

L U M B R E



Publicar donde están los inquilinos: canales y datos personales

Materia: Oficinas en renta

07/10/2026

Antes de empezar

El ecosistema de difusión inmobiliaria mexicano: portales, brokers, letreros, redes y canal propio, con avisos de privacidad y manejo responsable de datos.

QUÉ APRENDERÁS

- Difundir la disponibilidad en portales, corredores y canales propios, protegiendo datos personales según la ley mexicana.

El mejor espacio del mercado, publicado en el canal equivocado, es invisible



La disponibilidad es un producto: si no está en la góndola donde el cliente lo busca, no existe.

VIDEO

Portales inmobiliarios que debes conocer

Video externo de apoyo (Yamily Figueroa en YouTube): vuelta guiada por los portales inmobiliarios mexicanos donde se busca oficina.



Escanea para verlo en Lumbre

<https://www.youtube.com/watch?v=eDsxiakib7Q>

Marisol hizo todo bien: el piso 9 quedó impecable y el precio salió de una tabla de comparables. Lo publicó... en el grupo de WhatsApp de la administración y en un letrero. Dos meses después seguía vacío, y el edificio de enfrente —con peor acabado— rentó primero su piso similar en Inmuebles24.

Difundir no es publicar una foto con precio. Es **cocinar el mismo mensaje para cinco canales distintos**, cada uno con su lenguaje, su ficha y su ritmo... y hacerlo sin violar la ley de datos personales, porque prospectos e inquilinos son personas con derechos sobre su información.

Este objeto te da el mapa de canales del mercado mexicano y el kit de publicación listo para reutilizar.

Qué vas a aprender

Al terminar este objeto puedes: armar el plan de difusión de 360 de un espacio libre (portales, brokers, propio, físico y social), escribir una ficha que convierta, y aplicar las reglas de datos personales de la LFPDPPP a tu base de prospectos.

Los cinco canales y qué hace cada uno

Ningún canal hace el trabajo solo: la pregunta no es "cuál uso", es "en cuáles está este espacio HOY".

Canal	Quién lo ve	Su fortaleza	Su costo
Portales (Inmuebles24, Lamudi, Vivanuncios, Metros Cúbicos)	Quien busca activamente hoy	Volumen de búsquedas calificadas	Publicación paga; destacada sube

Canal	Quién lo ve	Su fortaleza	Su costo
Brokers y corredores corporativos	Su cartera de clientes	Confían y mueven decisiones rápidas	Comisión al cierre (1 mensualidad típico)
Canal propio (sitio, ficha PDF, Google Business Profile)	Quien investiga tu edificio	Control del mensaje y fotos	Tiempo, casi dinero
Físico en el edificio (letrero, lobby, directorio)	La colonia y los vecinos corporativos	Cero costo, captura demanda local	Estética: hazlo digno
Redes sociales (LinkedIn, Instagram, WhatsApp)	Tu red y sus círculos	Velocidad y alcance orgánico	Constancia semanal

La ficha que convierte: anatomía de un anuncio serio

El error común: publicar "se renta oficina, 180 m², \$63,000, interested llamar". El prospecto corporativo que compara cinco opciones en una mañana vota con datos. Ficha completa = mínimo estos diez campos:

- Título con gancho específico: "Piso 180 m² planta libre, ventanal norte, 4 cajones — torre con recepción".
- Precio por m² Y total mensual, con mantenimiento y estacionamiento desglosados.
- Superficie: m² rentables y útiles; piso y orientación; estado (planta libre/dividida).
- Edificio: elevadores, estacionamiento de visitas, seguridad, horarios, certificación si existe.
- Servicios incluidos: recepción, salas de juntas, limpieza de áreas comunes, planta de respaldo.
- Condiciones: plazo mínimo, depósito, disponibilidad desde cuándo, aumentos anuales.
- 10-15 fotos en alta + video corto; plano o croquis de distribución.
- Ubicación con referencia real (cruce o plaza ancla) y tiempo caminando a transporte.
- Contacto profesional: nombre, extensión, horario de atención y WhatsApp de negocio.
- Diferencial honesto: "a 6 minutos del Metro X" vende más que "excelente ubicación".

VIDEO

Las 8 claves de Facebook para agentes inmobiliarios

Video externo de apoyo (Carlos Pérez-Newman en YouTube): cómo hacer que un anuncio en redes funcione. Sus 8 claves aplican también a portales y LinkedIn.



