

José Luis Jimeno. Director general de Noteges

“El propietario de una vivienda en venta pierde 500 euros cada día que pasa”

De vendedor de pisos a gurú del sector, el sevillano José Luis Jimeno ha superado dos quiebras empresariales y está sumergido en la formación de profesionales de la mano de su rompedor método de 'kárate inmobiliario'

Eli García Villalón / SEVILLA

José María Aznar, Leopoldo Abadía o Alex Rovira han sido los encargados de insuflar optimismo a los más de 300 agentes inmobiliarios reunidos este fin de semana en Madrid en la Convención Kárate Inmobiliario, organizada por la empresa sevillana Noteges. Un nutrido grupo de profesionales que, ataviados con kimonos y dispuestos a convertirse en cinturones negros de las ventas de pisos, han tomado buena nota de las lecciones del *cuasi showman* José Luis Jimeno, padre del invento.

¿Por qué kárate para el sector inmobiliario? ¿Hay que repartir mucha leña para vender pisos?

—Hace 10 o 15 años, el mercado inmobiliario era la panacea. Con seis compradores potenciales por cada vivienda, no había que hacer ningún esfuerzo para colocar un piso, te los quitaban de las manos. Sin embargo, ahora hay ocho casas por cada comprador, con lo que el panorama se ha puesto bastante más duro. Es aquí donde hay que aplicar el kárate inmobiliario, es decir, aprender a defenderse para sobrevivir. Y esto está forzosamente unido a la formación y a las nuevas tecnologías.

—Si usted es una especie de señor Miyagi del ladrillo, ¿qué frase sustituiría a la famosa “dar cera, pulir cera” en el ámbito de la formación de vendedores?

—Mi frase de cabecera, la que repito hasta la saciedad a los agentes inmobiliarios, es: “El mercado está ahora como nunca para vender”. Ha desaparecido el 82% de la competencia y los precios están bajando a la mitad, qué más se puede pedir. Pero, eso sí, para aprovechar la oportunidad hay que estar formado. Ahora los inmuebles ya no se colocan solos, hay que salir a venderlos. Siempre te encuentras con un propietario que no quiere bajar el precio y un comprador que tiene miedo a dar el sí quiero, por lo que hay que actuar con rapidez y eficacia.

—Pero hay muchas inmobiliarias que enseñan técnicas de venta a sus empleados, ¿qué diferencia hay entre ellas y el modelo que usted promueve desde Noteges?

—Toda la formación gestada antes de 2007 no sirve hoy para nada. Entonces, los que tenían la sartén por el mango eran los propietarios, pero ahora la situación se ha invertido y son los compradores los que tienen todas las de ganar. Se acabó la época dorada de los pi-



El director general de Noteges, José Luis Jimeno, en la sede de la empresa sevillana.

JUAN CARLOS VÁZQUEZ

nos a 200.000 euros. Hoy nadie está dispuesto a pagar más de 120.000. De hecho, si el vendedor se empeña en regatear, él es el único que pierde, concretamente, unos 500 euros al día de media, y en torno a 15.000 al mes.

—Entonces, ¿ustedes utilizan estas

OPORTUNIDAD

“ El mercado está como nunca para vender: ha desaparecido el 82% de la competencia y los precios están bajando a la mitad”

cifras como estrategia para presionar a los propietarios para que rebajen el precio?

—Nosotros no mentimos ni metemos miedo, sólo les contamos cuál es la realidad. Sinceramente, en estos momentos —y al menos hasta 2012—, vender un piso es una soberana gilipollez porque los únicos que tienen salida son los que ofrecen descuentos de entre un 40 y un 60%. Pero hay personas a las que no les queda más remedio porque su situación es insosteni-

ble —se están separando, se han quedado en el paro, se cambian de ciudad, no pueden pagar la hipoteca...—. Y es aquí donde está nuestro nicho de mercado, en este 20% de la población que tiene que vender forzosamente.

—Pero, realmente, ¿el problema del sector está en que los agentes inmobiliarios no saben vender o más bien en que la gente no tiene acceso a la financiación para comprar?

