



La gestión de las inmobiliarias, a examen:
se visitaron 56 distintas en 14 ciudades

Un servicio aceptable, pero plagado de deficiencias e irregularidades

Las inmobiliarias ofrecen en nuestro país un aceptable servicio, pero su operativa cotidiana presenta irregularidades relacionadas con el dinero negro y con la venta de Viviendas de Protección Oficial (VPO), además de importantes deficiencias en la transparencia informativa en cuestiones de gran interés para el cliente y en la calidad de la información que se ofrece sobre las viviendas que pueden satisfacer las necesidades del usuario. Y todo ello, a pesar del elevado coste que las gestiones de una inmobiliaria suponen para el usuario que formaliza con ella una relación contractual: por vender un piso de 120.000 euros (unos 20 millones de pesetas) lo más frecuente es que cobren entre 3.600 y 6.000 euros (600.000-1.000.000 pesetas), más el 16% de IVA.

Es decir, entre el 3% y el 5% del importe de la venta o compra.

Esta es la principal conclusión de la investigación realizada por CONSUMER, cuyos técnicos realizaron (presentándose como unos clientes cualesquiera), el pasado mes de diciembre dos gestiones de información -una sobre compra y otra relativa a la venta de vivienda en cada una de las 56 inmobiliarias visitadas en 14 ciudades: Madrid, Barcelona, Valencia, Alicante, Málaga, Bilbao, San Sebastián, Victoria, Pamplona, Castellón, Murcia, Burgos, Logroño y Santander.

El 98% de las inmobiliarias aceptaron mediar en operaciones con “dinero negro” entre sus clientes, cuando comprar o vender evadiendo impuestos constituye delito fiscal. La mecánica es la siguiente: la escritura no se realiza por el montante total de la compraventa, y de esta manera el cliente evita pagar el IVA (7%) del dinero no escriturado, y también los gastos de notaría de ese dinero con su IVA del 16%. El principal beneficiario de esta práctica ilegal no es la inmobiliaria, sino el cliente que vende el piso. De las 56 inmobiliarias sólo una, de Castellón, se negó a aceptar operaciones con dinero opaco al fisco tanto en la compra como en la venta.

Otra realidad decepcionante es que las pocas (sólo el 12%) que ofrecen

Viviendas de Protección Oficial (VPO) lo hacen en todos los casos a precios equiparables a los de las viviendas de mercado libre, cuando lo que apunta la legislación es que el precio de las VPO sea inferior al de las que no lo son. Además, la Administración fija unos plazos, desde su construcción, para que las VPO puedan liberar su precio. Lógicamente, estas inmobiliarias que vendían VPO (sin respetar los plazos, en muchos casos) proponen al cliente que la ma-

yor parte del pago se realice en dinero negro y que se escriture por un precio (similar al que le corresponde legalmente por ser VPO) muy menor al real.

Por otro lado, casi seis de cada diez inmobiliarias no informaron (en esta primera visita; no se realizó otra) con transparencia sobre el importe de la comisión que cobran por su trabajo en la venta y en la compra, y sobre el IVA (16%) de esta comisión que debe pagar el cliente. Cabe destacar que

Las pocas VPO disponibles se vendían a precios similares a los de la vivienda libre



EL RESUMEN GLOBAL		
CIUDAD*	TRANSPARENCIA INFORMATIVA**	CALIDAD DEL SERVICIO **
BARCELONA	Mal	Aceptable
SANTANDER	Muy Mal	Regular
MALAGA	Mal	Aceptable
S.SEBASTIÁN	Aceptable	Regular
BILBAO	Muy Mal	Aceptable
MADRID	Mal	Bien
ALICANTE	Aceptable	Regular
CASTELLÓN	Mal	Aceptable
MURCIA	Mal	Aceptable
VALENCIA	Aceptable	Muy Bien
VITORIA	Regular	Bien
PAMPLONA	Mal	Aceptable
BURGOS	Mal	Regular
LOGROÑO	Mal	Bien
Media	Mal	Aceptable

* En cada una de las 14 ciudades se han visitado 4 inmobiliarias distintas. La media de cada ciudad corresponde a la de la obtenida por sus cuatro inmobiliarias. Este dato no es representativo del sector en cada ciudad, dado lo exiguo de la muestra.

