

L U M B R E



Calificar al prospecto y hacer visitas que convencen

Materia: Oficinas en renta

07/10/2026

Antes de empezar

Cómo saber si un prospecto es comprador real, calcular el tamaño de oficina que necesita su equipo y conducir una visita con guion, manejo de objeciones y cierre.

QUÉ APRENDERÁS

- Detectar la necesidad real del prospecto (gente, salas, estacionamiento) y conducir una visita guiada que cierre la venta.

La visita bien hecha vale más que diez publicaciones



El prospecto no compra metros: compra la imagen de su equipo trabajando feliz ahí. Tu visita les pone esa película.

VIDEO

5 trucos para mostrar un inmueble

Video externo de apoyo (Carlos Pérez-Newman en YouTube): trucos de presentación durante la visita que funcionan en cualquier inmueble.



Escanea para verlo en Lumbre

https://www.youtube.com/watch?v=WB_qduyQrek

A Marisol le agendaron siete visitas la semana pasada. Dos fueron curiosos sin empresa; una pidió ver «tres pisos seguidos» sin definir ni cuánta gente mudaría; y dos fueron prospectos serios que hoy están en etapa de propuesta.

El problema no fue el edificio: fue no calificar antes de abrir la puerta. Cada visita mal calificada le robó una hora, y su verdadera contraparte —la que sí renta— recibió menos atención.

Esta habilidad tiene dos mitades: **calificar** (una llamada de cinco minutos con cuatro preguntas) y **visitar** (un guion de 25 minutos que sale del precio y entra en la vida del equipo). Aquí están las dos.

Qué vas a aprender

Al terminar este objeto puedes: aplicar las cuatro preguntas de calificación antes de agendar, estimar los m² que necesita una empresa por tamaño de equipo, conducir la visita con guion de tres actos y manejar las tres objeciones clásicas.

Mitad 1: calificar en cinco minutos

Antes de dar cita, cuatro preguntas que revelan si hay comprador o solo curiosidad:

- 1. ¿Quién y para cuándo?** "¿Cuántas personas mudan y para qué mes?" — Sin número de gente ni fecha, no hay proyecto.
- 2. ¿Qué tienen hoy y qué les duele?** — El dolor (crecieron, el landlord les subió 30 %, el edificio es una vergüenza frente a clientes) es el motor real de la decisión.
- 3. ¿Quién decide?** — Si habla con el gerente de oficinas pero el que firma es el director general, tu visita necesita una segunda cita con el firmante.

4. ¿Qué más está viendo? — Un prospecto comparando tres opciones es real; uno que "solo está checando el mercado" para su negociación actual es humo.

Y la calculadora rápida de tamaño, que te ahorrará visitas al espacio equivocado: una oficina se planea con **6 a 8 m² rentables por persona** en esquema híbrido moderno (escritorio + áreas colaborativas), más salas de juntas y recepción. Equipo de 25 personas → 175–225 m². Equipo de 40 → 280–340 m². Si tu edificio tiene el doble de m², lo tuyo es partir el piso o proponer el excedente como expansión futura, no obligar a pagar metros vacíos.

1. Una empresa muda a 32 personas con esquema híbrido y quiere 8 m² rentables por persona, más 30 m² entre recepción y dos salas de juntas. ¿Cuántos m² rentables debe buscar, en total?

Respuesta: (m²)

Mitad 2: la visita con guion de tres actos

VIDEO

Cómo hacer una visita de venta perfecta

Video externo de apoyo (LOPETACO en YouTube): la estructura de una visita profesional, paso a paso.



Escanea para verlo en Lumbre

<https://www.youtube.com/watch?v=vAgbrHo5EgA>

- 1. Acto 1 — Encuadre (3 min):** recibir con nombre, recorrer el edificio (lobby, elevadores, baños comunes, estacionamiento) y decir la agenda: "primero el espacio, luego pregunto yo, al final resuelvo precio". El visitante que conoce el entorno baja la guardia.
- 2. Acto 2 — Espacio con historia (12 min):** no digas "son 180 m²"; di "aquí caben tus 24 escritorios, allá el área de juntas que hoy no tienen, y esa luz que ves al norte es la que buscaba tu equipo". Pregunta en movimiento: "¿dónde sentarías al equipo de ventas?". Quien imagina su vida en el espacio, ya compró el 70 %.
- 3. Acto 3 — Cierre con siguiente paso (10 min):** cuatro preguntas de dolores y operación, escuchar dos veces más de lo que hablas, y terminar con un siguiente paso concreto con fecha: contrapropuesta escrita, visita del firmante, cotización de adecuaciones. Visita que termina en "nos avisas" no terminó: se pospuso.