—Ésta es una realidad aplastante. Ahora, para poder acceder a una hipoteca no basta con tener empleo y una nómina decente, sino contar con un ahorro del 30%. Por eso, hay mucha gente que se queda fuera. Es lo que hay, son los requisitos que exigen los bancos y contra eso no podemos hacer nada. Hay que adaptarse y ser conscientes de que, hoy por hoy, sólo pueden comprar unos cuantos. Antes la demanda oscilaba entre 1,5 y 1,7 millones de viviendas al año y ahora esa cifra se ha reducido a 218.000 unidades.

—¿Cómo pasar de ser un vendedor cinturón amarillo a cinturón negro?

—Con formación y herramientas informáticas. Un profesional que maneje nuestras técnicas de negociación, venta y cierre de operaciones rebajará el número de veces que enseña un piso y no perderá ni un solo

“Fracasé porque me emborraché de éxito”

Arruinado dos veces, en 1993 y 1998, el director general de Noteges reconoce que cuando más dinero ganó fue justo antes de su segunda quiebra. “En el 98 llegamos a vender 302 viviendas cuando cinco años antes sólo colocamos 13”, recuerda. “Era una locura, me emborraché de éxito y eso me llevo a querer abrir más oficinas; fue mi ruina porque no había quien sostuviera esa estructura de gastos —43 personas en cinco locales—”, añade. Su sueño echó a andar en 1987 de la mano de una pequeña promotora en Sevilla, pero tras los descalabros reorientó el negocio hacia otros derroteros. En 2003 introdujo una nueva división dedicada a comercializar el software informático que había desarrollado durante 10 años. Y, dadas sus perspectivas de éxito, en 2005, cesó la actividad inmobiliaria y se centró en la nueva área, para no ser proveedor y a la vez competencia de sus propios clientes.

“Tendremos 10.000 clientes en cinco años”

Tras su dolorosa experiencia empresarial, Jimeno no quiere lanzar las campanas al vuelo. Pero las cuentas le salen. Cada vez son más las inmobiliarias que se enteran de los casos de éxito de vendedores que han aplicado la metodología de Noteges y quieren montarse en la ola. El récord lo tiene un agente de Benidorm con 274 viviendas vendidas en 2009, al que le siguen otros de Lleida y Barcelona, con más de 200. De ahí que los planes de la empresa sevillana, que emplea a 26 personas, pasen por multiplicar por 10 sus ratios en cinco años: llegar a 3.000 oficinas y contar con 10.000 clientes. En 2010, su facturación alcanzará el millón de euros, un 182% más que el ejercicio anterior. De cara al futuro, sus miras están puestas en el exterior, que ahora aporta el 20% del negocio. México y Chile serán los mercados estratégicos, aunque ya trabajan con Panamá, Costa Rica y Argentina.

cliente. Asimismo, algo fundamental para triunfar será compartir información con la competencia. El agente inmobiliario debe crear bases de datos y compartirlas con el resto. La aversión a esto es alta, pero en EEUU, el 95% del sector funciona así. Si un cliente busca un piso en una zona, el agente introducirá las características en el software y le saldrán todas las ofertas, tanto suyas como de otras inmobiliarias. Si el comprador se queda con la vivienda de otro intermediario, los honorarios —6% del monto de la operación— se reparten al 50%.

—¿Este software se lo pueden permitir las inmobiliarias pequeñas?

—Por supuesto que sí. Operar con la herramienta cuesta 200 euros al mes, más los 500 iniciales por crear la web. La formación requiere de un desembolso de 500 euros cada seis meses.

—¿Qué resultados está dando esta metodología?

—Noteges trabaja con 300 oficinas en España y 1.000 usuarios. Las cifras nos avalan. Tras seis meses de entrenamiento nuestros clientes rebajan espectacularmente el ratio de visitas que realizan para vender un piso: de 23,9 a 3,6. Ello les lleva a triplicar las ventas: de tres al mes a 10. Son resultados espectaculares.