** Para comprobar a qué se refiere cada uno de estos apartados, véanse los cuadros pormenorizados.

TRANSPARENCIA EN LA INFORMACIÓN ESENCIAL				
CIUDAD	INFORMACIÓN SOBRE LA COYUNTURA DEL MERCADO ¹	TRANSPARENCIA EN SU OFERTA INMOBILIARIA ²	INFORMACIÓN SOBRE LA COMISIÓN QUE COBRAN ³	MEDIA*
	afecta a la compra y a la venta	afecta a la compra	afecta a la compra y a la venta	
BARCELONA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
SANTANDER	Muy Mal	Mal	Muy Mal	Muy Mal
MALAGA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
SAN SEBASTIÁN	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Aceptable
BILBAO	Muy Mal	Regular	Muy Mal	Muy Mal
MADRID	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
ALICANTE	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Aceptable
CASTELLÓN	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
MURCIA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
VALENCIA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Aceptable
VITORIA	Muy Mal	Muy Bien	Regular	Regular
PAMPLONA	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
BURGOS	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal
LOGROÑO	Muy Mal	Muy Bien	Mal	Mal
Media	Muy Mal	Muy Bien	Muy Mal	Mal

* En cada una de las 14 ciudades se han visitado 4 inmobiliarias distintas. La media de cada ciudad corresponde a la de la obtenida por sus cuatro inmobiliarias. Este dato no es representativo del sector inmobiliario de cada ciudad, dado lo exiguo de la muestra.

(1) Se ha analizado la cantidad y calidad de la información ofrecida por las inmobiliarias sobre la coyuntura del mercado de inmuebles (tipos de interés, situación del mercado, promociones inmobiliarias próximas en el tiempo...); en resumen, si es o no buen momento para vender o comprar y por qué. Para la nota media de cada inmobiliaria, este apartado pondera un 20%. (2) Se ha comprobado si exponen o informan desde un primer momento sobre todas las viviendas que se ajustan a la zona y características solicitadas por el cliente. Para la nota media de cada inmobiliaria, pondera un 35%.

(3) Se ha comprobado si las inmobiliarias proporcionan una información precisa y con claridad suficiente sobre el importe de la comisión que cobran por su trabajo y sobre el hecho que esta comisión está sujeta al IVA (16%). Para la nota media de cada inmobiliaria, este apartado pondera un 45%.

CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO POR LAS INMOBILIARIAS											
CIUDAD*	CONOCIMTO. DE LA REALIDAD IMMOB.		ASESORAMIENTO COMERCIAL			TRATO PERSONAL ⁶	RESPUESTA A LAS NECESIDADES DEL CLIENTE				MEDIA
	EXPOSICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS VIVIENDAS ¹	CONOCIMIENTO DE LAS ZONAS ²	INFORMACIÓN SOBRE POSIBLES AYUDAS O SUBVENCIONES ³	ASESORAMIENTO SOBRE GASTOS A SOPORTAR ⁴	HERRAMIENTAS A UTILIZAR EN LA VENTA ⁵		CARACTERÍSTICAS ⁷	PRECIO ⁸	SOLUCIONES APORTADAS ⁹	INFORMACIÓN ESCRITA FACILITADA ¹⁰	
	Compra	Compra	Compra	Compra-venta	Venta	Compra-venta	Compra	Compra	Compra-venta	Compra	
BARCELONA	Aceptable	Regular-mal	Mal	Mal	Muy Bien	Excelente	Regular	Regular	Bien	Mal	Aceptable
SANTANDER	Regular	Regular-mal	Muy Mal	Regular	Bien	Bien	Bien	Bien	Mal	Muy Mal	Regular
MALAGA	Mal	Muy Bien	Muy Mal	Regular	Muy Bien	Bien	Bien	Bien	Regular	Muy Mal	Aceptable
S.SEBASTIÁN	Mal	Bien	Muy Mal	Muy Bien	Muy Bien	Muy Bien	Mal	Muy Bien	Bien	Muy Mal	Regular
BILBAO	Mal	Aceptable	Muy Mal	Muy Bien	Bien	Bien	Bien	Regular	Aceptable	Mal	Aceptable
MADRID	Excelente	Muy Bien	Muy Mal	Muy Bien	Bien	Excelente	Bien	Bien	Bien	Muy Mal	Bien
ALICANTE	Mal	Mal	Muy Mal	Aceptable	Bien	Bien	Regular	Regular	Aceptable	Muy Mal	Regular
CASTELLÓN	Mal	Mal	Mal	Aceptable	Muy Bien	Bien	Bien	Muy Bien	Regular	Aceptable	Aceptable
MURCIA	Regular	Mal	Mal	Mal	Muy Bien	Muy Bien	Bien	Bien	Aceptable	Regular	Aceptable
VALENCIA	Muy Mal	Regular-mal	Regular	Muy Bien	Muy Bien	Bien	Bien	Bien	Bien	Muy Bien	Muy Bien
VITORIA	Aceptable	Regular-mal	Mal	Aceptable	Aceptable	Aceptable	Muy Bien	Bien	Mal	Regular	Bien
PAMPLONA	Muy Mal	Mal	Regular	Regular	Bien	Muy Bien	Bien	Bien	Bien	Muy Mal	Aceptable
BURGOS	Muy Mal	Mal	Muy Mal	Aceptable	Bien	Bien	Muy Bien	Muy Bien	Regular	Mal	Regular
LOGROÑO	Muy Mal	Regular-mal	Regular	Muy Bien	Muy Bien	Muy Bien	Bien	Muy Bien	Muy Mal	Regular	Bien
Media	Muy Mal	Regular-mal	Muy Mal	Bien	Bien	Muy Bien	Bien	Aceptable	Regular	Muy Mal	Aceptable

* En cada una de las 14 ciudades se han visitado 4 inmobiliarias distintas. La media de cada ciudad corresponde a la de la obtenida por sus cuatro inmobiliarias. Este dato no es representativo, de la situación del sector en cada ciudad dado lo exiguo de la muestra. (1) Se ha analizado la exposición de las características de las viviendas, tanto el número de características expuestas como la calidad y el detalle de las explicaciones. (2) Se ha evaluado el conocimiento por parte del comercial de las diferentes zonas, en términos de características socioculturales, de los servicios e infraestructuras y de las características de las viviendas de la zona. (3) Se ha estudiado el conocimiento por parte del comercial de las posibles ayudas o subvenciones a la compra de una vivienda. Se han valorado tanto las explicaciones como la información escrita facilitada o la indicación del lugar donde podían ser informados. (4) Se ha tenido en cuenta la exposición por parte de comercial acerca de los gastos derivados de una compraventa. (5) Se han evaluado los mecanismos a que recurren las inmobiliarias en la venta de las viviendas: anuncios en prensa o en el escaparate, bolsas inmobiliarias en Internet... (6) Se han tenido en cuenta el interés del comercial, la actitud adoptada, la amabilidad en el trato, y en general, la atención y el servicio dispensados. (7) Se ha estudiado si el comercial responde a los requerimientos del cliente en lo que a las características de la vivienda se refiere, es decir, si las que presenta se ajustan a lo planteado por el cliente. (8) Se ha analizado la respuesta por parte del comercial a los requerimientos del cliente en lo que al precio se refiere. (9) Se ha tenido en cuenta la calidad de las soluciones aportadas finalmente a los diversos deseos, problemas y sugerencias planteados por el cliente. (10) Se analizó, en cantidad y calidad, la información escrita facilitada por las inmobiliarias sobre los pisos que finalmente ofrecieron al cliente.



COMPRAR UNA VIVIENDA SUPONE EL DESEMBOLSO ECONÓMICO MÁS IMPORTANTE DE NUESTRA VIDA, POR LO QUE ANTES DE TOMAR CUALQUIER DECISIÓN CONVIENE HACERSE CON TODA LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA COMPARAR EFICAZMENTE LAS DIVERSAS POSIBILIDADES QUE EL MERCADO NOS OFRECE.

UNA VEZ DECIDIDO QUE VAMOS A COMPRAR CASA, COMIENZA EL PROCESO DE BÚSQUEDA DE UNA VIVIENDA QUE RESPONDA DE MODO ÓPTIMO A NUESTRAS NECESIDADES Y PREFERENCIAS, QUE DEFINIREMOS CON EL MÁXIMO DETALLE POSIBLE PARA AHORRARNOS EL TIEMPO QUE REQUIEREN LAS GESTIONES ESTÉRILES.

PARA ACERTAR EN LA COMPRA

EL PRECIO... UN FACTOR ESENCIAL

Un análisis realista de nuestras posibilidades económicas nos ayudará a establecer la cantidad mensual que podemos dedicar al pago del crédito hipotecario a que casi siempre obliga la adquisición de la vivienda. Para ello tendremos en cuenta por lo menos tres factores: ahorros disponibles, nómina o nóminas (en caso de que se trate de una pareja con ingresos) y futuros ingresos. A la hora de solicitar un préstamo hipotecario, se estima conveniente que la cuota mensual no sea superior al 40% de la nómina. En cuanto al importe de la hipoteca, la mayoría de entidades financieras no conceden créditos que supongan más del 80% del valor de tasación de la vivienda si bien algunas llegan a prestar hasta el 100% del valor del inmueble.

EL TIPO DE VIVIENDA

El siguiente paso es el análisis de la tipología y características de la vivienda que buscamos, que pueden verse muy condicionados por nuestra capacidad económica. Una cosa es lo

que queremos y otra lo que nos conviene. Entre las características a tener en cuenta destacan: la zona urbana en que se ubica, si es vivienda nueva o de segunda mano, si libre o protegida (VPO), la superficie habitable, el número de habitaciones y de baños, la altura (bajo, 1º, 2º...), la calefacción central o individual, los gastos de comunidad, si tiene o no garaje, trastero o bodega y si la vivienda es interior o exterior. Lo más habitual es que las inmobiliarias proporcionen, al menos en una primera visita, escasa información sobre estas cuestiones y que ésta raramente se ofrezca por escrito.

De todos los pisos que nos exponen en nuestra visita a las inmobiliarias (consultemos varias, es mejor), realizaremos una criba recurriendo a nuestra memoria y a la información que nos facilitaron. Resultará arduo visitar todas las viviendas que nos ofrecen, por lo que cuanto más y más precisa información obtengamos mayores serán las posibilidades de acertar en la primera selección y no dejarnos en el camino opciones interesantes. Por ello, no dudemos en solicitar, desde el primer contacto,

todas las visitadas en San Sebastián y Alicante informaron bien al respecto.

Ya en otro ámbito, ninguna ofreció información sobre la coyuntura del mercado de la vivienda: si merecía o no la pena comprar o vender en ese momento, y por qué (tipos de interés de los créditos, situación y expectativas del mercado inmobiliario...). Tanto para la compra como para la venta, los comerciales afirmaban que es un buen momento o que "ni sí ni no" o que "es tan buen momento como cualquier otro". En ningún caso hicieron referencia al momento inmobiliario en términos de tendencias y coyuntura del mercado.

Buen trato personal y suficiente esfuerzo para vender. La situación dista mucho en las 14 ciudades, si bien este estudio no es suficientemente representativo para definir cómo opera el sector inmobiliario en las

ciudades comparadas debido a lo exiguo de la muestra: cuatro inmobiliarias por cada ciudad. De todos modos, las que ofrecieron un mejor servicio fueron las visitadas en Valencia, seguidas de las de Madrid, Vitoria y Logroño.

En lo positivo, el informe ha constatado que las inmobiliarias adoptan las medidas necesarias (y asumen los gastos que conllevan) para dar a conocer el piso que los usuarios desean vender, ya que la mayoría recurren a la prensa diaria de más tirada y a otros sistemas complementarios, entre ellos la exhibición de la oferta en el escaparate del establecimiento o el volcado en Internet de esa oferta. Asimismo, se comprobó el buen trato personal dispensado (interés, actitud, amabilidad y atención) por los empleados, así como el buen asesoramiento sobre los gastos que el usuario debe soportar en la compra

La respuesta aportada al cliente, mediocre. Las soluciones aportadas finalmente (tras aproximadamente una hora de conversación y gestiones) por las inmobiliarias al usuario que desea comprar o vender una vivienda merecen una nota media de "regular". Y ello porque, entre otras cuestiones, lo más habitual es que el empleado no mostrara ante el cliente la iniciativa -exigible en un profesional competente- de mostrarle todas las opciones que a éste pudieran interesarle. Y que (en siete de cada diez casos) no le ofreciera una información amplia y detallada por escrito sobre los pisos que podrían ajustarse a sus preferencias y necesidades.

En este aspecto de la información, destacó Valencia, ya que las cuatro inmobiliarias allí visitadas aprobaron muy holgadamente el examen al ofrecer información más que suficiente acerca de las viviendas propuestas al cliente, si bien en otras ciudades algunas inmobiliarias también cumplieron satisfactoriamente en este trascendental cometido.

En resumen, y dicho de otro modo, sólo en pocas ocasiones los técnicos de esta revista abandonaron las inmobiliarias con la sensación de haber sido bien atendidos porque el comercial había dado una respuesta completa y suficiente a sus expectativas e intereses.

do con la vivienda que buscamos. Para considerar si el precio que nos solicitan es el mejor para nosotros, podemos compararlo con el de otras viviendas similares de la zona. Podemos sorprendernos al comprobar las diferencias de precio -aparentemente ilógicas- en promociones inmobiliarias muy próximas.

DÓNDE BUSCAR LA VIVIENDA QUE MÁS SE AJUSTA A NUESTRAS NECESIDADES

Las fuentes son varias, y para sacar el máximo rendimiento de cada una de ellas conviene conocer sus ventajas y limitaciones.

DE VIVIENDA

toda la información necesaria aunque el comercial de la inmobiliaria no nos la presente por iniciativa propia. Tengamos en cuenta que lo que nos van a cobrar por este servicio (sólo si concretamos la operación) es generalmente entre el 3% y el 5% del precio de la vivienda; es decir, para un piso de 120.000 euros (20 millones de pesetas), nada menos que entre 36.000 euros (600.000 pesetas) y 60.000 euros (un millón de pesetas), más el correspondiente IVA (16%).

En la elección de la zona procede valorar la proximidad de servicios (centros de salud, colegios, transporte público, supermercados, bancos, zonas verdes y de recreo...), las características socioculturales del entorno (conflictividad social, características demográficas,...) y la tipología y características de las viviendas de la zona (altura, estética,...). No olvidemos que en la mitad de las inmobiliarias visitadas por CONSUMER se comprobó que los comerciales de aquellas apenas conocían estas características de las zonas en que se ubicaban las viviendas ofrecidas. De ahí que si no nos proporcionan información al res-

pecto, conviene requerir al comercial que se informe para poder aconsejarnos en una posterior visita. O, si no, informarnos por nosotros mismos.

Vivienda nueva ya construida o sobre plano, o de segunda mano.

En la adquisición de una vivienda nueva sobre plano lo que se compra es un proyecto, por lo que conviene averiguar todo lo posible (antecedentes y experiencia anterior) sobre la promotora, inmobiliaria o cooperativa que construirá las viviendas. En el Registro Mercantil o en el de Cooperativas puede comprobarse la existencia de la sociedad y su situación. En las de segunda mano, comprobemos en el Registro de la Propiedad si tiene alguna carga o si pesa sobre ella alguna hipoteca o nota marginal, y si está libre de arrendamientos. En la compra a través de inmobiliaria ellas realizan estas comprobaciones, por lo que debemos solicitarles información.

Una vez recopilada toda la información acerca de la oferta de las viviendas que se ajustan a nuestras necesidades estaremos en condiciones para comparar y decidir si hemos da-

Continúa en la siguiente página...

o venta de la vivienda, y la aceptable claridad con que se exponía lo relativo al precio final de las viviendas.

La casi totalidad de las inmobiliarias informan con diligencia sobre las viviendas que pueden, por sus características y precio, satisfacer al usuario, ya que son muy pocas las que intentan "colocar" al cliente los pisos que más les conviene a ellas vender.

Escaso conocimiento de la realidad inmobiliaria. Pero, a pesar de que la calidad del servicio que prestan puede considerarse aceptable (siguiendo las ponderaciones aplicadas en la metodología de CONSUMER), la inmensa mayoría de las inmobiliarias apenas explicaron las ayudas o subvenciones a las que puede optar el interesado a la hora de comprar vivienda, y la mitad de ellas ofrecieron insuficientes datos (características urbanísticas, infraestructuras y equipamientos sociales y cultu-

Buena parte de las inmobiliarias apenas ofrecen información sobre las características de la zona en que el usuario piensa para su vivienda



...Viene de la página anterior

De particular a particular. Supone un buen ahorro en concepto de honorarios de APIs (agentes de la propiedad inmobiliaria) o inmobiliarias. El inconveniente es que el comprador debe realizar por su cuenta todas las gestiones necesarias para garantizar la transparencia y eficacia de la operación.

Páginas y portales inmobiliarios en Internet. Generalmente, la oferta de viviendas en cada ciudad es bastante limitada. Entre sus ventajas, además de la economía, la rapidez y comodidad y la posibilidad que ofrecen muchos buscadores de recibir a diario por correo electrónico las ofertas que se ajustan al perfil, en precio y características, de la vivienda que se busca.

