

PERSONAL SHOPPER INMOBILIARIO, AL LADO DEL COMPRADOR

Veamos qué funciones realiza el *personal shopper* inmobiliario y cómo ayuda a los que quieren comprar a encontrar la casa de sus sueños.



El *personal shopper* inmobiliario es una figura profesional que existe en EE.UU. desde hace años, informan distintos expertos del sector a habitaclia. En muchos estados, cuando se realiza una transacción, es obligatorio que haya un representante para cada parte. Así, **las agencias disponen de asesores también para el que quiere comprar**. El *personal shopper* está a su lado **desde la búsqueda hasta la adquisición de la vivienda que desea**, negocia el precio con el vendedor y la hipoteca con el banco, si es necesario.

En España, una vez finalizada la crisis de demanda tras la burbuja inmobiliaria, ha surgido con fuerza esta figura, que muchas agencias empiezan a incorporar en sus plantillas. En su web, la [Asociación Española de Personal Shoppers Inmobiliarios](#) define su propio código deontológico y trabaja para la profesionalidad y la diferenciación para dar un buen servicio al cliente.

Los expertos consultados por habitaclia creen que **la figura del *personal shopper* tiene un potencial de crecimiento grande en España**, ya que el mercado inmobiliario de aquí se inspira en el norteamericano, donde pocos particulares deciden buscar vivienda para comprar sin la ayuda de un asesor cualificado.

Veamos cuáles son las tareas reales de un *personal shopper* y hasta dónde llega el servicio que prestan.

¿Por dónde empieza?

Lo primero que hará el *personal shopper* inmobiliario es **definir muy bien cuál es la demanda de su cliente mediante una entrevista en profundidad**. A su vez, el cliente cederá la exclusiva de la búsqueda al *personal shopper*. Entre ambos se establece una relación de confianza y de compromiso.

El *personal shopper* **traza un perfil financiero de su cliente para conocer su situación económica**: su nivel de ahorro y de endeudamiento. De esta manera, puede focalizar la búsqueda de una forma más efectiva y, al mismo tiempo, el cliente obtendrá una visión más realista del inmueble que desea y que puede comprar.

Al lado del comprador

Esta es la gran diferencia respecto al resto de agentes inmobiliarios, que pueden ser intermediarios o bien agentes del vendedor. El *personal shopper* **defiende los intereses del comprador de vivienda**.

Por tanto, **su papel es muy relevante en una compraventa, cuando el comprador puede no estar al caso de todos los aspectos que cabe conocer**, y que pueden resultar muy técnicos: de tipo arquitectónico, jurídico, financiero... El *personal shopper* realiza aquí un acompañamiento a su cliente.

Buscar dentro y fuera del mercado

El *personal shopper* **realiza una búsqueda en todo el mercado, e incluso fuera de este, aplicando su conocimiento profundo del sector y su olfato profesional**. Las fuentes son muchas y variadas: desde los portales inmobiliarios hasta las agencias, los administradores de fincas, abogados, porteros... Edificio por edificio, si es necesario.

De clase media y sin tiempo

El perfil de cliente que contrata los servicios de un *personal shopper* fue inicialmente extranjero y de perfil socioeconómico alto. Actualmente, según las fuentes consultadas por habitacía, se trata de **una persona de aquí y de clase media, que no dispone de tiempo para buscar** y que valora que haya alguien especializado en el sector que realice el acompañamiento.

Asesoramiento integral

Las tareas que realiza un *personal shopper* son amplias. Incluyen **el análisis jurídico y urbanístico de cada inmueble**, la finca, la zona, incluso una consulta a la comunidad de propietarios. A cada cliente se les suelen mostrar entre 6 y 8 propiedades. Si en el inmueble es necesario hacer reformas, puede contratar los servicios de un arquitecto para que valore la reforma.

El *personal shopper* puede asesorar en todos los documentos que se firman: el de reserva, el de arras, la escritura del notario, la negociación de precio del inmueble y las condiciones de la hipoteca.

Una inversión rentable

Los precios por todos estos servicios pueden ser fijos en función de tramos de precios, o bien variables, según el precio final del inmueble. En cualquier caso, según los expertos consultados, suelen representar entre el 2,5-3 % del precio del inmueble.

A menudo, los honorarios quedarán absorbidos con la negociación: o bien negociará el precio del piso, o bien el cliente será el primero en ver el inmueble que le interesa, y eso ya compensará haber hecho la inversión.

Más información:
Comunicació - Nina Garcia
nina.garcia@habitaclia.com
937 903 833
Síguenos: [Facebook](#), [Twitter](#) i [G+](#)

Acerca de habitaclia:

En 2016, [habitaclia](#) sigue avanzando con la voluntad de mejorar la experiencia de las personas en la búsqueda de vivienda.

El objetivo de la compañía es acompañar a los usuarios en el proceso de búsqueda de un nuevo hogar y ayudar a los profesionales inmobiliarios en el éxito de su empresa.

Así, habitaclia ofrece un espacio de interacción en el que los que buscan y los que quieren vender pueden compartir información y experiencias, fomentando la participación activa en el mercado inmobiliario.

El portal sigue aumentando su presencia en Catalunya, las Illes Balears, la Comunidad Valenciana, Murcia y Andorra. Actualmente, presenta una oferta de más de 250.000 anuncios procedentes de más de 2.500 empresas inmobiliarias.