Escanea para verlo en Lumbre

<https://www.youtube.com/watch?v=19gwaeknk0Y>

Datos personales: la ley mexicana en cuatro reglas

Tu base de prospectos, tus contratos y tus bitácoras contienen **datos personales** regidos por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (y su reglamento). Sin abogacía, las cuatro reglas operativas que sostienen todo:

- 1. Aviso de privacidad:** desde que capturas el primer teléfono (formulario, WhatsApp, llamada), el prospecto debe saber quién recaba sus datos, para qué (gestión de esta renta; no "fines auspiciosos") y cómo ejercer sus derechos.
- 2. Minimalidad y consentimiento:** no pidas INE ni comprobante de domicilio al que solo quiere agendar visita; eso se pide en la etapa de propuesta, con propósito explícito.
- 3. Seguridad:** hoja compartida en la nube con acceso restringido, sin difundes de WhatsApp con la lista de inquilinos y sus moras. La filtración del dato de un moroso es un problema legal real.
- 4. Derechos ARCO:** si un prospecto pide borrar su contacto, se borra y ya no le escribes. Guardar una lista de "no me interesa" sin base legal es la práctica más multada del gremio.

1. Un colega de otra plaza te pide "la lista de tus inquilinos con correos y teléfonos para un intercambio de cartera comercial". ¿Qué haces?

- ☐ Se la paso: es entre profesionales y a ambos nos sirve
- ☐ Le paso solo los nombres y giros, que no son datos personales
- ☐ No comparto la base: sus datos están bajo mi aviso de privacidad para gestionar MIS rentas; el intercambio masivo requiere consentimiento
- ☐ Le paso la lista pero me la devuelve en un mes

2. Clasifica cada acción de difusión según el canal al que pertenece.

Elementos:

- Publicar ficha completa en portal inmobiliario destacado
- Desayuno trimestral con los cinco brokers de la zona
- Letrero discreto "disponibles" con QR a la ficha en la barda del edificio
- Post en LinkedIn de la administradora con recorrido en video
- Alianza con coworking de la colonia para referir equipos que crecen
- Tarleteo a las tres calles de oficinas vecinas con ficha impresa

Digital de volumen	. . .
Relacional	. . .
Físico/local	. . .

El kit de 360

Arma una vez un kit maestro por propiedad: 15 fotos, video vertical, ficha PDF de dos hojas, texto de 600 caracteres para portal, copy para LinkedIn y para WhatsApp, y un PDF de "dossier para broker" con comisiones y política de visitas. Cada espacio libre se publica en 20 minutos copiando y ajustando, no inventando.

3. De los cinco canales, ¿en cuántos está publicado HOY el espacio más difícil de tu propiedad? Si fueras el gerente de una empresa buscando oficina sin conocer tu edificio, ¿por cuál canal tropezarías con tu aviso?

El letrero en la ventana y el puesto en el portal son los dos canales que el prospecto local y el foráneo usan primero; casi todas las propiedades flojas fallan en por lo menos uno.

Este curso no da asesoría legal ni fiscal

El curso enseña la práctica del mercado mexicano y cita leyes y reglas generales. Cada contrato, tema fiscal o conflicto concreto se decide con la legislación de tu estado y con profesionales (abogado y contador). La regla de oro de la administradora profesional: documentar, verificar y saber a quién llamar a tiempo.

Para dominar este tema

Lo esencial que debes saber

- Cinco canales, cinco trabajos: portales, brokers, canal propio, físico y redes; el espacio libre debe estar en todos los que apliquen.
- La ficha completa con diez campos convierte mejor que el anuncio corto; el comprador corporativo compara datos, no adjetivos.
- Los datos personales viven bajo el aviso de privacidad: minimalidad, seguridad y derechos ARCO.
- Un kit maestro por propiedad hace que publicar un espacio nuevo tome 20 minutos.

Preguntas clave del tema

1. ¿Cuáles son los cinco canales y qué trabajo hace cada uno?
2. ¿Qué campos debe llevar la ficha completa que convierte?
3. ¿Qué exige la LFPDPPP con los datos de prospectos y qué son los derechos ARCO?
4. ¿Qué contiene el kit maestro y cuánto debe tardar publicar con él?

Lo que debes poder hacer

- Publicar un espacio en los cinco canales aplicables en menos de una hora con el kit maestro.
- Redactar la ficha de diez campos con datos verificables, no adjetivos.
- Manejar la base de prospectos conforme al aviso de privacidad: minimalidad, seguridad y atención ARCO.

Siguiente paso: *Calificar al prospecto y hacer visitas que convencen* — cuando los canales responden, llega la hora de filtrar a quién le abres la puerta.

Referencia curricular

Materia:	Oficinas en renta
-----------------	-------------------

Versión interactiva completa (con actividades, videos y autoevaluación):



<https://empresa.lumbre.lat/object/ofr-r02-0a03>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat