	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	MANUAL DEL CURSO DE EXCELENCIA EN VENTAS DE LOTES DE TERRENOS	Fecha de aprobación:	
		Página:	1 de


# MANUAL DEL PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS COMEXLAT

---

**Coordinación**  
**Marinee Guevara Pérez**  
**Auxiliar Administrativo Comercial**  
**Área de Calidad Comercial**


**Elaboración**  
**Sandro A. Pérez Huertas**  
**Esp. en Capacitación & Diseño Instruccional**  
**Área de Calidad Comercial**

**Aprobación**  
**Diego Contreras Gutiérrez**  
**Jefe de Calidad Comercial**  
**Área Comercial**

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	MANUAL DEL CURSO DE EXCELENCIA EN VENTAS DE LOTES DE TERRENOS	Fecha de aprobación:	
		Página:	2 de

## II. OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA


Al finalizar el programa, los participantes habrán adquirido los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para prospectar, calificar, presentar, negociar y cerrar ventas de lotes de terrenos de manera efectiva, gestionando objeciones, desempeñarse con eficacia y ética en la venta de lotes de terreno, comprendiendo el proceso comercial desde la captación hasta el cierre, así como los aspectos legales, urbanísticos y financieros que intervienen en la comercialización de terrenos rurales.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	MANUAL DEL CURSO DE EXCELENCIA EN VENTAS DE LOTES DE TERRENOS	Fecha de aprobación:	
		Página:	3 de

### III. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL PROGRAMA

#### Objetivos Específicos

1. **Comprender el mercado inmobiliario** relacionado con la venta de terrenos, identificando tipos de lotes, usos de suelo, procesos de valorización y normativas aplicables.
2. **Aplicar técnicas efectivas de prospección, negociación y cierre de ventas**, enfocadas en el perfil del comprador de terrenos y sus necesidades específicas.
3. **Desarrollar habilidades de comunicación y atención al cliente**, orientadas a generar confianza, responder objeciones y mantener relaciones comerciales duraderas.
4. **Conocer los aspectos legales y documentarios** vinculados a la compraventa de terrenos, como saneamiento físico-legal, títulos de propiedad, trámites notariales y registrales.
5. **Utilizar herramientas digitales y canales de venta online**, incluyendo CRM inmobiliarios, plataformas de anuncios y estrategias de marketing digital aplicadas a terrenos.
6. **Realizar visitas de campo y presentaciones comerciales efectivas**, interpretando planos, ubicación estratégica, accesos, servicios y proyección de desarrollo de la zona.
7. **Identificar oportunidades de inversión y financiamiento**, comprendiendo modalidades de pago, financiamiento directo, preventas y asociaciones con desarrolladores.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	MANUAL DEL CURSO DE EXCELENCIA EN VENTAS DE LOTES DE TERRENOS	Fecha de aprobación:	
		Página:	4 de

## CONTENIDOS TEMÁTICOS

Objetivo general del programa .....	2
Objetivos específicos del programa .....	3

### **MÓDULO I**

#### **FUNDAMENTOS DEL MERCADO INMOBILIARIO DE LOTES DE TERRENO**

##### **SESIÓN 1**


Panorama del sector inmobiliario: Tendencia, demanda y oferta .....	9
Análisis de indicadores macro económicos relevantes .....	12
El ciclo del mercado inmobiliario para lotes rústicos. fases .....	
Expectativa de la venta de lotes rústicos .....	

##### **SESIÓN 2**

Segmentación del mercado de lotes de terreno .....	
Características y necesidades del cliente inversionista, visión a mediano y largo plazo .....	
Identificación del público objetivo que compra lotes de terreno rústico .....	

##### **SESIÓN 3**

Conceptos básicos de legalidad: Título de propiedad, registros públicos, licencias y habilitación urbana .....	
Diferencia entre título de propiedad y posesión de un lote rústico .....	
Tipos de licencias para urbanización y construcción de lotes rústicos en el Perú .....	

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	MANUAL DEL CURSO DE EXCELENCIA EN VENTAS DE LOTES DE TERRENOS	Fecha de aprobación:	
		Página:	5 de

## MÓDULO II

### PROSPECCIÓN Y CALIFICACIÓN DE CLIENTES

#### SESIÓN 1

Fuentes de prospectos: referidos, redes sociales, eventos, alianzas, publicidad On Line/ Off Line .....  
Estrategias de prospección en redes sociales para vendedores de lotes rústicos en Perú .....

#### SESIÓN 2

Técnicas de prospección en frío y en caliente .....  
Guion para llamadas en frío y mensajes de contacto inicial para vender lotes rústicos en Perú .....

#### SESIÓN 3

Criterios de calificación de prospectos BANT para lotes de terreno rústicos en Perú .....  
Cómo identificar el presupuesto real del cliente que compra lotes rústicos .....  
Cómo determinar quién toma la decisión de compra de lotes rústicos .....  
Cómo descubrir la necesidad real y el problema que un lote rústico resolverá para un cliente .....  
Cómo establecer el cronograma del cliente para la compra de lotes rústicos .....  
Otros criterios de calificación de prospectos para lotes rústicos en Perú .....

#### SESIÓN 4

Perfiles detallados de clientes (Buyer Personas) para lotes rústicos en Perú .....  
Actividad práctica: Elabora un mensaje facilitando el primer contacto con el cliente .....

## MÓDULO III

### PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECCIONES

#### SESIÓN 1

La psicología de la venta: necesidades, deseos y motivaciones del comprador de lotes .....  
La pirámide de Maslow aplicada a la compra de lotes rústicos en el Perú .....

#### SESIÓN 2


Estructura de una presentación de ventas efectiva .....  
Negociación en la venta de lotes rústicos .....  
Manejo de objeciones comunes .....  
Identificación de los "Puntos de dolor" y aspiraciones del cliente para lotes rústicos en Perú .....  
Identificación de las aspiraciones del cliente .....  
Estrategias para identificar puntos de dolor y aspiraciones .....  
Cómo apalancar los puntos de dolor y aspiraciones en la venta .....

#### SESIÓN 3

Técnicas de Storytelling y Visualización para Vender el "Sueño" del Lote .....

#### SESIÓN 4

Fundamentos de la negociación: Tipos, estrategias (ganar – ganar) BATNA .....  
Concepto de BATNA (Mejor Alternativa a un Acuerdo Negociado) .....

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	MANUAL DEL CURSO DE EXCELENCIA EN VENTAS DE LOTES DE TERRENOS	Fecha de aprobación:	
		Página:	6 de

## SESIÓN 5

Clasificación de objeciones en la venta de terrenos rústicos en Perú .....

## SESIÓN 6

Comunicación no verbal: lenguaje corporal, tono de voz .....

## MÓDULO IV

### CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS

#### SESIÓN 1

Tipos de cierre de ventas en lotes rústicos y cuándo usarlos .....

#### SESIÓN 2

Señales de compra no verbales en la venta de lotes rústicos en Perú .....

#### SESIÓN 3

Manejo de la objeción final y el miedo al compromiso .....

#### SESIÓN 4

Documentación legal en la venta de lotes rústicos en Perú .....

#### SESIÓN 5

Proceso de registro de la propiedad en SUNARP para lotes rústicos en Perú .....

Consideraciones específicas para lotes rústicos .....

Beneficios de la inscripción en SUNARP .....

#### SESIÓN 6

Cálculo de cuotas e intereses (si aplica financiamiento directo) .....

Gastos asociados a la compraventa de lotes rústicos .....

#### SESIÓN 7

Importancia de la post-venta inmediata y la referencia .....

Cómo sentar las bases para futuras referencias en la venta de lotes de terreno rústico .....

## MÓDULO 5

### GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO

#### SESIÓN 1


Importancia de la relación a largo plazo con el cliente en la venta de lotes rústicos .....

El valor del ciclo de vida del cliente (CLV) en la venta de lotes rústicos .....

La fidelización con el cliente .....

#### SESIÓN 2

Estrategias de seguimiento post-venta en la venta de lotes rústicos .....

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	MANUAL DEL CURSO DE EXCELENCIA EN VENTAS DE LOTES DE TERRENOS	Fecha de aprobación:	
		Página:	7 de

### SESIÓN 3

Programas de referidos y testimonios en venta de lotes rústicos .....

### SESIÓN 4

Marca personal del asesor comercial .....

Importancia de desarrollar una marca personal .....

Uso de redes sociales .....

Cómo desarrollar un Pitch persona y profesional .....

### SESIÓN 5

Metas de ventas y KPIs (Key Performance Indicators) en la venta de lotes de terreno .....

Cómo establecer metas SMART para la venta de lotes de terreno .....


### BIBLIOGRAFÍA

Informes y análisis de mercado .....

Publicaciones Académicas y Tesis .....

Normativa y entidades oficiales .....

Artículos y blogs de consultoras/estudios jurídicos inmobiliarios .....


	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	MÓDULO 1: FUNDAMENTOS DEL MERCADO INMOBILIARIO DE LOTES DE TERRENO	Fecha de aprobación:	
		Página:	8 de

# MODULO 1: FUNDAMENTOS DEL MERCADO INMOBILIARIO DE LOTES DE TERRENO

---

## SESIÓN 1



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	SESIÓN 1: PANORAMA DEL SECTOR INMOBILIARIO: TENDENCIAS, DEMANDAS Y OFERTAS	Fecha de aprobación:	
		Página:	9 de

## I. Panorama del sector inmobiliario: Tendencias, demandas y ofertas

### PANORAMA DEL SECTOR INMOBILIARIO EN EL PERÚ: TENDENCIAS, DEMANDAS Y OFERTA (2025 – 2030)

El mercado inmobiliario peruano se encuentra en una fase de recuperación y adaptación, con proyecciones de crecimiento constante para los próximos años. La demanda y la oferta están siendo moldeadas por factores económicos, tecnológicos y cambios en el estilo de vida de los compradores.

#### I.- Tendencias clave (2025-2030)

##### 1.- Sostenibilidad y eficiencia energética:

Se evidencia un creciente interés por propiedades que integran soluciones ecológicas (paneles solares, uso eficiente del agua) y que ofrecen un menor impacto ambiental, con mayor valor de reventa y reducción de costos operativos a largo plazo son atractivos clave.

##### 2.- Digitalización del sector:


El aumento en el uso de herramientas digitales como la realidad virtual/aumentada para tours de propiedades, plataformas de compraventa en línea y soluciones de gestión inmobiliaria se suman al uso de la inteligencia artificial, la cual se utilizará para personalizar la oferta y optimizar procesos.

##### 3.- Viviendas multifuncionales y espacios flexibles:

La preferencia por espacios que puedan adaptarse a diversas funciones (oficinas en casa, áreas de recreación) se mantiene, impulsada por el teletrabajo y la búsqueda de mayor calidad de vida. El desarrollo de proyectos con áreas comunes diseñadas para coworking, gimnasios y zonas verdes adquieren relevancia en este y para los próximos años.

##### 4.- Desarrollo en zonas urbanas intermedias y fuera de lima:

Ciudades como Trujillo, Arequipa y Chiclayo, así como distritos emergentes en Lima (Breña, Ate, San Miguel), están experimentando un crecimiento inmobiliario significativo debido a precios competitivos y mayor demanda. La ampliación de

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYB MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>SESIÓN 1: PANORAMA DEL SECTOR INMOBILIARIO: TENDENCIAS, DEMANDAS Y OFERTAS</b>	Fecha de aprobación:	
		Página:	10 de

infraestructuras (carreteras, puertos, aeropuertos) revaloriza terrenos cercanos a estas obras.

### **5.- Confianza y estabilización de precios:**

Se espera una mayor confianza de inversores y promotores, con una postura más optimista en el mercado. Se prevé que los precios de las propiedades en Lima sigan una tendencia al alza, con un incremento estimado del 3% al 7% anual en el largo plazo, impulsado por la demanda y la oferta limitada en áreas centrales.

### **6.- Enfoque en proyectos de menor altura y comunidades:**

Preferencias por edificios de menor altura que ofrezcan mayor comodidad, privacidad y sentido de comunidad. El co-living y los espacios compartidos siguen ganando popularidad.

## **II.- Demanda proyectada (2025-2030)**

### **1.- Demanda sostenida en vivienda:**

El mercado inmobiliario cerró el 2024 con un crecimiento del 30% y se proyecta un crecimiento adicional del 7% al 8% para el 2025. *La demanda sigue siendo impulsada por un déficit de vivienda existente, un mayor acceso al crédito hipotecario y tasas de interés competitivas, junto con la recuperación del empleo formal.*

### **2.- Jóvenes compradores y diversificación:**

Existe una nueva generación de compradores que está cambiando las reglas, buscando proyectos más diversificados y adaptados a sus necesidades. El aumento en la demanda de departamentos de renta inmobiliaria, con proyecciones de superar las 1,000 unidades en Lima para 2025.


### **3.- Inversión como motivo de compra:**

Los inmuebles son cada vez más vistos como una inversión sólida a largo plazo, aumentando la demanda por propiedades con potencial de valorización. Esto impulsa la compra en zonas con alta rotación de alquileres y crecimiento sostenido.

## **III.- Oferta proyectada (2025-2030)**

### **1.- Recuperación en la Oferta:**

Después de un período de ralentización, las empresas constructoras están retomando el desarrollo de proyectos. Se observa una diversificación de la oferta,

	PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS	Código:	AYB MAN 0001
	ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL	Versión:	V 1.0
	SESIÓN 1: PANORAMA DEL SECTOR INMOBILIARIO: TENDENCIAS, DEMANDAS Y OFERTAS	Fecha de aprobación:	
		Página:	11 de

con **enfoque en proyectos que incorporan diseño funcional, tecnología y sostenibilidad.**

## 2.- Crecimiento del sector industrial y logístico:

La digitalización y el comercio electrónico impulsan una alta demanda de terrenos industriales para almacenamiento y distribución de última milla. Se evidencia un aumento de proyectos de almacenes y centros de datos, especialmente en zonas estratégicas con fácil acceso para logística.

## 3.- Proyectos adaptados a nuevas preferencias:

La oferta se está adaptando a la demanda de espacios flexibles, con áreas comunes para teletrabajo y ocio. Desarrolladores líderes están concentrando la oferta en Lima Metropolitana en proyectos multifamiliares modernos en distritos emergentes.

## 4.- Escasez de terrenos en zonas céntricas:


La disponibilidad limitada de terrenos para nuevos desarrollos en áreas centrales de Lima continuará restringiendo la oferta, lo que podría contribuir al aumento de los precios en estas zonas.

En conclusión, el sector inmobiliario en Perú se encamina hacia un periodo de consolidación y crecimiento, con una **fuerte influencia de la tecnología, la sostenibilidad y la adaptación a las nuevas necesidades de los compradores**, tanto para vivienda como para inversión y desarrollo industrial. Ver figura 1

# Enfoque de preferencias al 2030

Aspecto	Proyección
Construcción verde	30%+ proyectos con certificaciones (LEED, EDGE)
Proptech e innovación	Digitalización con BIM, Big Data y realidad virtual
Demanda de vivienda	Sigue creciendo en zonas urbanas y emergentes
Terrenos industriales	Aumento sostenido por infraestructura logística
Usos mixtos	40%+ de desarrollos residenciales con comercio/oficinas
Crédito hipotecario	Más accesible si tasas bajan, impacto medio-alto

Figura 1: Cuadro de enfoque de preferencias al 2030

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MANÍ 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ANÁLISIS DE INDICADORES ECONOMICOS RELEVANTES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	12 de

## II. Análisis de Indicadores Económicos Relevantes

### EN LA VENTA DE LOTES DE TERRENO EN PERÚ (2025 – 2030)

El mercado de lotes de terreno en Perú está intrínsecamente ligado al desempeño de los indicadores macroeconómicos clave. Para el periodo 2025-2030, las proyecciones económicas sugieren un entorno que, en general, podría ser favorable para el sector inmobiliario, aunque con desafíos a considerar.

#### I.- Tasas de interés


**1.1.- Proyección (2025-2030):** El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) ha estado realizando ajustes en la tasa de interés de referencia para mantener la inflación bajo control. Las proyecciones indican que, con una inflación estabilizada dentro del rango meta, las **tasas de interés tenderán a estabilizarse en niveles más bajos** que en años anteriores, incentivando la contratación de créditos a largo plazo. Se espera que esta tendencia se mantenga hasta 2026, y si la estabilidad macroeconómica persiste, las tasas reales se mantendrían en niveles favorables en el mediano y largo plazo.

#### 1. 2.- Impacto en la venta de lotes:

**1.2.1.- Acceso a Crédito:** Tasas de interés más bajas **facilitan el acceso a créditos hipotecarios y de habilitación urbana**, lo que directamente impulsa la capacidad de compra de terrenos. Para los desarrolladores, menores costos de financiamiento de proyectos pueden traducirse en una mayor oferta y precios más accesibles.

**1.2.2.- Costo de oportunidad:** Si las tasas de interés para inversiones alternativas son más bajas, la inversión en bienes raíces (incluyendo lotes) se vuelve más atractiva, ya que ofrece un potencial de plusvalía y flujos de caja (si se desarrollan).

**1.2.3.- Poder adquisitivo:** Un entorno de tasas más bajas mejora el poder adquisitivo de los compradores, haciéndolos más propensos a adquirir activos como lotes.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ANÁLISIS DE INDICADORES ECONOMICOS RELEVANTES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	20 de

## II.- Inflación

**2.1.- Proyección (2025-2030):** Se espera que la inflación en Perú se mantenga **dentro del rango objetivo del BCRP (entre 1% y 3%)** para 2025 y 2026, tras la reversión de choques de oferta. Las proyecciones hacia el 2030 sugieren una continuidad en esta estabilidad, con el BCRP buscando mantener la inflación cerca del centro del rango meta. Factores como la demanda interna, las presiones internacionales sobre los precios y la evolución del tipo de cambio son monitoreados de cerca.

### 2.2.- Impacto en la venta de lotes:


**2.2.1.- Poder Adquisitivo:** Una inflación controlada **preserva el poder adquisitivo de los compradores**, lo que les permite mantener su capacidad de inversión en lotes de terreno. Una inflación alta, por el contrario, erosiona la capacidad de compra y aumenta la incertidumbre.

**2.2.2.- Costo de materiales y construcción:** Una inflación estable significa que los costos de materiales de construcción y mano de obra no experimentarán aumentos drásticos, lo cual es favorable tanto para los desarrolladores de lotes habilitados como para los compradores que planean construir en el futuro.

**2.2.3.- Refugio de valor:** En entornos de inflación moderada y controlada, los bienes raíces, y particularmente los lotes (con su potencial de plusvalía), pueden ser vistos como un **refugio de valor** y una protección contra la pérdida del poder adquisitivo del dinero.

## III.- Crecimiento del producto bruto interno (PIB)

**3.1.- Proyección (2025-2030):** El BCRP y otras entidades proyectan un **crecimiento económico moderado y sostenido** para Perú. Para 2025, las estimaciones de crecimiento rondan el 3.2% al 3.9%, impulsado principalmente por la recuperación de la demanda interna y la inversión privada. Para el periodo 2026-2028, se prevé que el PIB global converja a una tasa de crecimiento alrededor del 3.0%-3.1%. Las proyecciones a largo plazo (hasta 2030) indican que el gasto privado y la inversión privada seguirán siendo motores clave, con la inversión pública también contribuyendo al crecimiento.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ANÁLISIS DE INDICADORES ECONOMICOS RELEVANTES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	21 de

### 3.2.- Impacto en la venta de lotes:

**3.2.1.- Generación de ingresos y empleo:** Un crecimiento sostenido del PIB se traduce en **mayor generación de empleo y mejores ingresos para la población**. Esto aumenta la capacidad de ahorro y la disposición a invertir en activos como los lotes de terreno, ya sea para vivienda o como inversión a largo plazo.

**3.2.2.- Confianza del consumidor e inversor:** Un panorama de crecimiento económico genera **mayor confianza** tanto en los consumidores como en los inversores. Esta confianza se traduce en decisiones de compra de activos a largo plazo, como propiedades inmobiliarias.


**3.2.3.- Desarrollo de infraestructura:** El crecimiento económico a menudo va de la mano con la inversión pública en infraestructura (carreteras, servicios básicos, puertos como Chancay). El desarrollo de infraestructura cercana a los lotes **aumenta su valor y atractivo**, impulsando la demanda, especialmente en zonas emergentes.

**3.2.4.- Inversión privada y demanda específica:** El incremento de la inversión privada (ej. en minería, agroindustria, manufactura, logística) puede generar una mayor demanda de terrenos industriales y logísticos, impulsando significativamente el segmento de lotes para uso comercial e industrial en el mediano y largo plazo.

### IV.- Conclusión para el vendedor de lotes de terreno (2025-2030)

El panorama económico para Perú en los próximos años (2025-2030) presenta un **entorno generalmente favorable para la venta de lotes de terreno**. La combinación de **tasas de interés que tienden a la baja**, una **inflación controlada** y un **crecimiento del PIB sostenido** debería **fomentar el poder adquisitivo, el acceso a financiamiento y la confianza para la inversión en bienes raíces**.

Para un vendedor de lotes, esto significa que hay una base económica sólida para el crecimiento del mercado. Es crucial que el vendedor esté al tanto de estas tendencias para:

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA Y SU INFLUENCIA EN LA VALORIZACIÓN DE LOTES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	22 de

- ✓ **Argumentar la inversión:** Posicionar los lotes como una inversión atractiva y segura en un contexto de estabilidad económica y potencial de plusvalía a largo plazo.
- ✓ **Asesorar sobre financiamiento:** Conocer las condiciones crediticias favorables y las proyecciones de tasas para guiar a los clientes de manera efectiva.
- ✓ **Identificar oportunidades:** Reconocer las zonas de crecimiento impulsadas por el desarrollo económico, la inversión en infraestructura y los cambios en la demanda de diferentes tipos de lotes (residenciales, industriales, comerciales).
- ✓ **Anticipar demandas:** Entender cómo el crecimiento del PIB y las proyecciones sectoriales pueden generar demanda en segmentos específicos del mercado de lotes.

### III.- Desarrollo de infraestructura y su influencia en la valorización de lotes

#### EN LA VENTA DE LOTES DE TERRENO EN PERÚ (2025 – 2030)


El desarrollo de la infraestructura en Perú es un motor clave para la valorización de los lotes de terreno. Las proyecciones hacia 2030 indican un impacto significativo debido a la ejecución de grandes proyectos estratégicos. La mejora en la conectividad, la provisión de servicios y el impulso a la actividad económica transformarán el valor de los terrenos en diversas regiones del país.

#### I.- Proyectos de infraestructura clave y su impacto:

El gobierno peruano, junto con la inversión privada, está impulsando una serie de megaproyectos que tendrán un efecto directo en la valorización de lotes:

**1.1.- Infraestructura de transporte (Vías, ferrocarriles, metro):** Línea 2, 3 y 4 del Metro de Lima y Callao: La expansión de la red de metro, especialmente la Línea 2 (que conectará Ate con el Callao) y el relanzamiento de las Líneas 3 y 4, reducirá significativamente los tiempos de viaje y la congestión vehicular. **Influencia en Lotes:** Las áreas cercanas a las estaciones del metro experimentan una valorización considerable debido a la mayor accesibilidad y conectividad. Esto impulsa el desarrollo de proyectos residenciales, comerciales y de uso mixto, incrementando la densidad urbana y la demanda por terrenos en



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA Y SU INFLUENCIA EN LA VALORIZACIÓN DE LOTES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	23 de

estas zonas. Los lotes para vivienda y comercio minorista serán los más beneficiados.

**1.2.- Nueva carretera central:** Este proyecto, que conectará Lima con el altiplano central, facilitará el transporte de bienes y personas. **Influencia en Lotes:** Revaloriza áreas periurbanas y rurales que antes eran de difícil acceso, abriendo nuevas oportunidades para el desarrollo de lotes residenciales más asequibles y, crucialmente, de lotes industriales y logísticos en las zonas de influencia, al mejorar la cadena de suministro y distribución.

**1.3.- Ferrocarril Lima-Ica:** Un tren de cercanías que busca mejorar la conexión entre estas dos importantes regiones. **Influencia en Lotes:** Potenciará el desarrollo y la plusvalía de terrenos a lo largo de su recorrido, especialmente en puntos cercanos a las futuras estaciones, fomentando el crecimiento de centros urbanos intermedios y facilitando la expansión de actividades comerciales y agrícolas que dependen de la logística.


## **II.- Infraestructura portuaria y aeroportuaria:**

**2.1.- Puerto multipropósito de chancay:** Este megapuerto se perfila como un HUB logístico regional clave para el comercio con Asia. **Influencia en Lotes:** Tendrá un impacto masivo en la valorización de lotes industriales y logísticos en su área de influencia, así como en los corredores viales que conectan con él. La demanda por terrenos para almacenes, centros de distribución y fábricas aumentará drásticamente. También generará crecimiento en lotes para servicios y viviendas para trabajadores.

**2.2.- Ampliación del aeropuerto internacional Jorge Chávez:** La modernización y expansión del principal aeropuerto del país. **Influencia en Lotes:** Incrementará la demanda por lotes comerciales (hoteles, oficinas, servicios turísticos) y residenciales en sus inmediaciones, debido al aumento del flujo de personas y la generación de empleo. Las zonas aledañas verán una fuerte revalorización.

**2.3.- Aeropuerto internacional de Chinchero (Cusco):** Vital para el turismo en la región sur. **Influencia en Lotes:** Potenciará la valorización de terrenos para uso turístico (hoteles, resorts), comercial y residencial en Cusco y sus alrededores, al facilitar la llegada de visitantes y el desarrollo económico regional.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA Y SU INFLUENCIA EN LA VALORIZACIÓN DE LOTES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	24 de

### III.- Servicios básicos y urbanización:

**3.1.- Extensión de redes de agua, luz y desagüe:** La inversión en llevar servicios básicos a nuevas zonas es fundamental para su habilitación y posterior desarrollo. **Influencia en Lotes:** La disponibilidad de servicios básicos incrementa exponencialmente el valor de un lote, transformándolo de un terreno rústico a un predio urbanizable y construible. La ausencia de estos servicios implica costos adicionales significativos para el comprador, mientras que su presencia representa una valorización inmediata y una mayor facilidad para el desarrollo de cualquier proyecto.


**3.2.- Habilitaciones Urbanas:** Los proyectos de desarrollo urbano que incluyen la pavimentación de calles, alumbrado público, parques y otras áreas comunes. **Influencia en Lotes:** Los lotes dentro de una habilitación urbana legal y completa tienen una plusvalía superior a los terrenos sin habilitar. Ofrecen seguridad jurídica, acceso a servicios y un entorno planificado que atrae a compradores para vivienda o inversión.

### IV. Conclusión sobre la influencia en la valorización hacia 2030

Hacia el 2030, el desarrollo de infraestructura en Perú será un catalizador fundamental para la plusvalía de los lotes de terreno. Los proyectos de transporte reducirán distancias y costos, incentivando el crecimiento en zonas antes periféricas y estratégicas para la logística. La modernización de puertos y aeropuertos creará polos de desarrollo comercial e industrial.

#### Para los lotes de terreno, esto se traduce en:

- ✓ **Mayor accesibilidad:** Lotes mejor conectados serán más deseables y valiosos.
- ✓ **Incremento de la demanda:** La mejora en la calidad de vida y las oportunidades económicas atraerán a más compradores.
- ✓ **Cambio en el uso de suelo:** Zonas antes rurales o subutilizadas podrían transformarse en áreas con potencial residencial, comercial o industrial, disparando su valor.
- ✓ **Plusvalía sostenida:** La inversión en infraestructura sienta las bases para un crecimiento sostenido del valor de la tierra en las áreas de influencia de los proyectos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA Y SU INFLUENCIA EN LA VALORIZACIÓN DE LOTES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	25 de

**(\*) Un vendedor de lotes debe estar profundamente informado sobre estos desarrollos para argumentar con solidez el potencial de inversión y plusvalía de los terrenos que comercializa.**

## V.- El Ciclo del Mercado Inmobiliario para Lotes rústicos y sus fases

El mercado inmobiliario, incluyendo el de lotes rústicos (o no urbanizados), opera en ciclos. Comprender estas fases es crucial para vendedores e inversionistas, ya que permite tomar decisiones estratégicas sobre cuándo comprar, vender o desarrollar. Aunque los lotes rústicos pueden tener dinámicas ligeramente diferentes a las propiedades urbanizadas (por ejemplo, su valor se vincula más a la visión de desarrollo futuro y menos a la ocupación inmediata), las fases generales del ciclo se aplican.

### Las Cuatro fases del ciclo inmobiliario

El ciclo inmobiliario se compone generalmente de cuatro fases principales:

#### 1.- Recuperación:


Esta fase ocurre después de una recesión o un periodo de baja actividad. El mercado comienza a mostrar señales de mejora, pero de manera tímida. La demanda empieza a superar ligeramente la oferta existente. No hay muchos proyectos nuevos y la confianza aún es baja.

##### 1.1.- Características en lotes rústicos:

- ✓ **Bajos precios:** Los precios de los lotes rústicos están en su punto más bajo o empiezan a estabilizarse.
- ✓ **Poca actividad de construcción:** Prácticamente no hay desarrollo de nuevos proyectos de habilitación urbana.
- ✓ **Escasa inversión:** Pocos inversionistas se atreven a comprar, y el financiamiento es difícil de obtener.
- ✓ **Inventario existente:** Los lotes que quedaron sin vender en la fase de recesión empiezan a moverse lentamente.

##### 1.2.- Cómo Identificarla:

- ✓ **Caída en el inventario de lotes en venta:** Las propiedades listadas comienzan a disminuir.
- ✓ **Estabilización o ligera subida de precios:** Después de una caída, los precios dejan de bajar y pueden mostrar un leve repunte.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA Y SU INFLUENCIA EN LA VALORIZACIÓN DE LOTES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	26 de

- ✓ **Aumento en consultas o visitas:** Un pequeño pero constante incremento en el interés de compradores.
- ✓ **Mejora de indicadores económicos generales:** Recuperación del PIB, estabilización de la inflación.

## 2.- Expansión (o Auge):

Es el momento de mayor crecimiento y optimismo del ciclo. La economía general mejora, el empleo aumenta y la confianza del consumidor se dispara. La demanda supera consistentemente a la oferta, impulsando los precios al alza.

### 2.1.- Características en lotes rústicos:

- ✓ **Incremento significativo de precios:** Los valores de los lotes rústicos suben rápidamente.
- ✓ **Auge en el desarrollo:** Se inician y lanzan muchos proyectos nuevos de habilitación urbana.
- ✓ **Fácil financiamiento:** Los bancos o algunas inmobiliarias están más dispuestos a otorgar créditos.
- ✓ **Fiebre compradora:** Hay un gran volumen de transacciones y un sentimiento de "no querer quedarse fuera".
- ✓ **Especulación:** Puede haber compras con fines puramente especulativos.

### 2.2.- Cómo Identificarla:


- ✓ **Crecimiento acelerado de precios:** Los lotes se venden cada vez más caros y rápido.
- ✓ **Alta demanda:** Los lotes se venden rápidamente una vez lanzados.
- ✓ **Aumento en la construcción de proyectos de habilitación:** Muchas vallas de "próximo proyecto" o "lotes en venta".
- ✓ **Optimismo generalizado:** Noticias positivas en los medios sobre el sector inmobiliario y la economía.
- ✓ **Mayor acceso a crédito:** Facilidad para obtener préstamos hipotecarios o para desarrolladores.

## 3.- Contracción (o Desaceleración):

La oferta comienza a alcanzar y luego a superar a la demanda. El ritmo de crecimiento se ralentiza. Los precios siguen subiendo, pero a un ritmo menor, o se estancan. La competencia entre vendedores aumenta y el optimismo empieza a ceder.

### 3.1.- Características en lotes rústicos:

- ✓ **Ralentización del aumento de precios:** Los lotes dejan de subir tan rápido, o los precios se estancan.
- ✓ **Acumulación de inventario:** Los lotes tardan más en venderse.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA Y SU INFLUENCIA EN LA VALORIZACIÓN DE LOTES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	27 de

- ✓ **Menos proyectos nuevos:** Los desarrolladores se vuelven más cautelosos.
- ✓ **Dificultad en la financiación:** Los bancos o las inmobiliarias comienzan a endurecer las condiciones crediticias.

### 3.2.- Cómo identificarla:

- ✓ **Menor volumen de ventas:** Las transacciones comienzan a disminuir.
- ✓ **Aumento del tiempo promedio en el mercado:** Los lotes permanecen más tiempo en oferta.
- ✓ **Descuentos o promociones:** Los vendedores empiezan a ofrecer incentivos para mover el inventario.
- ✓ **Sentimiento de cautela:** Las noticias económicas pueden ser mixtas o empezar a mostrar signos de desaceleración.

### 4.- Recesión (o Fondo):

Es el punto más bajo del ciclo. La oferta supera drásticamente a la demanda. Los precios caen, la actividad de construcción se paraliza y la confianza es mínima.

#### 4.1.- Características en lotes rústicos:

- ✓ **Caída de precios:** Los valores de los lotes disminuyen significativamente.
- ✓ **Nula actividad de desarrollo:** No se inician nuevos proyectos de habilitación.
- ✓ **Alta oferta no vendida:** Gran cantidad de lotes disponibles sin compradores.
- ✓ **Dificultad extrema para vender:** Pocas transacciones, el financiamiento es casi inexistente.
- ✓ **Oportunidades para inversores de largo plazo:** Quienes tienen capital y visión encuentran "gangas".

#### 4.2.- Cómo identificarla:

- ✓ **Caída sostenida de precios:** Los lotes se venden por debajo de su valor anterior.
- ✓ **Volumen de ventas muy bajo:** El mercado está casi paralizado.
- ✓ **Despidos en el sector:** Las empresas inmobiliarias y constructoras reducen personal.
- ✓ **Noticias económicas negativas:** Recesión económica, alta inflación, desempleo.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	EXPECTATIVA DE VENTA DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ (2025 – 2030)	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	28 de

#### 4.3.- Factores a observar para identificar las fases en lotes rústicos

Para identificar en qué fase se encuentra el mercado de lotes rústicos, presta atención a los siguientes indicadores:

- ✓ **Precios por metro cuadrado:** Monitorea la evolución de los precios de lotes comparables. Una subida rápida indica expansión; una caída, recesión.
- ✓ **Volumen de transacciones:** El número de lotes vendidos en un periodo. Alto volumen en expansión, bajo en recesión.
- ✓ **Tiempo de permanencia en el mercado:** Cuánto tiempo tarda un lote en venderse. Se acorta en expansión, se alarga en contracción/recesión.
- ✓ **Inventario disponible:** Cantidad de lotes en venta. Disminuye en recuperación/expansión, aumenta en contracción/recesión.
- ✓ **Inicio de nuevos proyectos de habilitación:** Señal de confianza de los desarrolladores (expansión) o su ausencia (recuperación/recesión).
- ✓ **Condiciones del crédito:** Facilidad o dificultad para acceder a financiamiento para la compra de lotes o el desarrollo de proyectos.
- ✓ **Indicadores macroeconómicos:** PIB, tasas de interés, inflación, desempleo.
- ✓ **Sentimiento del mercado:** Opiniones de expertos, noticias del sector, confianza de compradores y vendedores.
- ✓ **Inversión en infraestructura en zonas cercanas:** La planificación o ejecución de carreteras, servicios básicos, puertos, etc., puede indicar el inicio de una fase de recuperación o expansión en áreas específicas.

Entender estas dinámicas te permitirá anticipar movimientos y ajustar las estrategias de venta y adquisición de lotes rústicos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	EXPECTATIVA DE VENTA DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ (2025 – 2030)	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	29 de

## VI.- Expectativa de Venta de Lotes Rústicos en Perú (2025-2030)

Basándonos en las fases del ciclo del mercado inmobiliario y las proyecciones económicas y de infraestructura para Perú, la venta de lotes rústicos en el periodo 2025-2030 se perfila con una **expectativa generalmente positiva, tendiendo hacia fases de recuperación y expansión en zonas estratégicas**, aunque con matices importantes a considerar.

### 1.- Posicionamiento actual en el ciclo (inicio 2025)

El mercado inmobiliario peruano, en general, se encuentra saliendo de una fase de desaceleración y entrando en una de **Recuperación o inicio de Expansión**. Las proyecciones de crecimiento del PIB, la estabilización de la inflación y las tasas de interés que tienden a la baja son indicadores macroeconómicos favorables para esta transición.


### 2.- Proyección para lotes rústicos (2025-2030)

La venta de lotes rústicos, por su naturaleza, está fuertemente influenciada por la expectativa de **futura habilitación urbana y desarrollo**. Por lo tanto, su ciclo estará muy ligado a:

#### 2.1.- Inversión en infraestructura:

**2.1.1.- Período 2025-2030:** Se proyecta una fuerte inversión en grandes proyectos de infraestructura (Puerto de Chancay, nuevas carreteras, ampliaciones de Metro en Lima, Ferrocarril Lima-Ica).

**2.1.2.- Impacto en lotes rústicos:** Aquellos lotes rústicos ubicados en las **zonas de influencia directa de estos megaproyectos** experimentarán una **acelerada valorización** y una demanda creciente. Se prevé que pasen rápidamente de una fase de **Recuperación** a una de **Expansión**. La expectativa de acceso futuro a servicios básicos y conectividad los hará altamente atractivos para inversionistas y desarrolladores.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	EXPECTATIVA DE VENTA DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ (2025 – 2030)	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	30 de

**2.1.3.- Evidencia de identificación:** Monitorear el progreso físico de las obras, los anuncios de planes de desarrollo urbano en esas zonas y el inicio de proyectos de habilitación urbana por parte de grandes desarrolladores.

### 3.- Expansión urbana y proyectos de habilitación:

**3.1.- Período 2025-2030:** El crecimiento poblacional y la necesidad de vivienda seguirán impulsando la expansión urbana hacia la periferia de las ciudades principales y el desarrollo de ciudades intermedias. Los programas de formalización de la propiedad rural también contribuirán a dar seguridad jurídica.

**3.2.- Impacto en lotes rústicos:** Los lotes rústicos que estén en la **trayectoria de crecimiento urbano** o en zonas donde se planifiquen **nuevas habilitaciones urbanas** verán un aumento significativo en su demanda y valor. La inversión en estos terrenos estará ligada a la visión de convertirlos en lotes urbanos residenciales, comerciales o industriales en el mediano plazo.