Las tres objeciones clásicas y su respuesta honesta

2. Relaciona cada objeción con la respuesta que la desactiva sin regalar renta.

2.	"Está carísimo comparado con la plaza X"	-----
2.	"Necesitamos más estacionamiento del que ofrecen"	-----
2.	"Lo tengo que pensar / consultar"	-----

Opciones: Comparar en el mismo idioma: renta + mantenimiento + estacionamiento + servicios incluidos; luego listar qué NO incluye la plaza X · Mostrar alternativas reales: cajones de visita, convenio con estacionamiento vecino, horario de transporte cercano · Preguntar qué hay que pensar: casi siempre es un firmante o un número; ofrece cita con el que decide o contraoferta escrita

3. Durante la visita, el gerente de sistemas pregunta: "¿cuánta carga eléctrica soporta el piso y dónde metemos nuestro UPS?". ¿Qué revela y qué haces?

- ☐ Que es técnico y no decide: lo ignoras y sigues con la vista al paisaje
- ☐ Que hay proyecto real con requisitos: anotas la pregunta, das cita con tu electricista e incluyes la respuesta en la propuesta
- ☐ Que quiere regatear usando la técnica: le bajas el precio para cerrarlo rápido
- ☐ Que va a comparar con otro edificio: le dices que ahí seguro sí cabe

4. Al final de una buena visita, si el prospecto pregunta "¿cuál sería su mejor precio?", conviene bajar la renta en el momento para cerrar la emoción de la compra.

- ☐ Verdadero
- ☐ Falso

La libreta de la visita

Después de cada visita, dos líneas en tu CRM: qué duele al prospecto (frase textual suya) y cuál es el siguiente paso con fecha. En la junta semanal de embudo, esas dos líneas te dicen a cuál de siete prospectos llamar primero: siempre al que ya dijo qué le duele.

5. Piensa en tu última visita fallida: ¿el prospecto nunca definió cuánta gente mudaría (fallo de calificación) o la visita se fue en mostrar metros sin preguntar por su operación (fallo de guion)? ¿Cuál de tus últimos cinco prospectos preguntó por algo técnico u operativo?

Casi ningún curioso pregunta por la carga eléctrica del piso: esa pregunta cuesta oro para saber a quién seguir.

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

- Cuatro preguntas de calificación antes de agendar: quién y cuándo, qué duele, quién decide, qué más ve.
- 6-8 m² por persona más áreas de apoyo: calcula el tamaño correcto y no des visitas imposibles.
- Visita de tres actos: encuadre, espacio con historia, cierre con siguiente paso con fecha.
- Objeciones: mismo idioma de números, alternativas de operación y descubrir al que decide.

Preguntas clave del tema

1. ¿Qué cuatro preguntas filtro antes de agendar una visita?
2. ¿Cuántos m² necesita un equipo de 30 personas en esquema híbrido?
3. ¿Cuáles son los tres actos de una visita profesional?
4. ¿Cómo respondo una objeción de precio sin bajar el precio?

Lo que debes poder hacer

- Calificar un prospecto nuevo en cinco minutos con las cuatro preguntas.
- Conducir la visita de tres actos y cerrar con siguiente paso con fecha.
- Correr la calculadora de m² por equipo para no vender espacios imposibles.

Siguiente paso: *Negociar y cerrar: contrapropuestas que protegen la renta* — cuando el prospecto dice 'hagamos números', ya no se improvisa.

Referencia curricular

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

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



<https://empresa.lumbre.lat/object/ofr-r02-0a04>

Material educativo generado desde Lumbre · lumbre.lat