:** "Con tus mismas fotos se puede presentar mejor la casa. Te dejo un ejemplo."
- **Gancho de tiempo:** "Lleva X días publicado. Hay un ajuste que suele acelerar la venta."

Antes de contactar: lo legal, resumido

- Los datos del anuncio los publica el propio propietario. Aun así, **tratarlos para captación comercial exige base legal y transparencia** (RGPD y LOPDGDD). Informa de quién eres, por qué contactas y cómo oponerse.
- Las **llamadas comerciales** están reguladas por la Ley General de Telecomunicaciones. Comprueba la Lista Robinson y tu política interna antes de llamar en frío.
- No insistas tras un "no". Anótalo y no vuelvas a contactar.

Esto es orientación general, no asesoramiento jurídico. Consulta con un abogado o DPO antes de montar un proceso a escala.

Siguiente paso

Con este checklist decides a quién contactar. Para **cómo preparar el dossier que convence al propietario** y los **guiones de llamada y WhatsApp**, sigue con el Pack Captación Directa.