**3.3.- Evidencia de Identificación:** Revisar los planes de desarrollo urbano de las municipalidades, los anuncios de proyectos de habilitación por parte de urbanizadoras y el aumento de los precios por metro cuadrado en zonas periurbanas.

### 4.- Inversión especulativa y de largo plazo:

**4.1.- Período 2025-2030:** Un entorno de estabilidad macroeconómica, con inflación controlada y tasas de interés favorables, hará que la inversión en lotes rústicos sea atractiva como **refugio de valor y potencial de plusvalía a largo plazo**.

**4.2.- Impacto en lotes rústicos:** Inversionistas buscarán lotes con bajo costo inicial y alto potencial de revalorización, esperando la maduración de los proyectos de infraestructura o la expansión urbana. Esto podría llevar a que algunos lotes rústicos entren en una fase de **Expansión** impulsada por la inversión, incluso antes de que se inicie el desarrollo físico.

**4.3.- Evidencia de identificación:** Aumento en el volumen de transacciones de lotes rústicos en zonas clave, participación de inversores minoristas y mayor interés en terrenos sin desarrollo inmediato.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	EXPECTATIVA DE VENTA DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ (2025 – 2030)	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	31 de

## 5.- Diferenciación por uso futuro:

**5.1.- Período 2025-2030:** La demanda de lotes rústicos se diversificará según su potencial uso futuro:

**5.2.- Residencial asequible:** Crecimiento en la demanda de terrenos para primera vivienda en la periferia, donde se buscan precios más bajos y mayor espacio.

**5.3.- Industrial/Logístico:** Explosión de la demanda en zonas cercanas a puertos (Chancay) y ejes viales estratégicos para almacenes y fábricas, impulsada por el comercio electrónico.

**5.4.- Agrícola/Agroexportación:** Terrenos rústicos con aptitud agrícola seguirán siendo valorados por su potencial productivo, especialmente con el impulso de la agroexportación peruana.

**5.5.- Impacto en lotes rústicos:** Los vendedores deberán especializarse en identificar el potencial de uso de cada lote rústico y enfocar su prospección hacia el *Buyer Persona* adecuado para cada segmento.

## 6.- Evidencia de identificación:


Análisis de tendencias de uso de suelo, desarrollo de clústeres industriales/agrícolas y cambios en la zonificación prevista.

### 6.1.- Posibles fases del ciclo para lotes rústicos (2025-2030)

**6.1.- Mayormente en expansión:** Se espera que la mayoría de los lotes rústicos con potencial de desarrollo (ceranos a infraestructura clave, en trayectoria de expansión urbana) se encuentren en fase de **Expansión** o consolidando su **Recuperación** hacia la Expansión. Esto implicará un aumento sostenido en los precios y un mayor volumen de transacciones.

**6.2.- Contracción/Recesión localizadas:** Es posible que algunas zonas rurales o muy alejadas de los polos de desarrollo no experimenten el mismo dinamismo y puedan permanecer en fases de **Contracción** o **Recesión**, sin una valorización significativa.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE COMPRA DE LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	32 de

## 7.- Estrategias para el vendedor

Para el vendedor de lotes rústicos, el periodo 2025-2030 será clave para:

- ✓ **Conocimiento del plan de desarrollo:** Entender los planes de infraestructura y urbanismo para identificar los lotes con mayor potencial de valorización.
- ✓ **Asesoría a inversionistas:** Educar a los compradores sobre el ciclo inmobiliario de lotes rústicos y las oportunidades a largo plazo.
- ✓ **Identificación de oportunidades:** Detectar lotes en fase de recuperación con potencial para entrar en expansión.
- ✓ **Conexión con desarrolladores:** Establecer relaciones con urbanizadoras y fondos de inversión que busquen terrenos para futuros proyectos.

En general, la expectativa es de un mercado activo y con oportunidades significativas para aquellos que sepan identificar el potencial de los lotes rústicos en el contexto del crecimiento y desarrollo del Perú.

# I. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE LOTES DE TERRENO

## SESIÓN 2


### CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES DEL CLIENTE INVERSIONISTA (VISIÓN A MEDIANO Y LARGO PLAZO DE LOTES RÚSTICOS).

El cliente **inversionista con visión a mediano y largo plazo** es un segmento crucial en el mercado de lotes rústicos, ya que su compra no busca un uso inmediato, sino una rentabilidad futura. Comprender sus características y necesidades es fundamental para el vendedor.

#### 1.- Características del inversionista:

**1.1.- Capital disponible:** Posee liquidez o acceso a financiamiento para adquirir propiedades que no generarán ingresos inmediatos. No está apalancado al máximo de su capacidad.

**1.2.- Paciencia y tolerancia al riesgo calculado:** Entiende que la valorización de un lote rústico es un proceso a mediano o largo plazo (3-10 años o más) y

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE COMPRA DE LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	33 de

está dispuesto a esperar. Acepta los riesgos inherentes al desarrollo de nuevas zonas.

**1.3.- Visión estratégica:** Tiene la capacidad de ver el potencial de crecimiento en áreas que aún no están desarrolladas. No compra por emoción, sino por análisis.

**1.4.- Orientación a la plusvalía:** Su objetivo principal es la revalorización del capital invertido, más que el flujo de efectivo a corto plazo.

**1.5.- Búsqueda de refugio de valor:** Utiliza el ladrillo (terrenos) como una forma de proteger su capital de la inflación o la volatilidad de otros mercados financieros.

**1.6.- Diversificador de portafolio:** A menudo, ya tiene otras inversiones y busca incluir bienes raíces para diversificar su riesgo.

**1.7.- Informado y analítico:** Investiga el mercado, las tendencias macroeconómicas, los planes de infraestructura y las normativas de zonificación. Puede solicitar estudios de factibilidad o proyecciones de valor.

## **2. Necesidades específicas del inversionista**

### **2.1.- Seguridad jurídica y documentación impecable:**


**2.1.1.- Necesidad:** Requieren certeza absoluta sobre la titularidad del lote, que esté inscrito en Registros Públicos, libre de cargas, gravámenes o litigios. La formalidad es no negociable.

**2.2.2.- Implicación para el vendedor:** Proveer toda la documentación legal clara y transparente, e incluso facilitar el acceso a un abogado o notario de confianza.

### **2.2.- Potencial de valorización demostrable:**

**2.2.1.- Necesidad:** No compran solo por el precio actual, sino por el *potencial de crecimiento*. Quieren entender cómo y por qué el valor del lote aumentará.

**2.2.2.- Implicación para el vendedor:** Resaltar la cercanía a futuros proyectos de infraestructura (carreteras, puertos, parques industriales), planes de expansión urbana, cambios de zonificación

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE COMPRA DE LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	38 de

previstos, y datos demográficos o económicos que justifiquen el crecimiento de la zona.

### 3.- Ubicación estratégica:

**3.1.- Necesidad:** Buscan terrenos en zonas con "visión de futuro", incluso si hoy son "rústicas".

**3.2.- Implicación para el vendedor:** Destacar la accesibilidad (actual y futura), la cercanía a vías principales, la proximidad a centros de desarrollo económico, y la tendencia de crecimiento de la ciudad hacia esa dirección.

### 4.- Información de mercado detallada:

**4.1.- Necesidad:** Quieren datos concretos sobre precios por metro cuadrado en la zona y cómo se comparan con otras alternativas.

**4.2.- Implicación para el vendedor:** Proporcionar análisis comparativos de mercado (ACM), tendencias de precios históricos y proyecciones de valorización.

### 5.- Flexibilidad de uso a futuro:


**5.1.- Necesidad:** Aunque hoy es rústico, el inversionista busca un lote que tenga potencial para diferentes usos en el futuro (residencial, comercial, industrial, logístico, agropecuario) una vez habilitado o desarrollado.

**5.2.- Implicación para el vendedor:** Conocer a fondo el potencial de zonificación futura, los planes de desarrollo territorial y las posibilidades de cambio de uso.

### 6.- Asesoría sobre el proceso de Habilitación/Desarrollo (Opcional):

**6.1.- Necesidad:** Algunos inversionistas, aunque no planean desarrollar de inmediato, aprecian entender los pasos, costos y tiempos aproximados de una futura habilitación urbana o construcción.

**6.2.- Implicación para el vendedor:** Ofrecer un conocimiento básico del proceso de desarrollo, o conectar al cliente con profesionales (urbanistas, arquitectos, ingenieros civiles) que puedan dar una visión más completa.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO QUE COMPRA LOTES DE TERRENO RÚSTICO	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	36 de

## 7.- Transparencia en costos adicionales:

**7.1.- Necesidad:** Desean conocer todos los costos asociados a la compra y mantenimiento del lote (impuestos, arbitrios, posible seguridad, mantenimiento de accesos si aplica) antes de la adquisición.

**7.2.- Implicación para el vendedor:** Ser transparente sobre estos gastos para evitar sorpresas y construir confianza.

Para un vendedor de lotes rústicos, la clave es pasar de una venta transaccional a una **venta consultiva**, asesorando al inversionista sobre el potencial a largo plazo de la propiedad y mitigando sus preocupaciones sobre la seguridad y el retorno de la inversión.


## II. Identificación del público objetivo que compra lotes de terreno rústico

### MERCADO PERUANO

Para identificar al público objetivo que compra lotes rústicos en Perú, es fundamental adoptar un enfoque multifacético que combine el análisis de datos, la investigación de mercado y la interacción directa. Aquí se detalla cómo puedes hacerlo:

### 1.- Análisis de datos existentes (Internos y Externos):

**1.1.- Clientes actuales:** Revisa tu base de datos de ventas anteriores de lotes rústicos. ¿Qué características demográficas (edad, profesión, nivel socioeconómico, ubicación actual) tienen en común? ¿Cuál fue su motivación principal para la compra (inversión, autoconstrucción, uso agrícola)?

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO QUE COMPRA LOTES DE TERRENO RÚSTICO	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	37 de

**1.2.- Consultas y leads:** Analiza el tipo de consultas que recibes por diferentes canales (web, redes sociales, llamadas). ¿Qué preguntas hacen? ¿Qué tipo de lotes les interesan? Esto te dará pistas sobre sus necesidades y motivaciones.

**1.3.- Informes de mercado:** Busca estudios de mercado del sector inmobiliario en Perú que se centren en terrenos. Aunque no siempre segreguen "rústicos"


específicamente, pueden darte datos sobre tendencias de inversión, crecimiento poblacional en zonas periurbanas y demanda por vivienda fuera de las ciudades.

**1.4.- Datos demográficos y económicos:** Consulta fuentes como el INEI para entender el crecimiento poblacional en diferentes regiones, los niveles de ingreso promedio y las proyecciones de desarrollo urbano.

## **2.- Investigación de mercado específica:**

**2.1.- Encuestas y entrevistas:** Realiza encuestas a personas que han comprado o están interesadas en lotes rústicos. Pregunta sobre sus motivaciones, el proceso de decisión, los criterios de selección, las objeciones y los canales que utilizan para buscar información. Entrevistar a clientes ya cerrados te dará información valiosa sobre su experiencia y satisfacción.

**2.2.- Grupos focales:** Reúne a pequeños grupos de potenciales compradores o clientes para discutir sus percepciones, necesidades y expectativas sobre los lotes rústicos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO QUE COMPRA LOTES DE TERRENO RÚSTICO	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	38 de

**2.3.- Análisis de competencia:** Investiga a otras empresas o vendedores de lotes rústicos. ¿A qué tipo de cliente se dirigen? ¿Qué tipo de propiedades ofrecen? ¿Qué mensajes utilizan en su marketing? Esto puede revelar segmentos que no estás atendiendo o nuevas oportunidades.

### **3.- Observación y trabajo de campo:**


**3.1.- Visitas a zonas de interés:** Recorre las zonas donde se venden lotes rústicos. Observa el desarrollo existente, la infraestructura proyectada y el tipo de personas que visitan la zona.

**3.2.- Ferias inmobiliarias y eventos:** Participa en ferias o eventos relacionados con bienes raíces, construcción o agricultura. Son excelentes lugares para interactuar directamente con el público y escuchar sus necesidades.

**3.3.- Interacción en redes sociales y foros:** Monitorea conversaciones en grupos de Facebook, foros inmobiliarios o plataformas como TikTok, donde la gente discute sobre la compra de terrenos.

### **3.4.- Creación de Buyer Personas:**

Una vez que hayas recopilado suficiente información, consolida estos datos en 2 a 4 perfiles de cliente ideal - (Buyer Personas) por "*Características y Necesidades del Cliente Inversionista de Lotes Rústicos*" en Perú, podrías tener Buyer Personas como:

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CARACTERÍSTICAS DE LA TOPOGRAFÍA DE LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS PLANO, INCLINADO Y CON DESNIVELES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	39 de

- a) **El inversionista prudente:** Busca plusvalía a largo plazo, seguridad jurídica y potencial de desarrollo futuro.
- b) **El proyectista de sueños:** Quiere autoconstruir su casa de campo o vivienda permanente fuera de la ciudad, valorando el espacio, la naturaleza y la tranquilidad.
- c) **El emprendedor agrícola:** Busca tierras fértiles con acceso a agua para proyectos agropecuarios.
- d) **El Desarrollador pequeño/mediano:** Busca grandes extensiones para habilitaciones urbanas a futuro.


Al combinar estas estrategias, podrás obtener una imagen clara de tu público objetivo, lo que te permitirá personalizar mensajes de marketing, oferta de lotes y tu estrategia de ventas para maximizar tus resultados.

## I. CARACTERÍSTICAS DE LA TOPOGRAFÍA LOTES DE TERRENO

### SESIÓN 3

#### CARACTERÍSTICAS DE LA TOPOGRAFÍA DE TERRENOS RÚSTICOS PLANO, INCLINADO Y CON DESNIVELES

La topografía de un terreno rústico es un factor crucial que influye directamente en su potencial de uso, los costos de desarrollo y su valor final. Comprender las características de los terrenos planos, inclinados y con desniveles es fundamental para cualquier vendedor o inversor.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA TOPOGRAFÍA DE LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS PLANO, INCLINADO Y CON DESNIVELES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	40 de

## **I. Terrenos rústicos planos**

**1.1.- Descripción:** Son terrenos con una pendiente mínima o nula, lo que significa que su superficie es mayormente horizontal o presenta variaciones muy suaves de elevación.

### **1.2.- Ventajas:**

**1.2.1.- Facilidad de construcción:** Son los más sencillos y económicos para construir, ya que no requieren movimientos de tierra significativos (excavaciones o rellenos extensos) ni cimentaciones especiales para nivelar.


**1.2.2.- Mayor aprovechamiento del espacio:** Permiten aprovechar el 100% de la superficie para construcción o cultivo sin grandes desafíos.

**1.2.3.- Accesibilidad:** Facilitan el acceso de vehículos, maquinaria y personas, lo que es ideal para fines agrícolas, industriales o proyectos que requieran movilidad constante.

**1.2.3.- Menores costos de drenaje:** Generalmente, el manejo del agua de lluvia es más sencillo, aunque en zonas con lluvias intensas o suelos arcillosos se debe planificar un drenaje adecuado para evitar encharcamientos.

**1.2.4.- Versatilidad de diseño:** Ofrecen la mayor flexibilidad para el diseño arquitectónico o la planificación de cultivos.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA TOPOGRAFÍA DE LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS PLANO, INCLINADO Y CON DESNIVELES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	41 de

### 1.3.- Desventajas:

**1.3.1.- Menos vistas:** Suelen carecer de vistas panorámicas, que son un atractivo en terrenos elevados.

**1.3.2.- Privacidad limitada:** En zonas con mayor densidad, la privacidad puede ser menor debido a la visibilidad desde terrenos vecinos.

**1.3.3.- Posibles inundaciones:** En áreas bajas o con drenaje deficiente, pueden ser más susceptibles a encharcamientos o inundaciones.

**1.3.4.- Precio generalmente más alto:** Debido a sus múltiples ventajas y menor complejidad, suelen ser los más costosos por metro cuadrado.

**1.4.- Usos típicos:** Agricultura intensiva, ganadería, desarrollo de urbanizaciones, parques industriales, centros logísticos, centros comerciales.


## II. Terrenos rústicos inclinados (con Pendiente)

**2.1.- Descripción:** Son terrenos cuya superficie presenta una inclinación notable, con una pendiente constante o relativamente uniforme en una dirección. La inclinación puede variar de suave a pronunciada.

### 2.2.- Ventajas:

**2.2.1.- Vistas panorámicas:** Ofrecen excelentes vistas del paisaje natural o urbano, lo cual es un gran atractivo para viviendas o desarrollos turísticos.

**2.2.2.- Mayor privacidad:** La pendiente puede proporcionar mayor privacidad y sensación de aislamiento al elevar la edificación o limitar la visibilidad de vecinos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA TOPOGRAFÍA DE LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS PLANO, INCLINADO Y CON DESNIVELES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	42 de

**2.2.3.- Mayor iluminación y ventilación:** Al estar elevados, suelen recibir más luz natural y tener mejor ventilación.

**2.2.4.- Menor precio inicial:** Por lo general, suelen ser más económicos que los terrenos planos debido a los desafíos de construcción.

**2.2.5.- Diseños arquitectónicos únicos:** Permiten crear diseños escalonados, niveles interiores y terrazas que se integran armoniosamente con el entorno natural.


### **2.3.- Desventajas:**

**2.3.1.- Mayores costos de construcción:** Requieren movimientos de tierra (corte y relleno), cimentaciones especiales (pilotes, muros de contención) y sistemas de drenaje más complejos para asegurar la estabilidad del suelo y la edificación. Esto incrementa significativamente el costo de desarrollo.

**2.3.2.- Dificultad de acceso:** La construcción de vías de acceso y rampas puede ser más complicada y costosa.

**2.3.3.- Riesgo de erosión y deslizamientos:** Son más susceptibles a la erosión hídrica y, en pendientes muy pronunciadas o suelos inestables, existe riesgo de deslizamientos de tierra.

**2.3.4.- Menor área útil aprovechable:** No toda la superficie del terreno es fácilmente utilizable, especialmente en pendientes muy pronunciadas.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	<b>CARACTERÍSTICAS DE LA TOPOGRAFÍA DE LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS PLANO, INCLINADO Y CON DESNIVELES</b>	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	41 de

**2.4.- Usos típicos:** Residencias con vistas, proyectos turísticos (eco-lodges, casas de campo), viñedos o cultivos adaptados a la pendiente (cultivos en terraza).

### **III. Terrenos rústicos con desniveles (Irregulares)**

**3.1.- Descripción:** Estos terrenos se caracterizan por presentar variaciones irregulares en su elevación, con múltiples cambios de pendiente, terrazas naturales, quebradas, hondonadas o afloramientos rocosos dispersos. No tienen una pendiente uniforme en una sola dirección.

#### **3.2.- Ventajas:**

**3.2.1.- Oportunidades de diseño creativo:** Las irregularidades del terreno pueden inspirar diseños arquitectónicos muy originales e integrados con el paisaje.

**3.3.2.- Diversidad de ambientes:** Permiten crear diferentes niveles o "ambientes" dentro de la propiedad, aprovechando los desniveles naturales.

**3.3.3.- Belleza natural:** A menudo, conservan características naturales (rocas, vegetación) que pueden ser un atractivo estético.

**3.3.4.- Precios potencialmente más bajos:** Pueden ser los más económicos de adquirir debido a su complejidad.

#### **3.3.- Desventajas:**

**3.3.1.- Máxima complejidad y costo de construcción:** Requieren estudios geotécnicos exhaustivos y soluciones de ingeniería muy específicas y costosas para garantizar la estabilidad y la habitabilidad. El "movimiento de tierras" es el más impredecible y caro.

**3.3.2.- Alto riesgo geotécnico:** Mayor probabilidad de inestabilidad del terreno, deslizamientos o asentamientos diferenciales si no se manejan correctamente.


**3.3.3.- Drenaje muy complejo:** La gestión del agua es un desafío, ya que los desniveles pueden crear puntos de acumulación o cauces naturales.

**3.3.4.- Menor eficiencia de uso:** Gran parte del terreno puede ser inutilizable o muy costoso de adecuar.

**3.3.5.- Accesibilidad limitada:** Puede ser muy difícil crear vías de acceso uniformes o eficientes.

**3.3.6.- Usos típicos:** Viviendas ecológicas o "incrustadas" en el paisaje, proyectos de bajo impacto ambiental, reservas naturales privadas, o como inversión de muy largo plazo con alto riesgo/recompensa si se planea una transformación masiva.

(\*) Para un vendedor de lotes rústicos, es crucial no solo identificar el tipo de topografía, sino también entender cómo cada característica impacta en el proyecto o visión del cliente, y qué soluciones o costos adicionales podría implicar.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CONCEPTOS BÁSICOS DE LEGALIDAD TÍTULO DE PROPIEDAD, REGISTROS PÚBLICOS, LUCENCIAS, HABILITACIÓN URBANA.	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	42 de

# I. CONCEPTOS BÁSICOS DE LEGALIDAD TÍTULO DE PROPIEDAD, REGISTROS PÚBLICOS, LUCENCIAS, HABILITACIÓN URBANA.

## SESIÓN 4 (SESIÓN 3070720251144)

### DIFERENCIA ENTRE TÍTULO DE PROPIEDAD Y POSESIÓN DE UN LOTE RÚSTICO EN PERÚ

En el ámbito legal peruano, especialmente en lo que respecta a bienes inmuebles como los lotes rústicos, es crucial entender la distinción entre título de propiedad y posesión. Aunque a menudo se confunden, representan conceptos legales y niveles de seguridad jurídica muy diferentes.

#### I. Título de propiedad


El título de propiedad es el documento legal que acredita la titularidad o el dominio de una persona sobre un bien inmueble (en este caso, un lote rústico). Es la prueba de que una persona es el propietario legítimo del terreno.

**1.1.- Naturaleza jurídica:** Es un derecho real que otorga al titular las facultades de usar, disfrutar, disponer y reivindicar el bien (Art. 923 del Código Civil Peruano).

**1.2.- Seguridad jurídica:** Proporciona la máxima seguridad jurídica. Una vez inscrito en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), el título de propiedad es público y oponible a terceros, lo que significa que cualquier persona puede verificar quién es el verdadero dueño y si existen cargas o gravámenes sobre la propiedad.

**1.3.- Documento:** Se materializa principalmente a través de una Escritura Pública de Compra-Venta (o similar, como una Adjudicación, Herencia, etc.) debidamente inscrita en la partida registral del predio en SUNARP.

**Efectos:** El propietario con título inscrito puede vender, hipotecar, arrendar, heredar y defender su propiedad ante cualquier intento de despojo o reclamo ilegítimo.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CONCEPTOS BÁSICOS DE LEGALIDAD TÍTULO DE PROPIEDAD, REGISTROS PÚBLICOS, LUCENCIAS, HABILITACIÓN URBANA.	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	43 de

## II. Posesión


La posesión es el ejercicio de hecho de uno o más de los atributos inherentes a la propiedad (como usar o disfrutar el bien), sin que necesariamente se tenga el título legal que lo respalde. Es decir, una persona puede estar viviendo en un lote rústico, cultivándolo o utilizándolo, sin ser el propietario registrado.

**2.1.- Naturaleza jurídica:** Es un hecho jurídico que genera efectos legales, pero no constituye por sí misma un derecho de propiedad.

**2.2.- Seguridad Jurídica:** Ofrece una seguridad jurídica precaria en comparación con el título de propiedad. Aunque la ley protege al poseedor (Art. 896 del Código Civil), esta protección es provisional y puede ser cuestionada por el verdadero propietario.

**2.3.- Documento:** No se acredita con un "título" en el sentido formal de la propiedad. Puede evidenciarse a través de constancias de posesión (otorgadas por autoridades locales o juntas vecinales, que no son títulos de propiedad), recibos de servicios básicos a nombre del poseedor, pagos de arbitrios o impuestos municipales, testimonios de vecinos, o actos públicos de ocupación y cultivo.

**2.4.- Efectos:** El poseedor puede usar y disfrutar el bien. Sin embargo, no puede disponer legalmente de él (venderlo o hipotecarlo de manera segura), y está expuesto a que el propietario real (con título inscrito) lo reivindique y lo desaloje. Para que la posesión se convierta en propiedad, se requiere un proceso de prescripción adquisitiva de dominio (usucapión), que, en Perú, para predios rústicos, puede requerir 5 o 10 años de posesión continua, pacífica y pública, dependiendo si existe justo título y buena fe.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CONCEPTOS BÁSICOS DE LEGALIDAD TÍTULO DE PROPIEDAD, REGISTROS PÚBLICOS, LUCENCIAS, HABILITACIÓN URBANA.	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	44 de

### Tabla comparativa: Títulos de propiedad vs Posesión de un lote rústico

Características	Título de propiedad	Posesión
Naturaleza	Derecho real (dominio sobre el bien)	Ejercicio de hecho de un atributo de la propiedad
Seguridad Jurídica	Máxima. Inscrito en Registros Públicos.	Precaria. No inscrito en Registros Públicos.
Prueba	Escritura Pública inscrita en SUNARP.	Constancias de posesión, recibos, testimonios, etc.
Facultades	Usar, disfrutar, disponer, reivindicar.	Usar, disfrutar (generalmente). No dispone legalmente.
Oponibilidad	Oponible a terceros (todos deben reconocerla).	No oponible a terceros con mejor derecho (propietario).
Riesgo de Pérdida	Muy bajo (solo por procesos legales complejos).	Alto (el propietario real puede reclamar el bien).
Acceso a Crédito	Facilita el acceso a créditos hipotecarios.	Dificulta el acceso a financiamiento formal.
Transferencia	Es la base para una venta legal y segura.	Solo se "transfiere" la posesión, no la propiedad.


### 3.- Implicaciones para la venta de lotes rústicos

Para la venta de lotes rústicos en Perú, la distinción es fundamental:

**3.1.- Venta con título de propiedad:** Es la forma segura y legal de transferir la propiedad. El vendedor es el titular registrado, y el comprador adquiere la plena propiedad con todos los derechos inherentes. Esto es lo que buscan los inversionistas y desarrolladores que priorizan la seguridad jurídica y la capacidad de uso futuro del terreno.

**3.2.- Venta de posesión o ("Derechos Posesorios"):** Es una transacción de alto riesgo para el comprador. Lo que se está vendiendo no es la propiedad, sino el control de hecho sobre el terreno. El comprador no se convierte en propietario legal hasta que no complete un proceso de formalización o prescripción adquisitiva, lo cual puede ser largo, costoso y no siempre exitoso, especialmente si el verdadero propietario aparece o si el terreno pertenece al Estado o a comunidades campesinas sin posibilidad de formalización individual.

(\*) Un vendedor profesional debe ser absolutamente transparente sobre esta diferencia, explicando al comprador el nivel de seguridad jurídica que está adquiriendo y los procesos necesarios (y sus riesgos) para formalizar la propiedad en caso de que solo se esté transfiriendo la posesión. La recomendación siempre será buscar lotes con título de propiedad debidamente inscrito.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	TIPOS DE LICENCIAS PARA URBANIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	45 de

## TIPOS DE LICENCIAS PARA URBANIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ

En Perú, la urbanización y construcción en lotes rústicos (suelo no urbanizable) requieren de un proceso administrativo y la obtención de diversas licencias. Es crucial entender que, en la mayoría de los casos, un lote rústico debe pasar por un proceso de habilitación urbana para cambiar su condición a urbanizable o urbana antes de poder construir edificaciones significativas.

Aquí se detallan los tipos de licencias principales y los aspectos a considerar:

### 1. Licencia de habilitación urbana (LHU)

Esta es la licencia fundamental para transformar un terreno rústico o eriazo en un terreno urbano, dotándolo de infraestructura y servicios básicos.

¿Qué es? Es la autorización municipal para ejecutar obras de infraestructura (vías, redes de agua, alcantarillado, electricidad, alumbrado público, telefonía, etc.) y la lotización del terreno, creando así un nuevo "pedazo" de ciudad.

Finalidad: Convertir el suelo rústico en urbano, apto para la edificación y el desarrollo de actividades urbanas.

### 2.- Modalidades de habilitación urbana:

**2.1.- Habilitaciones residenciales:** Para uso de vivienda (urbanizaciones, vivienda taller, vivienda tipo club).

**2.2.- Habilitaciones para uso comercial:** Para zonas de comercio.


**2.3.- Habilitaciones para uso industrial:** Para parques o zonas industriales.

**2.4.- Habilitaciones para usos especiales:** Para fines específicos como educativos, de salud, recreacionales, etc.

**2.5.- Habilitaciones en riberas y laderas:** Con condiciones especiales por su ubicación.

**3.- El proceso general:** Implica la presentación de un proyecto integral que incluye planos de lotización, diseño de vías, memoria descriptiva, estudios de mecánica de suelos, certificados de factibilidad de servicios (agua, desagüe, electricidad), y aprobación por parte de la municipalidad correspondiente o una comisión técnica (dependiendo de la complejidad y modalidad del proyecto).



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	TIPOS DE LICENCIAS PARA URBANIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	46 de

**4.- Importancia para lotes rústicos:** Un lote rústico sin habilitación urbana tiene severas limitaciones para la construcción. La LHU es el paso previo y necesario para que un lote rústico adquiera valor urbano y pueda ser edificado de manera formal.

### 3.- Licencia de edificación (LE)

Una vez que un lote ha sido habilitado (o si ya se encuentra en una zona urbana), se requiere esta licencia para poder construir cualquier edificación sobre él.

¿Qué es? Es la autorización municipal para construir, ampliar, remodelar, refaccionar, acondicionar, cercar o demoler una edificación.

**3.1.- Modalidades de aprobación (según Ley N° 29090 y su Reglamento):** El proceso y los requisitos varían según la complejidad del proyecto y el tipo de edificación. Las modalidades son:


**3.1.1.- Modalidad A (aprobación automática con firma de profesionales):** Para obras menores, como construcción de vivienda unifamiliar de hasta 120 m<sup>2</sup> (si es la única edificación en el lote), ampliaciones menores, cercos perimétricos, etc.

**3.1.2.- Modalidad B (aprobación de proyecto con evaluación por la municipalidad):** Para viviendas unifamiliares de más de 120 m<sup>2</sup>, multifamiliares de hasta 5 pisos, o edificaciones con sótanos/semisótanos.

**3.1.3.- Modalidad C (aprobación de proyecto con evaluación previa por revisores urbanos):** Para edificaciones de más de 5 pisos o 3000 m<sup>2</sup> de área techada, centros comerciales, etc.

**3.1.4.- Modalidad D (Aprobación de Proyecto con Evaluación Previa por Revisores Urbanos para Proyectos Especiales):** Para edificaciones de gran industria, usos especiales o proyectos de gran impacto.

**3.1.5.- Documentación común requerida:** Formulario Único de Edificaciones (FUE), planos (arquitectura, estructuras, instalaciones sanitarias y eléctricas), memoria descriptiva, estudio de mecánica de suelos, certificado de factibilidad de servicios (si aplica), etc.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	TIPOS DE LICENCIAS PARA URBANIZACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	47 de

#### 4.- Consideraciones específicas para lotes rústicos

**4.1.- Limitaciones para construir directamente en suelo rústico:** La regla general en Perú es que no se puede construir edificaciones permanentes y de

gran envergadura en terrenos rústicos sin antes haberlos habilitado. Solo se permiten construcciones mínimas o temporales relacionadas directamente con el uso rústico del suelo (ej. casetas de vigilancia, galpones agrícolas, almacenes de productos agrícolas), siempre que la municipalidad lo regule expresamente.


La Resolución 0534-2024-SEL-INDECOPI, por ejemplo, ha señalado que las municipalidades no pueden exigir licencia de construcción para terreno rústico si no lo han impuesto mediante ordenanza. Sin embargo, esto no convierte el predio en urbano ni permite construcciones residenciales formales.

**4.2.- Zonificación:** Es fundamental que el terreno rústico tenga una zonificación compatible con el tipo de habilitación urbana y edificación que se desea realizar en el futuro. Los certificados de zonificación y vías son documentos clave que informan sobre el uso permitido del suelo.

**4.3.- Formalización y saneamiento físico legal:** Muchos lotes rústicos en Perú carecen de título de propiedad inscrito o tienen problemas de saneamiento. Antes de iniciar cualquier trámite de habilitación o construcción, es vital que el terreno esté debidamente saneado y con título de propiedad inscrito en SUNARP. Esto brinda la **seguridad jurídica** necesaria para cualquier inversión o desarrollo.

**4.4.- Impacto ambiental:** Proyectos de gran envergadura en lotes rústicos, especialmente aquellos que implican cambios de uso o afectación del entorno natural, pueden requerir una Evaluación de Impacto Ambiental (EIA) o Declaración de Impacto Ambiental (DIA) previa a la obtención de licencias.


En resumen, la venta y el desarrollo de lotes rústicos en Perú están marcados por un riguroso marco normativo que busca un crecimiento urbano ordenado y sostenible. El camino desde un lote rústico hasta una edificación formal pasa inevitablemente por la habilitación urbana, y un conocimiento profundo de estos procesos es esencial para evitar problemas legales y financieros.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>		Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>		Versión:	V 1.0
	PROSPECCIÓN Y CALIFICACIÓN DE CLIENTES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ		Fecha de aprobación:	10/06/2025
			Página:	48 de

## MODULO 2: PROSPECCIÓN Y CALIFICACIÓN DE CLIENTES

---

### SESIÓN 1

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PROSPECCIÓN Y CALIFICACIÓN DE CLIENTES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	49 de

## **FUENTES DE PROSPECTOS: REFERIDOS, REDES SOCIALES, EVENTOS, ALIANZAS, PUBLICIDAD ON LINE/OFF LINE**


### **Cómo generar referidos de clientes satisfechos que compran lotes rústicos en Perú**

Generar referidos de clientes satisfechos es una de las estrategias más poderosas y costo-efectivas para la venta de lotes rústicos en Perú. Un cliente contento no solo es un posible comprador recurrente, sino también un embajador de tu marca. Para lograrlo, es fundamental construir una experiencia post-venta excepcional y aplicar estrategias proactivas.

#### **I. Fundamento: La experiencia post-venta impecable**

Antes de pedir un referido, asegúrate de que el cliente esté genuinamente satisfecho. Esto es crucial en la venta de lotes rústicos, donde la compra es una inversión a largo plazo y puede haber dudas o necesidades posteriores.

1. **Cumplimiento de promesas:** Asegura que todas las promesas hechas durante la venta (sobre la documentación, plazos, futuras habilitaciones, etc.) se cumplan a cabalidad.
2. **Comunicación activa y proactiva:**
  - 2.1.- **Seguimiento post-venta:** Realiza llamadas o visitas periódicas (cada 3-6 meses) para verificar la satisfacción, resolver dudas sobre el terreno, el desarrollo de la zona o futuras normativas.
  - 2.2.- **Actualizaciones de la zona:** Si hay planes de infraestructura o desarrollo cerca del lote, informa al cliente sobre estos avances. Esto refuerza su decisión de compra y su visión a largo plazo.
  - 2.3.- **Canal de atención directo:** Ofrece un contacto directo para cualquier consulta o problema que pueda surgir, mostrando disposición y eficiencia en la resolución.
  - 2.4.- **Soporte documentario y legal:** Ofrece ayuda o guía en cualquier trámite post-venta relacionado con la propiedad, como registros, impuestos prediales, o consultas de zonificación.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PROSPECCIÓN Y CALIFICACIÓN DE CLIENTES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	50 de

## II. Estrategias proactivas para pedir referidos

Una vez que la satisfacción está asegurada, puedes implementar programas específicos para incentivar las recomendaciones:

### 1.- Programa de referidos estructurado:

**Ofrece incentivos claros:** Recompensa tanto al referente como al referido. Para lotes rústicos, los incentivos pueden ser:

**1.1.- Descuentos:** Un porcentaje o monto fijo en la compra de un futuro lote (para el referente) o en la compra del lote (para el referido).

**1.2.- Bonificaciones en servicios:** Por ejemplo, cubriendo un año de arbitrios del lote, o un servicio de topografía/deslinde.

**1.3.- Regalos Experienciales:** Una estancia en un *lodge* cercano a la zona si es turística, una canasta con productos de la región.

**1.4.- Comisiones por venta cerrada:** Si el referente es un inversionista con red de contactos.

**1.5.- Define un proceso sencillo:** Haz que sea fácil para el cliente referir. Un formulario online, un número de WhatsApp dedicado, o simplemente un recordatorio de que mencione tu nombre o el de la empresa.


**1.6.- Comunica el programa:** Asegúrate de que todos tus clientes conozcan este programa a través de correos, llamadas, folletos o incluso menciones en reuniones.

### 2.- Solicitud directa en el momento oportuno:

**2.1.- Después de un feedback positivo:** Si el cliente te felicita por el servicio o expresa su satisfacción, es el momento ideal para pedir referidos.

**2.2.- En hitos clave:** Por ejemplo, después de la firma de la escritura, o cuando hay un avance significativo en la infraestructura cercana que aumenta la plusvalía del lote.

**2.3.- Frases clave:** "Me alegra saber que está satisfecho. Si conoce a alguien que busque una oportunidad de inversión o un lugar para construir su futuro, ¿le importaría hablarle de nuestra experiencia?"

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PROSPECCIÓN Y CALIFICACIÓN DE CLIENTES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	51 de

### 3.- Testimonios y casos de éxito:

**3.1.- Pide testimonios:** Solicita testimonios escritos o, si es posible, en video, resaltando la experiencia del cliente con tu empresa y *la proyección de su lote*. Estos testimonios son una forma indirecta pero muy potente de generar referidos.

**3.2.- Crea historias de valorización:** Si un lote que vendiste se ha valorizado significativamente gracias a un desarrollo cercano, documenta esta historia (con permiso del cliente) y úsala como ejemplo de éxito.

### III. Construyendo comunidad y relaciones a largo plazo

Más allá de los incentivos directos, fomenta un ambiente de confianza que naturalmente lleve a las recomendaciones:

**3.1.- Eventos o reuniones para propietarios:** Organiza encuentros informales (presenciales o virtuales) para los propietarios de lotes en una zona específica. Esto fomenta el sentido de comunidad y permite que los clientes compartan sus experiencias positivas.

**3.2.- Grupos exclusivos (WhatsApp, Facebook):** Crea comunidades donde los propietarios puedan interactuar, compartir información y, de forma orgánica, referir a sus contactos.


**3.3.- Contenido de valor post-venta:** Envía periódicamente boletines informativos o contenido relevante sobre inversiones, desarrollo inmobiliario rural, tips para construcción en terrenos rústicos, etc. Esto mantiene tu marca presente y te posiciona como un experto.

### IV. Apalancamiento tecnológico

Utiliza herramientas digitales para facilitar y automatizar parte del proceso de referidos:

**4.1.- CRM para seguimiento:** Utiliza un sistema CRM para registrar cada interacción post-venta, programar seguimientos y tener un historial completo del cliente.

**4.2.- Plataformas de gestión de referidos:** Si tu volumen lo permite, considera herramientas específicas para gestionar programas de referidos, donde los clientes puedan registrar sus recomendaciones y se automaticen los incentivos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN REDES SOCIALES PARA VENEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	52 de

**4.3.- Redes sociales y email marketing:** Utiliza estos canales para difundir tu programa de referidos y compartir testimonios de clientes satisfechos.

Al aplicar estas estrategias, no solo aumentarás tus ventas a través de referidos, sino que también construirás una reputación sólida basada en la satisfacción y confianza de tus clientes de lotes rústicos en Perú.

## ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN REDES SOCIALES PARA VENEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ

Las redes sociales son herramientas poderosas para la prospección, especialmente para un producto de inversión a largo plazo como los lotes rústicos. Permiten segmentar a la audiencia, construir marca personal y generar *leads* calificados.


### I. Estrategias en facebook

Facebook sigue siendo una de las plataformas con mayor alcance en Perú y ofrece herramientas robustas para la segmentación.

#### 1. Segmentación detallada de anuncios (Facebook Ads):

- ✓ **Datos demográficos:** Edad (inversionistas suelen ser mayores de 30-35 años, con estabilidad económica), nivel educativo, ingresos estimados (si la plataforma lo permite), estado civil.
- ✓ **Intereses:** Propiedades, bienes raíces, inversión, agricultura, desarrollo rural, casas de campo, construcción, finanzas, viajes, turismo rural, sostenibilidad.
- ✓ **Comportamientos:** Inversores activos, compradores online, personas que han interactuado con páginas de bienes raíces.
- ✓ **Ubicación:** No solo Lima, sino también ciudades con proyección de crecimiento (Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Ica) y sus alrededores, o incluso peruanos en el extranjero con interés en invertir en su país.
- ✓ **Públicos personalizados y similares (Lookalike Audiences):** Sube tu base de datos de clientes existentes para crear audiencias similares que comparten características con tus compradores más valiosos.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN REDES SOCIALES PARA VENEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	53 de

## 2. Contenido de valor y formatos atractivos:

- ✓ **Fotos y videos de alta calidad:** Muestra imágenes aéreas (drones), videos que destaquen la topografía, el entorno natural, el acceso y el potencial de desarrollo futuro.
- ✓ **Tours virtuales 360°:** Permite que los interesados exploren el terreno desde la comodidad de su hogar.
- ✓ **Historias de éxito:** Publica testimonios de clientes que han invertido y cómo sus lotes se han valorizado, o de quienes han construido o el avance de obra.
- ✓ **Infografías y artículos:** Contenido que eduque sobre los beneficios de invertir en lotes rústicos, el proceso de habilitación, la seguridad jurídica, y las proyecciones de valorización por zona.

## 3. Grupos de Facebook:

- ✓ **Grupos de bienes raíces/Inversión en Perú:** Únete a grupos relacionados con la compra y venta de propiedades, inversiones, o desarrollo rural. Participa activamente, aporta valor y, cuando sea apropiado, comparte tus ofertas.
- ✓ **Grupos Locales:** Busca grupos de comunidades o distritos específicos donde tengas lotes.
- ✓ **Grupos de peruanos en el extranjero:** Muchos peruanos que viven fuera buscan invertir en su país.

## 4. Anuncios de generación de Leads (Lead Ads):

Utiliza este formato para captar directamente la información de contacto de los interesados sin que salgan de la plataforma, ofreciendo algo de valor a cambio (ej. "Guía de Inversión en Lotes Rústicos", "Análisis de Rentabilidad por Zona").

5.


## II. Estrategias en Instagram

Instagram es una plataforma altamente visual, ideal para mostrar el potencial estético y de estilo de vida de los lotes rústicos.

### 1. Contenido visual de alto impacto:

- ✓ **Imágenes y carruseles:** Fotos profesionales del terreno, con énfasis en el paisaje, las vistas, la amplitud y el potencial. Muestra antes y después si ya hay desarrollo en zonas cercanas.
- ✓ **Reels y stories:** Videos cortos que muestren un "paseo" por el lote, el entorno, actividades al aire libre que se pueden realizar, o pequeños consejos de inversión. Utiliza música y textos atractivos.
- ✓ **Imágenes con potencial de diseño:** Muestra renders o bocetos de lo que se podría construir en el lote (casa de campo, proyecto agrícola, etc.) para inspirar a los compradores.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN REDES SOCIALES PARA VENEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	54 de

## 2. Uso estratégico de Hashtags:

- ✓ **Generales:** #LotesEnVenta #TerrenosPeru #InversionInmobiliaria #BienesRaicesPeru #PropiedadesPeru
- ✓ **Nicho/Específicos:** #LotesRusticos #TerrenosDeCampo #CasaDeCampoPeru #InvertirEnTierra #PropiedadRural
- ✓ **Locales:** #LotesArequipa #TerrenosLima #LotesPiura #InversionChancay (según la ubicación de tus lotes)

## 3. Colaboraciones con influencers:

- ✓ Busca micro-influencers locales (bloggers de viajes, estilo de vida rural, finanzas personales) que puedan mostrar tu terreno desde una perspectiva de "experiencia" o "inversión inteligente".

## 4.- Instagram Ads:

- ✓ Al igual que en Facebook, utiliza la segmentación para llegar a audiencias interesadas en inversión, viajes, naturaleza y desarrollo personal.

## III. Estrategias en LinkedIn


LinkedIn es la plataforma profesional por excelencia, ideal para conectar con inversionistas y desarrolladores.

### 1. Construcción de marca personal y profesional:

- ✓ **Perfil optimizado:** Asegúrate de que tu perfil muestre tu experiencia en el sector inmobiliario y, específicamente, en lotes rústicos. Destaca tus logros y conocimientos del mercado peruano.
- ✓ **Publicaciones de valor:** No solo compartas tus lotes, sino también análisis de mercado, noticias sobre infraestructura en Perú, proyecciones económicas y cómo todo esto influye en la valorización de terrenos rústicos. Posiciónate como un experto.

### 2. Networking estratégico:

- ✓ **Conecta con inversionistas:** Busca profesionales del sector financiero, consultores de inversión, empresarios, y dueños de negocios que puedan estar interesados en diversificar su capital.
- ✓ **Conecta con desarrolladores:** Establece relaciones con empresas constructoras, urbanizadoras y arquitectos que puedan buscar terrenos para futuros proyectos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN REDES SOCIALES PARA VENEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	55 de

- ✓ **Participa en conversaciones:** Comenta en publicaciones relevantes, únete a debates y comparte tus puntos de vista de forma constructiva.

### 3. Grupos de LinkedIn:

- ✓ Únete a grupos de "Inversiones en Perú", "Real Estate Perú", "Desarrollo Urbano" o grupos específicos de industrias que requieran terrenos (logística, agroindustria).
- ✓ Comparte tu contenido en estos grupos y participa en las discusiones.

### 4. LinkedIn sales navigator:


- ✓ Si tu presupuesto lo permite, utiliza esta herramienta para una segmentación más avanzada, identificar *leads* de alto valor y monitorear su actividad.

### 5. Anuncios dirigidos:

- ✓ Utiliza los anuncios de LinkedIn para llegar a perfiles específicos (ej. "directores financieros", "gerentes de inversión", "desarrolladores inmobiliarios") con mensajes muy específicos sobre las oportunidades de inversión en lotes rústicos.

## IV. Consejos generales para todas las Plataformas

- ✓ **Llamadas a la acción claras (CTAs):** Cada publicación o anuncio debe tener un CTA claro: "Más información aquí", "Descarga nuestra guía gratuita", "Agenda una visita", "Contáctanos por WhatsApp".
- ✓ **Contenido adaptado:** Adapta tu contenido y tono a cada plataforma. Lo que funciona en LinkedIn (análisis profundo) no es lo mismo que en Instagram (visual y aspiracional).
- ✓ **Interacción constante:** Responde a comentarios, mensajes y preguntas de manera rápida y profesional. La interacción construye confianza.
- ✓ **Consistencia:** Publica regularmente para mantener a tu audiencia comprometida e informada.
- ✓ **Análisis de métricas:** Monitorea el rendimiento de tus publicaciones y anuncios (alcance, engagement, clics, conversiones) para optimizar tus estrategias.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN FRÍO Y EN CALIENTE PARA VENEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	56 de

Al implementar estas estrategias de forma consistente y estratégica, podrás potenciar tu prospección y conectar eficazmente con el público objetivo para la venta de lotes rústicos en Perú.

## TECNICAS DE PROSPECCIÓN EN FRÍO Y EN CALIENTE (SESIÓN 2 070720251151)

Un vendedor de lotes de terreno rústico puede utilizar tanto técnicas de prospección en frío como en caliente para alcanzar a diferentes tipos de clientes. La clave está en entender el objetivo de cada una y adaptarlas a las características específicas del mercado de terrenos rústicos en Perú.

Aquí te explico cómo:

### I.- Prospección en frío (Cold prospecting)

La prospección en frío se dirige a personas que no han expresado un interés previo en tu producto o empresa. Es más desafiante, pero puede abrir nuevos mercados.


#### 1. Enfoque y objetivo:

- ✓ **Objetivo principal:** Generar interés, educar al prospecto sobre las oportunidades de los lotes rústicos y convertirlos en un *lead* (contacto interesado) para un futuro seguimiento.
- ✓ **Mensaje:** Centrarse en el valor potencial del terreno rústico: inversión a largo plazo, futuro desarrollo, escape de la ciudad, valoración por infraestructura, etc. La meta inicial no es vender, sino captar la atención.

#### 2. Técnicas para lotes rústicos:

##### Bases de datos y listas segmentadas:

- ✓ **Listas compradas o alquiladas:** De personas con perfiles socioeconómicos altos, o intereses en inversión, agricultura

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN FRÍO Y EN CALIENTE PARA VENEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	57 de

o propiedades. (Aunque es menos común y más regulado, aún puede ser una opción si las listas son legales y éticas).

- ✓ **Datos públicos:** Búsqueda de empresarios, gerentes de empresas agrícolas, o inversionistas en directorios públicos (si aplica y es legal).

### 3.- Email marketing en frío:

- ✓ Envía correos electrónicos personalizados a contactos de tus listas (si tienes permiso).
- ✓ **Contenido:** Guías informativas sobre "Por qué invertir en lotes rústicos en Perú", "El potencial de Chancay y su impacto en el valor de la tierra", o "Ventajas de construir tu casa de campo". Adjunta un *lead magnet* (recurso gratuito de valor) para incentivar la respuesta.


### 4.- Llamadas en frío (Cold Calling):

Aunque es difícil, puede funcionar si se tiene una propuesta de valor muy clara.

- ✓ **Preparación:** Investiga al prospecto si es posible. Ten un *script* flexible que se enfoque en preguntas abiertas sobre sus planes de inversión o vivienda, en lugar de una venta directa.
- ✓ **Mensaje:** "He notado su perfil y creo que, dado el desarrollo actual en [zona relevante], podría interesarle conocer las oportunidades de inversión en lotes rústicos con alto potencial de valorización."

### 5.- Redes sociales (orgánico y pago):

- ✓ **LinkedIn:** Conectar con profesionales y empresarios, enviando mensajes personalizados que muestren cómo la inversión en lotes rústicos se alinea con sus objetivos financieros o de calidad de vida. Publicar contenido de valor para atraerlos.
- ✓ **Facebook/Instagram Ads:** Utilizar la segmentación de intereses y comportamientos (como se mencionó en el Canvas "Estrategias de Prospección en Redes Sociales") para mostrar anuncios a personas que podrían ser inversionistas o buscadores de casas de campo, incluso si no han buscado "lotes rústicos" directamente. Ofrecer un *lead magnet* como una guía gratuita.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN FRÍO Y EN CALIENTE PARA VENDEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	58 de

## 6.- Eventos públicos / ferias generales:

- ✓ Participar en ferias de bienes raíces o incluso eventos de estilo de vida donde no todos los asistentes buscan lotes rústicos. Tu objetivo es generar el primer contacto y la curiosidad.

## 7.- Desafíos:

Baja tasa de conversión, requiere paciencia y una gran cantidad de contactos, a menudo se percibe como intrusivo.

## II.- Prospección en caliente (Hot prospecting)

La prospección en caliente se dirige a personas que ya han mostrado algún tipo de interés en tu producto o servicio, o con quienes ya tienes una relación. Es más efectiva porque existe una base de confianza o una necesidad ya identificada.

### 1. Enfoque y objetivo:

- ✓ **Objetivo principal:** Convertir el interés en una venta, o profundizar la relación para futuras transacciones.
- ✓ **Mensaje:** Más directo y adaptado a la necesidad específica del prospecto, aprovechando el interés o la relación existente.


### 2. Técnicas para lotes rústicos:

#### 2.1.- Referidos de clientes satisfechos:

- ✓ **El método más potente.** Clientes que ya te compraron y están satisfechos son tus mejores embajadores.
- ✓ **Estrategia:** Implementa un programa de referidos (como se detalló anteriormente), ofreciendo incentivos claros al referente y al referido. Pide activamente referencias después de una venta exitosa o cuando el cliente expresa satisfacción.

#### 2.2.- Leads de Marketing Digital:

- ✓ Personas que han llenado un formulario en tu web, descargado una guía, interactuado con tus anuncios, o te han enviado un mensaje directo en redes sociales.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	ESTRATEGIAS DE PROSPECCIÓN EN FRÍO Y EN CALIENTE PARA VENEDORES DE LOTES RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	59 de

- ✓ **Estrategia:** Respóndeles rápidamente. Personaliza tu comunicación en función de la información que te dieron o la acción que realizaron. Ofrece una visita al terreno, una asesoría gratuita o una reunión para discutir sus necesidades.

### 2.3.- Contactos de networking y cámaras de Comercio:

- ✓ Personas que conociste en eventos (como se mencionó anteriormente), que intercambiaron tarjetas contigo o con quienes tuviste una conversación inicial.
- ✓ **Estrategia:** Realiza un seguimiento personalizado. Recuerda el contexto en que se conocieron y la conversación que tuvieron. Propón una reunión para profundizar en sus intereses de inversión.

### 3.- Clientes existentes (Cross-selling / Upselling):

Clientes que ya te compraron un lote rústico y podrían estar interesados en adquirir otro (como inversión adicional), o lotes en otras zonas.

#### 3.1.- Estrategia:


- ✓ Mantén una relación constante con ellos. Informa sobre nuevas oportunidades o la valorización de sus propiedades actuales. Ofrece paquetes o descuentos por segunda compra.

#### 3.2.- Visitas a terreno:

- ✓ Cualquier persona que ya ha aceptado visitar un lote es un *lead* muy caliente.
- ✓ **Estrategia:** Asegúrate de que la visita sea impecable. Ten toda la información a la mano, resalta los puntos fuertes del lote, la zona, y aborda cualquier objeción o duda en el momento.

**4.- Beneficios:** Mayor tasa de conversión, proceso de venta más corto, construcción de relaciones a largo plazo y mayor lealtad.

La combinación inteligente de ambas estrategias, utilizando la prospección en frío para ampliar tu base de contactos y la prospección en caliente para cerrar ventas eficientemente, es la clave para el éxito en la venta de lotes rústicos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GUION PARA LLAMADAS EN FRÍO Y MENSAJES DE CONTACTO INICIAL PARA VENDER LOTES RÚSTICOS EN EL PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	60 de

## GUION PARA LLAMADAS EN FRÍO Y MENSAJES DE CONTACTO INICIAL PARA VENDER LOTES RÚSTICOS EN EL PERÚ

Para un vendedor de lotes rústicos, la prospección en frío y el contacto inicial son pasos cruciales para construir una cartera de clientes. La clave es ser claro, conciso y enfocado en el valor que el lote rústico puede ofrecer al prospecto, ya sea como inversión o para uso personal.

A continuación, se presentan guiones y plantillas para llamadas en frío y mensajes de contacto inicial, adaptados al mercado peruano.

### I. Guiones para llamadas en frío (Cold Calling)

El objetivo de una llamada en frío no es vender el lote de inmediato, sino **despertar el interés, calificar al prospecto y obtener permiso para una conversación más profunda** (una reunión, envío de información detallada).

#### 1.- Consejos Clave:


- Investiga:** Antes de llamar, intenta conocer algo del prospecto (si es inversionista, empresario, etc.).
- Sé breve y directo:** La gente tiene poco tiempo.
- Enfócate en el beneficio:** ¿Qué valor le puedes aportar?
- Prepara respuestas a objeciones comunes:** "¿Cómo obtuvo mi número?", "No estoy interesado", "Estoy ocupado".

#### 2.- Guion 1: Enfocado en inversión a largo Plazo

**2.1.- Contexto:** Prospecto identificado como potencial inversionista (ej. empresario, profesional con ingresos altos).

- "Buenos días/tardes, [Nombre del Prospecto]. Mi nombre es [Tu Nombre] y le llamo de [Tu Empresa/Marca Personal].
- Entiendo que su tiempo es valioso, por eso seré breve. Le contacto porque he estado siguiendo el desarrollo de [Mencionar zona específica donde tienes lotes, ej., "la zona sur de Lima", "el área de influencia del Puerto de Chancay"] y el potencial de valorización que está generando.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GUION PARA LLAMADAS EN FRÍO Y MENSAJES DE CONTACTO INICIAL PARA VENDER LOTES RÚSTICOS EN EL PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	61 de


- c) Nosotros nos especializamos en lotes rústicos en [Zona/Región], que hoy representan una oportunidad excepcional para inversionistas con visión a mediano y largo plazo. No estoy buscando venderle nada ahora, sino saber si estaría abierto/a a recibir una breve asesoría gratuita de 15 minutos sobre cómo la inversión en tierra virgen puede potenciar su patrimonio, especialmente con las proyecciones de crecimiento de infraestructura en Perú hacia el 2030."
- d) **Si muestra interés:** "¿Cuál sería el mejor día y hora la próxima semana para conversar brevemente?"
- e) **Si tiene dudas:** "Entiendo su escepticismo. Muchos inversionistas no consideran los lotes rústicos, pero las proyecciones de valorización en ciertas zonas de Perú son muy atractivas. ¿Le gustaría que le envíe un breve análisis de rentabilidad por correo para que lo revise?"
- f) **Objeción "¿Cómo obtuvo mi número?":** "Su contacto lo obtuve de [Mencionar fuente genérica como 'una base de datos de inversionistas', 'mi red de contactos profesionales']. Lo contacté porque su perfil [mencionar algo relevante, ej., 'como empresario' o 'su interés en inversiones'] me indicó que podría interesarle esta información."

### 3.- Guion 2: Enfocado en calidad de vida / casa de campo

**3.1.- Contexto:** Prospecto con interés en estilo de vida fuera de la ciudad, familias, personas cercanas a la jubilación.

- a) "Buenos días/tardes, [Nombre del Prospecto]. Mi nombre es [Tu Nombre] y le llamo de [Tu Empresa/Marca Personal].
- b) Sé que es una llamada inesperada. Le contacto porque muchas familias en [Mencionar ciudad o distrito cercano, ej., "Lima"] están buscando espacios para desconectar, construir su casa soñada o simplemente invertir en un patrimonio que les ofrezca tranquilidad y naturaleza.
- c) Nosotros contamos con lotes rústicos en [Zona/Región] que ofrecen esa oportunidad. ¿Estaría abierto/a a una breve conversación sobre cómo estos terrenos, con su potencial de desarrollo futuro, podrían ser ese espacio que busca para su familia?"



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>		Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>		Versión:	V 1.0
	<b>GUIÓN PARA LLAMADAS EN FRÍO Y MENSAJES DE CONTACTO INICIAL PARA VENDER LOTES RÚSTICOS EN EL PERÚ</b>		Fecha de aprobación:	10/06/2025
			Página:	62 de

- d) **Si muestra interés:** "Perfecto. ¿Podríamos coordinar una breve videollamada para mostrarle algunos terrenos y las proyecciones de la zona, o quizás una visita guiada?"
- e) **Si tiene dudas:** "Comprendo. Quizás no es el momento. Pero, si en el futuro considera un espacio más amplio, verde y con potencial para su familia, me gustaría enviarle un pequeño video de nuestros lotes. ¿Me permite enviarlo a su WhatsApp o correo?"

## II. Mensajes de contacto inicial (email / redes sociales)

Estos mensajes deben ser cortos, personalizados y con un llamado a la acción claro.

### 1.- Consejos Clave:

- Asunto atractivo (Email):** Que invite a abrir el correo.
- Personalización:** Muestra que investigaste al prospecto.
- Valor en la primera línea:** Qué puedes ofrecerle.
- CTA Claro:** Qué quieres que haga después de leer.


### 2.- Mensaje 1 (Email): Para inversionistas (visión a largo plazo)

**Asunto:** Oportunidad de Inversión en Lotes Rústicos con Potencial en Perú

Estimado/a [Nombre del Prospecto],

Mi nombre es [Tu Nombre] y soy [Tu Cargo/Especialidad] en [Tu Empresa]. He notado su [interés en inversiones/trayectoria empresarial/perfil profesional en LinkedIn] y por ello me permito contactarlo.

El mercado de lotes rústicos en Perú, especialmente en zonas como [Mencionar Zona de Interés, ej., "el norte chico de Lima" o "el área de influencia de la nueva Carretera Central"], presenta oportunidades excepcionales de valorización a mediano y largo plazo, impulsadas por los grandes proyectos de infraestructura y el crecimiento urbano.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GUION PARA LLAMADAS EN FRÍO Y MENSAJES DE CONTACTO INICIAL PARA VENDER LOTES RÚSTICOS EN EL PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	63 de

Me gustaría compartirle una breve [Guía/Análisis/Presentación] que detalla el potencial de rentabilidad de estos terrenos. ¿Sería un buen momento para enviársela o coordinar una breve llamada de 15 minutos para comentarle más al respecto?

Quedo atento a su respuesta.

Saludos cordiales,

[Tu Nombre] [Tu Cargo] [Tu Empresa] [Tu Teléfono] [Tu LinkedIn (opcional)]

### 3.- Mensaje 2 (LinkedIn InMail / mensaje directo): Para desarrolladores

**Asunto/Inicio:** Potencial Terreno para Desarrollo Urbano en [Zona del Lote]

Hola [Nombre del Contacto],

Mi nombre es [Tu Nombre], y soy especialista en terrenos rústicos con [Tu Empresa]. He estado siguiendo el trabajo de [Nombre de su Empresa] en el sector de desarrollo inmobiliario y me parece muy interesante.


Actualmente, represento la venta de un lote rústico de [X] hectáreas en [Zona del Lote], una ubicación estratégica con gran potencial para [mencionar tipo de desarrollo, ej., "habilitación residencial", "parque industrial"] debido a [mencionar 1-2 razones clave, ej., "su cercanía a la nueva vía Y" o "la proyección de crecimiento poblacional de la zona"].

Considerando sus proyectos, ¿habría interés en explorar esta oportunidad? Estaría encantado de compartirle un perfil del terreno y discutir cómo podría encajar en sus planes a futuro.

Quedo a su disposición para coordinar una breve conversación.

Saludos,

[Tu Nombre] [Tu Cargo] [Tu Empresa]

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GUION PARA LLAMADAS EN FRÍO Y MENSAJES DE CONTACTO INICIAL PARA VENDER LOTES RÚSTICOS EN EL PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	64 de

#### 4.- Mensaje 3 (WhatsApp / Instagram DM): Para Interesados en Casa de Campo / Calidad de Vida

**Asunto/Inicio:** ¿Sueñas con tu casa de campo? Lotes en [Zona] con potencial único.

Hola [Nombre del Contacto],

Vi que mostraste interés en propiedades fuera de la ciudad / casas de campo en [Plataforma donde lo contactas].

En [Tu Empresa/Marca Personal] tenemos lotes rústicos en [Zona/Región] que son una excelente oportunidad para construir ese espacio ideal para desconectar y disfrutar de la naturaleza.

¿Te gustaría que te envíe fotos, videos y más información sobre estos terrenos y su potencial de crecimiento?

¡Escríbeme para conversar!


Saludos,

[Tu Nombre] [Tu Teléfono] [Tu Instagram/Facebook si aplica]

#### III. Consejos adicionales para el uso de guiones

- Practica, practica, practica:** No leas los guiones. Internalízalos y hazlos tuyos. Suena natural y conversacional.
- Escucha más de lo que hablas:** La prospección es sobre el prospecto, no sobre ti. Haz preguntas abiertas y escucha activamente sus necesidades.
- Sé resiliente:** La prospección en frío tiene una alta tasa de rechazo. No te desanimes. Cada "no" te acerca a un "sí".
- Ofrece valor siempre:** Ya sea información, una asesoría o un recurso gratuito. No pidas nada sin dar algo a cambio primero.

**Seguimiento consistente:** Si el prospecto muestra algún interés, asegúrate de hacer un seguimiento programado y estratégico.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	65 de

(sesión 3 070720251155)

### III. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENO RÚSTICO EN PERÚ

Los criterios BANT (Budget, Authority, Need, Timeline - Presupuesto, Autoridad, Necesidad, Plazo) son una herramienta fundamental para que un vendedor califique a sus prospectos, enfocando sus esfuerzos en aquellos con mayor probabilidad de convertirse en clientes. Aplicados a la venta de lotes de terreno rústico en Perú, estos criterios ayudan a entender la viabilidad y el potencial de cada oportunidad.

#### 1. Budget (Presupuesto)

Este criterio se refiere a si el prospecto tiene los recursos financieros necesarios para adquirir el lote rústico y, en muchos casos, para su posterior desarrollo o formalización.


##### 1.1.- ¿Qué buscar/preguntar?

- ✓ **Capacidad de Inversión:** "¿Cuál es el rango de inversión que tiene contemplado para un terreno?" o "¿Cuál es su presupuesto aproximado para esta adquisición?"
- ✓ **Origen de Fondos:** Indagar discretamente si la compra sería al contado, con financiamiento directo.
- ✓ **Costos Adicionales:** ¿Está consciente de los costos asociados a la compra y al potencial desarrollo futuro (habilitación, servicios básicos, construcción)?

##### 1.2.- Señales de calificación:

- ✓ Menciona un rango de precio específico o cercano al valor de tus lotes.
- ✓ Tiene preaprobación de financiamiento directo o acceso a capital.
- ✓ Demuestra comprensión sobre los costos totales de la inversión (no solo el precio del terreno).

**1.3.- Relevancia para lotes rústicos:** Los lotes rústicos suelen tener un menor precio de entrada que los urbanos, pero el inversionista calificado

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	66 de

debe tener presupuesto para el mediano/largo plazo, incluyendo los costos de habilitación si su visión es urbanizar.

## 2. Authority (Autoridad)

Se refiere a si el prospecto tiene el poder de decisión final para realizar la compra. En la venta de lotes rústicos, especialmente para inversionistas o desarrolladores, la decisión puede involucrar a varias personas.

### 2.1.- ¿Qué buscar/preguntar?

- ✓ **Rol en la decisión:** "¿Quiénes más participan en la decisión de compra de este tipo de inversión?" o "¿Está tomando esta decisión solo/a o con algún socio/familiar?"
- ✓ **Proceso de aprobación:** "¿Cuál es el proceso interno o familiar para aprobar una inversión de esta magnitud?"
- ✓ **Socios o inversionistas:** Si es un desarrollador o grupo inversionista, ¿es él/ella el líder del proyecto o solo un intermediario?

### 2.2.- Señales de calificación:

- ✓ Es el tomador de decisiones principal o tiene acceso directo a ellos.
- ✓ Define claramente el proceso de decisión y los tiempos.
- ✓ Puede reunir a las partes involucradas para una próxima reunión.

**2.3.- Relevancia para lotes rústicos:** En inversiones significativas, a menudo hay comités familiares, socios de negocios o incluso asesores financieros. Identificar a la persona con autoridad evita pérdidas de tiempo.

## 3. Need (Necesidad)

Este criterio aborda el problema que el prospecto busca resolver o el objetivo que quiere alcanzar con la compra de un lote rústico.

### 3.1.- ¿Qué buscar/preguntar?

- ✓ **Motivación principal:** "¿Qué lo/la impulsa a buscar un terreno rústico en este momento?" o "¿Qué visión tiene para


61

AYBAR CORP SAC

Ave. Circunvalación del Golf Los Incas 134, Santiago de Surco 15023

Material exclusivo de formación interna – Prohibida la reproducción parcial o total.

Derechos Reservados

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	67 de

este tipo de propiedad?" (inversión, casa de campo, agricultura, desarrollo futuro).

- ✓ **Objetivos de inversión:** "Si hablamos de inversión, ¿cuáles son sus expectativas de rentabilidad o a qué plazo le gustaría ver crecer su capital?"
- ✓ **Problemas actuales:** "¿Qué desafíos está enfrentando con sus inversiones actuales o con su situación de vivienda/negocio que lo lleva a considerar un terreno rústico?"
- ✓ **Criterios de búsqueda:** "¿Qué es lo más importante para usted en un terreno rústico (ubicación, tamaño, acceso a servicios, vistas)?"

### 3.2.- Señales de calificación:

- ✓ Articula claramente un problema o un deseo que tu lote rústico puede satisfacer.
- ✓ Muestra entusiasmo o curiosidad por las soluciones que ofreces.
- ✓ Sus necesidades se alinean con las características y el potencial de tus propiedades.


**3.3.- Relevancia para lotes rústicos:** La necesidad puede ir desde "escapar de la ciudad" hasta "maximizar el retorno de inversión con proyectos de habilitación". Entender esta necesidad profunda te permite posicionar el lote de la mejor manera.

## 4. Timeline (Plazo)

Este criterio define la urgencia o el marco de tiempo en el que el prospecto planea realizar la compra.

### 4.1.- ¿Qué buscar/preguntar?

- ✓ **Horizonte de compra:** "¿Para cuándo le gustaría tener resuelta esta inversión/adquisición?" o "¿En qué plazo aproximado tiene pensado concretar la compra?"
- ✓ **Eventos gatilladores:** "¿Hay algún evento o fecha límite que esté considerando para esta decisión?" (ej. fin de año fiscal, jubilación, finalización de otro proyecto).

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	68 de

- ✓ **Etapas del proceso:** "¿En qué etapa se encuentra actualmente en su búsqueda de terrenos?" (recién empieza, está comparando opciones, ya tiene un par de finalistas).

#### 4.2.- Señales de calificación:


- ✓ Tiene un plazo definido (ej. "en los próximos 3-6 meses", "antes de fin de año").
- ✓ Muestra un sentido de urgencia o un interés genuino en avanzar.
- ✓ Sus plazos son realistas para el proceso de compra de un lote rústico.

**4.4.- Relevancia para lotes rústicos:** Las compras de terrenos rústicos no suelen ser impulsivas. Los plazos más realistas pueden ir de meses a un año. Prospectos con un plazo muy corto podrían estar buscando algo más consolidado.

#### 5.- Aplicación en la práctica para vendedores de lotes rústicos

- ✓ **No es un cuestionario rígido:** Utiliza BANT como una guía para la conversación, no como un interrogatorio. Las preguntas deben fluir naturalmente.
- ✓ **Calificación dinámica:** La calificación BANT no es estática; puede cambiar a medida que avanzas en la conversación y aprendes más del prospecto.
- ✓ **Enfoque el esfuerzo:** Concentra tu energía en los prospectos que cumplen con la mayoría de los criterios BANT. Esto optimiza tu tiempo y aumenta tu tasa de cierre.
- ✓ **Adaptación de la oferta:** Una vez calificado, puedes adaptar tu propuesta de valor, los lotes específicos que muestras y la información que proporcionas a las necesidades, presupuesto y plazos del prospecto.

Al dominar la calificación BANT, un vendedor de lotes rústicos en Perú no solo optimiza su proceso de ventas, sino que también construye relaciones más sólidas con prospectos verdaderamente interesados y calificados.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	69 de

## Cómo identificar el presupuesto real del cliente que compra lotes rústicos

Identificar el "presupuesto real" de un cliente que busca lotes rústicos es crucial para un vendedor, ya que permite presentar las opciones adecuadas, evitar pérdidas de tiempo y negociar de manera efectiva. Los clientes a menudo son reacios a revelar su límite máximo al inicio, por lo que se requiere una combinación de preguntas estratégicas, observación, construcción de confianza y la capacidad de interpretar señales.

### 1.- ¿Por qué es importante identificar el presupuesto real?

- ✓ **Eficiencia en el proceso:** Permite al vendedor concentrarse en lotes que el cliente realmente puede permitirse, evitando mostrar opciones inalcanzables o, por el contrario, subestimar su capacidad de compra.
- ✓ **Confianza del cliente:** Al ofrecer opciones que se ajustan a su realidad financiera, el cliente percibe al vendedor como un asesor confiable y no como alguien que solo busca la venta a cualquier costo.
- ✓ **Negociación efectiva:** Conocer el rango de inversión del cliente proporciona una base sólida para cualquier negociación de precios.
- ✓ **Calificación del prospecto:** Es un pilar fundamental del criterio "Budget" de BANT, que ayuda a calificar la viabilidad de un *lead*.

### 2.- Estrategias para identificar el presupuesto real


#### 2.1.- Preguntas abiertas y graduales (Directas y Tactful)

Evita empezar con un brusco "¿Cuánto dinero tiene?". En su lugar, usa un enfoque más conversacional y gradual, que invite a la reflexión del cliente.

##### 2.1.1.- Rango de inversión inicial y expectativas:

- ✓ "Para poder optimizar nuestra búsqueda y mostrarle las mejores opciones que se ajusten a su visión, ¿en qué rango



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	70 de

de inversión tiene usted pensado moverse para la adquisición de un terreno rústico?"

- ✓ "Generalmente, los lotes en esta zona varían desde [precio mínimo bajo] hasta [precio máximo alto]. Para tener una referencia, ¿en qué parte de ese rango se siente más cómodo explorando, o ya tiene un presupuesto ideal en mente?"
- ✓ "¿Cuál es el valor máximo que, de ser la oportunidad perfecta, estaría dispuesto/a a considerar?" (Esta pregunta busca el techo del presupuesto).

#### **2.1.2.- Enfoque en la cuota mensual (si es con financiamiento):**


- ✓ "Si considerara un financiamiento para esta inversión, ¿cuál sería una cuota mensual que se sienta cómoda y manejable en su presupuesto familiar o empresarial?" (Esto puede ser más fácil de responder y revela la capacidad de pago).
- ✓ "¿Ha explorado ya alguna opción de crédito? ¿Tiene alguna preaprobación o conoce su capacidad de endeudamiento?"

#### **2.2.- Preguntas sobre la visión a futuro y costos integrales:**

- ✓ "Más allá del costo inicial del terreno, ¿ha proyectado la inversión total que podría implicar su visión para este lote? Me refiero a la habilitación, servicios, o la construcción si piensa edificar." (Esto ayuda a entender si su "presupuesto" inicial es solo para el terreno o para el proyecto completo, revelando su comprensión de los costos totales).
- ✓ "¿Cuál es el retorno esperado de su inversión y en qué plazo le gustaría verlo materializado?" (Esto puede llevar a una discusión sobre el valor del terreno y el presupuesto necesario para alcanzar esa rentabilidad).

#### **2.3.- Experiencias anteriores y conocimiento del mercado:**

- ✓ "¿Ha tenido experiencias previas invirtiendo en bienes raíces o en terrenos similares? Si es así, ¿qué tipo de inversiones ha realizado y con qué resultados?" (Esto puede dar pistas sobre su nivel de sofisticación financiera y capacidad de inversión).

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	71 de

- ✓ "¿Cuál ha sido su inversión más grande hasta la fecha en el sector inmobiliario?" (Pregunta indirecta para dimensionar su capacidad).

### 3. Observación y escucha activa (Indirectas)

Presta atención a las señales no verbales, los comentarios espontáneos y el comportamiento del cliente durante la conversación y las visitas.

#### 3.1.- Reacción a precios y opciones presentadas:

- ✓ Observa su lenguaje corporal (asentimientos, ceño fruncido), tono de voz y comentarios cuando mencionas rangos de precios o el valor de lotes específicos.
- ✓ Si se muestra interesado solo en los lotes con precios más bajos, o si descarta rápidamente opciones de mayor valor sin justificación clara, podría indicar un presupuesto limitado.
- ✓ Si, por el contrario, se detiene en lotes de alto valor y pregunta por sus detalles, es una señal de que está en su rango o incluso por encima de lo que te mencionó.


#### 3.2.- Interés en tipos de lotes y características:

- ✓ Un interés consistente en lotes con características *premium* (mejores vistas, mayor tamaño, ubicación más exclusiva) sugiere una mayor capacidad financiera.
- ✓ Preguntas detalladas sobre la calidad de la tierra, el acceso a servicios básicos (agua, luz) o las posibilidades de construcción avanzada también pueden indicar un presupuesto holgado.

#### 3.3.- Nivel de educación financiera y términos utilizados:

- ✓ Clientes que hablan fluidamente sobre rentabilidad, costos por metro cuadrado (m<sup>2</sup>), plusvalía a largo plazo, apalancamiento, tasas de interés, o análisis de mercado, suelen tener un mayor entendimiento financiero y una capacidad de inversión más sólida.

#### 3.4.- Comentarios sobre estilo de vida y posesiones:

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	72 de

- ✓ Menciones casuales sobre viajes recientes, inversiones en otros activos (acciones, negocios), su tipo de vehículo, su residencia actual o sus pasatiempos, pueden ser

- ✓ indicadores indirectos de solvencia y un nivel de vida que se alinea con una inversión mayor.

### 3.5.- Forma de desplazamiento y presentación:

- ✓ Aunque no son determinantes, la forma en que el cliente llega a la cita (vehículo, si está solo o acompañado) o su vestimenta y accesorios pueden dar indicios del segmento socioeconómico al que pertenece.

## 4. Uso estratégico de la información y construcción de confianza

Una vez que tengas una idea (inferida o directa) del presupuesto, úsala con inteligencia para guiar la conversación y la presentación de opciones.


### 4.1.- Ofrece opciones cercanas a su rango (con Flexibilidad):

Presenta 2-3 opciones que se ajusten a lo que has inferido de su presupuesto. Puedes incluir:

- ✓ Una opción ligeramente por debajo de su supuesto límite (para generar sensación de "ganga" o "buena oportunidad").
- ✓ Una opción en el punto medio de lo que ha mencionado.
- ✓ Una opción ligeramente por encima (para "tantear" su límite real o si hay una característica de alto valor que pueda justificar el precio).

**4.2.- Justifica el valor y la inversión:** En lugar de solo dar precios, explica el valor integral que cada lote ofrece en relación a su costo. Destaca:

- ✓ **Potencial de valorización:** Cómo la ubicación, los proyectos de infraestructura cercanos o la expansión urbana pueden aumentar su valor futuro.
- ✓ **Beneficios a largo plazo:** Rentabilidad, seguridad patrimonial, calidad de vida.
- ✓ **Comparación de costo-beneficio:** "Este lote es [X]% más caro, pero le ofrece [Y] vistas, [Z] metros cuadrados

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	73 de

adicionales y está a solo [A] minutos del futuro [proyecto clave], lo que impactará directamente en su plusvalía."

**4.3.- Sé un asesor confidencial:** Ofrece información valiosa y objetiva sobre el mercado, el proceso de compra, los costos asociados y las opciones de financiamiento. Cuanta más confianza construyas y más útil seas, más propenso será el cliente a ser transparente contigo sobre sus capacidades financieras.

#### 4.4.- Explora opciones de financiamiento y escenarios:


- ✓ "Si este lote se ajusta a lo que busca, pero el precio es un poco alto, ¿ha considerado explorar opciones de financiamiento directo? A veces, una diferencia mínima en la cuota mensual abre puertas a mejores oportunidades."
- ✓ "Para esta inversión, ¿sería una compra individual o hay otros socios/familiares con quienes podría compartir el costo para acceder a una propiedad de mayor potencial?" (Esta pregunta abre la puerta a soluciones de coinversión).
- ✓ Presenta escenarios de pago: "Podríamos dividir el pago inicial de esta manera, y el resto con este plan de financiamiento... ¿le parece viable?"

**4.5.- No presiones ni adivines demasiado:** Si el cliente se siente presionado o siente que estás asumiendo su capacidad, es probable que se cierre o desaparezca. ***La paciencia, el tacto y un genuino interés en sus necesidades son clave en ventas de alto valor como esta.***

#### 5. Uso de *Lead Magnets* y formularios calificados

En las fases de prospección en frío o contacto inicial, herramientas digitales pueden precalificar el presupuesto.

- ✓ **Guías de inversión por presupuesto:** Ofrecer descargas de guías tipo "Lotes Rústicos en Perú: Guía de Inversión según tu Presupuesto (Rangos de S/20,000 a S/100,000)" vs. "Oportunidades para Inversionistas de Alto Patrimonio" puede hacer que el cliente se autosegmente según su capacidad.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	73 de

- ✓ **Formularios de interés detallados:** Incluir campos opcionales sobre "rango de presupuesto deseado" o "preferencia de financiamiento" en tus formularios web o encuestas iniciales.

Identificar el presupuesto real de un cliente de lotes rústicos es un arte que combina táctica, observación, empatía y un genuino interés por entender sus necesidades y capacidades financieras para ofrecer la solución que realmente le conviene.

## Cómo determinar quién toma la decisión de compra de lotes rústicos


Para determinar quién toma la decisión de compra de lotes de terreno rústico, que se enmarca dentro del criterio de "Autoridad" del BANT, es fundamental ir más allá de la persona con la que tienes el primer contacto. Aquí te detallo cómo puedes identificar al verdadero decisor:

### 1. Preguntas directas y abiertas sobre el proceso de decisión:

- ✓ "Además de usted, ¿quién más participa en la decisión de una inversión tan importante como la adquisición de un terreno?"
- ✓ "¿Cuál es el proceso habitual que siguen para tomar decisiones de inversión en bienes raíces?"
- ✓ "Si este lote encajara perfectamente con lo que buscan, ¿quiénes serían las personas clave que necesitarían dar su aprobación final?"
- ✓ "¿Hay algún asesor (legal, financiero) o socio que deba revisar esta oportunidad antes de avanzar?"

### 2. Observación de señales durante la conversación:

- ✓ **Delegación de tareas:** Si el prospecto constantemente dice "tendría que consultarlo con..." o "mi socio se encarga de eso", es una señal clara de que no es el decisor único o principal.
- ✓ **Lenguaje corporal y tono:** Presta atención a quién domina la conversación, quién hace las preguntas más incisivas sobre el precio o las condiciones, y quién parece tener la última palabra en las discusiones.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	75 de

- ✓ **Preguntas orientadas a otros:** Si el prospecto hace preguntas como "¿Mi esposa/socio podría visitarlo la próxima semana?", indica que hay otra persona relevante en el proceso.
- ✓ **Ausencia de compromiso final:** Si el prospecto evita comprometerse con siguientes pasos o reuniones importantes sin una "confirmación" de alguien más, es una bandera roja.

### 3. Identificación de roles en el proceso de compra: En una compra de lotes rústicos, los roles pueden ser:


- ✓ **Iniciador:** Quien detecta la necesidad o idea (ej., "Necesitamos un lugar para escapar de la ciudad" o "Quiero diversificar mis inversiones").
- ✓ **Influenciador:** Aquel cuyas opiniones o recomendaciones afectan la decisión (ej., un familiar con experiencia en inversiones, un asesor financiero, un urbanista).
- ✓ **Decisor:** La persona (o grupo de personas) que tiene la autoridad final para decir "sí" o "no" a la compra, incluyendo el monto, condiciones y dónde comprar.
- ✓ **Comprador:** Quien ejecuta la transacción (firma documentos, realiza pagos), que no siempre es el decisor.
- ✓ **Usuario:** Quien finalmente usará el terreno (ej., la familia que construirá la casa de campo, la empresa que operará el cultivo).

Tu objetivo es identificar al **decisor** y a los **influenciadores** clave para dirigir tus mensajes y esfuerzos de venta de manera más efectiva.

### 4. Propuesta de reuniones inclusivas:

- ✓ Una vez que sospeches que hay otros decisores o influenciadores, propón activamente una reunión o presentación donde todos ellos puedan estar presentes. Por ejemplo: "¿Le gustaría que organicemos una videollamada para presentar esta oportunidad a su [socio/esposa/asesor] la próxima semana?"

Al aplicar estas tácticas, podrás enfocar tu tiempo y recursos en las personas que realmente tienen el poder de avanzar en la compra, aumentando así tus probabilidades de éxito en la venta de lotes rústicos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	76 de

## Cómo descubrir la necesidad real y el problema que un lote rústico resolverá para un cliente

Para descubrir la necesidad real y el problema que un lote rústico resolverá para un cliente, es fundamental ir más allá de la pregunta superficial y profundizar en sus motivaciones y objetivos. Aquí te explico cómo hacerlo:


### 1. Haz preguntas abiertas y estratégicas:

- ✓ **Sobre su motivación:** "¿Qué le llevó a pensar en adquirir un terreno rústico en este momento?" o "¿Qué es lo que más le atrae de un lote en una zona rural o de campo?"
- ✓ **Sobre su visión a futuro:** "¿Qué planes tiene para este terreno en los próximos 5, 10 o 15 años?" o "¿Cómo se imagina usando o disfrutando esta propiedad en el futuro?"
- ✓ **Sobre problemas actuales:** "¿Hay algo en su situación actual de vivienda o inversión que un terreno como este podría mejorar o solucionar?" o "¿Qué desafío busca resolver con esta compra?"
- ✓ **Sobre sus expectativas:** "¿Qué espera lograr con esta inversión a largo plazo?" o "¿Cuál es el resultado ideal que busca obtener al adquirir este lote?"

### 2. Escucha activa y profunda:

- ✓ Presta atención no solo a lo que dice el cliente, sino a **cómo lo dice**. ¿Hay entusiasmo, frustración, cautela?
- ✓ **Identifica palabras clave:** ¿Menciona "escapar del ruido", "construir patrimonio", "rentabilidad", "tranquilidad", "cultivar", "desarrollo familiar"? Estas palabras son pistas sobre sus necesidades subyacentes.
- ✓ **Lee entre líneas:** A veces, el cliente no expresará directamente el problema, sino los síntomas. Por ejemplo, "estoy cansado de vivir en la ciudad" puede traducirse en una necesidad de paz y naturaleza.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	77 de

### 3. Investiga su perfil y contexto (Si es posible):

- ✓ Si el cliente fue referido o lo contactaste por redes sociales, revisa su perfil. ¿Es un empresario? ¿Un joven profesional? ¿Una pareja con hijos? Esto te dará un contexto sobre sus posibles necesidades.
- ✓ ¿Ha comprado propiedades antes? Sus experiencias previas pueden indicar qué busca o qué problemas busca evitar.

### 4. Presenta escenarios y observa reacciones:


- ✓ Describe diferentes usos posibles del lote (inversión a largo plazo, casa de campo, pequeño proyecto agrícola, desarrollo turístico) y observa a cuál reacciona con más interés.
- ✓ "Imagine este lote en 10 años, con el desarrollo de la zona y el incremento de la infraestructura. ¿Qué significaría eso para usted?"
- ✓ "Algunos de nuestros clientes buscan construir su casa de fin de semana, otros lo ven como una inversión para el futuro de sus hijos, y algunos lo usan para pequeños emprendimientos agrícolas. ¿Con cuál de estas visiones se identifica más?"

### 5. Valida la necesidad:

- ✓ Una vez que crees haber identificado la necesidad o el problema, fórmulo de nuevo al cliente para confirmarlo: "Entonces, si entiendo bien, su principal interés es [resumir la necesidad/problema], ¿es correcto?"
- ✓ Pregunta por las "implicaciones" de no resolver ese problema: "Si no encuentra un terreno que le ofrezca [la necesidad identificada], ¿qué impacto tendría eso para usted/su familia/su inversión?"

Al aplicar estas técnicas, podrás ir más allá de la simple "compra de un lote" y entender qué problema real el cliente busca solucionar, o qué deseo profundo busca satisfacer. Esto te permitirá posicionar el lote de manera mucho más



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>		Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>		Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ		Fecha de aprobación:	10/06/2025
			Página:	78 de

efectiva y construir una relación de confianza, ya que el cliente sentirá que realmente lo entiendes.

## Cómo establecer el cronograma del cliente para la compra de lotes rústicos

Establecer el cronograma (o *timeline*) del cliente es un componente vital de la calificación de prospectos (criterio "Timeline" de BANT). Permite al vendedor comprender la urgencia real del prospecto y ajustar su proceso de venta para coincidir con el ritmo del cliente, evitando presiones innecesarias o, por el contrario, demoras que lleven a la pérdida de la oportunidad.

### ¿Por qué es crucial entender el cronograma del cliente?


1. **Priorización de esfuerzos:** Permite al vendedor concentrar su tiempo y energía en los prospectos que están listos para tomar una decisión en un plazo razonable.
2. **Gestión de expectativas:** Ayuda a alinear las expectativas del vendedor con las del cliente, evitando frustraciones por un lado (si el cliente no está listo) o por el otro (si el vendedor no actúa con suficiente rapidez para un cliente urgente).
3. **Planificación de seguimientos:** Define la frecuencia y el tipo de seguimiento más adecuados para cada prospecto.
4. **Identificación de "Deals" Calientes:** Permite reconocer oportunidades que necesitan una acción inmediata frente a aquellas que requieren una labor a largo plazo.

### Estrategias para establecer el cronograma del cliente

#### 1. Preguntas directas y enfocadas en el futuro

Formula preguntas que inviten al cliente a pensar en su horizonte temporal de manera concreta.

- ✓ "Si este lote de terreno rústico encaja perfectamente con su visión y presupuesto, ¿para cuándo le gustaría tener resuelta esta adquisición?"
- ✓ "¿Cuál es el plazo aproximado en el que tiene pensado concretar esta inversión?"


	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	79 de

- ✓ "¿En qué etapa se encuentra actualmente en su proceso de búsqueda de terrenos? ¿Está recién empezando a investigar, comparando opciones, o ya tiene algunos finalistas en mente?"
- ✓ "¿Hay alguna fecha o evento importante que esté considerando como límite para tomar una decisión sobre este tipo de inversión?"
- ✓ (Ej: "Queremos tener la casa de campo lista para el próximo verano", "Necesito invertir antes de fin de año por temas fiscales", "Estamos planeando la jubilación en 3 años").
- ✓ "¿Cuánto tiempo lleva buscando un terreno con estas características?" (Si lleva mucho tiempo, puede ser menos urgente o tener objeciones ocultas).

## 2. Observación de señales de urgencia (y falta de ella)

El comportamiento del cliente puede revelar mucho sobre su cronograma, incluso si no lo expresa directamente.

- ✓ **Nivel de iniciativa:** ¿El cliente es proactivo en la comunicación, te llama, te envía correos, o siempre eres tú quien debe contactarlo?
- ✓ **Velocidad de respuesta:** ¿Responde rápidamente a tus llamadas o mensajes, o hay largos periodos de silencio?
- ✓ **Interés en visitas y detalles:** Un cliente con un cronograma más corto suele estar más dispuesto a coordinar visitas al terreno, solicitar información detallada y pedir proyecciones.
- ✓ **Preguntas sobre disponibilidad y proceso:** Si pregunta por la disponibilidad inmediata del lote, los plazos de entrega, los tiempos de los trámites o la documentación necesaria para una compra rápida, indica mayor urgencia.
- ✓ **Comparación Activa:** Si el cliente menciona que está visitando otros lotes o hablando con otros vendedores, puede indicar que está en una fase de comparación activa y, por lo tanto, con un cronograma más definido.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	80 de

### 3. Vinculación del cronograma con la necesidad y el beneficio

Ayuda al cliente a conectar la urgencia con la resolución de su necesidad o el logro de su objetivo.

- ✓ "Entiendo que no hay prisa, pero si logra adquirir este lote en los próximos [X] meses, podría aprovechar el inicio del desarrollo de [proyecto de infraestructura/habilitación cercana], lo que potenciaría su valorización desde el principio."
- ✓ "Si su objetivo es tener la casa de campo lista para el próximo [temporada/evento], necesitaríamos iniciar el proceso de adquisición en las próximas [X] semanas para que tenga tiempo de planificar la construcción."
- ✓ "Las oportunidades de inversión en lotes con este potencial no siempre están disponibles por mucho tiempo. Si espera demasiado, podría perder la oportunidad de [mencionar beneficio específico: vistas, ubicación, precio inicial]."

### 4. Propuesta de siguientes pasos con fechas


Concluye la conversación proponiendo pasos concretos con plazos.

- ✓ "Basado en lo que me comenta, ¿le parecería bien que programemos una visita al lote para [fecha sugerida] y así pueda visualizar mejor el potencial?"
- ✓ "Para que pueda tomar una decisión informada, le propongo enviarle un resumen detallado con el potencial de valorización de este lote para el [fecha sugerida] y luego coordinar una breve llamada para resolver sus dudas."
- ✓ "Si el interés es real, ¿cuál sería el siguiente paso concreto que deberíamos dar para avanzar?"

### 5. Gestión de cronogramas largos o indefinidos

No todos los clientes tendrán un cronograma claro.

- ✓ **Cliente a largo plazo:** Si el cronograma es de más de un año, clasifícalo como un prospecto a "cultivar". Mantén una comunicación periódica con contenido de valor (boletines, actualizaciones de la zona), pero sin urgencia.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	81 de

- ✓ **Cronograma indefinido:** Si el cliente no puede definir un plazo, intenta indagar la razón. Podría ser que no tenga el presupuesto, no sea el decisor, o no tenga una necesidad clara. Si no logras obtener claridad, recalifica al prospecto y ajusta tu esfuerzo.

Al implementar estas estrategias, podrás identificar de manera más efectiva el cronograma real de tus clientes, optimizando tu enfoque de ventas y aumentando tus posibilidades de cerrar negocios en el momento oportuno.

## Otros criterios de calificación de prospectos para lotes rústicos en Perú

Además de los criterios BANT (Presupuesto, Autoridad, Necesidad, Plazo), existen otros elementos clave que permiten a un vendedor de lotes rústicos en Perú calificar y entender mejor a sus prospectos. Estos criterios se centran en el **perfil del cliente** y sus **preferencias específicas de ubicación**, ofreciendo una visión más holística para una prospección y venta más efectiva.


### 1. Criterios demográficos

Los datos demográficos proporcionan una base fundamental para la segmentación y calificación, ayudando a entender el "quién" del comprador.

#### 1.1.- Edad y etapa de vida:

- Jóvenes profesionales/parejas (30-45 años):** A menudo buscan su primera gran inversión patrimonial, un refugio para el fin de semana, o un lugar para iniciar un proyecto familiar a largo plazo (autoconstrucción, pequeña granja). Pueden estar menos bancarizados inicialmente.
- Adultos en consolidación (45-60 años):** Son inversionistas más consolidados que buscan diversificar su patrimonio, un lugar para la jubilación futura, o una casa de campo. Tienen mayor capacidad económica y acceso a financiamiento.
- Adultos mayores/jubilados (60+):** Buscan tranquilidad, un estilo de vida más relajado, o un lugar para establecerse definitivamente fuera de la ciudad. La accesibilidad y los servicios de salud cercanos pueden ser importantes.

#### 1.2.- Nivel socioeconómico e ingresos:

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	82 de

- a) Directamente relacionado con el presupuesto y la capacidad de inversión. Los compradores de lotes rústicos suelen pertenecer a segmentos medios y altos, capaces de asumir no solo el costo del terreno, sino también la inversión a futuro en habilitación y construcción.

### 1.3.- Ocupación/Profesión:

- Empresarios/profesionales independientes:** Mayor flexibilidad financiera y visión de inversión.
- Ingenieros/arquitectos/construtores:** Pueden tener interés en el desarrollo de sus propios proyectos.
- Agricultores/agroexportadores:** Buscan terrenos con aptitud agrícola y acceso a recursos hídricos.

### 1.4.- Ubicación de residencia actual:


- Principalmente de grandes ciudades (Lima, Arequipa, Trujillo) buscando escapar del caos urbano.
- Peruanos en el extranjero con interés en invertir en su país de origen.

## 2. Criterios psicográficos

Estos criterios profundizan en el "por qué" de la compra, explorando los valores, estilo de vida, intereses y aspiraciones del prospecto.

### 2.1.- Estilo de vida:

- Amantes de la naturaleza:** Buscan un escape de la ciudad, contacto con el medio ambiente, tranquilidad, aire puro.
- Orientados a la familia:** Desean un espacio amplio para sus hijos, fines de semana familiares, un lugar de reunión.
- Emprendedores rurales:** Aspiran a desarrollar un negocio relacionado con la agricultura, ganadería o turismo rural.
- Buscadores de bienestar:** Priorizan la salud, el espacio para actividades al aire libre, un estilo de vida más orgánico.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	83 de

## 2.2.- Valores y creencias:

**a.- Inversión segura:** Ven la tierra como un activo tangible y seguro frente a la volatilidad económica.

**b.- Legado familiar:** Desean dejar un patrimonio duradero para las futuras generaciones.

**c.- Autosuficiencia/sostenibilidad:** Interés en cultivos orgánicos, energía renovable, vida autosostenible.

## 2.3.- Motivaciones profundas:

**a.- Escape del estrés urbano:** Buscan paz, silencio y un ritmo de vida más lento.

**b.- Búsqueda de privacidad y espacio:** Desean alejarse de la densidad poblacional y tener terreno propio.

**c.- Realización personal:** Cumplir el sueño de tener una casa de campo o un proyecto propio en la tierra.

**d.- Oportunidad de crecimiento patrimonial:** Impulsados por el deseo de hacer crecer su capital a través de la plusvalía.


## 3.- Criterios de ubicación deseada

La ubicación es, para muchos, el factor más crítico. El "dónde" no solo se refiere a la región, sino a las características específicas del entorno.

## 4.- Proximidad a centros urbanos:

**a.- ¿Qué tan lejos están dispuestos a estar de la ciudad principal?** Algunos prefieren estar a 30-60 minutos para visitas frecuentes, otros buscan mayor aislamiento (2-3 horas).

**b.- Cercanía a servicios básicos (salud, educación, comercio) es un factor importante, incluso si el lote es rústico.**

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CRITERIOS DE CALIFICACIÓN DE PROSPECTOS (BANT) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	84 de

## 5.- Accesibilidad y vías de acceso:

- a.- ¿La propiedad es accesible por carreteras asfaltadas o trochas?
- b.- ¿Es importante para ellos el acceso fácil y rápido?
- c.- Cercanía a futuras vías importantes (Carretera Central, vías de acceso al Puerto de Chancay) es clave para inversionistas.

## 6.- Entorno natural y paisaje:

- a.- ¿Buscan vistas a montañas, valles, ríos, lagos, o acceso a zonas verdes y parques naturales?
- b.- Preferencias por climas específicos (cálido y seco de Cieneguilla/Chaclacayo, fresco de la sierra).

## 7.- Seguridad de la zona:

- a.- Percepción de seguridad en la comunidad o el entorno rural es un factor clave para la tranquilidad del comprador.

## 8.- Potencial de desarrollo y habilitación:

- a.- Para inversionistas, la ubicación dentro de planes de expansión urbana o zonas con proyectos de infraestructura definidos es primordial.
- b.- Para quienes buscan casa de campo, el potencial de acceso a servicios (agua, luz) en el futuro es vital.

## 9.- Aptitud del suelo (para fines agrícolas):


- a.- Fertilidad del terreno, acceso a recursos hídricos (ríos, acequias, pozos), y tipo de cultivo que se puede desarrollar.

## 10.- Cómo descubrir y aplicar estos criterios

**10.1.- Preguntas cualitativas:** Durante la conversación inicial, haz preguntas que revelen estas motivaciones y preferencias.

- a) "¿Qué tipo de actividades le gustaría realizar en su terreno?" (Revela estilo de vida).
- b) "¿Qué es lo que no le gusta de su vivienda/inversión actual?" (Revela problemas y necesidades subyacentes).



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PERFILES DETALLADOS DE CLIENTES (BUYER PERSONAS) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	85 de

"¿Cómo imagina su fin de semana ideal en un terreno como este?" (Revela aspiraciones y valores).

¿Qué tan importante es para usted la cercanía a la ciudad vs. la tranquilidad del campo?" (Revela preferencias de ubicación).

**11.- Escucha activa:** Presta atención a las pistas y comentarios espontáneos del cliente.

**12.- Herramientas de marketing:** Utiliza el contenido para atraer perfiles específicos (ej., anuncios con fotos de naturaleza para psicográficos de "escape", o anuncios con mapas de infraestructura para psicográficos de "inversión").

**13.- Fichas de calificación detalladas:** Incorpora estos criterios en tus fichas de calificación de prospectos para un seguimiento personalizado.

Al entender y aplicar estos criterios adicionales, un vendedor de lotes rústicos puede ir más allá de la transacción y ofrecer una solución que realmente resuene con los deseos y necesidades profundas de sus clientes en Perú.

**(SESIÓN 4 070720251200)**

## Perfiles detallados de clientes (Buyer Personas) para lotes rústicos en Perú


Crear "Buyer Personas" es esencial para un vendedor de lotes rústicos, ya que permite comprender a profundidad a los clientes potenciales y adaptar las estrategias de prospección, comunicación y venta de manera efectiva. A continuación, se presentan tres perfiles clave:

### I.- Persona 1: El inversionista estratégico (Juan)

**Nombre:** Juan Carlos Montoya **Edad:** 48 años **Ocupación:** Empresario (dueño de una mediana empresa de logística o servicios) / Profesional independiente de alto nivel (consultor, médico especialista). **Nivel Socioeconómico:** A/B **Ubicación Actual:** Lima (San Isidro, Surco, Miraflores) o Arequipa (Cayma, Yanahuara).

#### a.- Motivaciones profundas:



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PERFILES DETALLADOS DE CLIENTES (BUYER PERSONAS) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	86 de

- ✓ **Crecimiento patrimonial y diversificación:** Busca maximizar la rentabilidad de su capital y diversificar sus inversiones, reduciendo la dependencia de mercados financieros volátiles.
- ✓ **Seguridad y solidez:** Valora la tierra como un activo tangible y seguro frente a la inflación y la inestabilidad económica.
- ✓ **Visión a mediano/largo plazo:** No busca una ganancia inmediata, sino una valorización significativa en 5 a 15 años.
- ✓ **Legado familiar:** Desea dejar un patrimonio sólido y creciente para sus hijos y futuras generaciones.
- ✓ **Oportunidad de desarrollo:** Le atrae el potencial de un terreno rústico para convertirse en un proyecto residencial, comercial o industrial rentable en el futuro.


#### b.- Comportamientos y búsqueda:

- ✓ **Investigador minucioso:** Realiza su propia investigación de mercado. Busca informes sobre proyecciones de crecimiento regional, planes de infraestructura (puertos, carreteras), y tendencias de desarrollo urbano.
- ✓ **Canales de información:** LinkedIn, foros de inversión, asesorías financieras, contacto con bancos de inversión, ferias inmobiliarias
- ✓ a grandes proyectos, estudios de suelo, marco legal para habilitación urbana, potencial de plusvalía y comparables de la zona.
- ✓ **Proceso de decisión:** Involucra a sus asesores financieros y legales. La decisión es analítica y basada en datos.

#### c.- Desafíos y puntos de dolor:

- ✓ **Seguridad jurídica:** Miedo a estafas o problemas legales con la propiedad (títulos no saneados, gravámenes).
- ✓ **Falta de información confiable:** Dificultad para obtener proyecciones realistas de valorización o datos precisos de las zonas rústicas.
- ✓ **Pérdida de oportunidad:** Temor a no identificar a tiempo las "zonas calientes" de inversión.
- ✓ **Falta de liquidez (si el activo es muy grande):** Aunque tiene capital, necesita entender si la inversión puede inmovilizarlo excesivamente.

#### d.- Criterios de calificación relevantes:

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PERFILES DETALLADOS DE CLIENTES (BUYER PERSONAS) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	87 de

- ✓ **Budget (B):** Alto, pero con expectativa de retorno. Interesa más el precio por m<sup>2</sup> con potencial que el precio nominal.
- ✓ **Authority (A):** Generalmente es el decisor principal, pero consulta con asesores financieros y legales.
- ✓ **Need (N):** Inversión estratégica, diversificación de patrimonio, maximización de plusvalía a largo plazo.
- ✓ **Timeline (T):** Mediano a largo plazo (5-15 años). No hay prisa, pero buscan oportunidades únicas.
- ✓ **Ubicación deseada:** Zonas con proyectos de infraestructura confirmados (ej. Chancay, nuevas carreteras), áreas periurbanas en crecimiento explosivo, o regiones con alto potencial agroindustrial.
- ✓ **Psicografía:** Pragmatismo, visión de futuro, aversión al riesgo no calculado, búsqueda de excelencia y eficiencia.

## II.- Persona 2: La familia buscadora de calidad de vida (Ana y Luis)


**Nombre:** Ana (40 años, Nutricionista) y Luis (42 años, Ingeniero de Sistemas)  
**Edad:** 38-45 años **Ocupación:** Profesionales dependientes con ingresos estables. **Nivel Socioeconómico:** B/C+ **Ubicación Actual:** Lima (Los Olivos, Surco, La Molina) o Trujillo (urbano).

### a.- Motivaciones profundas:

- ✓ **Escape del estrés urbano:** Cansados del ruido, la congestión y el ritmo acelerado de la ciudad. Buscan un refugio de paz.
- ✓ **Espacio y naturaleza:** Desean un lugar amplio para que sus hijos crezcan, tengan mascotas, o cultiven un pequeño huerto.
- ✓ **Calidad de vida familiar:** Sueñan con una casa de campo para reuniones familiares, fines de semana de relax y conexión con la naturaleza.
- ✓ **Patrimonio y autoconstrucción:** Interés en construir su casa a medida, ajustándose a su gusto y presupuesto gradual. Ven el lote como la base de su futuro hogar.
- ✓ **Aire puro y salud:** Priorizan un entorno saludable para su familia.

### b.- Comportamientos y búsqueda:

- ✓ **Inspiración en redes sociales:** Instagram, Facebook (grupos de casas de campo, vida rural), Pinterest (diseños de casas rurales).

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PERFILES DETALLADOS DE CLIENTES (BUYER PERSONAS) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	88 de

- ✓ **Búsqueda Online y visitas:** Utilizan portales inmobiliarios, pero valoran mucho las visitas presenciales al terreno para sentir el ambiente.
- ✓ **Preguntas clave:** Sobre accesibilidad (tiempo de viaje desde la ciudad), disponibilidad de servicios básicos (agua, luz), seguridad de la zona, comunidad de vecinos, escuelas cercanas, y potencial para obtener permisos de construcción para una vivienda unifamiliar.
- ✓ **Proceso de decisión:** Decisión familiar, a menudo involucra a la pareja y, a veces, a los padres (para apoyo o como parte del proyecto). Buscan equilibrio entre presupuesto y sueño.

#### c.- Desafíos y puntos de dolor:


- ✓ **Falta de servicios básicos:** Preocupación por los costos y la viabilidad de llevar agua y luz al terreno.
- ✓ **Seguridad de la zona:** Temor a la delincuencia en áreas rurales o aisladas.
- ✓ **Costos ocultos:** Miedo a incurrir en gastos imprevistos de habilitación o construcción.
- ✓ **Bancarización:** Pueden tener acceso limitado a financiamiento específico para terrenos rústicos.

#### d.- Criterios de calificación relevantes:

- ✓ **Budget (B):** Mediano. Buscan opciones asequibles, a menudo con planes de financiamiento a plazos.
- ✓ **Authority (A):** Decisión compartida en pareja.
- ✓ **Need (N):** Calidad de vida, espacio familiar, refugio de estrés, proyecto de autoconstrucción.
- ✓ **Timeline (T):** Mediano plazo (1-5 años) para la compra, pero el desarrollo de la casa puede ser progresivo.
- ✓ **Ubicación deseada:** Zonas rurales cercanas a la ciudad (ej. Cieneguilla, Huaral, Pachacámac, Chosica, el "Norte Chico" o "Sur Chico" de Lima), con buen clima y entorno natural.
- ✓ **Psicografía:** Apego familiar, búsqueda de tranquilidad, aprecio por la naturaleza, visión de hogar y bienestar.

#### Persona 3: El emprendedor agrícola/ecoturístico (Ricardo)

**Nombre:** Ricardo Mendoza **Edad:** 55 años **Ocupación:** Jubilado con capital o ex-profesional de la agroindustria/turismo, o emprendedor con visión de

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PERFILES DETALLADOS DE CLIENTES (BUYER PERSONAS) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	89 de

agronegocios. **Nivel Socioeconómico:** B/C+ **Ubicación Actual:** Principalmente Lima o ciudades con cercanía a valles agrícolas.

**a.- Motivaciones profundas:**


- ✓ **Proyecto de vida/negocio:** Desea iniciar un proyecto productivo (cultivo, ganadería menor) o un negocio ecoturístico (hospedaje rural, granja educativa) en la tierra.
- ✓ **Pasión por el campo:** Conexión con la tierra, la agricultura o el ambiente rural.
- ✓ **Retorno de inversión (Productivo):** Busca generar ingresos a partir de la explotación del terreno, no solo la plusvalía.
- ✓ **Autosuficiencia y sostenibilidad:** Interés en producir sus propios alimentos, energía renovable o vivir de manera más independiente.

**b.- Comportamientos y búsqueda:**

- ✓ **Asesoría especializada:** Consulta con agrónomos, ingenieros agrícolas, expertos en turismo rural o cámaras de comercio.
- ✓ **Visitas al campo:** Inspecciones detalladas del terreno, análisis de suelo, fuentes de agua.
- ✓ **Preguntas clave:** Sobre la aptitud agrícola del suelo, disponibilidad y costo del agua (pozos, canales), permisos para cultivos/negocio, cercanía a mercados para venta de productos, infraestructura existente para riego/energía.
- ✓ **Proceso de decisión:** Muy práctico y basado en la viabilidad del proyecto de negocio.

**c.- Desafíos y puntos de dolor:**


- ✓ **Acceso a agua y recursos naturales:** Limitaciones de agua o problemas de derechos de uso.
- ✓ **Conocimiento técnico:** Necesidad de asesoramiento técnico para el desarrollo del proyecto agrícola/ecoturístico.
- ✓ **Viabilidad del negocio:** Miedo a que el proyecto no sea rentable o que los permisos sean muy complejos.
- ✓ **Financiamiento específico:** Buscar créditos para proyectos agropecuarios o ecoturísticos, que pueden ser diferentes a los hipotecarios tradicionales.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PERFILES DETALLADOS DE CLIENTES (BUYER PERSONAS) PARA LOTES DE TERRENOS RÚSTICOS EN PERÚ	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	90 de

**d.- Criterios de calificación relevantes:**

- ✓ **Budget (B):** Varía según el proyecto, pero suelen tener un presupuesto para la inversión inicial y los costos operativos del negocio.
- ✓ **Authority (A):** Generalmente es el decisor principal, a veces con socios especializados.
- ✓ **Need (N):** Desarrollar un proyecto productivo o ecoturístico, generar ingresos adicionales, realizar un sueño personal.
- ✓ **Timeline (T):** Mediano plazo (1-5 años) para iniciar el proyecto, con un horizonte de rentabilidad a más largo plazo.
- ✓ **Ubicación deseada:** Valles agrícolas reconocidos (ej. Chíncha, Ica, Huaral, Cañete), zonas con potencial turístico rural, acceso a fuentes de agua.
- ✓ **Psicografía:** Practicidad, espíritu emprendedor, conexión con la naturaleza, búsqueda de rentabilidad a través de la producción.

Estos perfiles te servirán como una guía para comprender a tus clientes y adaptar tu estrategia de ventas, desde el primer contacto hasta el cierre.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	92 de

## MODULO 3: PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECCIONES

### SESIÓN 1

## La Psicología de la venta de lotes rústicos en Perú: necesidades, deseos y motivaciones del comprador

Comprender la psicología del comprador de lotes rústicos en Perú es fundamental para una venta efectiva. No se trata solo de las características físicas del terreno, sino de las necesidades, deseos y motivaciones subyacentes que impulsan la decisión de compra. Estos factores, a menudo emocionales y aspiracionales, son el verdadero motor detrás de la inversión.

### I. Necesidades del comprador de lotes rústicos

Las necesidades suelen ser los drivers más **prácticos y racionales**, los "must-haves" que el comprador busca satisfacer.

#### 1. Seguridad patrimonial:

- ✓ **Necesidad:** Proteger el capital de la inflación o la inestabilidad económica, buscando un activo tangible y duradero.
- ✓ **Implicación:** Buscan terrenos con **título de propiedad saneado e inscrito en SUNARP**, garantías legales y transparencia en la documentación.

#### 2. Potencial de crecimiento y rentabilidad:

- ✓ **Necesidad:** Ver que su inversión se revalorizará significativamente en el mediano y largo plazo.
- ✓ **Implicación:** Quieren entender las proyecciones de **plusvalía**, la influencia de proyectos de **infraestructura (carreteras, puertos)** y el **crecimiento urbano** en la zona.

#### 3. Espacio y privacidad:

- ✓ **Necesidad:** Huir del hacinamiento y el ruido de la ciudad, buscando un entorno más amplio y tranquilo.
- ✓ **Implicación:** Valoran la extensión del terreno, la baja densidad poblacional en la zona y la posibilidad de tener un refugio personal o familiar.

#### 4. Acceso a servicios básicos (Futuro):

- ✓ **Necesidad:** Aunque rústico, la visión de tener acceso a agua, luz y desagüe en el futuro es crucial para el desarrollo.
- ✓ **Implicación:** Requieren información sobre la **factibilidad de servicios**, planes de **habilitación urbana** y costos asociados.

## 5. Ubicación estratégica:

- ✓ **Necesidad:** Estar cerca de centros urbanos (para conveniencia) o de polos de desarrollo (para inversión).
- ✓ **Implicación:** La **conectividad vial**, el tiempo de viaje y la cercanía a ciudades o puntos de interés son determinantes.

## II. Deseos del comprador de lotes rústicos

Los deseos son más **aspiracionales y emocionales**, representando el estilo de vida ideal o los sueños que el comprador quiere alcanzar.

### 1. Libertad y autonomía:

- ✓ **Deseo:** Poder diseñar y construir su propio espacio sin las limitaciones de la ciudad o de propiedades pre-construidas.
- ✓ **Implicación:** Buscan flexibilidad en el uso del suelo (dentro de lo legal) y la posibilidad de expresar su creatividad en un proyecto personal.

### 2. Conexión con la naturaleza y el aire libre:

- ✓ **Deseo:** Disfrutar de un entorno natural, aire puro, contacto con la tierra y actividades al aire libre (huertos, jardines, caminatas).
- ✓ **Implicación:** Valoran los paisajes, el clima de la zona y la belleza del entorno rural.

### 3. Un legado y un lugar para la familia:

- ✓ **Deseo:** Crear un espacio donde la familia pueda reunirse, crecer y construir recuerdos a lo largo de las generaciones.
- ✓ **Implicación:** Ven el lote como un patrimonio familiar que trascenderá.


### 4. Tranquilidad y bienestar:

- ✓ **Deseo:** Encontrar un oasis de paz que sirva como escape del estrés y el ruido de la vida urbana.
- ✓ **Implicación:** Buscan zonas con baja contaminación sonora, visual y ambiental.

### 5. Realización de un sueño o proyecto:

- ✓ **Deseo:** Cumplir el anhelo de tener una casa de campo, un retiro personal, o iniciar un emprendimiento agrícola/ecoturístico.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	101 de

- ✓ **Implicación:** Responden a la visión de lo que *harán* con el terreno, más allá de la mera posesión.

Las motivaciones son las **razones profundas e intrínsecas** que impulsan al comprador a actuar, a menudo combinando necesidades y deseos.

#### 1. Inversión inteligente:

- ✓ **Motivación:** La expectativa de que el dinero invertido en tierra rústica, con el tiempo y el desarrollo proyectado, superará el rendimiento de otras inversiones o la inflación. Es una decisión financiera estratégica.
- ✓ **Pregunta clave:** "¿Qué retorno espera de esta inversión y en qué plazo?"

#### 2. Calidad de vida superior:

- ✓ **Motivación:** La búsqueda de un estilo de vida diferente, más pausado, saludable y conectado con la naturaleza, que mejore su bienestar personal y familiar.

**Pregunta clave:** "¿Cómo mejoraría su vida tener un espacio como este?"

#### 3. Seguridad y estabilidad (Emocional y Financiera):

- ✓ **Motivación:** Sentir la tranquilidad de poseer un activo físico que no puede ser robado ni devaluado fácilmente, y que representa una base segura para el futuro.
- ✓ **Pregunta clave:** "¿Qué significa para usted la seguridad de una inversión en bienes raíces?"

#### 4. Desarrollo personal y emprendimiento:

- ✓ **Motivación:** La posibilidad de desarrollar un proyecto propio, aprender nuevas habilidades (agricultura, construcción) o iniciar un negocio rural/ecoturístico que les apasione.

- ✓ **Pregunta clave:** "¿Qué tipo de proyecto le emociona más desarrollar en un terreno como este?"

#### 5. Sentido de pertenencia y raíces:

- ✓ **Motivación:** Conectar con la tierra, con el campo peruano, y crear un lugar que sea un ancla para la familia a través de las generaciones.
- ✓ **Pregunta clave:** "¿Cómo visualiza que este lugar se convertirá en parte de su historia familiar?"

### IV. Cómo apalancar esta psicología en la venta

Para un vendedor de lotes rústicos, la clave es:

1. **Escucha activa:** Más que hablar, escucha las palabras, el tono y las preguntas del cliente para identificar sus necesidades, deseos y motivaciones.
2. **Personalización del mensaje:** Adapta tu discurso y la presentación del lote al perfil psicográfico del cliente. Si es inversionista, háblale de números y proyecciones. Si es una familia, háblale de experiencias y sueños.
3. **Storytelling:** Vende la "historia" y el "futuro" que el lote puede ofrecer. Utiliza ejemplos de cómo otros clientes han cumplido sus sueños.
4. **Enfócate en el beneficio emocional y el valor a largo plazo:** No solo vendas metros cuadrados y precio. Vende tranquilidad, libertad, legado, oportunidad, salud.
5. **Demuestra confiabilidad:** Dado que la seguridad patrimonial es una necesidad clave, la transparencia en la documentación y la asesoría legal son fundamentales para construir confianza.
6. **Manejo de objeciones con empatía:** Las objeciones a menudo ocultan una necesidad o un miedo no expresado. Abórdalas con empatía y redirige la conversación hacia el valor y la resolución de su problema.

Al entender y conectar con la profunda psicología detrás de la compra de lotes rústicos, el vendedor no solo cierra una venta, sino que ayuda al cliente a invertir en sus sueños y aspiraciones más valiosas.

## La pirámide de Maslow aplicada a la compra de lotes rústicos en Perú

La Pirámide de Maslow, o Jerarquía de las Necesidades Humanas, es una teoría psicológica que describe los cinco niveles de necesidades que motivan el comportamiento humano. Aplicada a la compra de bienes inmuebles, y específicamente a los lotes rústicos, esta pirámide nos ayuda a entender las diversas motivaciones que impulsan a los compradores, desde las más básicas hasta las más elevadas.

Es importante recordar que un mismo lote rústico puede satisfacer diferentes niveles de necesidades para distintas personas, o incluso múltiples niveles para un solo comprador.

### Niveles de la pirámide de Maslow y su relación con la compra de lotes rústicos:

#### 1. Necesidades fisiológicas (Base de la pirámide)

Son las necesidades más básicas y vitales para la supervivencia. Aunque un lote rústico no las satisface directamente como un alimento o el aire, sí puede ser el **fundamento para su satisfacción futura**.

##### 1.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Refugio futuro:** La posibilidad de construir una vivienda (aunque sea a largo plazo), proveyendo un lugar seguro para dormir y descansar.
- ✓ **Acceso a recursos:** Potencial de acceso a agua (pozos, conexión futura a red), y energía (conexión futura a red eléctrica, paneles solares). Esto es crucial para la viabilidad de la vivienda y el cultivo.
- ✓ **Producción de alimentos:** Para el comprador con visión agrícola, el lote es la fuente de alimentos para consumo propio o comercialización.

**Pregunta clave del vendedor:** "¿Qué planes tiene para el lote que le permitan satisfacer sus necesidades básicas o las de su proyecto a futuro?"

#### 2. Necesidades de seguridad

Una vez que las necesidades fisiológicas están cubiertas, las personas buscan estabilidad, protección y un entorno predecible.

### 2.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Seguridad patrimonial y financiera:** La inversión en tierra es vista como un activo tangible y duradero, una protección contra la inflación y una forma de asegurar el futuro financiero familiar. El **título de propiedad saneado e inscrito en SUNARP** es fundamental aquí.
- ✓ **Protección física:** Sensación de seguridad personal y familiar en un entorno controlado y alejado de los peligros o el estrés de la ciudad.
- ✓ **Estabilidad a largo plazo:** La compra de un terreno representa una inversión de futuro, una base estable para proyectos de vida o de negocio.
- ✓ **Control del entorno:** La posibilidad de cercar, controlar el acceso y el uso de su propia tierra.

**Pregunta clave del vendedor:** "¿Qué nivel de seguridad y estabilidad busca en su próxima inversión?" o "¿Qué tan importante es para usted tener la seguridad legal sobre su propiedad?"

## 3. Necesidades de afiliación / sociales

Se refieren al deseo de conexión social, pertenencia a un grupo, amor y relaciones.

### 3.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Espacio familiar y de convivencia:** Un lugar para reunirse con familiares y amigos, celebrar eventos y construir recuerdos. La casa de campo o el proyecto de fin de semana se convierte en un centro social.
- ✓ **Sentido de comunidad:** Para algunos, la compra en un condominio campestre o una zona donde se está formando una comunidad, ofrece la oportunidad de interactuar con vecinos que comparten intereses similares.
- ✓ **Legado familiar:** La idea de crear un "lugar de reunión" o un patrimonio que las futuras generaciones disfrutarán y al que sentirán que pertenecen.

**Pregunta clave del vendedor:** "¿Cómo se imagina compartiendo este espacio con sus seres queridos?" o "¿Qué tipo de comunidad le gustaría encontrar o construir alrededor de su propiedad?"

## 4. Necesidades de reconocimiento / estima

Involucran la autoestima, el respeto de los demás, el estatus, el éxito y la confianza.

#### 4.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Inversión inteligente:** Ser reconocido como un inversionista astuto que supo ver el potencial de una zona antes que otros, o que logró una compra rentable.
  - ✓ **Logro personal:** La satisfacción de poseer una propiedad de valor, especialmente si es grande, con vistas espectaculares, o si ha requerido un esfuerzo significativo para adquirirla.
  - ✓ **Estatus y prestigio:** Para algunos, tener una casa de campo en una zona exclusiva o de moda, o un gran fundo, puede conferir un cierto estatus social.
- 
- ✓ **Independencia y Autonomía:** El reconocimiento de poder "hacer su propio camino" o construir algo desde cero.

**Pregunta Clave del Vendedor:** "¿Cómo le gustaría que otros vean esta inversión suya?" o "¿Qué tipo de logro personal representa para usted la adquisición de este terreno?"

#### 5. Necesidades de autorrealización (Cima de la Pirámide)

Son las necesidades de crecimiento personal, de alcanzar el máximo potencial, de creatividad, moralidad y resolución de problemas. Es la realización del propósito de vida.

##### 5.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Cumplimiento de un sueño:** Materializar el anhelo de vivir en el campo, tener una casa de diseño propio, o un retiro espiritual/creativo.
- ✓ **Desarrollo de proyectos personales/emprendimientos:** Iniciar un proyecto agrícola sostenible, un centro de retiro ecoturístico, o un espacio para la creación artística.
- ✓ **Contribución y legado:** Cultivar la tierra de forma sostenible, crear un negocio que beneficie a la comunidad local, o dejar un impacto positivo en el entorno.
- ✓ **Libertad y autenticidad:** Vivir de acuerdo con sus propios valores, en un espacio que refleje su verdadera esencia, sin las limitaciones impuestas por la vida urbana.

**Pregunta clave del vendedor:** "¿Cómo le ayudará este terreno a alcanzar sus mayores aspiraciones o a desarrollar ese proyecto de vida que tanto desea?" o "¿Qué tipo de impacto le gustaría crear con esta propiedad?"

#### 6. Seguridad y estabilidad (Emocional y Financiera):

- ✓ **Motivación:** Sentir la tranquilidad de poseer un activo físico que no puede ser robado ni devaluado fácilmente, y que representa una base segura para el futuro.
- ✓ **Pregunta clave:** "¿Qué significa para usted la seguridad de una inversión en bienes raíces?"

#### 7. Desarrollo personal y emprendimiento:

- ✓ **Motivación:** La posibilidad de desarrollar un proyecto propio, aprender nuevas habilidades (agricultura, construcción) o iniciar un negocio rural/ecoturístico que les apasione.
- ✓ **Pregunta clave:** "¿Qué tipo de proyecto le emociona más desarrollar en un terreno como este?"

#### 8. Sentido de pertenencia y raíces:

- ✓ **Motivación:** Conectar con la tierra, con el campo peruano, y crear un lugar que sea un ancla para la familia a través de las generaciones.
- ✓ **Pregunta clave:** "¿Cómo visualiza que este lugar se convertirá en parte de su historia familiar?"

### IV. Cómo apalancar esta psicología en la venta

Para un vendedor de lotes rústicos, la clave es:

7. **Escucha activa:** Más que hablar, escucha las palabras, el tono y las preguntas del cliente para identificar sus necesidades, deseos y motivaciones.
8. **Personalización del mensaje:** Adapta tu discurso y la presentación del lote al perfil psicográfico del cliente. Si es inversionista, háblale de números y proyecciones. Si es una familia, háblale de experiencias y sueños.
9. **Storytelling:** Vende la "historia" y el "futuro" que el lote puede ofrecer. Utiliza ejemplos de cómo otros clientes han cumplido sus sueños.
10. **Enfócate en el beneficio emocional y el valor a largo plazo:** No solo vendas metros cuadrados y precio. Vende tranquilidad, libertad, legado, oportunidad, salud.
11. **Demuestra confiabilidad:** Dado que la seguridad patrimonial es una necesidad clave, la transparencia en la documentación y la asesoría legal son fundamentales para construir confianza.

12. **Manejo de objeciones con empatía:** Las objeciones a menudo ocultan una necesidad o un miedo no expresado. Abórdalas con empatía y redirige la conversación hacia el valor y la resolución de su problema.

Al entender y conectar con la profunda psicología detrás de la compra de lotes rústicos, el vendedor no solo cierra una venta, sino que ayuda al cliente a invertir en sus sueños y aspiraciones más valiosas.

### **Cómo apalancar la pirámide de Maslow en la venta de lotes rústicos:**

1. **Diagnóstico del nivel de necesidad:** A través de la escucha activa y preguntas estratégicas, identifica en qué nivel(es) de la pirámide se encuentra principalmente tu prospecto.
2. **Mensaje personalizado:** Adapta tu discurso y la presentación del lote para apelar a esas necesidades específicas. Si el cliente busca seguridad, enfatiza el saneamiento legal y la plusvalía. Si busca autorrealización, habla del potencial para su proyecto de vida.
3. **Venta de soluciones, no solo propiedades:** Recuerda que no vendes solo un lote; vendes la solución a un problema (ej., estrés urbano) o la oportunidad de cumplir un deseo (ej., tener una casa de campo).
4. **Narrativa y visualización:** Ayuda al cliente a visualizar cómo el lote satisfará sus necesidades en cada nivel. Usa historias de otros compradores que han alcanzado sus metas.

Al comprender y abordar los distintos niveles de la Pirámide de Maslow, los vendedores de lotes rústicos pueden construir una conexión más profunda y significativa con sus clientes, impulsando la decisión de compra desde las motivaciones más fundamentales hasta las más elevadas.

### **La pirámide de Maslow aplicada a la compra de lotes rústicos en Perú**

La Pirámide de Maslow, o Jerarquía de las Necesidades Humanas, es una teoría psicológica que describe los cinco niveles de necesidades que motivan el comportamiento humano. Aplicada a la compra de bienes inmuebles, y específicamente a los lotes rústicos, esta pirámide nos ayuda a entender las diversas motivaciones que impulsan a los compradores, desde las más básicas hasta las más elevadas.

Es importante recordar que un mismo lote rústico puede satisfacer diferentes niveles de necesidades para distintas personas, o incluso múltiples niveles para un solo comprador.

## Niveles de la pirámide de Maslow y su relación con la compra de lotes rústicos:

### 1. Necesidades fisiológicas (Base de la pirámide)

Son las necesidades más básicas y vitales para la supervivencia. Aunque un lote rústico no las satisface directamente como un alimento o el aire, sí puede ser el **fundamento para su satisfacción futura**.

#### 1.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Refugio futuro:** La posibilidad de construir una vivienda (aunque sea a largo plazo), proveyendo un lugar seguro para dormir y descansar.
- ✓ **Acceso a recursos:** Potencial de acceso a agua (pozos, conexión futura a red), y energía (conexión futura a red eléctrica, paneles solares). Esto es crucial para la viabilidad de la vivienda y el cultivo.
- ✓ **Producción de alimentos:** Para el comprador con visión agrícola, el lote es la fuente de alimentos para consumo propio o comercialización.

**Pregunta clave del vendedor:** "¿Qué planes tiene para el lote que le permitan satisfacer sus necesidades básicas o las de su proyecto a futuro?"

### 2. Necesidades de seguridad

Una vez que las necesidades fisiológicas están cubiertas, las personas buscan estabilidad, protección y un entorno predecible.

#### 2.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Seguridad patrimonial y financiera:** La inversión en tierra es vista como un activo tangible y duradero, una protección contra la inflación y una forma de asegurar el futuro financiero familiar. El **título de propiedad saneado e inscrito en SUNARP** es fundamental aquí.
- ✓ **Protección física:** Sensación de seguridad personal y familiar en un entorno controlado y alejado de los peligros o el estrés de la ciudad.
- ✓ **Estabilidad a largo plazo:** La compra de un terreno representa una inversión de futuro, una base estable para proyectos de vida o de negocio.
- ✓ **Control del entorno:** La posibilidad de cercar, controlar el acceso y el uso de su propia tierra.



**Pregunta clave del vendedor:** "¿Qué nivel de seguridad y estabilidad busca en su próxima inversión?" o "¿Qué tan importante es para usted tener la seguridad legal sobre su propiedad?"

### 3. Necesidades de afiliación / sociales

Se refieren al deseo de conexión social, pertenencia a un grupo, amor y relaciones.

#### 3.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Espacio familiar y de convivencia:** Un lugar para reunirse con familiares y amigos, celebrar eventos y construir recuerdos. La casa de campo o el proyecto de fin de semana se convierte en un centro social.
- ✓ **Sentido de comunidad:** Para algunos, la compra en un condominio campestre o una zona donde se está formando una comunidad, ofrece la oportunidad de interactuar con vecinos que comparten intereses similares.
- ✓ **Legado familiar:** La idea de crear un "lugar de reunión" o un patrimonio que las futuras generaciones disfrutarán y al que sentirán que pertenecen.

**Pregunta clave del vendedor:** "¿Cómo se imagina compartiendo este espacio con sus seres queridos?" o "¿Qué tipo de comunidad le gustaría encontrar o construir alrededor de su propiedad?"

### 4. Necesidades de reconocimiento / estima

Involucran la autoestima, el respeto de los demás, el estatus, el éxito y la confianza.

#### 4.1.- Aplicación en lotes rústicos:

- ✓ **Inversión inteligente:** Ser reconocido como un inversionista astuto que supo ver el potencial de una zona antes que otros, o que logró una compra rentable.
- ✓ **Logro personal:** La satisfacción de poseer una propiedad de valor, especialmente si es grande, con vistas espectaculares, o si ha requerido un esfuerzo significativo para adquirirla.
- ✓ **Estatus y prestigio:** Para algunos, tener una casa de campo en una zona exclusiva o de moda, o un gran fundo, puede conferir un cierto estatus social.
- ✓ **Independencia y Autonomía:** El reconocimiento de poder "hacer su propio camino" o construir algo desde cero.

**Pregunta Clave del Vendedor:** "¿Cómo le gustaría que otros vean esta inversión suya?" o "¿Qué tipo de logro personal representa para usted la adquisición de este terreno?"

## **5. Necesidades de autorrealización (Cima de la Pirámide)**

Son las necesidades de crecimiento personal, de alcanzar el máximo potencial, de creatividad, moralidad y resolución de problemas. Es la realización del propósito de vida.

### **5.1.- Aplicación en lotes rústicos:**

- ✓ **Cumplimiento de un sueño:** Materializar el anhelo de vivir en el campo, tener una casa de diseño propio, o un retiro espiritual/creativo.
- ✓ **Desarrollo de proyectos personales/emprendimientos:** Iniciar un proyecto agrícola sostenible, un centro de retiro ecoturístico, o un espacio para la creación artística.
- ✓ **Contribución y legado:** Cultivar la tierra de forma sostenible, crear un negocio que beneficie a la comunidad local, o dejar un impacto positivo en el entorno.
- ✓ **Libertad y autenticidad:** Vivir de acuerdo con sus propios valores, en un espacio que refleje su verdadera esencia, sin las limitaciones impuestas por la vida urbana.

**Pregunta clave del vendedor:** "¿Cómo le ayudará este terreno a alcanzar sus mayores aspiraciones o a desarrollar ese proyecto de vida que tanto desea?" o "¿Qué tipo de impacto le gustaría crear con esta propiedad?"

### **Cómo apalancar la pirámide de Maslow en la venta de lotes rústicos:**

5. **Diagnóstico del nivel de necesidad:** A través de la escucha activa y preguntas estratégicas, identifica en qué nivel(es) de la pirámide se encuentra principalmente tu prospecto.
6. **Mensaje personalizado:** Adapta tu discurso y la presentación del lote para apelar a esas necesidades específicas. Si el cliente busca seguridad, enfatiza el saneamiento legal y la plusvalía. Si busca autorrealización, habla del potencial para su proyecto de vida.
7. **Venta de soluciones, no solo propiedades:** Recuerda que no vendes solo un lote; vendes la solución a un problema (ej., estrés urbano) o la oportunidad de cumplir un deseo (ej., tener una casa de campo).
8. **Narrativa y visualización:** Ayuda al cliente a visualizar cómo el lote satisfará sus necesidades en cada nivel. Usa historias de otros compradores que han alcanzado sus metas.

Al comprender y abordar los distintos niveles de la Pirámide de Maslow, los vendedores de lotes rústicos pueden construir una conexión más profunda y

significativa con sus clientes, impulsando la decisión de compra desde las motivaciones más fundamentales hasta las más elevadas.

(SESIÓN 2 070720251530)


## **Estructura de una presentación, negociación y manejo de objeciones en la venta de lotes rústicos**

La venta de lotes de terreno rústico requiere un enfoque estratégico en la presentación de la oferta, una negociación hábil y una gestión efectiva de las objeciones. Dado que es una inversión a mediano o largo plazo, la confianza y la claridad son clave.

### **I. Presentación efectiva del lote rústico**

Una buena presentación va más allá de describir las características físicas del terreno; debe matizar una visión del potencial y valor para el cliente.

1. **Conoce a tu cliente (Pre-calificación esencial):** Antes de la presentación, utiliza los criterios BANT y otros criterios de calificación (demografía, psicografía, ubicación deseada) para entender el perfil y las necesidades de tu prospecto. Esto te permitirá personalizar tu enfoque.
  - ✓ **Para el inversionista estratégico:** Enfócate en la rentabilidad, la plusvalía, los proyectos de infraestructura cercanos y el marco legal para habilitación.
  - ✓ **Para la familia buscadora de calidad de vida:** Resalta la tranquilidad, el espacio, el contacto con la naturaleza, y el potencial de construir su casa soñada.
  - ✓ **Para el Emprendedor Agrícola/Ecoturístico:** Destaca la aptitud del suelo, el acceso al agua, la cercanía a mercados y la viabilidad del modelo de negocio.
2. **Historia y visión (Storytelling):**
  - ✓ **No vendas un terreno, vende un futuro.** Describe no solo lo que el lote es hoy, sino lo que *puede ser*.
  - ✓ Utiliza un lenguaje aspiracional y visual. "Imagina un amanecer con vistas al valle...", "Visualiza tu familia disfrutando de este espacio en un futuro...", "Este terreno es la base para tu proyecto agroindustrial..."

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	93 de

### 3. Recursos visuales de alto impacto:


- ✓ **Fotos y videos profesionales:** Utiliza drones para tomas aéreas que muestren la extensión del lote, la topografía y el entorno.
- ✓ **Renders y maquetas (si aplica):** Para lotes con potencial de habilitación, muestra cómo podría lucir el proyecto urbanístico o la casa construida.
- ✓ **Mapas y planos:** Incluye mapas que muestren la ubicación del lote en relación con ciudades, vías principales, proyectos de infraestructura (carreteras, puertos, parques industriales).
- ✓ **Infografías:** Presenta datos clave de valorización, crecimiento demográfico de la zona, o proyecciones de inversión.

### 4. Enfoque en el valor y los beneficios (No solo características):

- ✓ **Característica:** "El lote tiene 120 m<sup>2</sup> y está a 30 km de la ciudad."
- ✓ **Beneficio:** "Estos 120 m<sup>2</sup> le ofrecen el espacio y privacidad que busca para su casa de campo, a solo 30 minutos de la ciudad, permitiéndole escapar del ruido sin perder la conexión."
- ✓ **Valor:** "Además, con la proyección de la nueva vía, este terreno no solo será su refugio, sino una inversión con una plusvalía estimada de X% en 5 años."

### 5. Demostración de confiabilidad y transparencia:

- ✓ Presenta la documentación legal del lote (título de propiedad, partida registral) de forma clara y accesible.
- ✓ Ofrece contactar con un abogado o notario para cualquier duda legal.
- ✓ Muestra estudios de suelo o certificados de factibilidad de servicios (si aplican y están disponibles).

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	94 de

## II. Negociación en la venta de lotes rústicos

La negociación debe ser un proceso de colaboración para encontrar un punto de acuerdo, no una batalla.

### 1. Conoce tu lote y tu límite:

- ✓ Antes de negociar, define el precio mínimo aceptable (tu BATNA: Best Alternative To a Negotiated Agreement).
- ✓ Conoce a fondo los puntos fuertes y débiles de tu lote para justificar el precio.

### 2. Escucha más y habla menos:

- ✓ Permite que el cliente presente su oferta o sus objeciones primero. Esto te dará información sobre su perspectiva y prioridades. Haz preguntas abiertas para entender su razonamiento: "¿Podría explicarme por qué considera ese precio?", "¿Qué factores está considerando en su oferta?"

### 3. Enfócate en el valor, no solo en el precio:

- ✓ Si el cliente objeta el precio, redirige la conversación hacia el valor total y los beneficios a largo plazo. "Entiendo su punto, sin embargo, este precio refleja el potencial de desarrollo [X], la proximidad a [Y proyecto] y la seguridad de la ubicación [Z]".
- ✓ Recuerda los "costos de no comprar": perder la oportunidad de la plusvalía, no cumplir su sueño de la casa de campo, etc.

### 4. Ofrece alternativas (Cuando sea posible):

Si el precio es un obstáculo, ¿hay otras formas de estructurar la negociación?

- ✓ **Planes de financiamiento:** Ofrecer un plan de pagos directos.
- ✓ **Lotes alternativos:** "Si este lote excede su presupuesto, tengo otra opción un poco más pequeña/alejada que podría ajustarse y sigue teniendo buen potencial."


101

AYBAR CORP SAC

Ave. Circunvalación del Golf Los Incas 134, Santiago de Surco 15023

Material exclusivo de formación interna – Prohibida la reproducción parcial o total.

Derechos Reservados

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	95 de

- ✓ **Negociar condiciones:** Quizás no el precio, pero sí los plazos de pago, la fecha de entrega, o la inclusión de algún servicio básico inicial (si es posible).


#### 5. Actitud colaborativa y profesional:

- ✓ Mantén la calma y la compostura. Una negociación exitosa es aquella donde ambas partes sienten que han ganado algo.
- ✓ Sé firme en tu valor, pero flexible en las condiciones si es necesario para cerrar la venta.

### III. Manejo de objeciones comunes

Las objeciones son oportunidades para entender mejor al cliente y reafirmar el valor de tu oferta.

1. **Escucha activamente la objeción:** Deja que el cliente termine de expresar su objeción sin interrumpir.
2. **Empatiza y valida:** Muestra que entiendes su preocupación. "Comprendo su inquietud sobre [la objeción mencionada]..." o "Es una pregunta muy válida, muchos clientes la tienen..."
3. **Pregunta para clarificar (Rompe la objeción):** La objeción inicial a menudo es una "pantalla". Descubre la raíz.
  - ✓ **Si la objeción es el precio:** "Entiendo que el precio es importante. ¿Es el monto total lo que le preocupa, o la relación calidad-precio en comparación con otras opciones que ha visto?" (Esto ayuda a saber si es un tema de presupuesto o de percepción de valor).
  - ✓ **Si es la ubicación:** "Comprendo que la ubicación le genere dudas. ¿Se refiere a la lejanía, al acceso, o a otra característica de la zona?"
  - ✓ **Si es la falta de servicios:** "Es una preocupación común en lotes rústicos. ¿Es la ausencia total de servicios lo que le preocupa, o los costos de la habilitación futura?"

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	96 de

#### 4. Responde con valor y pruebas:

##### 4.1.- Objeción: "Es muy caro / El precio es alto para ser rústico."

**Respuesta:** "Entiendo su perspectiva. Es importante considerar que este precio refleja no solo el tamaño, sino el **potencial de valorización** por [mencionar 1-2 factores clave: ej., 'los proyectos de infraestructura en la zona', 'la proyección de crecimiento urbano']. Además, al ser rústico, le permite adquirirlo a un precio de entrada mucho más bajo que un lote urbano ya habilitado, con una **plusvalía futura significativamente mayor**. Le recuerdo el análisis que vimos de la proyección de precios en X años."

##### 4.2.- Objeción: "No tiene servicios básicos (agua, luz)."


**Respuesta:** "Es cierto que hoy no cuenta con los servicios a pie de lote, ya que es un terreno rústico. Sin embargo, la ventaja es que el costo de entrada es menor. Le reitero que la zona cuenta con [mencionar planes de servicios: 'proyección de habilitación a X años', 'factibilidad de agua/luz en zonas cercanas', 'opciones para pozos/paneles solares']. La inversión en estos servicios es lo que luego disparará el valor de su propiedad."

##### 4.3.- Objeción: "Está muy lejos de la ciudad."

**Respuesta:** "Precisamente, su 'lejanía' es lo que le ofrece la **tranquilidad y privacidad** que muchos buscan, lejos del ruido. Además, con la mejora de [mencionar vías/proyectos de transporte, ej. 'la nueva autopista'], el tiempo de acceso se reducirá considerablemente, manteniendo el beneficio de la calma y aumentando su accesibilidad."

##### 4.4.- Objeción: "Los trámites para habilitarlo son complicados."

**Respuesta:** "Es un proceso que requiere conocimiento, pero no es imposible. Nuestra empresa puede brindarle [mencionar apoyo: 'asesoría para la habilitación', 'contacto con arquitectos especializados', 'guía paso a paso']. Muchos inversionistas ven

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	97 de

esto como una oportunidad para agregar valor significativo al terreno."


○ **4.5.-Objeción: "Prefiero un terreno urbano ya listo."**

**Respuesta:** "Comprendo. Un lote urbano ofrece inmediatez. Sin embargo, ¿ha considerado que la **plusvalía potencial de un lote rústico** en una zona en desarrollo es exponencialmente mayor que la de un lote urbano ya maduro? La oportunidad de 'crear' ese valor desde cero es lo que atrae a inversionistas con visión."

5. **Cierra la objeción:** Una vez que hayas respondido, verifica si el cliente está satisfecho con la respuesta. "¿Esto aclara su inquietud?", "¿Hay algo más que le preocupe al respecto?"

La presentación, negociación y el manejo de objeciones son procesos interconectados que, cuando se ejecutan con profesionalismo y empatía, pueden transformar el interés inicial en una exitosa venta de lotes rústicos.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	107 de

## IV. Identificación de los "Puntos de dolor" y aspiraciones del cliente para lotes rústicos en Perú

Para un vendedor de lotes rústicos, el éxito no solo radica en conocer su producto, sino en comprender profundamente al cliente. Esto implica identificar sus **"puntos de dolor"** (problemas y frustraciones) y sus **aspiraciones** (deseos y sueños). Al comprender ambos, el vendedor puede posicionar el lote rústico no como una simple parcela de tierra, sino como la solución a un problema o el camino hacia un futuro deseado.

### I. Identificación de los "Puntos de dolor" del cliente

Los "puntos de dolor" son las frustraciones, miedos, problemas o desafíos que el cliente experimenta o anticipa, y que un lote rústico (o el proceso de su compra/desarrollo) podría exacerbar o, idealmente, resolver. Son lo que el cliente quiere evitar.


#### Puntos de dolor comunes en la compra de lotes rústicos en Perú:

##### 1. Inseguridad jurídica y fraudes:

- ✓ **Dolor:** Miedo a comprar un terreno con problemas de titulación, gravámenes, litigios, o ser víctima de una estafa. La informalidad en el mercado rural peruano amplifica este temor.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Qué le preocupa más al pensar en la seguridad de su inversión?", "¿Ha tenido alguna experiencia previa (propia o de terceros) con problemas de titulación de terrenos?"

##### 2. Falta de servicios básicos y costos ocultos de habilitación:

- ✓ **Dolor:** La incertidumbre sobre cuándo y cómo llegarán los servicios (agua, luz, desagüe) y el temor a costos muy altos o inesperados para la habilitación futura.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Cómo visualiza el acceso a servicios básicos en este terreno a futuro?", "¿Qué tan importante es para usted tener claridad sobre los costos de la habilitación urbana?"

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	108 de

### 3. Lejanía y accesibilidad:

- ✓ **Dolor:** Percibir el lote como demasiado lejos de la ciudad, con accesos difíciles o tiempos de viaje excesivos.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Qué tan importante es para usted la cercanía a la ciudad o a vías principales?", "¿Cómo se imagina sus traslados al terreno?"

### 4. Falta de conocimiento y complejidad del proceso:


- ✓ **Dolor:** Sentirse abrumado por la normativa de terrenos rústicos, los trámites de habilitación, los permisos de construcción o la terminología legal/técnica.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Qué tan familiarizado está con el proceso de compra y habilitación de un terreno rústico?", "¿Qué dudas o inquietudes tiene sobre los trámites legales y técnicos?"

### 5. Pérdida de valor o de oportunidad (para Inversionistas):

- ✓ **Dolor:** Miedo a que la inversión no se revalorice como espera, o a perder una mejor oportunidad en otra zona.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Qué le haría dudar de la rentabilidad de esta inversión?", "¿Qué factores considera clave para asegurar la plusvalía a largo plazo?"

### 6. Mantenimiento y uso del terreno rústico:

- **Dolor:** Preocupación por los costos y el esfuerzo que implica mantener un terreno rústico sin uso inmediato, o la gestión si el propósito es agrícola/ecoturístico.
- **Preguntas para identificar:** "¿Ha considerado cómo gestionaría el mantenimiento del terreno si no lo usa inmediatamente?", "¿Qué desafíos podría enfrentar al desarrollar su proyecto [agrícola/ecoturístico] aquí?"

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	109 de

## II. Identificación de las aspiraciones del cliente

Las aspiraciones son los sueños, metas y deseos que el cliente busca lograr. Representan el futuro ideal que un lote rústico podría hacer realidad. Son lo que el cliente quiere lograr.

### Aspiraciones comunes en la compra de lotes rústicos en Perú:

#### 1. Crecimiento patrimonial y estabilidad financiera:


- ✓ **Aspiración:** Ver su inversión duplicarse o triplicarse en valor, asegurando el futuro financiero y diversificando su patrimonio.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Qué significaría para usted ver esta inversión crecer significativamente en los próximos años?", "¿Cuál es su visión de éxito con esta adquisición?"

#### 2. Construir un refugio personal o familiar (Casa de campo):

- ✓ **Aspiración:** Tener un oasis de paz, un lugar para desconectar del estrés de la ciudad, disfrutar de la naturaleza y crear recuerdos inolvidables con sus seres queridos.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Cómo se imagina su vida o la de su familia disfrutando de este espacio?", "¿Qué tipo de ambiente de paz y desconexión busca?"

#### 3. Realización de un proyecto de vida o emprendimiento:

- ✓ **Aspiración:** Materializar un sueño, ya sea un proyecto agrícola sostenible, un negocio ecoturístico, un centro de retiro, o una comunidad con principios de autosuficiencia.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Qué tipo de proyecto personal o de negocio le entusiasmaría desarrollar aquí?", "¿Cómo este terreno le permitiría alcanzar ese sueño que tiene en mente?"

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	110 de

#### 4. Legado y trascendencia:

- ✓ **Aspiración:** Dejar un patrimonio duradero y significativo para sus hijos y nietos, que les proporcione seguridad y un punto de encuentro para futuras generaciones.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Cómo le gustaría que este terreno impacte en el futuro de su familia?", "¿Qué legado le gustaría construir con esta propiedad?"

#### 5. Libertad y autonomía creativa:


- ✓ **Aspiración:** La capacidad de diseñar y construir algo totalmente a su gusto, sin las restricciones urbanas, o de vivir de una manera más auténtica y conectada con la tierra.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Qué le atrae de la idea de poder diseñar su espacio desde cero?", "¿Qué significa para usted tener la libertad de su propia tierra?"

#### 6. Mejora de la calidad de vida:

- ✓ **Aspiración:** Buscar un estilo de vida más saludable, con aire puro, menos ruido y mayor contacto con la naturaleza, lo que impacta positivamente en su bienestar físico y mental.
- ✓ **Preguntas para identificar:** "¿Qué cambios positivos en su día a día le gustaría experimentar con la compra de este lote?", "¿Qué actividades al aire libre valora más?"

### III. Estrategias para identificar puntos de dolor y aspiraciones

1. **Escucha activa profunda:** Más allá de las palabras, presta atención al tono de voz, el entusiasmo, las pausas y las emociones.
2. **Preguntas de sondeo:** Utiliza preguntas abiertas que animen al cliente a elaborar sus respuestas.
  - ✓ "Cuénteme un poco más sobre..."
  - ✓ "¿Qué significa eso para usted?"
  - ✓ "¿Cómo se sentiría si...?"
  - ✓ "¿Qué pasaría si... (no logra esto)?"

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>		Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>		Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES		Fecha de aprobación:	10/06/2025
			Página:	111 de

3. **Observación del comportamiento:** Si un cliente se centra repetidamente en aspectos legales, el dolor es la seguridad. Si sus ojos brillan al hablar de huertos, la aspiración es el contacto con la naturaleza.
4. **Generación de escenarios:** Presenta situaciones hipotéticas para ver cómo reacciona el cliente.
  - ✓ "Imaginemos que este lote ya tiene agua y luz, ¿qué sería lo primero que haría aquí?" (Aspiración de proyecto).
  - ✓ "Si no lograra encontrar un terreno con título saneado, ¿qué implicaría eso para su inversión?" (Punto de dolor de seguridad).
5. **Uso de *Buyer personas*:** Utiliza los perfiles detallados (como "El Inversionista Estratégico", "La Familia Buscadora de Calidad de Vida", etc.) como guías para anticipar posibles dolores y aspiraciones.

#### IV. Cómo apalancar los puntos de dolor y aspiraciones en la venta


Una vez identificados, usa esta información para posicionar tu lote y tu propuesta de valor:

##### 1. Personaliza tu presentación:

- ✓ Si el dolor es la inseguridad jurídica, enfatiza el saneamiento del lote, el título inscrito, y ofrece la asesoría de tu equipo legal.
- ✓ Si la aspiración es la casa de campo, muestra renders, videos de dron del entorno natural y habla de la tranquilidad y el espacio.

##### 2. Enfócate en soluciones y beneficios:

- ✓ **No vendas el lote:** Vende la "tranquilidad de una inversión segura", la "libertad de construir tu sueño", el "futuro asegurado para tu familia" o la "oportunidad de negocio que transformará tu vida".

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	112 de

✓ **Conecta el lote con la resolución del dolor:** "Con este lote saneado, eliminamos su preocupación por la seguridad jurídica, permitiéndole invertir con total confianza."

✓ **Conecta el lote con la realización de la aspiración:** "Este espacio no es solo un terreno, es el lienzo donde construirá la casa de campo que siempre soñó, un refugio para su familia y un legado de bienestar."

3. **Manejo de objeciones:** Las objeciones a menudo revelan puntos de dolor no resueltos.

✓ Cuando el cliente objeta el precio, podría ser su miedo a una mala inversión (dolor) o una falta de visión de cómo ese precio le acerca a su aspiración. Redirige la conversación hacia el valor y el retorno sobre la inversión (ROI) emocional y financiero.

4. **Historias de éxito y testimonios:** Comparte historias de otros clientes a quienes tu lote y tu asesoría ayudaron a superar dolores similares y alcanzar aspiraciones parecidas.

Al dominar la identificación de estos elementos psicológicos, el vendedor de lotes rústicos pasa de ser un mero intermediario a un **asesor de confianza**, capaz de entender y satisfacer las necesidades más profundas de sus clientes.

## **(Sesión 3 070720251631) Técnicas de Storytelling y Visualización para Vender el "Sueño" del Lote**

Vender un lote no es solo vender un pedazo de tierra; es vender un lienzo en blanco para el futuro, un espacio donde los sueños pueden construirse y las vidas pueden florecer. Para lograrlo, es fundamental ir más allá de las características físicas y apelar a las emociones y aspiraciones del comprador. Aquí te presento una guía detallada sobre cómo usar el storytelling (narración de historias) y la visualización para vender el "sueño" de un lote.

