

EL FACTOR HUMANO: REFLEXIONES PARA LA GESTION COMERCIAL INMOBILIARIA

Lic. Alfredo López Salteri ()*

Hace ya algún tiempo que deseo referirme a uno de los aspectos más relevantes que afectan los resultados comerciales de cualquier empresa en los tiempos actuales:

El impacto que tiene la selección del personal que se lleva a cabo en las empresas inmobiliarias a la hora de tener que cubrir distintas posiciones funcionales, bien sea por nuevas incorporaciones o por aquellas situaciones de tener que efectuar alguna promoción o ascenso en la empresa, constituye un factor clave de la gestión y en general no se resuelve de la manera correcta.

Quiero compartir la siguiente premisa: **“No todas las personas son para todos los puestos”**. Seguramente estamos de acuerdo con este concepto y por otra parte también pocas cosas tienen tanto valor para una empresa como **el contar con las personas adecuadas en los puestos de trabajo. Cuando esta integración entre la persona y el puesto se materializa contamos con alguien motivado y altamente identificado con su trabajo.**

Por lo tanto la correcta elección de los vendedores es fundamental, ya que el resultado de la inmobiliaria se ve reflejado en la capacidad que tienen de gestionar las ventas cada uno de ellos.

Para el caso de la conformación de la plataforma comercial de la inmobiliaria el contar con vendedores que respondan a las características que demanda la empresa constituye un factor clave para el crecimiento del negocio y el éxito de la empresa.

Ahora bien, si usted mira su actual estructura de ventas y analiza los resultados en ventas seguramente se preguntará:

¿Por qué algunos de mis vendedores venden más que otros?

La realidad demuestra en el caso de las empresas inmobiliarias que existe un número significativo de vendedores que no alcanzan los resultados esperados en términos de su accionar comercial; bien sea que se trate de la captación de propiedades, ventas a potenciales compradores o la concreción del alquiler con posibles inquilinos.

Existen diversas causas por las cuales esto puede estar sucediendo; pero, la primera y más significativa es que seguramente aquellos vendedores que logran mayores resultados tienen una mejor respuesta al perfil natural que debe tener un vendedor para la venta. Otras causas son: mejor conocimiento de los productos y del mercado, mejores habilidades en el desarrollo del proceso de la venta o la forma en que son liderados.

Por lo tanto el proceso de identificación de las personas adecuadas para los puestos se verá reflejada en alguna de las siguientes situaciones organizacionales en la empresa:

- Procesos de Selección de Personal.
- Procesos de Desarrollo o Reubicaciones de Personal
- Procesos de Evaluación de Potencial

En cualquiera de estas tres situaciones resulta frecuente que se utilicen - por parte de quienes tienen la responsabilidad de gestionar estos temas – procedimientos basados en criterios subjetivos o en la intuición al momento de tomar decisiones . La intuición es un aspecto importante que como seres humanos tenemos y debemos desarrollar ; pero no alcanza al momento de encarar estos temas.

Entonces..., para orientar sus esfuerzos tras la búsqueda acerca de qué hacer y de cómo avanzar, deseo ahora compartir algunas reflexiones adicionales y luego detallar los pasos a seguir.

¿Cómo puedo saber entonces si mis actuales vendedores responden a lo que exige el perfil de ventas que la empresa necesita?

¿Cómo hago a la hora de incorporar nuevos vendedores que necesito?

1. El primer paso será contar con las definiciones del comportamiento del puesto del vendedor tipo que se desea para la inmobiliaria y para ello se hace necesario elaborar el perfil tipo del vendedor y determinar las competencias que debería tener este vendedor tipo.
2. Establecidos estos elementos la tarea consistirá luego en confrontar el perfil tipo con una importante herramienta : **el perfil conductual de las personas**. De esta manera lo que se logra es ver en qué medida las personas responden a lo que demanda el puesto del vendedor.

¿Qué criterios está usted utilizando actualmente para seleccionar a sus vendedores?

Los elementos que se toman en cuenta generalmente en cuanto a la persona a seleccionar, reubicar o promover son los referidos a **su formación y su experiencia** y poco o nada se indaga sobre su **PERFIL CONDUCTUAL**.

¿Qué es el PERFIL CONDUCTUAL y qué mide?

Es una herramienta que analiza el perfil de la conducta de las personas y describe sus habilidades, identificando de manera detallada las fortalezas y eventuales áreas a ser desarrolladas. No califica los perfiles como “buenos” o “malos”, sino que describe las características conductuales de la persona evaluada.

Permite definir puestos en términos de comportamientos y generar “estudios de compatibilidad” para así determinar la capacidad de las personas para desempeñarse exitosamente en una posición funcional.

Permite medir en las personas:

- Orientación a resultados.
- Orientación a personas.
- Orientación a la calidad
- Conformidad a normas y procedimientos.
- Autocontrol emocional.

En síntesis por medio de esta herramienta usted podrá:

- Analizar el Perfil Conductual de las personas y su potencial.
- Identificar aquellos candidatos más aptos para las posiciones a cubrir

- Medir la compatibilidad de las personas con los puestos .
- Desarrollar aquellas competencias que requieren las personas.
- Implementar planes de carrera para sus directivos y colaboradores.

La utilización de herramientas de este tipo ayudan en el logro de una gestión comercial más eficiente de la inmobiliaria. **Todo aquello que no se mide no se puede gestionar.** Medir cómo correlacionan las personas con los puestos implica invertir con ello en el recurso más valioso que tiene la empresa: el factor humano.

(*) *Licenciado en Relaciones Humanas en la Empresa.*

Director de
ALS Consultants.
Desarrollo para la *Transformación*

(Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización expresa del autor)