Empresas promotoras. El inconveniente es el mismo que en la compra de particular a particular. Entre sus ventajas, en muchas ocasiones la posibilidad de realizar mejoras a nuestro gusto (y con menor coste y trabajo que si se hacen posteriormente) mientras se construye la vivienda.

Inmobiliarias y APIs. Ventajas: comodidad y amplia oferta. Inconvenientes: el principal, la comisión que nos cobrarán. Sin olvidar que la calidad de servicio de algunas inmobiliarias (véase el informe de CONSUMER) deja bastante que desear.

ANTES DE COMPRAR ASEGÚRESE DE QUE...

En viviendas de segunda mano, conviene realizar comprobaciones en el Registro de la Propiedad, además de asegurarnos de que tenemos información acerca de la antigüedad de la vivienda, los servicios comunes y el estado de las instalaciones eléctricas, del agua, el gas y la calefacción central. En la compra a una promotora, la ley establece una serie de datos y documentos que deben ser puestos a disposición del comprador:

- Los referentes a la sociedad que vende: nombre o razón social, domicilio e inscripción en el Registro Mercantil.
- Descripción de la vivienda y del edificio, con las zonas comunes: un plano detallado de la vivienda que indique superficie útil y construida. Asimismo, deberán entregarnos una memoria de calidades, documento que recoge los elementos y materiales empleados en la construcción de la casa.
- Documentación del emplazamiento de las instalaciones de redes eléctri-

cas, de agua, gas y calefacción, así como sus respectivas garantías y medidas de seguridad contra incendios.

En cuanto al precio, además del coste de la vivienda tengamos en cuenta:

- Los impuestos.
- Los honorarios o comisiones de posibles intermediarios.
- Y los gastos de notaría y registro y el coste financiero derivado de la formalización del préstamo. En total, estos tres tipos de gasto extra suponen aproximadamente el 10% del desembolso total por la vivienda. Si la compra se realiza a través de inmobiliaria, consultemos al comercial. Debemos exigir toda la información referente al precio. Si solicitamos un préstamo hipotecario, pidamos a la entidad financiera elegida (comparemos varias) el tipo de interés, la cuantía y fecha de las amortizaciones y las garantías que debe constituir el comprador.

Cuando la vivienda no está construida, se solicita la entrega de cantidades anticipadas. Si es así, debe hacer-

rales, ambiente social, accesos y transporte...) sobre la zona urbana en que está pensando el cliente para su nueva vivienda. Y, aún más importante, el 60% de las inmobiliarias estudiadas no expusieron en este primer contacto con detalle y claridad las características de los pisos ofrecidos: superficie, número de habitaciones y baños, tipo de calefacción, gastos de comunidad, garaje o trastero, si la vivienda es exterior o interior, antigüedad... lo que puede incidir en que la primera selección realizada por el cliente no sea acertada. Si acudimos a una inmobiliaria a la que exponemos nuestras necesidades, y nos ofrecen 20 viviendas diferentes, difícilmente vamos a poder visitarlas todas, por lo que se requiere una información abundante y precisa sobre cada una de ellas, que nos permita realizar una criba eficaz y así visitar sólo las que más pueden adaptarse a nuestras expectativas.

se constar que la cantidad entregada antes de la formalización del contrato será deducida del precio final. Se garantizará, por contrato, la devolución de dichas cantidades si la promoción no llega a buen fin. Esas cantidades han de ser ingresadas en una cuenta bancaria cuyos datos se facilitarán al comprador, y estarán avaladas o aseguradas. Exijamos copia de ese aval o póliza de seguro.

LA FIRMA DEL CONTRATO

- Leamos con detenimiento todas y cada una de sus cláusulas.
- Comprobemos que el contrato aparecen cumplimentados estos datos:
 - Descripción de la vivienda
 - Precio, forma de pago y cuantía de cada cuota. Tipo de interés y fechas de las amortizaciones.
 - Plazo de entrega de la vivienda.
- No firmemos nada hasta haber aclarado todas las dudas (la norma exige que los contratos se redacten de forma clara y sencilla).
- Cuando la vivienda no está construida, pueden producirse modificaciones en la distribución, precios o plazos de entrega. El contrato establecerá los límites de estos cambios.

¿CÓMO SE HIZO EL ESTUDIO?