## 1. El Poder del Storytelling en la Venta de Lotes

El storytelling transforma una transacción en una experiencia. Permite que el comprador se vea a sí mismo viviendo el futuro que el lote promete.

### 1.1. Conecta con la Emoción, no solo con la Lógica:

**Concepto:** Las decisiones de compra, especialmente las grandes como la adquisición de una propiedad, están impulsadas en gran medida por la emoción. Una historia bien contada puede evocar sentimientos de seguridad, felicidad, éxito o pertenencia.

**Aplicación:** En lugar de decir "este lote tiene X metros cuadrados", narra: "Imagina un espacio donde tus hijos pueden correr libremente, donde cada mañana te despiertas con el sonido de los pájaros, y donde cada atardecer es una obra de arte pintada en el cielo. Este no es solo un terreno, es el escenario de tu próxima gran historia familiar."

**Ejemplo:** "Conocí a una familia que, como ustedes, buscaba el lugar perfecto para echar raíces. Encontraron un lote similar a este, y hoy, su casa es el centro de reuniones familiares, con un jardín donde cultivan sus propias verduras y noches de fogata bajo las estrellas. Ellos no compraron tierra, compraron memorias."

### 1.2. El Comprador como Héroe de la Historia:

**Concepto:** Posiciona al cliente como el protagonista de la narrativa. El lote no es el héroe; es el "tesoro" o el "escenario" que les permitirá alcanzar sus propias metas y aspiraciones.

**Aplicación:** Enfócate en cómo el lote resolverá sus problemas, cumplirá sus deseos y les permitirá vivir la vida que anhelan.

Ejemplo: "Sé que han estado buscando un lugar donde puedan desconectarse del ajetreo de la ciudad, un refugio para su familia. Este lote es ese primer paso, el punto de partida para construir ese santuario personal que tanto desean."

### 1.3. Lenguaje Sensorial y Detallado:

Concepto: Activa los cinco sentidos del comprador a través de tu descripción, incluso si no están físicamente en el lugar.

Aplicación: Describe cómo se sentirá el sol en la piel, el aroma de la tierra mojada después de la lluvia, el sonido del viento entre los árboles, la vista panorámica desde la futura ventana de su sala.

Ejemplo: "Cierren los ojos por un momento e imaginen: el suave aroma a pino que se mezcla con la brisa fresca de la mañana, el sonido relajante de la naturaleza como su banda sonora diaria, y la sensación de libertad al caminar por su propio espacio verde. ¿Pueden sentir la calidez del sol en su rostro mientras toman café en su futura terraza?"

### 1.4. Futuro Pacing (Proyección al Futuro):

Concepto: Guía al cliente a través de una experiencia mental en el futuro, donde ya están disfrutando de los beneficios del lote.

Aplicación: Utiliza frases como "imagina que...", "cuando construyas...", "piensa en cómo será...".

Ejemplo: "Imagina las reuniones familiares que celebrarás aquí, las risas de los niños jugando en el jardín que tú mismo diseñarás, o ese rincón tranquilo donde leerás tu libro favorito con vistas a las montañas. Este lote no es solo una inversión, es una inversión en tu calidad de vida y en la felicidad de los tuyos."



## 1.5. Historias de Transformación y Superación:

Concepto: Comparte anécdotas (reales o hipotéticas pero creíbles) de personas que han transformado sus vidas al adquirir un lote y construir su sueño.

Aplicación: Muestra cómo el lote puede ser la solución a un problema o el catalizador para un cambio deseado.

Ejemplo: "Recuerdo a un cliente que vivía en un apartamento pequeño en el centro. Soñaba con tener su propio huerto y un espacio para sus perros. Este lote le dio la oportunidad de construir esa vida. Hoy, me envía fotos de sus tomates y de sus mascotas felices. Su calidad de vida cambió radicalmente."

## 2. Técnicas de Visualización para Vender el "Sueño"

La visualización complementa el storytelling, haciendo que el futuro deseado sea casi tangible para el comprador.

### 2.1. Imágenes Mentales Vivas (Verbal Imagery):

Concepto: Utiliza descripciones ricas en detalles que permitan al cliente "ver" su futuro hogar y estilo de vida en el lote.

Aplicación: Sé específico con los colores, las texturas, la luz.

Ejemplo: "Visualiza el tono cálido de la madera en tu futura sala, los grandes ventanales que enmarcarán la vista espectacular del valle, y el camino de piedra que llevará a tu puerta principal, flanqueado por flores de colores vibrantes."

## 2.2. Metáforas y Analogías Inspiradoras:

Concepto: Relaciona el lote con algo que ya tiene un valor emocional o aspiracional para el cliente.

Aplicación: Compara el lote con un lienzo en blanco, un santuario, un refugio, el inicio de un legado, una inversión en paz.

Ejemplo: "Este lote es como un lienzo en blanco esperando tu obra maestra, tu refugio personal lejos del ruido, o la primera página de un nuevo capítulo en la historia de tu familia."

## 2.3. Recorridos Mentales Guiados (Guided Imagery):

Concepto: Guía al cliente a través de un "tour" imaginario por el lote y la futura casa, paso a paso.

Aplicación: Pídeles que cierren los ojos (si el contexto lo permite) o simplemente que se concentren. Describe el recorrido desde la entrada hasta cada rincón importante.

Ejemplo: "Permítanme guiarlos en un pequeño viaje. Imaginen que están llegando a su lote. Ven el camino de entrada, quizás con árboles a los lados. Ahora, visualicen la fachada de su casa, exactamente como la han soñado. Entren. ¿Qué ven en la sala? ¿Cómo se siente la luz? Camina hacia la cocina, hacia el jardín... ¿Qué actividades están haciendo allí? Siente la atmósfera."

## 2.4. Apoyos Visuales Estratégicos:

Concepto: Aunque la visualización es mental, los apoyos visuales tangibles pueden potenciarla enormemente.

Aplicación:

Renderings 3D y Recorridos Virtuales: Permiten al cliente "caminar" por su futura casa y ver el lote con la construcción.

Planos y Diseños Personalizables: Muestran el potencial del espacio y la flexibilidad para sus ideas.

Mood Boards o Paneles de Inspiración: Colecciones de imágenes que evocan el estilo de vida y la estética que el lote puede ofrecer (ej. fotos de jardines, interiores, actividades al aire libre).

Fotos de la Zona Circundante: Parques, escuelas, comercios, vistas naturales que complementan el "sueño".

Ejemplo: "Este rendering les da una idea de cómo podría verse su casa en este espacio. Noten cómo la luz natural inunda la sala. Y aquí, en este mood board, pueden ver el tipo de vida que muchos de nuestros clientes disfrutaban en esta comunidad: tardes de lectura, caminatas por la naturaleza, cenas al aire libre."

## 2.5. Conexión Emocional con la Visualización:

Concepto: Asegúrate de que las imágenes que evocas estén ligadas a emociones positivas y a los valores fundamentales del cliente.

Aplicación: Pregunta al cliente qué siente al visualizarse en ese espacio.

Ejemplo: "Cuando se imaginan a su familia aquí, ¿qué sentimiento les invade?  
¿Paz, emoción, seguridad, libertad?"

### 3. Integrando Storytelling y Visualización en la Venta

La clave es entrelazar estas técnicas de forma natural a lo largo de todo el proceso de venta.

Investiga al Cliente: Antes de la reunión, comprende sus necesidades, deseos, estilo de vida y aspiraciones. Esto te permitirá personalizar tus historias y visualizaciones.

Inicia con una Pregunta Abierta: "Cuéntame, ¿cuál es tu visión para tu próximo hogar/inversión?"


Presenta el Lote como una Solución: Conecta las características del lote con los deseos y necesidades del cliente.

Teje la Historia: Utiliza el lenguaje sensorial y el futuro pacing. Describe el "antes y después" de la vida del cliente con el lote.

Guía la Visualización: Utiliza los apoyos visuales y las descripciones verbales para que el cliente construya la imagen mental.

Preguntas para Reforzar: "¿Qué es lo que más te emociona de esta visión? ¿Qué sientes al imaginarte aquí?"

Maneja Objeciones con Historias: Si surgen objeciones, cuéntales una historia de cómo otro cliente superó una preocupación similar y encontró el éxito.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	113 de

Al vender el "sueño" del lote a través de historias cautivadoras y visualizaciones poderosas, no solo estás vendiendo una propiedad, sino que estás ayudando a tus clientes a dar el primer paso hacia la vida que siempre han deseado.

## SESIÓN 4

### Fundamentos de la negociación: tipos, estrategias (ganar-ganar), BATNA.

Negociación distributiva vs. integrativa en la venta de lotes rústicos

En el ámbito de las ventas, especialmente en transacciones de alto valor como la adquisición de lotes rústicos, comprender los diferentes estilos de negociación es crucial. Principalmente, se distinguen dos tipos: **la negociación distributiva y la negociación integrativa**. Cada una tiene objetivos, características y tácticas distintas, y su aplicación dependerá del contexto y de la relación que se busque construir con el cliente.


#### I. Negociación distributiva (Ganar-Perder)

La negociación distributiva, también conocida como competitiva o de "suma cero", se basa en la premisa de que lo que una parte gana, la otra lo pierde. El recurso a negociar (generalmente el precio) es visto como un pastel de tamaño fijo que debe ser dividido.

**1.- Objetivo principal:** Maximizar la ganancia propia, obteniendo la mayor parte del "pastel".

#### 2.- Características:

- ✓ **Competitiva:** Las partes se ven como adversarios.
- ✓ **Corto plazo:** El enfoque está en el resultado inmediato del acuerdo, sin priorizar la relación a largo plazo.
- ✓ **Recurso fijo:** El elemento central de la negociación (ej. el precio) es limitado y no expandible.
- ✓ **Información oculta:** Las partes tienden a ocultar sus verdaderos intereses y límites, revelando solo la información que les da ventaja.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	114 de

- ✓ **Posiciones duras:** Cada parte defiende firmemente su posición inicial.
- ✓ **"Regateo":** Es el estilo más común en transacciones simples de compra-venta donde el precio es el factor dominante.

### 3.- Tácticas comunes:


- ✓ **Anclaje:** Hacer la primera oferta (alta si eres vendedor, baja si eres comprador) para establecer un punto de referencia.
- ✓ **Faroleo/engaño:** Distorsionar información o hacer afirmaciones exageradas sobre el valor del lote o la urgencia.
- ✓ **Amenazas/promesas:** Utilizar incentivos o consecuencias negativas para influir en la otra parte.
- ✓ **Concesiones pequeñas:** Ceder lentamente y en pequeños incrementos.
- ✓ **Límites de tiempo:** Imponer plazos para presionar a la otra parte.

### 4.- Relevancia en la venta de lotes rústicos:

- ✓ Puede aparecer cuando el **precio es el único factor de decisión** para el cliente, o cuando hay poca confianza inicial y el enfoque es puramente transaccional.
- ✓ Menos recomendable si se busca una **relación a largo plazo** con el cliente (ej. para futuras compras, referencias) o si el lote tiene múltiples valores que van más allá del precio (ej. potencial de desarrollo, ventajas para un proyecto específico).
- ✓ Un vendedor puede verse tentado a usarla si el cliente es muy agresivo con el precio.

## II. Negociación integrativa (Ganar-Ganar)

La negociación integrativa, también conocida como cooperativa o colaborativa, busca crear valor y encontrar soluciones que beneficien a ambas partes. El objetivo no es dividir un pastel fijo, sino "agrandar el pastel" o encontrar maneras creativas de satisfacer los intereses de ambos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	115 de

**1.- Objetivo principal:** Lograr un acuerdo mutuamente beneficioso y satisfactorio para todas las partes involucradas.

## 2.- Características:


- ✓ **Colaborativa:** Las partes se ven como socios que buscan resolver un problema común.
- ✓ **Largo plazo:** Se enfoca en construir y mantener una relación duradera.
- ✓ **Recurso expandible:** Se buscan soluciones creativas que puedan aumentar el valor para ambas partes.
- ✓ **Información compartida:** Las partes tienden a ser más transparentes sobre sus verdaderos intereses y necesidades.
- ✓ **Enfoque en intereses, no en posiciones:** Se explora el "por qué" detrás de las solicitudes de cada parte.
- ✓ **Creatividad y resolución de problemas:** Se buscan múltiples opciones y alternativas.

## 3.- Tácticas comunes:

- ✓ **Escucha activa:** Comprender a fondo las necesidades y objetivos de la contraparte.
- ✓ **Generación de opciones:** Crear diversas alternativas de acuerdo antes de comprometerse con una.
- ✓ **Enfoque en intereses compartidos:** Identificar puntos en común y trabajar a partir de ellos.
- ✓ **Comunicación fluida:** Fomentar un diálogo abierto y honesto.
- ✓ **Uso de criterios objetivos:** Basar las decisiones en información verificable (tasaciones, estudios de mercado, proyecciones de desarrollo).
- ✓ **"Win-Win":** Buscar que ambas partes se sientan satisfechas con el resultado.

## 4.- Relevancia en la venta de lotes rústicos:

- ✓ **Altamente recomendada:** Especialmente si el lote rústico tiene un potencial de desarrollo complejo o si el cliente busca una inversión a largo plazo o un proyecto de vida.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	116 de

- ✓ Permite al vendedor explorar las verdaderas **necesidades y aspiraciones** del cliente (más allá del precio), como la seguridad jurídica, el potencial de habilitación, la conexión con la naturaleza o la viabilidad de un proyecto agrícola/ecoturístico.

## 5.- Ejemplos de aplicación:

- ✓ **El precio es un problema:** En lugar de solo bajar el precio, se puede negociar un plan de pagos más flexible, incluir asesoría para los trámites de habilitación, o ayudar con contactos para estudios de suelo.
- ✓ **Falta de servicios:** Ofrecer soluciones creativas como instalación de un pozo, recomendaciones de paneles solares, o un acuerdo para la gestión del terreno hasta que se desarrolle.
- ✓ **Proyecto específico del cliente:** Si el cliente tiene un plan agrícola, el vendedor puede ofrecer acceso a información sobre la aptitud del suelo, contactos con agrónomos locales o información sobre subvenciones (si aplica).
- ✓ Construye **confianza y una relación duradera**, lo que puede llevar a referidos y futuras oportunidades de negocio.


## Conclusión: ¿Cuál es el mejor enfoque para lotes rústicos?

Aunque la negociación distributiva tiene su lugar en ciertas situaciones (ej. una subasta o una compra-venta muy rápida donde el precio es el único factor), la **negociación integrativa es generalmente el enfoque más efectivo y sostenible para la venta de lotes rústicos en Perú.**

Dada la naturaleza de esta inversión (a menudo a largo plazo, con complejidades legales y de desarrollo, y ligada a aspiraciones de vida), una estrategia de ganar-ganar permite al vendedor:

1. **Entender y resolver los puntos de dolor** del cliente de manera más profunda.
2. **Destacar el valor integral del lote** más allá del precio (potencial, seguridad, estilo de vida).
3. **Construir relaciones de confianza** que pueden generar lealtad y futuras referencias.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	117 de

4. **Ser un asesor** en lugar de solo un vendedor, diferenciándose en el mercado.

Al centrarse en los intereses mutuos y en la creación de valor, ambas partes pueden salir sintiendo que el acuerdo es justo y beneficioso, sentando las bases para el éxito del proyecto del comprador y para el crecimiento del negocio del vendedor.

### **Concepto de BATNA (Mejor Alternativa a un Acuerdo Negociado).**

El BATNA es un concepto fundamental en la teoría de la negociación, especialmente relevante cuando se habla de negociación distributiva y también en la integrativa. Se refiere a **cuál es tu mejor curso de acción si no logras llegar a un acuerdo con la otra parte en la negociación.**


**En términos más sencillos, es tu "plan B" si la negociación actual falla.**

Para un vendedor de lotes rústicos, determinar tu BATNA implica:

- ✓ **Identificar qué harías si este cliente específico no compra el lote.** ¿Tienes otros clientes potenciales? ¿Cuáles son las otras opciones para vender el terreno (otro comprador, esperar, desarrollar tú mismo)?
- ✓ **Evaluar la calidad de esas alternativas.** ¿Cuán probable es que ocurran? ¿Qué beneficios o costos implican?

#### **¿Por qué es importante conocer tu BATNA?**

1. **Te da poder:** Si sabes que tienes una buena alternativa, no te sentirás presionado a aceptar un mal acuerdo. Te da la confianza para retirarte de una negociación si no satisface tus intereses.
2. **Establece tu punto de retirada:** Tu BATNA te ayuda a determinar tu precio mínimo (como vendedor) o máximo (como comprador). No deberías aceptar un acuerdo peor que tu BATNA.
3. **Ayuda a evaluar ofertas:** Puedes comparar cualquier oferta que recibas con tu BATNA para decidir si el acuerdo propuesto es realmente beneficioso.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	PRESENTACIÓN, NEGOCIACIÓN Y MANEJO DE OBJECIONES	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	118 de

Por ejemplo, si estás vendiendo un lote rústico y tu BATNA es que tienes otro comprador interesado que ofrece un 95% de tu precio deseado, eso te da una posición fuerte. No aceptarías menos del 95% de este cliente actual si tu alternativa es tan buena.

En resumen, **tu BATNA es tu red de seguridad en una negociación.**

## SESIÓN 5 (070720251550)

### Clasificación de Objeciones en la Venta de Terrenos Rústicos en Perú:

#### 1. Precio:

- **Objeción:** "Es demasiado caro", "No se ajusta a mi presupuesto", "He visto terrenos más baratos en otra zona".
- **Contexto en Perú:** El valor de la tierra rústica puede variar enormemente según la cercanía a ciudades, acceso a servicios básicos (agua, luz), tipo de suelo, potencial agrícola o de desarrollo, y la demanda en la zona.
- **Cómo abordar:**
  - **Justificación de Valor:** No solo hables del precio, sino del *valor* que ofrece: potencial de revalorización, calidad del suelo, ubicación estratégica, acceso a recursos naturales, permisos existentes, etc.
  - **Comparación Inteligente:** Compara con propiedades similares que justifiquen el precio por sus características únicas o ventajas a largo plazo.
  - **Beneficios a Largo Plazo:** Enfatiza la inversión a futuro, la calidad de vida, la seguridad y la exclusividad que el precio conlleva.
  - **Opciones de Financiamiento:** Si aplica, presenta planes de pago flexibles o alianzas con entidades financieras.

#### 2. Ubicación:

- **Objeción:** "Está muy lejos de la ciudad", "No hay servicios cerca", "La zona no me parece segura/desarrollada".
- **Contexto en Perú:** Muchos terrenos rústicos están alejados de centros urbanos, lo que puede ser una ventaja (tranquilidad) o una desventaja (accesibilidad). La percepción de seguridad es clave.
- **Cómo abordar:**

- **Reencuadre del "Lejos":** Transforma la distancia en una ventaja: "lejos del ruido, cerca de la naturaleza", "un oasis de paz", "privacidad garantizada".
- **Potencial de Desarrollo:** Si la zona tiene planes de desarrollo a futuro (carreteras, proyectos turísticos, etc.), resáltalos.
- **Conectividad:** Destaca las vías de acceso, tiempos de viaje realistas y la facilidad para llegar.
- **Comunidad y Seguridad:** Si hay una comunidad establecida o planes para seguridad, menciónalos. Usa el storytelling para pintar un cuadro de la vida en esa ubicación.

### 3. Financiamiento:

- **Objeción:** "No tengo el capital inicial", "Las cuotas son muy altas", "Prefiero pagar al contado y no puedo ahora".
- **Contexto en Perú:** El acceso a créditos hipotecarios para terrenos rústicos puede ser más limitado que para propiedades urbanas.
- **Cómo abordar:**
  - **Asesoría Financiera:** Ofrece guiar al cliente a través de opciones de crédito bancario, financiamiento directo con el vendedor, o planes de pago personalizados.
  - **Flexibilidad:** Si es posible, propone esquemas de pago adaptados a sus posibilidades (ej. cuotas iniciales más bajas, plazos más largos).
  - **Inversión a Plazos:** Resalta cómo, a pesar de las cuotas, están invirtiendo en un activo que se revalorizará.

### 4. Legalidad y Documentación:

- **Objeción:** "No estoy seguro de la titulación", "Hay problemas de linderos", "Los trámites son muy complicados".
- **Contexto en Perú:** La formalización de la propiedad en zonas rurales puede ser compleja, y la falta de claridad en los títulos es una preocupación común.
- **Cómo abordar:**
  - **Transparencia Total:** Proporciona toda la documentación legal de forma clara y accesible (partida registral, planos, certificados).
  - **Asesoría Legal:** Ofrece el contacto de un abogado de confianza o un especialista en saneamiento de propiedades para aclarar dudas.
  - **Garantías:** Si la venta se realiza a través de una empresa, resalta las garantías que ofrecen sobre la legalidad y el proceso.
  - **Simplificación del Proceso:** Explica cada paso del trámite de forma sencilla y ofrece acompañamiento.

### 5. Tiempo:

- **Objeción:** "No es el momento adecuado", "Necesito más tiempo para pensarlo", "Estoy esperando una mejor oportunidad".

- **Contexto en Perú:** La decisión de comprar un terreno es una inversión a largo plazo que requiere tiempo y reflexión.
- **Cómo abordar:**
  - **Sentido de Oportunidad:** Destaca por qué *ahora* es el momento ideal (precios actuales, desarrollo futuro de la zona, disponibilidad limitada).
  - **Urgency Ética:** Si hay otros interesados o el precio podría subir, comunícalo de manera transparente, pero sin presionar excesivamente.
  - **Beneficios Inmediatos:** Si hay beneficios de adquirirlo ahora (ej. acceso a un club, inicio de construcción), menciónalos.
  - **Planificación a Futuro:** Ayuda al cliente a visualizar cómo este lote encaja en sus planes a mediano y largo plazo.

Al anticipar estas objeciones y preparar respuestas que apelen tanto a la lógica como a la emoción, podrás guiar a tus clientes de manera más efectiva hacia la decisión de adquirir el "sueño" que el lote representa.

## SESIÓN 6

### Comunicación no verbal: lenguaje corporal, tono de voz.

La comunicación no verbal juega un papel crucial en la venta de lotes rústicos en Perú, ya que complementa y a menudo refuerza el mensaje verbal que transmites. Basándome en el Canvas "Técnicas de Storytelling y Visualización para Vender el 'Sueño' del Lote", aquí te detallo cómo el lenguaje corporal y el tono de voz son fundamentales:

#### Lenguaje Corporal:

- **Contacto Visual:** Mantener un contacto visual adecuado demuestra honestidad, confianza y atención. En el contexto peruano, un contacto visual directo pero no invasivo es clave para establecer rapport y credibilidad. Evita mirar excesivamente o evadir la mirada, ya que podría interpretarse como desinterés o falta de transparencia.
- **Postura:** Una postura abierta y relajada (hombros hacia atrás, brazos sin cruzar) comunica accesibilidad y confianza. Una postura encorvada o brazos cruzados pueden transmitir inseguridad o una actitud defensiva. Al mostrar el lote, una postura activa y entusiasta puede contagiar esa emoción al cliente.
- **Gestos:** Utiliza gestos naturales y abiertos para enfatizar puntos clave al describir el lote o el "sueño" que representa. Por ejemplo, al hablar de la amplitud, puedes usar gestos expansivos con las manos. Evita gestos nerviosos o repetitivos que puedan distraer o indicar ansiedad.
- **Expresiones Faciales:** Una sonrisa genuina y expresiones faciales que reflejen interés y empatía son esenciales. Si el cliente expresa una


preocupación, tu expresión facial debe mostrar comprensión. La congruencia entre tu expresión y tus palabras es vital para la credibilidad.

- **Proxémica (Uso del Espacio Personal):** En Perú, como en muchas culturas latinoamericanas, la distancia personal suele ser menor que en otras culturas. Adapta tu distancia al cliente para que se sienta cómodo, ni invadido ni distante. Al mostrar el lote, puedes caminar junto a ellos, señalando elementos sin ser intrusivo.

### **Tono de Voz:**

- **Claridad y Articulación:** Habla de forma clara y con buena dicción para que cada palabra sea entendida, especialmente al describir detalles importantes del lote o del proceso.
- **Volumen:** Ajusta el volumen de tu voz al entorno. En un terreno rústico al aire libre, podrías necesitar un volumen ligeramente más alto, pero sin gritar. En un ambiente más íntimo, un volumen moderado es apropiado.
- **Ritmo y Velocidad:** Varía el ritmo de tu habla. Hablar demasiado rápido puede dar la impresión de que estás apurado o que no quieres que el cliente piense. Hablar demasiado lento puede aburrir. Utiliza pausas estratégicas para permitir que el cliente asimile la información o para crear expectación.
- **Entonación y Énfasis:** Usa la entonación para resaltar los beneficios clave del lote y para transmitir entusiasmo y convicción. Una voz monótona puede hacer que el mensaje pierda impacto. Por ejemplo, al describir la "paz" o la "libertad" del lugar, tu tono puede volverse más suave y evocador.
- **Congruencia Emocional:** Asegúrate de que tu tono de voz refleje la emoción que quieres transmitir. Si estás hablando del "sueño" y el potencial del lote, tu tono debe ser inspirador y positivo. Si estás abordando una objeción, debe ser calmado y seguro.


En resumen, tanto el lenguaje corporal como el tono de voz son herramientas poderosas para construir confianza, transmitir profesionalismo y, lo más importante, ayudar al cliente a *sentir* el "sueño" que el lote rústico puede ofrecerle.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRES DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	119 de

## MODULO 4: CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS

---

### SESIÓN 1

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	120 de

## Tipos de cierre de ventas en lotes rústicos y cuándo usarlos

El cierre de ventas es el momento crucial en el que se busca la confirmación del cliente para avanzar con la compra. Para un vendedor de lotes rústicos, elegir la técnica de cierre adecuada dependerá del nivel de interés del cliente, las objeciones que puedan persistir y la etapa del proceso de venta. Aquí te presento los tipos de cierre más comunes y cuándo aplicarlos:

### 1. Cierre directo

Este es el tipo de cierre más sencillo y directo, donde el vendedor pide explícitamente la compra.

**1.1.- ¿En qué consiste?** Una pregunta clara y concisa que invita al cliente a tomar la decisión final.


**1.2.- Cuándo usarlo:**

- ✓ Cuando el cliente ha mostrado **claras señales de compra** (hace preguntas sobre el proceso de pago, fechas, documentación final, expresa mucho entusiasmo).
- ✓ Después de haber resuelto todas sus objeciones y la conversación ha fluido de manera muy positiva.
- ✓ Si el cliente tiene una personalidad decidida y prefiere ir al grano.

**1.3.- Ejemplos para lotes rústicos:**

- ✓ "Entonces, ¿le gustaría que iniciemos el proceso de reserva para este lote hoy mismo?"
- ✓ "Considerando todo lo que hemos visto, ¿está listo para firmar la promesa de compra-venta?"
- ✓ "¿Le parece si preparamos la documentación para que su abogado la revise y avancemos?"



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	121 de

## 2. Cierre alternativo (o de doble opción)

Consiste en presentar al cliente dos opciones, ambas favorables para el vendedor, asumiendo que la decisión de compra ya está tomada.

**2.1.- ¿En qué consiste?** Se le da al cliente la ilusión de elegir, pero ambas opciones lo llevan a la compra.

### 2.2.- Cuándo usarlo:

- ✓ Cuando el cliente parece indeciso, pero ya ha mostrado un interés claro y no hay objeciones mayores.
- ✓ Para facilitar la toma de decisión y evitar un "sí" o "no" directo.
- ✓ Cuando existen diferentes modelos de pago, ubicaciones de lotes similares, o características secundarias a elegir.

### 2.3.- Ejemplos para lotes rústicos:

- ✓ "¿Prefiere iniciar el proceso de pago al contado para aprovechar el descuento, o prefiere el plan de financiamiento con cuotas mensuales para mayor flexibilidad?"
- ✓ "¿Le gustaría que la visita al lote la coordinemos para el sábado por la mañana o el domingo por la tarde?"
- ✓ "Para el proyecto de la casa, ¿prefiere el lote con vistas a la montaña o el que tiene acceso directo al riachuelo?"


## 3. Cierre de amarre (o amarre de preguntas)

Implica hacer una serie de preguntas a lo largo de la conversación, a las que el cliente responderá afirmativamente, construyendo una cadena de "síes" que lo guían hacia el cierre.

**3.1.- ¿En qué consiste?** Se formulan preguntas que inviten a una respuesta positiva y que refuercen los beneficios del lote.

### 3.2.- Cuándo usarlo:

- ✓ Durante la presentación o el manejo de objeciones, para que el cliente vaya confirmando el valor y la idoneidad del lote.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	122 de

- ✓ Con clientes que necesitan un proceso de convencimiento gradual.
- ✓ Para reforzar beneficios clave y asegurar que el cliente los ha asimilado.

### 3.3.- Ejemplos para lotes rústicos:

- "Un terreno con potencial de valorización en esta zona es una inversión inteligente, ¿verdad?"
- "Tener un espacio amplio y tranquilo para la familia es algo que valora mucho, ¿no es así?"
- "La seguridad jurídica y un título saneado le brindan tranquilidad, ¿cierto?"
- "Entonces, ¿no cree que este lote ofrece todo lo que busca para su proyecto a largo plazo?" (Amarre invertido).


## 4. Cierre por resumen

Consiste en recapitular los principales beneficios, características y soluciones que el lote ofrece, adaptados a las necesidades específicas del cliente, antes de pedir el cierre.

**4.1.- ¿En qué consiste?** Se hace un resumen conciso de los puntos clave que el cliente valoró más, reforzando cómo el lote resuelve sus problemas y cumple sus aspiraciones.

### 4.2.- Cuándo usarlo:

- ✓ Al final de una presentación larga o compleja donde se han cubierto muchos puntos.
- ✓ Cuando el cliente ha expresado varias necesidades y objeciones que ya han sido resueltas.
- ✓ Para clientes más analíticos que necesitan ver una síntesis lógica antes de tomar una decisión.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	123 de

#### 4.3.- Ejemplos para lotes rústicos:

- ✓ "Entonces, [Nombre del Prospecto], hemos visto que este lote en [Zona] le ofrece no solo una **inversión segura y con alta proyección de valorización** por su ubicación estratégica, sino también el **espacio y la tranquilidad** que busca para el futuro de su familia, con el respaldo de un título saneado y nuestra asesoría en la habilitación. Considerando todos estos beneficios, ¿está listo para dar el siguiente paso y asegurar este patrimonio?"
- ✓ "Ricardo, hemos conversado sobre cómo este terreno se adapta a su visión de un proyecto [agrícola/ecoturístico], con acceso a [mencionar recurso clave] y un potencial de rentabilidad que hemos analizado. También hemos resuelto sus dudas sobre los trámites. Dada esta oportunidad, ¿quiere que coordinemos la reunión para el contrato de promesa de venta?"


#### 5.- Consideraciones finales para el cierre en lotes rústicos:

**5.1.- Confianza:** La base de cualquier cierre exitoso es la confianza que has construido con el cliente a lo largo de todo el proceso.

**5.2.- Señales de compra:** Aprende a identificar las señales de compra del cliente (preguntas sobre pagos, plazos, disponibilidad, re-confirmación de beneficios).

**5.3.- Paciencia y persistencia:** No todos los clientes cierran a la primera. A veces, un "no" es solo una objeción que requiere más información o un cambio de enfoque.

**5.4.- Prepara el siguiente paso:** Si el cierre no se da, siempre ten un siguiente paso claro (enviar más información, coordinar otra reunión, etc.).

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	124 de

## 6.- Cierre por asunción (Assumption Close)

Esta técnica se basa en la premisa de que el cliente ya ha tomado la decisión de compra, y el vendedor procede con los siguientes pasos como si el acuerdo ya estuviera cerrado.

**6.1.- ¿En qué consiste?** El vendedor asume que la venta está hecha y comienza a hacer preguntas o comentarios sobre los detalles de la implementación, entrega o documentación. No pregunta "si" van a comprar, sino "cómo" o "cuándo".

### 6.2.- Cuándo usarlo:

- ✓ Cuando el cliente ha mostrado un **alto nivel de interés y pocas o ninguna objeción persistente**.
- ✓ Después de que el cliente ha expresado verbalmente o con su lenguaje corporal que el lote es lo que busca.
- ✓ Con clientes que necesitan un pequeño "empujón" para formalizar su decisión.


### 6.3.- Ejemplos para lotes rústicos:

- ✓ "Excelente. Entonces, para iniciar los trámites de reserva, ¿le gustaría que el pago inicial se haga por transferencia bancaria o con tarjeta de crédito?"
- ✓ "Perfecto. Para la firma de los documentos, ¿le gustaría que agendemos la cita en la notaría para el lunes por la mañana o el miércoles por la tarde?"
- ✓ "¿A nombre de quién o de qué empresa se emitiría el contrato de promesa de compra-venta?"

## 7.- Cierre de la balanza (Balance Sheet Close / T-Account Close)

Esta técnica ayuda al cliente a visualizar de forma clara los pros y los contras de la compra, guiándolo a concluir que los beneficios superan los inconvenientes.

**7.1.- ¿En qué consiste?** El vendedor, junto con el cliente, dibuja una "T" en una hoja. En un lado ("Pros" o "Beneficios"), se listan todas las ventajas de adquirir el lote. En el otro lado ("Contras" o "Inconvenientes"), se listan las objeciones o desventajas que el cliente ha mencionado. El vendedor

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	125 de


ayuda al cliente a llenar la columna de "Pros", y las "Contras" suelen ser pocas o fácilmente rebatibles.

## 7.2.- Cuándo usarlo:

- ✓ Cuando el cliente es **analítico, racional** y parece estar "pensando demasiado" o luchando por tomar una decisión final.
- ✓ Si el cliente tiene **objeciones no resueltas** o parece estar pesando diferentes opciones.
- ✓ Para ayudar al cliente a ver visualmente que los beneficios superan ampliamente los inconvenientes.
- ✓

## 7.3.- Ejemplos para lotes rústicos:

- ✓ (Dibujar la "T") "Para ayudarlo a tomar la mejor decisión, ¿por qué no hacemos un pequeño ejercicio? Pensemos juntos en todos los **beneficios** que este lote le ofrece." (Listar: Inversión segura, potencial de valorización, espacio para casa de campo, tranquilidad, título saneado, etc.).
- ✓ "Ahora, pensemos en los **inconvenientes** o las dudas que aún le queden. ¿Qué podríamos poner en este lado?" (Esperar la respuesta del cliente. Si menciona una objeción ya resuelta, recordarle cómo se abordó. Si es nueva, manejarla).
- ✓ (Una vez llenas ambas columnas) "Si miramos esta balanza, ¿no cree que los beneficios de invertir en este lote superan claramente los pocos inconvenientes que hemos identificado?"

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	126 de

## 8.- Consideraciones finales para el cierre en lotes rústicos:

**8.1.- Confianza:** La base de cualquier cierre exitoso es la confianza que has construido con el cliente a lo largo de todo el proceso.

**8.2.- Señales de compra:** Aprende a identificar las señales de compra del cliente (preguntas sobre pagos, plazos, disponibilidad, re-confirmación de beneficios).

**8.3.- Paciencia y persistencia:** No todos los clientes cierran a la primera. A veces, un "no" es solo una objeción que requiere más información o un cambio de enfoque.

**8.4.- Prepara el siguiente paso:** Si el cierre no se da, siempre ten un siguiente paso claro (enviar más información, coordinar otra reunión, etc.).

Al dominar estas técnicas de cierre y aplicarlas de manera estratégica y empática, un vendedor de lotes rústicos puede guiar a sus clientes hacia una decisión de compra exitosa y mutuamente beneficiosa.

## SESIÓN 2

### Señales de Compra Verbales en la Venta de Lotes Rústicos en Perú:

Las palabras que elige un cliente pueden ser un claro indicador de su nivel de interés y de que se está imaginando como propietario del lote. Presta atención a:

#### 1. Preguntas Específicas y Detalladas:

- **Sobre el lote:** "¿Se puede construir una piscina aquí?", "¿Qué tipo de árboles crecen mejor en este suelo?", "¿Qué tan profundo es el pozo de agua?", "¿Se puede instalar fibra óptica?", "¿Hay alguna restricción de construcción en esta parte del lote?"
- **Sobre la logística:** "¿Cuándo podría empezar la construcción?", "¿Cuál es el proceso para obtener los permisos?", "¿Qué tan rápido se podría escriturar?", "¿Se puede hacer la entrega de la posesión en X fecha?"
- **Sobre el uso:** "¿Podría tener animales de granja aquí?", "¿Es apto para cultivos orgánicos?", "¿Hay vecinos que ya vivan de forma permanente?"

- **Sobre el financiamiento:** "¿Qué opciones de pago tienen?", "¿Cuál sería la cuota inicial mínima?", "¿Trabajan con algún banco para créditos de terrenos rústicos?"
- 2. **Declaraciones Posesivas o de Pertenencia:**
  - "Mi futura casa estaría aquí."
  - "En **nuestro** jardín podríamos plantar esto."
  - "Cuando **yo** viva aquí..."
  - "**Nuestros** hijos disfrutarían mucho este espacio."
- 3. **Discusión de Escenarios de Uso y Proyección a Futuro:**
  - "Si construyera una casa de campo, la sala la pondría mirando hacia el valle."
  - "Aquí podríamos hacer reuniones familiares y fogatas."
  - "Esto sería perfecto para desconectarme los fines de semana."
  - "Estoy pensando en cómo podría combinar esto con mi proyecto de agroturismo."
- 4. **Preguntas sobre Precios y Condiciones de Cierre:**
  - "¿Cuál es el precio final, incluyendo todos los gastos?"
  - "¿Hay algún descuento por pago al contado?"
  - "¿Qué tan pronto podemos firmar los papeles?"
  - "¿Qué incluye el precio exactamente?"
  - "¿Cuál es la política de devolución o anulación en caso de problemas?" (Preguntas de minimización de riesgos).
- 5. **Afirmaciones Verbales de Interés o Acuerdo:**
  - "Sí, ya veo."
  - "Interesante."
  - "Me gusta mucho lo que veo."
  - "Cuéntame más sobre eso."
  - "Tiene mucho potencial."

## Señales de Compra No Verbales en la Venta de Lotes Rústicos en Perú:

El lenguaje corporal y las expresiones del cliente pueden decir mucho más que sus palabras. Observa atentamente:

1. **Postura y Movimiento:**
  - **Postura Abierta:** Brazos sin cruzar, cuerpo relajado, orientado hacia ti o hacia el lote. Indica comodidad e interés.
  - **Inclinación hacia Adelante:** Si el cliente se inclina ligeramente hacia ti o hacia el mapa/documentación que le muestras, es una señal de que está absorto y prestando atención.
  - **Relajación:** Una disminución en la tensión corporal, hombros relajados, puede indicar que se siente a gusto y considera el espacio como un lugar de tranquilidad.
  - **Movimientos de Asentimiento con la Cabeza:** Asentir con la cabeza mientras hablas es una señal clara de acuerdo o comprensión.
2. **Mirada y Contacto Visual:**

- **Miradas Frecuentes al Lote/Vistas:** Si el cliente explora visualmente el terreno, las vistas, o los puntos de interés cercanos con atención y por un tiempo prolongado, está imaginando su vida allí.
  - **Contacto Visual Directo y Sereno Contigo:** Un contacto visual natural y sostenido (sin ser invasivo) indica que te está escuchando atentamente y confía en lo que dices.
  - **Mirada Pensativa/Ladeada:** Si su mirada se desvía ligeramente hacia un lado mientras parece reflexionar, puede estar procesando la información y visualizando.
3. **Expresiones Faciales:**
- **Sonrisas Genuinas:** Reflejan satisfacción, entusiasmo o placer al imaginarse en el lugar.
  - **Cejas Levantadas:** Pueden indicar sorpresa positiva o interés en algo que has mencionado.
  - **Labios Relajados/Ligeramente Abiertos:** Señal de receptividad y apertura.
  - **Tocarse los Labios:** En algunos contextos, puede indicar una postura abierta y disponible para negociar o escuchar.
4. **Gestos y Manipulaciones:**
- **Tocar el Producto:** Si el cliente toca el suelo, una planta, o incluso la documentación del lote con interés, está estableciendo una conexión física con la propiedad.
  - **Medir con la Mirada o Manos:** Si usa las manos para "medir" un espacio o traza líneas imaginarias en el aire, está visualizando la distribución de su futura construcción.
  - **Frotarse la Barbilla o Apoyar la Mano:** Indica que está valorando lo que escucha, pensando críticamente o sopesando la información.
  - **Manos Juntas con Dedos Entrelazados (relajadas):** Puede indicar que está dispuesto a escuchar y procesar la información.
5. **Tono de Voz del Comprador:**
- **Voz Tranquila y Conversacional:** Un tono de voz relajado, no estridente, indica que se siente cómodo y está en un modo de evaluación seria.
  - **Preguntas con Entonación de Curiosidad:** Un tono que denota genuina curiosidad en sus preguntas, más que escepticismo.
  - **Hablar "para sí mismo":** A veces, el cliente puede murmurar o hablar en voz baja sobre sus ideas o planes, lo que indica que está inmerso en su propia visualización.
  - **Excitación o Entusiasmo:** Un aumento en el volumen o la velocidad de la voz, o risas y exclamaciones, son señales claras de emoción.

Al estar atento a estas señales, tanto verbales como no verbales, podrás identificar cuándo un cliente está realmente "comprando el sueño" y no solo la tierra, lo que te permitirá guiar la conversación de manera más efectiva hacia el cierre de la venta.



## SESIÓN 3

### Manejo de la Objeción Final y el Miedo al Compromiso

La objeción final a menudo no es una objeción real al producto, sino un reflejo del miedo del cliente a tomar una decisión importante, a la incertidumbre o a la posibilidad de arrepentirse. En el contexto de los lotes rústicos en Perú, esto puede amplificarse por la complejidad legal, la distancia o la inversión a largo plazo.

#### 1. Entender el Miedo al Compromiso:

- **Es Natural:** Reconoce que es una emoción humana normal ante decisiones grandes. No es un rechazo personal.
- **Miedo a Perder:** A menudo, el miedo no es a comprar, sino a "perder" algo (dinero, otras oportunidades, seguridad, tiempo).
- **Necesidad de Certeza:** El cliente busca la máxima certeza posible en una situación inherentemente incierta.

#### 2. Técnicas de Storytelling para Superar el Miedo al Compromiso:

- **Historias de "Después de la Compra":**
  - **Concepto:** Narra historias de clientes que, a pesar de sus dudas iniciales, compraron el lote y ahora disfrutan de los beneficios que el "sueño" les prometía. Enfócate en cómo sus miedos se disiparon una vez que dieron el paso.
  - **Aplicación:** "Recuerdo a la familia García, estaban muy indecisos, preocupados por la distancia y los trámites. Pero decidieron confiar. Hoy, me envían fotos de sus fines de semana en el campo, sus hijos jugando y su huerto creciendo. Me dicen que fue la mejor decisión que tomaron, que la paz que encontraron no tiene precio."
  - **Enfoque en la Transformación:** Muestra cómo el lote no solo fue una compra, sino un catalizador para un cambio positivo en su estilo de vida, salud o bienestar familiar.
- **Historias de "El Costo de No Actuar":**
  - **Concepto:** De manera sutil y ética, cuenta historias (reales si es posible) de personas que dudaron, pospusieron la decisión y luego se arrepintieron al ver cómo el valor del lote subió, o cómo la oportunidad se perdió.
  - **Aplicación:** "Hace un par de años, un cliente estaba muy interesado en un lote similar, pero decidió esperar. Hoy, ese mismo lote se ha revalorizado un 30% y ya no está disponible. Él me comentó lo mucho que se arrepiente de no haber tomado la decisión en ese momento, porque era la ubicación perfecta para su proyecto."
  - **Urgencia Ética:** Esto no es para presionar, sino para ilustrar el valor de la oportunidad *actual* y el riesgo de la inacción.
- **Historias de "Facilitación del Proceso":**

- **Concepto:** Si el miedo es a la complejidad de los trámites o el financiamiento (como es común en Perú para terrenos rústicos), cuenta historias de cómo tu empresa o tú mismo han facilitado el proceso para otros clientes, haciéndolo sencillo y sin estrés.
- **Aplicación:** "Sé que los trámites pueden parecer abrumadores, pero la semana pasada cerramos la venta de un lote con una pareja que venía de fuera del país. Los guiamos paso a paso, desde la revisión legal hasta la firma, y me dijeron que se sintieron acompañados y seguros en todo momento. Nuestro equipo se encarga de que todo sea lo más fluido posible."

### 3. Técnicas de Visualización para Reforzar el Compromiso:

- **Visualización del "Día a Día" Futuro:**
  - **Concepto:** Una vez que el cliente ha expresado su objeción final, guíalo nuevamente a una visualización, pero esta vez enfocada en el día a día, en la normalidad de su vida una vez que el lote sea suyo. Esto hace el "sueño" más concreto y menos abstracto.
  - **Aplicación:** "Imagina que ya es sábado por la mañana y estás aquí, en tu lote. ¿Qué haces primero? ¿Quizás tomas un café en tu terraza, escuchando el silencio? ¿O te pones los guantes para trabajar en tu huerto? Visualiza la tranquilidad, la libertad que sentirás cada vez que llegues aquí. ¿Qué te dirías a ti mismo al final de ese día?"
  - **Enfoque en la Solución de Problemas:** Conecta la visualización con la solución a los problemas que el cliente busca (ej. estrés, falta de espacio, necesidad de naturaleza).
- **Visualización del "Legado":**
  - **Concepto:** Para ejecutivos y profesionales, el lote puede representar un legado familiar o una inversión a largo plazo. Ayúdalos a visualizar el impacto generacional.
  - **Aplicación:** "Piensa en este lote no solo para ti, sino para tus hijos, quizás para tus nietos. ¿Cómo crees que ellos disfrutarán este espacio en el futuro? ¿Qué tipo de memorias crearán aquí? Esto es más que una propiedad; es un patrimonio que perdurará."

### 4. Estrategias Adicionales para el Cierre:

- **Reafirmar Beneficios Clave:** Recapitula los 2-3 beneficios más importantes que el cliente ha valorado durante la presentación, conectándolos con sus necesidades y el "sueño" que busca.
- **Preguntas de Cierre Asertivas:**
  - "¿Qué te impide dar el siguiente paso hoy?" (Permite que el cliente verbalice su miedo).
  - "¿Qué más necesitas saber para sentirte completamente seguro de que este es el lote ideal para ti?"
  - "Si no hubiera nada que te lo impidiera, ¿te gustaría avanzar con la compra?" (Aísla la objeción real).

- **Ofrecer el Siguiendo Paso Lógico y Pequeño:** No pidas la compra total de inmediato. Propón un paso más pequeño que reduzca el riesgo percibido:
  - "¿Qué tal si reservamos el lote con una pequeña señal y así aseguras esta oportunidad mientras revisamos los últimos detalles legales con tu abogado?"
  - "Podemos iniciar el proceso de documentación para que veas lo sencillo que es."
- **Garantías y Transparencia (Especialmente en Perú):** Refuerza la seguridad legal y la transparencia. Ofrece acceso a toda la documentación, contactos de abogados de confianza, o testimonios de clientes satisfechos con el proceso de compra.

Al combinar estas técnicas, no solo aboradas la objeción final, sino que transformas el miedo al compromiso en una visión clara y emocionante del futuro que el lote rústico puede ofrecer.

## SESIÓN 4

# Documentación Legal en la Venta de Lotes Rústicos en Perú

La venta de terrenos rústicos en Perú implica un conjunto específico de documentos y trámites legales que son cruciales para garantizar la seguridad jurídica de la transacción. Dada la particularidad de estos predios (a menudo ubicados fuera de zonas urbanas consolidadas, con diferentes regímenes de propiedad y usos de suelo), es fundamental conocer y manejar la siguiente documentación:

## 1. Documentación del Predio (Lote Rústico)

Esta es la información que certifica la existencia y el estado legal del terreno.

- **1.1. Partida Registral (Copia Literal de la Partida Registral):**
  - **Concepto:** Es el documento más importante. Contiene el historial completo del predio desde su primera inscripción en los Registros Públicos (SUNARP).
  - **Contenido:** Propietarios anteriores y actuales, medidas perimétricas, linderos, área, gravámenes (hipotecas, embargos, servidumbres), cargas (restricciones de uso), anotaciones de demandas, y cualquier acto o contrato que afecte la propiedad.
  - **Importancia:** Permite verificar la titularidad del vendedor, la inexistencia de cargas o gravámenes ocultos, y la correcta identificación del inmueble. Es la "radiografía" legal del lote.
  - **Aplicación:** Siempre se debe solicitar una copia actualizada (no mayor a 30 días) para asegurar que no haya cambios recientes.
- **1.2. Certificado de Búsqueda Catastral:**
  - **Concepto:** Emitido por SUNARP, este certificado indica si un determinado predio se encuentra inscrito en los Registros Públicos y, en

- caso afirmativo, bajo qué partida registral. También puede señalar si existen superposiciones con otros predios.
  - **Importancia:** Es vital para evitar problemas de duplicidad de partidas o invasiones de linderos, especialmente en zonas rústicas donde la delimitación física puede ser menos clara.
  - **Aplicación:** Se solicita con los planos del lote para verificar su ubicación y existencia registral.
- **1.3. Certificado de Información Catastral (Municipalidad):**
  - **Concepto:** Aunque el lote sea rústico, es importante verificar su situación en la municipalidad distrital correspondiente. Este certificado puede contener información sobre el uso de suelo permitido (agrícola, pecuario, forestal, etc.), zonificación, y si está afecto a alguna obra pública.
  - **Importancia:** Asegura que el uso que el comprador pretende darle al lote sea compatible con la normativa municipal.
- **1.4. Planos (Ubicación, Perimétrico y Topográfico):**
  - **Concepto:** Documentos gráficos elaborados por un ingeniero o arquitecto colegiado que muestran la ubicación exacta del lote, sus medidas, linderos y la configuración del terreno (alturas, desniveles).
  - **Importancia:** Complementan la descripción registral y son fundamentales para la identificación física del predio. Son necesarios para el saneamiento y para cualquier proyecto de construcción o habilitación.
- **1.5. Constancia de No Adeudo de Impuesto Predial:**
  - **Concepto:** Documento emitido por la municipalidad que certifica que el predio no tiene deudas pendientes por concepto de impuesto predial.
  - **Importancia:** Es un requisito para la formalización de la compraventa y asegura que el nuevo propietario no herede deudas del anterior.
- **1.6. Certificado de Posesión (si aplica):**
  - **Concepto:** En algunos casos de terrenos rústicos, especialmente en zonas donde el saneamiento físico-legal no está completo, puede existir un "certificado de posesión" emitido por la municipalidad o alguna autoridad local. Este documento acredita que una persona ha estado ejerciendo la posesión del terreno por un tiempo determinado.
  - **Importancia:** Aunque no otorga propiedad, puede ser un indicio de un derecho que podría ser saneado a futuro a través de la prescripción adquisitiva de dominio. **Es crucial entender que un certificado de posesión no es un título de propiedad y la compra de un lote solo con este documento conlleva un riesgo legal significativo.** Se debe buscar asesoría legal especializada.

## 2. Documentación de las Partes (Vendedor y Comprador)

- **2.1. Documento Nacional de Identidad (DNI):**
  - **Concepto:** Identificación oficial de las personas naturales.
  - **Importancia:** Obligatorio para la identificación de las partes en cualquier acto jurídico.

- **2.2. Vigencia de Poder (si el vendedor es una persona jurídica o actúa mediante representante):**
  - **Concepto:** Certificado emitido por SUNARP que acredita que la persona que firma en representación de una empresa o de otro individuo tiene las facultades legales para hacerlo y que dichas facultades están vigentes.
  - **Importancia:** Evita fraudes y asegura que la transacción sea legalmente vinculante.
- **2.3. Partida Registral de la Persona Jurídica (si aplica):**
  - **Concepto:** Documento que contiene la información legal de la empresa vendedora (constitución, gerentes, capital, etc.).
  - **Importancia:** Permite verificar la existencia legal de la empresa y la identidad de sus representantes.

### 3. Contratos y Actos Jurídicos

Estos son los documentos que formalizan la transacción.

- **3.1. Contrato de Promesa de Compraventa (o Arras):**
  - **Concepto:** Un acuerdo preliminar donde las partes se comprometen a celebrar un contrato de compraventa definitivo en el futuro. A menudo se utiliza cuando hay condiciones pendientes (ej. saneamiento, aprobación de crédito) o un pago inicial (arras).
  - **Contenido:** Identificación de las partes y del lote, precio acordado, plazo para la firma de la escritura pública, condiciones suspensivas o resolutorias, monto de las arras (confirmatorias o penitenciales) y sus consecuencias en caso de incumplimiento.
  - **Importancia:** Brinda seguridad a ambas partes mientras se cumplen los requisitos para la venta final.
- **3.2. Minuta de Compraventa:**
  - **Concepto:** Es el borrador del contrato de compraventa, redactado por un abogado, que contiene todos los términos y condiciones de la venta. Es el paso previo a la Escritura Pública.
  - **Contenido:** Identificación completa de las partes, descripción detallada del lote (según partida registral), precio de venta, forma de pago, fecha de entrega de la posesión, cláusulas de saneamiento por evicción y vicios ocultos, y cualquier otra condición acordada.
  - **Importancia:** Es el documento base que será elevado a Escritura Pública. Debe ser revisado minuciosamente por ambas partes y sus asesores legales.
- **3.3. Escritura Pública de Compraventa:**
  - **Concepto:** Es el documento legal final que formaliza la transferencia de propiedad del lote. Es otorgada ante un notario público.
  - **Contenido:** Reproduce la Minuta de Compraventa y es firmada por las partes y el notario. El notario da fe pública del acto.
  - **Importancia:** Es el título que permite inscribir la transferencia de propiedad en la SUNARP, haciendo que la venta sea oponible a terceros. Sin la inscripción en SUNARP, la propiedad no está completamente protegida.

- **3.4. Comprobante de Pago del Impuesto de Alcabala:**
  - **Concepto:** Impuesto municipal que grava las transferencias de propiedad de inmuebles. Lo paga el comprador.
  - **Importancia:** Es un requisito indispensable para la inscripción de la Escritura Pública en SUNARP.

## Proceso de Venta y Recomendaciones Legales:

1. **Due Diligence (Debida Diligencia):** Antes de firmar cualquier documento, el comprador debe realizar una exhaustiva investigación legal del lote y del vendedor. Esto incluye la revisión de todos los documentos mencionados en el punto 1.
2. **Asesoría Legal Especializada:** Tanto el comprador como el vendedor deben contar con el asesoramiento de un abogado especializado en derecho inmobiliario y registral. Esto es crucial para interpretar la documentación, redactar contratos y asegurar que el proceso se realice conforme a ley.
3. **Notaría Pública:** Todas las transferencias de propiedad de inmuebles en Perú deben realizarse mediante Escritura Pública ante un notario. El notario se encarga de verificar la legalidad del acto y de realizar los trámites para la inscripción en SUNARP.
4. **Inscripción en SUNARP:** La inscripción de la Escritura Pública en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) es el paso final y más importante. Solo con la inscripción, el comprador se convierte en el propietario legalmente reconocido y su derecho es oponible a terceros.

La complejidad de la venta de terrenos rústicos en Perú hace que la transparencia y el rigor en la documentación legal sean la mejor garantía para una transacción exitosa y segura.

## SESIÓN 5

El proceso de registro de la propiedad de un lote rústico en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) en Perú es el paso final y crucial para que el comprador adquiera la titularidad legal del inmueble y su derecho sea oponible a terceros. A continuación, se detalla este proceso, que se inicia una vez que las partes han acordado la compraventa y han firmado la Escritura Pública:

### Proceso de Registro de la Propiedad en SUNARP para Lotes Rústicos en Perú:

1. **Obtención de la Escritura Pública de Compraventa:**
  - Este es el documento fundamental. Una vez que el vendedor y el comprador han acordado los términos de la venta (generalmente plasmados en una Minuta de Compraventa), acuden a un notario público.
  - El notario eleva la Minuta a **Escritura Pública**, la cual es firmada por ambas partes y por el propio notario. El notario da fe pública del acto y

verifica la identidad de las partes, la legalidad del predio y el cumplimiento de los requisitos previos (como el pago del Impuesto de Alcabala).

2. **Pago del Impuesto de Alcabala:**

- Antes de la inscripción en SUNARP, el comprador debe pagar el **Impuesto de Alcabala**. Este es un impuesto municipal que grava la transferencia de propiedad de bienes inmuebles.
- El monto del impuesto es el 3% del valor de venta del inmueble, descontando las primeras 10 Unidades Impositivas Tributarias (UIT). El pago se realiza en la municipalidad distrital donde se ubica el lote. El comprobante de pago es un requisito indispensable para la inscripción.

3. **Presentación del Título en SUNARP (Ingreso del Parte Notarial):**

- Una vez obtenida la Escritura Pública y pagado el Impuesto de Alcabala, el notario (o un representante autorizado) se encarga de presentar el "parte notarial" de la Escritura Pública ante la oficina de SUNARP correspondiente a la ubicación del lote.
- El "parte notarial" es una copia certificada de la Escritura Pública, expedida por el notario, que tiene mérito para su inscripción en los Registros Públicos.
- En este paso se paga la **Tasa Registral**, que incluye el derecho de calificación y el derecho de inscripción. El costo de inscripción varía según el precio de la transferencia.

4. **Calificación Registral:**

- Una vez ingresado el título, un Registrador Público de SUNARP inicia el proceso de **calificación registral**.
- El Registrador revisa minuciosamente toda la documentación presentada para verificar que cumple con todos los requisitos legales y formales. Esto incluye:
  - La validez de la Escritura Pública.
  - La identidad de las partes.
  - La inexistencia de gravámenes o cargas no declaradas en la partida registral.
  - La correcta identificación del predio (coincidencia de datos con la Partida Registral y, si aplica, con los planos catastrales).
  - El pago de los impuestos correspondientes.
- El Registrador puede tener tres respuestas:
  - **Inscribir:** Si todo está conforme.
  - **Observar:** Si falta algún requisito o hay alguna discrepancia. En este caso, se otorga un plazo para subsanar las observaciones.
  - **Liquidación:** Si falta cancelar alguna tasa registral.

5. **Asiento de Inscripción en la Partida Registral:**

- Si la calificación es favorable y no hay observaciones (o estas han sido subsanadas), el Registrador procede a realizar el **asiento de inscripción** en la partida registral del lote.
- Este asiento es la anotación de la nueva titularidad del predio a favor del comprador. Es el momento en que el comprador se convierte oficialmente en el propietario legal.

6. **Emisión de la Copia Literal Actualizada:**

- Una vez realizada la inscripción, el comprador puede solicitar una nueva **Copia Literal de la Partida Registral** actualizada. Este documento reflejará la nueva titularidad y cualquier otra modificación que se haya registrado.

### **Consideraciones Específicas para Lotes Rústicos:**

- **Inmatriculación:** Si el lote rústico no está inscrito previamente en SUNARP (es decir, es la primera vez que se registra), el proceso se denomina **inmatriculación**. Esto requiere documentación adicional, como títulos de propiedad con una antigüedad mínima (generalmente 5 años) o, en su defecto, títulos supletorios, y un informe técnico del área de catastro de SUNARP para determinar que el predio no se superpone con otro ya inscrito.
- **Planos Georreferenciados:** Para predios rústicos, especialmente en zonas no catastradas, es fundamental que los planos (perimétrico y de ubicación) estén elaborados por un profesional inscrito en el Índice de Verificadores de SUNARP y que estén georreferenciados a la Red Geodésica Nacional (coordenadas UTM).
- **Uso de Suelo:** La verificación del Certificado de Información Catastral de la municipalidad es crucial para asegurar que el uso que se le dará al lote (agrícola, ganadero, de vivienda de campo, etc.) sea compatible con la zonificación rústica.

### **Beneficios de la Inscripción en SUNARP:**

- **Seguridad Jurídica:** Protege legalmente la propiedad frente a terceros.
- **Oponibilidad:** El derecho de propiedad es reconocido por el Estado y puede ser defendido ante cualquier reclamo.
- **Publicidad Registral:** La información es pública, lo que evita que se inscriban gravámenes o medidas judiciales relacionadas con el antiguo propietario.
- **Acceso a Crédito:** Facilita el acceso a créditos bancarios, ya que el lote puede servir como garantía.
- **Transparencia:** Permite futuras transacciones de venta de forma más sencilla y segura.

La complejidad del proceso subraya la importancia de contar con **asesoría legal especializada** durante toda la compraventa de un lote rústico en Perú para asegurar que todos los pasos se realicen correctamente y el comprador adquiera una propiedad libre de cargas y problemas legales.

## **SESIÓN 6**

### **Cálculo de Cuotas e Intereses (si aplica financiamiento directo):**



Si la venta del lote rústico incluye un financiamiento directo por parte del vendedor (no un crédito bancario tradicional), el cálculo de las cuotas e intereses se realizará de la siguiente manera:

1. **Precio de Venta del Lote:** Es el valor total acordado para el terreno.
2. **Cuota Inicial (Enganche):** Es el porcentaje del precio de venta que el comprador paga al inicio de la transacción. Este monto reduce el capital a financiar.
  - *Ejemplo:* Si el lote cuesta S/ 50,000 y la cuota inicial es del 20%, la cuota inicial sería S/ 10,000.
3. **Monto a Financiar:** Es el precio de venta menos la cuota inicial.
  - *Ejemplo:* S/ 50,000 (precio) - S/ 10,000 (cuota inicial) = S/ 40,000 (monto a financiar).
4. **Tasa de Interés:** Es el porcentaje que el vendedor cobra sobre el monto financiado. Puede ser una tasa de interés anual (TEA) o una tasa efectiva mensual (TEM).
  - *Es crucial que esta tasa esté claramente estipulada en el contrato de promesa de compraventa o en el acuerdo de financiamiento.*
5. **Plazo del Financiamiento:** Es el número de meses o años en los que se pagará el monto financiado.
6. **Cálculo de Cuotas:**
  - La fórmula más común para calcular cuotas fijas en un sistema de amortización francés (donde las cuotas son constantes y los intereses se calculan sobre el saldo deudor) es compleja y generalmente se realiza con herramientas financieras o calculadoras online.
  - **Fórmula Básica (para entender el concepto, no para cálculo manual):**  $C = P(1+i)^n - Li(1+i)^n$  Donde:
    - C = Cuota mensual
    - P = Monto a financiar
    - i = Tasa de interés mensual (tasa anual / 12)
    - n = Número total de cuotas (plazo en meses)
  - **Ejemplo simplificado (para ilustrar):** Si se financian S/ 40,000 a 5 años (60 meses) con una TEM del 1%, la cuota mensual sería aproximadamente S/ 889.92.
  - **Desglose de Cuota:** Cada cuota se compone de una parte de capital (amortización) y una parte de intereses. Al inicio, la mayor parte de la cuota son intereses, y al final, la mayor parte es capital.

## Gastos Asociados a la Compraventa de Lotes Rústicos:

Además del precio del lote y los intereses (si hay financiamiento), existen varios gastos asociados que el comprador debe considerar:

1. **Impuesto de Alcabala:**
  - **Concepto:** Es un impuesto municipal que grava la transferencia de propiedad de inmuebles.
  - **Cálculo:** Equivale al **3% del valor de venta** del inmueble. Sin embargo, existe una **base inafecta de 10 UIT** (Unidades Impositivas Tributarias)

del valor del predio. Esto significa que el impuesto se calcula solo sobre el monto que excede las 10 UIT.

- **¿Quién lo paga?** Lo paga el comprador.
- *Ejemplo:* Si el lote cuesta S/ 50,000 y la UIT es S/ 5,150 (valor referencial 2024), la base inafecta es  $10 * S/ 5,150 = S/ 51,500$ . En este caso, como el valor del lote (S/ 50,000) es menor que la base inafecta, el impuesto de Alcabala sería S/ 0. Si el lote costara S/ 100,000, el impuesto se calcularía sobre  $S/ 100,000 - S/ 51,500 = S/ 48,500$ , resultando en un Impuesto de Alcabala de 3% de  $S/ 48,500 = S/ 1,455$ .

## 2. **Gastos Notariales:**

- **Concepto:** Son los honorarios del notario por la redacción de la Minuta de Compraventa y la elevación a Escritura Pública. También incluyen los gastos por la expedición de los partes notariales para SUNARP.
- **Cálculo:** Varían según la notaría y el valor de la transacción. Pueden oscilar entre 0.5% y 1.5% del valor de venta, o tener tarifas fijas más gastos administrativos.
- **¿Quién lo paga?** Generalmente, los gastos notariales se dividen entre comprador y vendedor, o se negocia quién asume qué parte. La costumbre es que el comprador asuma la mayor parte, pero esto es negociable.

## 3. **Gastos Registrales (SUNARP):**

- **Concepto:** Son las tasas que se pagan a la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) por la calificación e inscripción de la Escritura Pública en la Partida Registral del inmueble.
- **Cálculo:** Incluyen una "tasa por calificación" (fija) y una "tasa por inscripción" que es un porcentaje del valor de la transferencia.
- **¿Quién lo paga?** Lo paga el comprador.
- *Ejemplo:* La tasa por calificación es de S/ 37.00 (valor referencial). La tasa por inscripción varía, pero puede ser, por ejemplo, el 1.08 por mil del valor de venta.


## 4. **Impuesto a la Renta (para el Vendedor):**

- **Concepto:** Si el vendedor es una persona natural y el lote no es su casa habitación (o si lo es, pero lo vende antes de 2 años de adquirido), deberá pagar un impuesto a la renta de segunda categoría sobre la ganancia de capital.
- **Cálculo:** Es el 5% de la ganancia obtenida (precio de venta - costo de adquisición actualizado por inflación).
- **¿Quién lo paga?** Lo paga el vendedor. Es importante que el comprador se asegure de que este impuesto sea pagado, ya que el notario no podrá inscribir la compraventa sin la constancia de pago o la declaración de inafectación.

## 5. **Gastos de Tasación (si aplica):**

- **Concepto:** Si se requiere un crédito hipotecario, el banco exigirá una tasación del lote para determinar su valor real de mercado.
- **Cálculo:** Varía según el tasador y la complejidad del lote.
- **¿Quién lo paga?** Generalmente, lo paga el comprador.

## 6. **Gastos de Asesoría Legal (Abogado):**

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	127 de

- **Concepto:** Honorarios de un abogado para la revisión de la documentación legal, la redacción de la minuta y el acompañamiento en el proceso.
- **Cálculo:** Varía según el profesional y la complejidad del caso. Es una inversión crucial para la seguridad de la compra.
- **¿Quién lo paga?** Cada parte (comprador y vendedor) asume los honorarios de su propio abogado.

### Recomendación:

Es fundamental que, al momento de la negociación, se elabore un cuadro detallado con todos estos gastos y se aclare quién asumirá cada uno, para evitar sorpresas y garantizar una transacción transparente. Siempre se recomienda la asesoría de un abogado y un notario de confianza.

## SESIÓN 7

### Importancia de la post-venta inmediata y la referencia.


El rol del vendedor en el acompañamiento post-cierre en la venta de lotes de terreno es crucial para la fidelización del cliente, la generación de referidos y la construcción de una reputación sólida. Aunque el "cierre" marca el fin de la transacción, el "acompañamiento post-cierre" es el inicio de una relación a largo plazo.

Aquí te detallo el rol del vendedor en el acompañamiento post-cierre en el contexto de lotes rústicos:

#### 1. Asegurar una transición y formalización exitosa

**1.1.- Seguimiento documentario:** El vendedor debe asegurarse de que todos los trámites legales y documentarios posteriores a la firma de la promesa de compra-venta (o contrato final) se realicen sin contratiempos. Esto incluye el proceso notarial, la inscripción en Registros Públicos (SUNARP) y cualquier otro trámite necesario para que el cliente tenga la propiedad totalmente saneada a su nombre.

**1.2.- Coordinación de pagos:** Si la venta fue a plazos, el vendedor puede ser el punto de contacto para recordar los vencimientos de las cuotas o resolver dudas sobre los pagos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	128 de

**1.3.- Entrega formal:** Coordinar la entrega formal del lote, incluyendo linderos claros, acceso y cualquier otro detalle acordado.

## 2. Proporcionar asesoría y soporte continuo

**2.1.- Guía para la habilitación:** Para lotes rústicos, el cliente a menudo tiene planes de habilitación futura (agua, luz, desagüe) o de construcción. El vendedor puede ofrecer:

- ✓ Información sobre los pasos para la habilitación urbana o rural en la zona.
- ✓ Contactos de ingenieros, arquitectos o empresas especializadas en construcción o estudios de suelo en el área.
- ✓ Datos sobre la factibilidad de servicios a mediano o largo plazo en la zona.

**2.2.- Información sobre la zona:** Mantener al cliente informado sobre desarrollos futuros en la zona (nuevas carreteras, proyectos de infraestructura, crecimiento de distritos cercanos) que puedan aumentar la plusvalía de su inversión.


**2.3.- Resolución de inquietudes:** Estar disponible para resolver cualquier duda o inquietud que surja después de la compra, por ejemplo, sobre temas municipales, impuestos prediales, o vecinos.

## 3. Fomentar la fidelización y generación de referidos

**3.1.- Mantenimiento de la relación:** No desaparecer después de la venta. Contactar al cliente periódicamente (sin ser intrusivo) para saber cómo le va con su inversión, si tiene planes de desarrollo o si necesita algo. Un mensaje o llamada ocasional preguntando "¿Cómo va todo con su lote?" puede ser muy valioso.

**3.2.- Solicitar testimonios:** Clientes satisfechos son la mejor publicidad. Después de un tiempo razonable, pedir un testimonio o una reseña sobre su experiencia.

**3.3.- Incentivar referidos:** Si el cliente está satisfecho, es el momento ideal para pedirle referidos. "Si conoce a alguien más que podría beneficiarse de una inversión como esta, no dude en recomendarme."

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	129 de

**3.4.- Comunicación de valor adicional:** Enviar boletines informativos (si la empresa los tiene) con noticias del mercado inmobiliario, consejos de inversión, o información relevante sobre el sector de terrenos rústicos.

#### 4. Construir una reputación sólida

**4.1.- Generar confianza:** Un acompañamiento post-cierre demuestra compromiso y profesionalismo, reforzando la confianza en el vendedor y la empresa.

**4.2.- Diferenciación:** En un mercado competitivo, el servicio post-venta de calidad es un gran diferenciador. Los clientes recordarán y valorarán el apoyo recibido.

En resumen, el acompañamiento post-cierre transforma una transacción puntual en el inicio de una relación de confianza y valor a largo plazo. Para el vendedor de lotes rústicos, esto se traduce en una base de clientes leales y una fuente constante de nuevas oportunidades.


### Cómo sentar las bases para futuras referencias en la venta de lotes de terreno rústico

La venta por referidos es una de las estrategias más poderosas y costo-efectivas en el sector inmobiliario, especialmente para lotes de terreno rústico. Los clientes que llegan por recomendación suelen estar más predispuestos a confiar, tienen una mayor tasa de conversión y a menudo son más fáciles de cerrar. Sentar las bases para futuras referencias no es un evento puntual, sino el resultado de un proceso continuo de excelencia y construcción de relaciones.

#### I. La excelencia en todo el proceso de venta

La primera y más importante base para una referencia es una **experiencia de cliente excepcional** de principio a fin. Esto abarca todas las etapas, desde el primer contacto hasta el post-cierre.

- ✓ **Prospección y calificación profesional:** Abordar al cliente de manera respetuosa y solo ofrecerle lo que realmente necesita (como se aborda en BANT y SPIN Selling). No presionar ni prometer de más.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	130 de

- ✓ **Presentación de valor clara:** Comunicar los beneficios del lote de manera que resuenen con las necesidades y aspiraciones del cliente. Ser transparente sobre los pros y contras.
- ✓ **Negociación justa y colaborativa:** Enfocarse en una negociación integrativa (ganar-ganar) donde ambas partes se sientan satisfechas con el acuerdo.
- ✓ **Manejo de objeciones empático:** Utilizar técnicas como "Sentir-Sentí-Encontré" para validar las preocupaciones del cliente y ofrecer soluciones genuinas, convirtiendo dudas en confianza.

## II. Acompañamiento post-cierre sólido

Como ya hemos discutido, el rol del vendedor no termina con la firma del contrato. El acompañamiento post-cierre es el momento de consolidar la confianza y demostrar que el cliente es valorado más allá de la transacción.


- ✓ **Asesoría continua:** Mantente disponible para resolver dudas sobre trámites posteriores, habilitación futura, impuestos, etc. Conviértete en su "consultor de confianza" para temas relacionados con su propiedad.
- ✓ **Facilitación de trámites:** Ayudar activamente en la coordinación de la inscripción en SUNARP, el cambio de titularidad de servicios (si aplica a futuro), o conectarles con profesionales locales (abogados, arquitectos, agrónomos) si lo necesitan.

### 2.1.- Comunicación proactiva (pero no intrusiva):

- ✓ Enviar un mensaje de felicitación por la compra.
- ✓ Compartir información relevante sobre el desarrollo de la zona (noticias de infraestructura, valorización).
- ✓ Contactar anualmente para saludar en fechas especiales (cumpleaños, aniversario de la compra).
- ✓ Ofrecer una visita periódica al lote (si es viable y el cliente lo desea) para ver los avances o su estado.

## III. Construcción de relaciones genuinas

Más allá de la transacción, enfócate en construir una relación humana y auténtica.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	CIERRE DE VENTAS Y ASPECTOS FINANCIEROS EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	131 de

- ✓ **Personalización:** Recordar detalles sobre el cliente (sus motivaciones, sus hijos, su proyecto) y mencionarlos en futuras interacciones.
- ✓ **Empatía:** Demostrar interés genuino en el bienestar del cliente y en el éxito de su inversión.
- ✓ **Disponibilidad:** Que el cliente sienta que puede contar contigo si surge alguna inquietud, incluso si no es directamente una venta.

#### IV. Solicitud estratégica de referencias

No esperes pasivamente a que te recomienden. Pide las referencias de manera estratégica y en el momento adecuado.


**4.1.- Timing perfecto:** El mejor momento para pedir un referido es **justo después de que el cliente haya expresado satisfacción** o cuando esté celebrando un hito relacionado con su propiedad (ej., ya tiene su título inscrito, o ha visitado el lote y se siente feliz con su compra).

**4.2.- Ser directo y específico:** No tengas miedo de pedirlo.

- ✓ "Juan, me alegra mucho que esté tan satisfecho con su nueva inversión. Si en algún momento conoce a alguien (un amigo, familiar, colega) que esté buscando una oportunidad similar o que quiera diversificar su patrimonio, ¿le importaría darles mi contacto? Estaría encantado de ofrecerles la misma asesoría que a usted."
- ✓ "Ana y Luis, verlos tan contentos con el potencial de su lote es mi mayor satisfacción. Si tienen conocidos que sueñan con un espacio de campo para su familia, me encantaría ayudarles a encontrarlo. ¿Podrían pensar en alguien a quien le vendría bien mi ayuda?"

**4.3.- Facilitar la referencia:** Haz que el proceso de referencia sea lo más sencillo posible:

- ✓ Ofrece enviarles tu tarjeta de presentación digital.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	132 de

- ✓ Pregúntales si puedes contactar directamente a la persona mencionando que ellos te refirieron (con permiso).
- ✓ Dales una frase o un breve resumen que puedan usar para presentarte.

**4.4.- Reciprocidad:** Si la empresa lo permite, ofrecer un pequeño incentivo por cada referido que se concrete en venta (ej., un bono, un descuento en una futura compra, un regalo). Esto refuerza el deseo de recomendar.

## V. Mantenerse visible y recordable

Aunque la relación sea fuerte, es bueno mantenerse en el "radar" del cliente y de su red.

- **Redes sociales:** Si el cliente te sigue, interactúa ocasionalmente con su contenido (likes, comentarios genuinos).
- **Contenido de valor:** Si la empresa envía boletines o contenido relevante sobre el mercado inmobiliario, asegúrate de que tus clientes los reciban.
- **Pequeños detalles:** Una felicitación por Navidad, un recordatorio útil (ej., sobre impuestos prediales).