Técnicos de CONSUMER visitaron durante el pasado mes de diciembre 56 inmobiliarias en 14 ciudades diferentes. En cada inmobiliaria se realizaron dos visitas como cliente ficticio, una de compra y otra de venta. Cada visita duró entre 30 y 90 minutos. En total, se han analizado 112 visitas. Se estudiaron un total de 29 variables, 10 relacionadas con la venta y 19 con la compra de vivienda. Para el análisis global, las variables comunes en la compra y en la venta se han unido resultando un total de 14 variables repartidas en tres bloques. Las variables estudiadas surgieron fundamentalmente de la asesoría de expertos inmobiliarios y del Decreto 3248/1969 que describe las obligaciones de los APIs (agentes de la propiedad inmobiliaria). Las notas finales obtenidas por cada variable estudiada y por cada ciudad son medias surgidas de una ponderación (importancia, expresada en porcentaje, de cada variable en la nota final) fijada por CONSUMER y sus asesores especializados. Para más información, véanse los gráficos que resumen el estudio realizado.

Dinero negro y VPO

Se comprobó si las inmobiliarias median con **dinero negro** de sus clientes (si accedían a escriturar las viviendas por menos dinero del precio estipulado evitando así al usuario el pago de impuestos y otros gastos correspondientes a la cantidad no escriturada) tanto en la compra como en la venta, y si el precio al que venden las viviendas de protección oficial (V.P.O.), cuando dispongan de ellas, es inferior o no al de las viviendas de mercado libre. Las VPO están sujetas a ciertos precios y condiciones de tiempo (plazo transcurrido desde que se construyeron), estipuladas por la Administración.

Transparencia informativa

Se analizaron tres variables. En información sobre la coyuntura del mercado, se pidió a los comerciales asesoramiento técnico sobre si es un buen momento para comprar o vender vivienda, entendiéndose que la respuesta debería ser una exposición acerca de los precios (estado actual y evolución o expectativas), condiciones económicas (tipos de interés de los créditos hipotecarios), y tendencias del mercado inmobiliario. En cuanto a la transparencia en la oferta de viviendas de las inmobiliarias, se comprobó si informan desde el primer momento de todas las viviendas que se ajustan a la zona y características solicitadas por el cliente. En información acerca de la comisión cobrada por la gestión de la venta, se comprobó si se informa sobre su cuantía y del hecho de que soporta su correspondiente IVA. Se ha incluido también aquí el caso de las inmobiliarias que no hablaban sobre la comisión que corría a cargo del comprador, con lo que el cliente no era informado del precio en que iba a ser vendida su vivienda.

Calidad del servicio

Este bloque se ha dividido en cuatro apartados. En conocimiento de la realidad inmobiliaria se han analizado dos variables relacionadas con la compra, que dan cuenta del conocimiento que los comerciales poseen sobre la realidad inmobiliaria de su ciudad: la exposición (cantidad de información y calidad de la misma) sobre las características las viviendas expuestas y de las de la zona y sobre los aspectos socioculturales y de infraestructuras y equipamientos de esa zona de la ciudad.

El asesoramiento comercial engloba: información sobre posibles ayudas o subvenciones, asesoramiento sobre los gastos a soportar en la compraventa de un piso y los mecanismos desplegados por la inmobiliaria para vender el piso propuesto.

El tercer bloque, trato personal se compone de cuatro variables: el interés, la actitud, la amabilidad en el trato y la atención y servicio ofrecidos por el comercial.

En el cuarto apartado, respuesta a las necesidades del cliente, se han analizado cuatro variables. Las dos primeras se refieren a la respuesta ofrecida por la inmobiliaria a las necesidades del comprador; es decir, si responde a los requerimientos del cliente en términos de características y precio de la vivienda que aquél busca. Se consideró positiva la iniciativa propia de ofrecer, además de las viviendas cuyas características se ajustasen perfectamente a las planteadas por el cliente, otras que por cualesquiera razones pudieran asimismo interesarle. En tercer lugar, se ha valorado la calidad de las soluciones aportadas finalmente por la inmobiliaria a los problemas o necesidades planteados por el cliente en la compra-venta. Y por último, se ha comprobado cómo era (cantidad, calidad, precisión y detalle, presentación...) la información escrita facilitada por las inmobiliarias, entendiéndose como básica la que describe las características y precios de las viviendas por las que el usuario ha mostrado interés, independientemente del soporte que la inmobiliaria utilice (ficha impresa, folleto, folio escrito a mano...).