Al implementar estas estrategias de manera consistente, el vendedor de lotes rústicos no solo cerrará más ventas, sino que construirá una red de defensores de su marca que lo ayudarán a crecer de manera sostenible en el tiempo.



# MODULO 5: GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO

---

## SESIÓN 1

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	133 de

## Importancia de la relación a largo plazo con el cliente en la venta de lotes rústicos

En el negocio de la venta de lotes de terreno rústico, establecer y mantener una relación a largo plazo con el cliente es mucho más que una buena práctica; es una **estrategia fundamental para el éxito sostenido** del vendedor y de la empresa. Va más allá de cerrar una única transacción y se enfoca en el valor de por vida del cliente.

### ¿Por qué es crucial la relación a largo plazo?

#### 1. Fidelización y recompra:


- ✓ **Clientes recurrentes:** Un cliente satisfecho que confía en ti es más propenso a volver a comprar en el futuro, ya sea otro lote para inversión, para un familiar o para un proyecto diferente.
- ✓ **Menor esfuerzo de venta:** Es más fácil y menos costoso vender a un cliente existente que adquirir uno nuevo. La confianza ya está establecida, reduciendo la fricción en el proceso de venta.

#### 2. Generación constante de referidos:

- ✓ **Publicidad de boca en boca:** Un cliente feliz y bien atendido se convierte en un embajador de tu marca. Las referencias son leads de alta calidad, ya que llegan con una confianza preestablecida y una mayor intención de compra.
- ✓ **Credibilidad:** El testimonio de un cliente satisfecho es mucho más poderoso que cualquier campaña de marketing.

#### 3. Construcción de reputación y marca personal/empresarial:

- ✓ **Imagen positiva:** Una red de clientes leales y satisfechos fortalece tu reputación en el mercado. En un sector donde la confianza y la seguridad jurídica son primordiales (como en Perú, con la preocupación por el saneamiento de títulos), una buena reputación es invaluable.
- ✓ **Ventaja competitiva:** Te diferencia de la competencia que solo se enfoca en el cierre rápido de la venta.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	134 de

#### 4. Obtención de información valiosa y *feedback*:

- ✓ **Mejora continua:** Los clientes a largo plazo están más dispuestos a compartir *feedback* honesto sobre su experiencia, los lotes, los servicios y el proceso. Esta información es vital para identificar áreas de mejora en tu oferta y en tu servicio.
- ✓ **Identificación de nuevas oportunidades:** Al entender la evolución de sus necesidades, puedes anticipar futuras demandas del mercado o incluso identificar oportunidades para nuevos productos/servicios.

#### 5. Estabilidad y resiliencia del negocio:

- ✓ **Flujo de ingresos predecible:** Una base de clientes leales genera un flujo de ingresos más estable y predecible a través de recompras y referidos, lo que es crucial en mercados volátiles.
- ✓ **Menor dependencia:** Reduce la necesidad de invertir constantemente en costosas campañas de prospección en frío.


#### 6. Mayor retorno de la inversión (ROI) en ventas:

- ✓ **Optimización de recursos:** Al invertir tiempo en construir relaciones sólidas, el retorno a largo plazo (en forma de recompras y referidos) supera con creces el costo inicial de adquisición de ese cliente.

#### ¿Cómo el vendedor fomenta esta relación a largo plazo?

El vendedor juega un papel activo en la nutrición de esta relación, incluso después de la venta, a través de acciones como:

- ✓ **Acompañamiento post-cierre sólido:** Asesoría en trámites, facilitación de contactos, seguimiento proactivo.
- ✓ **Comunicación de valor:** Compartir información relevante sobre el mercado, la zona del lote, oportunidades de desarrollo.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	135 de

- ✓ **Personalización y empatía:** Recordar detalles sobre el cliente y mostrar un interés genuino en el éxito de su inversión.
- ✓ **Disponibilidad y confiabilidad:** Ser un punto de apoyo y resolver cualquier inquietud de manera oportuna y honesta.
- ✓ **Pequeños gestos:** Felicitaciones en fechas especiales, recordatorios útiles (ej., pago de impuestos), o simplemente un saludo ocasional.

En definitiva, la relación a largo plazo en la venta de lotes rústicos transforma al vendedor de un mero transactor a un **socio de confianza** para el cliente, generando un ciclo virtuoso de satisfacción, lealtad y crecimiento para ambas partes.


## El valor del ciclo de vida del cliente (CLV) en la venta de lotes rústicos

El **valor del ciclo de vida del cliente (CLV)**, o *Customer Lifetime Value*, es una métrica fundamental que estima el ingreso total que un cliente generará para una empresa durante toda la duración de su relación. En el contexto de la venta de lotes de terreno rústico, comprender y optimizar el CLV es una estrategia clave para el crecimiento sostenible y la rentabilidad del negocio.

### 1.1.- ¿Qué es el valor del ciclo de vida del cliente (CLV)?

El CLV es una proyección del valor monetario que un cliente aportará a lo largo de su vida como comprador. Va más allá de la ganancia de una sola transacción, considerando:

- ✓ **Ingresos por transacciones repetidas:** Compras futuras del mismo cliente.
- ✓ **Ingresos por referidos:** Nuevos clientes que llegan gracias a la recomendación de un cliente existente.
- ✓ **Reducción de costos:** El menor costo de retener un cliente en comparación con adquirir uno nuevo.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	136 de

### Fórmula básica (simplificada):

$CLV = \text{Valor Promedio de Compra} \times \text{Frecuencia de Compra} \times \text{Duración de la Relación}$

(Para un cálculo más preciso, se pueden incluir márgenes de beneficio y costos de retención y adquisición).

### Importancia del CLV en la venta de lotes rústicos


En el sector inmobiliario, y particularmente en la venta de terrenos rústicos, donde las transacciones son de alto valor y a menudo implican proyectos de vida o inversión a largo plazo, el CLV adquiere una relevancia estratégica inmensa:

#### 1. Fidelización y recompra:

- ✓ Un cliente satisfecho con su primer lote es altamente propenso a considerar otra compra contigo en el futuro, ya sea para expandir su inversión, adquirir un lote para un familiar, o iniciar un nuevo proyecto.
- ✓ **Ejemplo:** Un inversionista que compró un lote de alto potencial y vio su valor revalorizarse, buscará al mismo vendedor para futuras oportunidades.

#### 2. Generación de referidos de alta calidad:

- ✓ Como se mencionó en el documento de "Cómo sentar las bases para futuras referencias", un cliente con un alto CLV es, por definición, un cliente muy satisfecho y comprometido. Este cliente se convierte en un **promotor orgánico** de tu marca.
- ✓ Las referencias son el tipo de *lead* más valioso: tienen una tasa de conversión superior y un costo de adquisición casi nulo, lo que impacta directamente en tu rentabilidad.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	137 de

### 3. Reducción de costos de adquisición de clientes (CAC):

- ✓ Adquirir un nuevo cliente es significativamente más caro que retener uno existente o venderle a uno que ya confía en ti. Un alto CLV significa que la inversión inicial en marketing y ventas para un cliente se diluye a lo largo de múltiples transacciones o referidos.

### 4. Mejora de la rentabilidad general:


- ✓ Al enfocarse en el CLV, las empresas no solo aumentan los ingresos por cliente, sino que también optimizan sus recursos al dirigir esfuerzos hacia la retención y la satisfacción. Esto lleva a márgenes de beneficio más saludables a largo plazo.

### 5. Planificación estratégica y toma de decisiones:

- ✓ Conocer el CLV permite a la empresa asignar presupuestos de marketing y ventas de manera más inteligente. Ayuda a identificar qué segmentos de clientes son los más valiosos y a diseñar estrategias para atraer más perfiles similares.
- ✓ Permite proyectar ingresos futuros con mayor precisión y planificar expansiones o nuevos desarrollos.

### 6. Construcción de una marca y reputación sólida:

- ✓ En un mercado donde la confianza y el saneamiento legal son críticos, una base de clientes con alto CLV es un testimonio de la seriedad y el buen hacer de tu empresa. Esto se traduce en una reputación envidiable y una ventaja competitiva sostenible.


	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	138 de

## Estrategias para aumentar el CLV en la venta de lotes rústicos

Para maximizar el Valor del Ciclo de Vida del Cliente, el vendedor y la empresa deben enfocarse en construir una relación duradera y de valor:

1. **Ofrecer una experiencia de cliente excepcional:** Desde la prospección hasta el post-cierre, cada interacción debe ser profesional, transparente y centrada en las necesidades del cliente.
2. **Acompañamiento post-venta sólido:** Proporcionar asesoría continua sobre trámites, habilitación, y desarrollo de proyectos en el lote. Ser un punto de apoyo y resolver cualquier inquietud de manera oportuna.
3. **Fomentar la fidelización:** Mantener una comunicación periódica y relevante con el cliente, ofreciéndole información de valor sobre el mercado o la zona.
4. **Personalización:** Recordar y actuar sobre las necesidades y aspiraciones específicas de cada cliente, haciéndolos sentir únicos y valorados.
5. **Programas de referidos:** Incentivar activamente las recomendaciones, ofreciendo beneficios tanto al referente como al nuevo cliente.
6. **Diversificación de la oferta:** A medida que entiendes las necesidades cambiantes de tus clientes, podrías ofrecer diferentes tipos de lotes o incluso servicios complementarios (ej. gestión de proyectos inicial, asesoría legal especializada para el terreno).

En conclusión, el CLV en la venta de lotes rústicos no es solo una métrica financiera; es un reflejo de la calidad de la relación que el vendedor y la empresa construyen con sus clientes. Invertir en esta relación a largo plazo es la clave para un éxito duradero y un crecimiento exponencial en el sector inmobiliario de terrenos.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	139 de

## La fidelización con el cliente

La fidelización del cliente es una estrategia extremadamente efectiva para reducir los costos de adquisición de clientes (CAC) en el sector de la venta de lotes rústicos, y el Canvas de "El Valor del Ciclo de Vida del Cliente (CLV) en la Venta de Lotes Rústicos" lo aborda directamente.

Aquí te explico cómo la fidelización contribuye a esta reducción de costos, basándome en los puntos clave de ese documento:


### 1. Generación de referidos de alta Calidad (Costo Casi Nulo):

- ✓ Un cliente fidelizado, que ha tenido una experiencia excepcional con la compra de su lote y con el acompañamiento post-venta, se convierte en un **promotor orgánico** de tu marca.
- ✓ Estos clientes satisfechos no dudan en recomendarte a amigos, familiares o colegas que también buscan oportunidades de inversión o un estilo de vida diferente.
- ✓ Las referencias son el tipo de "lead" (cliente potencial) más valioso porque ya llegan con un nivel de confianza preestablecido por la recomendación. El costo de adquirir a estos nuevos clientes es, en esencia, **casi nulo**, ya que no requiere inversión en publicidad, marketing digital o esfuerzos de prospección en frío. Esto impacta directamente en la reducción del CAC general de tu negocio.

### 2. Menor dependencia de la prospección en frío:

- ✓ La adquisición de nuevos clientes a través de métodos de prospección en frío (llamadas en frío, campañas masivas de email, publicidad genérica) es generalmente **mucho más costosa y con una tasa de conversión más baja**. Requiere una inversión considerable de tiempo, dinero y recursos.
- ✓ Al tener una base de clientes fidelizados que te generan referidos constantemente, reduces la necesidad de depender tanto de estas costosas estrategias de adquisición inicial. Puedes enfocar tus recursos en nutrir esas relaciones existentes y convertir a esos referidos de forma más eficiente.



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	140 de

### 3. Aumento de la tasa de conversión (Menos inversión por venta):

- ✓ Los clientes que llegan por referencia de un cliente satisfecho suelen tener una **mayor intención de compra** y están más predispuestos a confiar en tu oferta.
- ✓ Esto se traduce en una **tasa de conversión más alta** de "lead" a venta. Si menos leads requieren ser nutridos intensivamente o convencidos desde cero, reduces el costo de los esfuerzos de venta por cada transacción concretada.

En resumen, la fidelización de clientes es una inversión inteligente. Aunque al principio se invierte en brindar una experiencia excepcional y un acompañamiento post-cierre, el retorno se ve en la reducción drástica de los costos de adquirir nuevos clientes, ya que son los propios clientes satisfechos quienes se encargan de atraerlos a tu negocio a un costo mínimo.

## SESIÓN 2

### Estrategias de Seguimiento Post-Venta en la Venta de Lotes Rústicos

La venta de un lote rústico no termina con la firma de la escritura. Un seguimiento post-venta efectivo es crucial para construir relaciones duraderas, fomentar referencias y asegurar la satisfacción del cliente a largo plazo. En el contexto de los lotes rústicos en Perú, donde la inversión es significativa y el cliente a menudo compra un "sueño" a futuro, el acompañamiento continuo es aún más valioso.

#### 1. Comunicación Post-Venta Proactiva y Personalizada

Mantener un canal de comunicación abierto y relevante es fundamental para que el cliente se sienta valorado y apoyado.

- **1.1. Mensaje de Agradecimiento y Bienvenida:**
  - **Concepto:** Enviar un mensaje personalizado (email, carta, o incluso una llamada) poco después de la firma de la compraventa.
  - **Contenido:** Agradecer la confianza, felicitar por la adquisición y reiterar el compromiso de acompañamiento. Incluir información de contacto clave para futuras consultas.
  - **Aplicación:** "Estimado [Nombre del Cliente], queremos agradecerle sinceramente por la confianza depositada en nosotros

para adquirir su lote en [Nombre del Proyecto]. Estamos emocionados por esta nueva etapa y nos comprometemos a seguir acompañándolo en la construcción de su sueño. No dude en contactarnos para cualquier consulta."

- **1.2. Actualizaciones Periódicas del Proyecto/Zona:**
  - **Concepto:** Mantener al cliente informado sobre cualquier desarrollo relevante en el proyecto o en la zona circundante al lote.
  - **Contenido:** Noticias sobre mejoras de infraestructura (carreteras, servicios), nuevos servicios en la comunidad, crecimiento de la zona, avances en habilitaciones (si aplica).
  - **Aplicación:** Enviar boletines informativos trimestrales o semestrales con fotos y descripciones de los avances. "Hemos avanzado con la instalación de la red de agua potable en la Fase X, y la nueva vía de acceso ya está en un 70% de construcción, lo que reducirá el tiempo de viaje a solo 45 minutos."
- **1.3. Consejos y Recursos Útiles:**
  - **Concepto:** Proporcionar valor adicional al cliente, más allá de la venta del terreno.
  - **Contenido:** Guías sobre cómo iniciar la construcción en un lote rústico, contactos de arquitectos o constructores recomendados en la zona, información sobre tipos de suelo y cultivos, consejos para el mantenimiento del terreno, o información sobre beneficios fiscales para propietarios de terrenos rústicos.
  - **Aplicación:** Crear una sección en la web o enviar documentos PDF con "Guía para Construir tu Casa de Campo" o "Beneficios de Invertir en Terrenos Rústicos en Perú".
- **1.4. Canales de Comunicación Preferidos:**
  - **Concepto:** Adaptarse a las preferencias del cliente para la comunicación (WhatsApp, email, llamadas telefónicas).
  - **Aplicación:** Preguntar al cliente cómo prefiere ser contactado y respetar esa preferencia.

## 2. Eventos y Experiencias para Propietarios

Crear oportunidades para que los clientes se conecten con el proyecto y entre sí, reforzando el sentido de comunidad.

- **2.1. Días de Campo o Visitas Guiadas para Propietarios:**
  - **Concepto:** Organizar eventos periódicos en el lote o en el proyecto para que los propietarios puedan visitarlo, ver los avances y visualizar su futuro.
  - **Contenido:** Recorridos por las áreas comunes (si las hay), demostraciones de avances de obras, charlas informativas sobre el desarrollo de la zona, o simplemente un espacio para que los propietarios se reúnan y compartan.
  - **Aplicación:** "Los invitamos a nuestro 'Día de Campo para Propietarios' el próximo mes. Podrán ver de cerca los avances en

la urbanización y disfrutar de un almuerzo campestre con sus futuros vecinos."

- **2.2. Eventos Temáticos o Talleres:**

- **Concepto:** Organizar talleres o actividades relacionadas con el estilo de vida rústico o el potencial del lote.
- **Contenido:** Talleres de jardinería, agricultura orgánica, construcción sostenible, cata de productos locales, o actividades recreativas al aire libre.
- **Aplicación:** "Aprenda a cultivar su propio huerto en nuestro taller de 'Agricultura Sostenible en Lotes Rústicos', impartido por un experto local."

- **2.3. Creación de una Comunidad Online/Offline:**

- **Concepto:** Facilitar que los propietarios se conecten entre sí.
- **Contenido:** Crear grupos de WhatsApp o Facebook exclusivos para propietarios, organizar reuniones informales, o incluso un directorio de contactos.
- **Aplicación:** "Únase a nuestro grupo exclusivo de WhatsApp para propietarios de [Nombre del Proyecto] y conéctese con sus vecinos para compartir ideas y experiencias."

### 3. Actualizaciones y Hitos del Proyecto

Ser transparente y proactivo con la información sobre el progreso del proyecto es clave para mantener la confianza.

- **3.1. Informes de Progreso Detallados:**

- **Concepto:** Proporcionar informes visuales y escritos sobre el avance de las obras de habilitación (si aplica), desarrollo de infraestructura o cualquier mejora planificada.
- **Contenido:** Incluir fotos, videos, gráficos de avance y cronogramas actualizados.
- **Aplicación:** "Adjuntamos nuestro informe mensual de progreso, donde podrán ver el avance del 80% en la electrificación de la Fase 2 y el inicio de la pavimentación de las vías principales."

- **3.2. Anuncios de Nuevas Fases o Amenidades:**

- **Concepto:** Si el proyecto se desarrolla por fases o se planean nuevas amenidades, mantener a los clientes actuales informados.
- **Contenido:** Información sobre la liberación de nuevas etapas, la construcción de áreas comunes (club house, parques), o la llegada de nuevos servicios a la zona.
- **Aplicación:** "¡Grandes noticias! Hemos iniciado la construcción de nuestro Club House exclusivo para propietarios, que incluirá piscina, canchas deportivas y áreas de parrilla. Estará listo para el verano de 202X."

- **3.3. Casos de Éxito y Testimonios:**

- **Concepto:** Compartir historias y experiencias positivas de otros propietarios que ya están disfrutando de sus lotes o han iniciado

construcciones exitosas. Esto humaniza el proyecto y valida la inversión.

- **Contenido:**
  - **Testimonios Escritos:** Citas directas de clientes satisfechos.
  - **Testimonios en Video:** Entrevistas cortas con propietarios en sus lotes o casas.
  - **Fotos y Videos de Avance de Construcción:** Mostrar el progreso de las casas de los propietarios.
  - **Historias de Vida:** Narrativas sobre cómo la adquisición del lote ha transformado su estilo de vida.
- **Aplicación:** "Conozca la historia de la familia Rojas, quienes ya están disfrutando de su casa de campo en el lote 5. Su experiencia es un testimonio del sueño que usted también puede construir. Vea su testimonio en video en nuestra web."

#### 4. Programas de Referidos y Testimonios

Incentivar a los clientes satisfechos a convertirse en promotores de tu proyecto.

- **4.1. Programa de Referidos Estructurado:**
  - **Concepto:** Diseñar un sistema formal para recompensar a los clientes actuales por referir a nuevos compradores.
  - **Beneficios para el Referente:** Ofrecer incentivos atractivos y claros, como descuentos en futuras compras, bonificaciones en efectivo, regalos exclusivos (ej. canastas de productos orgánicos, estadías en hoteles rurales cercanos), o mejoras en las áreas comunes del proyecto.
  - **Beneficios para el Referido:** Ofrecer un descuento especial en la compra del lote o un paquete de bienvenida.
  - **Proceso Claro:** Establecer un proceso sencillo para que los clientes puedan referir (ej. formulario online, código de referido, contacto directo con un asesor).
  - **Comunicación:** Promocionar el programa de referidos de forma regular a través de email, redes sociales y eventos para propietarios.
  - **Aplicación:** "¡Comparta su sueño y gane! Por cada amigo o familiar que adquiera un lote en [Nombre del Proyecto] gracias a su recomendación, reciba un bono de \$X o un descuento del Y% en su próxima cuota."
- **4.2. Solicitud Activa de Testimonios:**
  - **Concepto:** No esperar a que los testimonios lleguen, sino solicitarlos de manera proactiva a clientes satisfechos.
  - **Momentos Clave:** Solicitar testimonios después de la firma de la escritura, al ver avances en su construcción, o después de un evento exitoso para propietarios.
  - **Facilitar el Proceso:** Ofrecer diferentes formatos (escrito, video, audio) y guiar al cliente con preguntas clave (ej. "¿Qué fue lo que

- más le gustó del proceso?", "¿Cómo se siente al ser propietario?", "¿Qué le diría a alguien que está pensando en comprar?").
  - **Permiso de Uso:** Siempre obtener el consentimiento explícito del cliente para usar su testimonio en materiales de marketing.
  - **Aplicación:** "Nos encantaría que compartiera su experiencia con nosotros. ¿Estaría dispuesto a darnos un breve testimonio en video sobre su lote?"
- **4.3. Creación de "Embajadores de Marca":**
  - **Concepto:** Identificar a los clientes más entusiastas y satisfechos y convertirlos en embajadores informales o formales de la marca.
  - **Actividades:** Invitarlos a eventos especiales, pedirles que compartan su experiencia en redes sociales o que participen en sesiones de preguntas y respuestas con prospectos.
  - **Reconocimiento:** Reconocer públicamente su apoyo y contribuciones.
  - **Aplicación:** "Nos encantaría que la familia [Apellido del Cliente] compartiera su experiencia en nuestro próximo 'Día de Campo' con los nuevos interesados."

### **Beneficios del Seguimiento Post-Venta en Lotes Rústicos:**

- **Fidelización del Cliente:** Convierte a los compradores en embajadores de la marca.
- **Generación de Referencias:** Clientes satisfechos son la mejor fuente de nuevos prospectos.
- **Reducción de Inquietudes:** Aborda proactivamente las dudas y el "miedo post-compra".
- **Fortalecimiento de la Marca:** Posiciona a la empresa como confiable y orientada al cliente.
- **Creación de Comunidad:** Fomenta un ambiente positivo y de apoyo entre los propietarios.

Implementar estas estrategias de seguimiento post-venta no solo es una buena práctica de servicio al cliente, sino una inversión estratégica que asegura el éxito a largo plazo en la venta de lotes rústicos.

## **SESIÓN 3**

### **Programas de Referidos y Testimonios en Venta de Lotes Rústicos**

Incentivar a los clientes satisfechos a convertirse en promotores de tu proyecto es una de las estrategias más poderosas en la venta de lotes rústicos, ya que la confianza y la validación social son factores clave en este tipo de inversión.

#### **4. Programas de Referidos y Testimonios**

- **4.1. Programa de Referidos Estructurado:**

- **Concepto:** Diseñar un sistema formal y transparente para recompensar a los clientes actuales (propietarios de lotes) por referir a nuevos compradores potenciales que finalmente adquieran un lote. Este programa convierte a tus clientes satisfechos en una fuerza de ventas orgánica y creíble.
- **Beneficios para el Referente (el cliente actual):** Ofrecer incentivos atractivos y claros que motiven la recomendación. Estos pueden ser:
  - **Descuentos en futuras compras:** Si el cliente planea adquirir otro lote o una propiedad en el futuro.
  - **Bonificaciones en efectivo:** Un monto fijo por cada venta cerrada a través de su referido.
  - **Regalos exclusivos y de valor:** Por ejemplo, canastas de productos orgánicos de la zona, estadías en hoteles rurales cercanos, vales para tiendas de mejoras para el hogar, o incluso un pequeño proyecto de paisajismo para su propio lote.
  - **Mejoras o beneficios en las áreas comunes del proyecto:** Si el proyecto cuenta con ellas, como un bono para el mantenimiento de áreas verdes o acceso preferencial a futuras amenidades.
  - **Reconocimiento:** Mención especial en eventos de propietarios o en comunicaciones internas (con su permiso).
- **Beneficios para el Referido (el nuevo comprador):** Para incentivar la decisión, también se puede ofrecer un beneficio al referido, como:
  - Un descuento especial en el precio de compra del lote.
  - Un paquete de bienvenida (ej. estudio de suelo básico, asesoría inicial con arquitecto).
  - Condiciones de financiamiento ligeramente preferenciales (si aplica).
- **Proceso Claro:** Establecer un proceso sencillo y fácil de entender para que los clientes puedan referir. Esto podría incluir:
  - Un formulario online dedicado en la web del proyecto.
  - Un código de referido único para cada propietario.
  - Contacto directo con un asesor de ventas asignado al programa de referidos.
  - Un sistema de seguimiento que notifique al referente sobre el progreso de su referido.
- **Comunicación:** Promocionar el programa de referidos de forma regular y visible a través de todos los canales de comunicación post-venta: email marketing, redes sociales exclusivas para propietarios, eventos para propietarios, folletos informativos, y menciones en las conversaciones de seguimiento.
- **Aplicación:** "¡Comparta su sueño y gane! Por cada amigo o familiar que adquiera un lote en [Nombre del Proyecto] gracias a su recomendación, usted recibirá un bono de \$X en efectivo o un descuento del Y% en su próxima cuota. Además, su referido

obtendrá un 5% de descuento en su compra inicial. ¡Es una situación ganar-ganar!"

- **4.2. Solicitud Activa de Testimonios:**

- **Concepto:** Los testimonios de clientes satisfechos son una de las herramientas de marketing más poderosas, ya que brindan prueba social y credibilidad. No se debe esperar a que los testimonios lleguen, sino solicitarlos de manera proactiva a clientes que ya han expresado satisfacción.
- **Momentos Clave para Solicitar Testimonios:**
  - Poco después de la firma de la escritura (cuando la emoción de la compra es alta).
  - Cuando el cliente ha visitado el lote y ha expresado entusiasmo por los avances del proyecto.
  - Al ver que el cliente ha iniciado la construcción de su casa en el lote.
  - Después de un evento exitoso para propietarios donde el cliente haya participado activamente.
  - Cuando el cliente ha expresado verbalmente su satisfacción en una conversación.
- **Facilitar el Proceso:** Hacer que sea lo más fácil posible para el cliente proporcionar el testimonio:
  - **Ofrecer diferentes formatos:** Escrito (email, formulario), video (entrevista corta, grabación con celular), audio.
  - **Guiar al cliente con preguntas clave:** "¿Qué fue lo que más le gustó del proceso de compra?", "¿Cómo se siente al ser propietario de su lote en [Nombre del Proyecto]?", "¿Qué le diría a alguien que está pensando en invertir aquí?", "¿Cómo ha cambiado su visión de futuro desde que adquirió el lote?".
  - **Ofrecer un pequeño incentivo:** Un vale de café, un pequeño obsequio, o una mención especial como agradecimiento por su tiempo.
- **Permiso de Uso:** Siempre obtener el consentimiento explícito y por escrito del cliente para usar su testimonio (nombre, foto, video) en materiales de marketing, sitio web, redes sociales, etc.
- **Aplicación:** "Nos encantaría que compartiera su experiencia con nosotros. Su historia puede inspirar a otras familias. ¿Estaría dispuesto a darnos un breve testimonio en video sobre su lote y lo que significa para usted?"

- **4.3. Creación de "Embajadores de Marca":**

- **Concepto:** Identificar a los clientes más entusiastas, satisfechos y vocalmente positivos, y convertirlos en promotores más activos y visibles de la marca. Estos son los clientes que realmente "viven el sueño" del lote.
- **Actividades con Embajadores:**
  - Invitarlos a eventos especiales como invitados de honor o panelistas.

- Pedirles que compartan su experiencia en sus propias redes sociales, etiquetando al proyecto.
- Organizar sesiones de preguntas y respuestas (Q&A) con prospectos interesados, donde los embajadores puedan compartir su perspectiva auténtica.
- Permitirles mostrar su lote o el avance de su construcción a nuevos prospectos (si están de acuerdo).
- Involucrarlos en el desarrollo de nuevas fases o amenidades, pidiendo su opinión.
- **Reconocimiento y Recompensa Continuos:** Reconocer públicamente su apoyo y contribuciones. Esto puede incluir beneficios exclusivos, acceso prioritario a información, o incluso un trato preferencial en futuras inversiones.
- **Aplicación:** "Nos encantaría que la familia [Apellido del Cliente] compartiera su experiencia en nuestro próximo 'Día de Campo' con los nuevos interesados. Su testimonio es muy valioso para nosotros y para quienes buscan un lugar como este."

### **Beneficios Clave de estos Programas:**

- **Aumento de Ventas:** Las referencias y testimonios son fuentes de leads de alta calidad y con una tasa de conversión superior.
- **Construcción de Confianza:** La validación de terceros es más creíble que la publicidad directa.
- **Fortalecimiento de la Marca:** Posiciona a la empresa como confiable, transparente y centrada en el cliente.
- **Reducción del Ciclo de Venta:** Los referidos suelen estar más predispuestos a la compra.
- **Creación de Comunidad:** Fomenta un sentido de pertenencia entre los propietarios, lo que a su vez genera más referencias.

Implementar estos programas de manera estratégica y ética es una inversión que generará un retorno significativo a largo plazo en la venta de lotes rústicos.


## **SESIÓN 4**

### **Marca personal del vendedor.**

#### **Marca personal del vendedor en la venta de lotes de terreno**

En el competitivo mercado de la venta de lotes de terreno rústico, donde la transacción es de alto valor y la relación con el cliente puede extenderse a largo plazo (como se ha enfatizado en el concepto de CLV), la **marca personal del vendedor** se convierte en un activo invaluable. Una marca personal sólida



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	141 de

genera confianza, atrae a clientes de calidad y fomenta la lealtad, diferenciando al vendedor de la competencia.

## I. ¿Qué es la marca personal del vendedor?

La marca personal es la percepción que los demás tienen de ti. Es la suma de tu reputación, tus habilidades, tu experiencia, tus valores y tu estilo de comunicación. En el contexto de un vendedor, es lo que te hace único y memorable en la mente de tus clientes y colegas.

- ✓ **No es solo un logotipo o un eslogan:** Es tu autenticidad, cómo te presentas, cómo resuelves problemas y cómo te relacionas.
- ✓ **Es lo que dicen de ti cuando no estás presente:** La percepción que los demás tienen de tu profesionalismo y fiabilidad.

## II. Pilares de una marca personal fuerte en la venta de lotes rústicos


Para un vendedor de lotes, los siguientes pilares son esenciales para construir una marca personal robusta:

### 1. Conocimiento profundo del producto y mercado:

- ✓ **Expertise:** Ser un referente en lotes rústicos (tipos de suelo, zonificación, potencial de desarrollo, aspectos legales en Perú).
- ✓ **Análisis de mercado:** Conocer las tendencias, proyecciones de valorización de zonas específicas y la competencia. Esto te posiciona como un asesor valioso, no solo como un "vendedor".

### 2. Confianza y transparencia:

- ✓ **Integridad:** Actuar siempre con honestidad y ética. Presentar la información del lote (incluidos posibles desafíos) de manera clara y veraz.
- ✓ **Saneamiento legal:** Demostrar conocimiento y seguridad en los procesos legales para asegurar al cliente sobre la propiedad del terreno. Este es un diferenciador clave en el mercado peruano.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	142 de

- ✓ **Cumplir Promesas:** Entregar lo que se promete, desde la respuesta a una llamada hasta la gestión de un trámite post-venta.

### 3. Comunicación clara y empática:


- ✓ **Escucha activa:** Entender las necesidades, deseos y puntos de dolor del cliente (como se practica en SPIN Selling).
- ✓ **Lenguaje Accesible:** Explicar conceptos complejos (legales, técnicos) de manera sencilla.
- ✓ **Persuasión Ética:** Utilizar técnicas de venta (como "Sentir-Sentí-Encontré") para guiar, no para manipular.
- ✓ **Tono Profesional y Cercano:** Ser accesible sin perder el profesionalismo.

### 4. Orientación al cliente y solución de problemas:

- ✓ **Foco en el cliente:** Poner las necesidades del cliente por encima del cierre rápido de la venta. Ser un asesor que ayuda a resolver un problema o a cumplir un sueño.
- ✓ **Proactividad:** Anticiparse a las dudas y objeciones, y ofrecer soluciones antes de que se conviertan en problemas.
- ✓ **Servicio post-venta excepcional:** Como se mencionó en el rol del vendedor en el post-cierre, el acompañamiento continuo refuerza la confianza y la lealtad.

### 5. Visibilidad y red de contactos:

- ✓ **Networking:** Construir relaciones con otros profesionales del sector (notarios, abogados, tasadores, constructores).
- ✓ **Presencia digital:** Mantener un perfil profesional en LinkedIn, utilizar WhatsApp de manera profesional, y quizás tener una presencia discreta pero informativa en otras redes.
- ✓ **Generación de referidos:** Ser tan bueno en tu trabajo que los clientes te recomienden activamente.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	143 de

### III. Beneficios de una marca personal fuerte


- ✓ **Atracción de clientes:** Una buena reputación atrae a clientes calificados que ya confían en tu experiencia, reduciendo el CAC (Costo de Adquisición de Clientes).
- ✓ **Mayor confianza y credibilidad:** Los clientes se sentirán más seguros al trabajar contigo, especialmente en una inversión tan importante como un terreno.
- ✓ **Diferenciación:** Destacas en un mercado saturado de vendedores.
- ✓ **Mayor tasa de cierre:** La confianza y la autoridad facilitan la superación de objeciones y el cierre de ventas.
- ✓ **Lealtad del cliente y CLV:** Fomenta relaciones a largo plazo y aumenta el Valor del Ciclo de Vida del Cliente a través de recompras y referidos.
- ✓ **Oportunidades profesionales:** Una marca personal sólida puede abrir puertas a nuevas oportunidades, alianzas o incluso ascensos.

### IV. Cómo construir y cultivar tu marca personal

1. **Define tu propuesta de valor única:** ¿Qué te hace diferente? ¿Qué problema resuelves mejor que nadie?
2. **Sé consistente:** Tu mensaje y tu comportamiento deben ser coherentes en todas las interacciones, tanto online como offline.
3. **Busca feedback:** Pide a tus clientes qué piensan de tu servicio. Las críticas constructivas son oro para mejorar.
4. **Invierte en tu desarrollo:** Continúa aprendiendo sobre el mercado, técnicas de venta y desarrollo personal.
5. **Muestra tu autenticidad:** Permite que tu personalidad brille, siempre dentro de un marco profesional.
6. **Pide referencias y testimonios:** Son la mejor prueba social de tu marca personal.
7. **Participa en tu comunidad:** Ya sea en eventos del sector o en foros relevantes.


Una marca personal bien gestionada convierte al vendedor de lotes rústicos en un asesor indispensable y una figura de confianza en el mercado, asegurando un éxito sostenible y una carrera profesional sólida.

### Importancia de desarrollar una Marca Personal

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	144 de

La reputación sólida y confiable es, de hecho, el pilar fundamental de una marca personal fuerte para un vendedor de lotes de terreno. Su importancia radica en varios puntos clave:

1. **Genera confianza y credibilidad:** En un mercado de alto valor como el inmobiliario, y más aún en el de lotes rústicos donde la informalidad y la inseguridad jurídica pueden ser una preocupación (como se menciona en los puntos de dolor), la confianza es el activo más valioso. Una reputación sólida significa que los clientes se sentirán más seguros y tranquilos al trabajar contigo. Confiarán en tu conocimiento, en la veracidad de la información que proporcionas y en que actuarás en su mejor interés.
2. **Atracción de clientes calificados:** Una buena reputación te precede. Los clientes que llegan por recomendación o que han investigado y visto tu profesionalismo, ya vienen con un nivel de confianza preestablecido. Esto se traduce en leads más calificados, con una mayor predisposición a la compra y que requieren menos esfuerzo de convencimiento inicial, lo que, como vimos, reduce tus costos de adquisición de clientes (CAC).
3. **Diferenciación en un mercado competitivo:** El sector inmobiliario puede estar saturado de vendedores. Una reputación intachable te permite destacar sobre la competencia. No vendes solo un lote; vendes la seguridad y la tranquilidad de trabajar con un profesional íntegro y confiable.
4. **Mayor tasa de cierre y reducción de objeciones:** Cuando el cliente confía en ti, es más fácil superar objeciones. Si tu reputación te respalda, tus palabras tienen más peso y credibilidad, lo que agiliza el proceso de decisión y aumenta tu tasa de cierre.
5. **Fidelización y valor del ciclo de vida del cliente (CLV):** Una relación basada en la confianza y una reputación sólida fomenta la lealtad. Es más probable que los clientes repitan la compra contigo en el futuro o, lo que es aún más valioso, te recomienden activamente a sus conocidos. Esto aumenta el Valor del Ciclo de Vida del Cliente (CLV), ya que un cliente satisfecho no solo compra una vez, sino que genera valor recurrente a través de referidos.
6. **Oportunidades profesionales:** Una reputación de confianza y excelencia puede abrirte puertas a nuevas oportunidades de negocio, alianzas estratégicas con otros profesionales del sector (notarios, constructores, inversionistas), e incluso ascensos o reconocimiento dentro de tu empresa.


	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	145 de

En definitiva, construir una reputación sólida y confiable no es un gasto, sino una **inversión estratégica** que te posiciona como un asesor indispensable y te asegura un éxito sostenible a largo plazo en el mercado de lotes de terreno.

## Uso de redes sociales

Para el vendedor de lotes de terreno, el uso de redes sociales profesionales como LinkedIn es una herramienta poderosa para el *networking* y la construcción de la marca personal. En relación con el punto "Presencia Digital" dentro de los "Pilares de una Marca Personal Fuerte en la Venta de Lotes Rústicos" Aquí te detallo cómo se puede usar LinkedIn para el *networking*:

1. **Conexión con profesionales del sector:** LinkedIn te permite conectar con notarios, abogados especializados en bienes raíces, tasadores, arquitectos, ingenieros, desarrolladores, constructores y otros vendedores. Estas conexiones pueden generar oportunidades de colaboración, información valiosa del mercado y referencias mutuas.
2. **Identificación de inversionistas y clientes potenciales:** Puedes buscar perfiles de empresarios, profesionales de alto nivel, o personas que manifiestan interés en inversiones o propiedades. Aunque no es una plataforma de venta directa, te permite identificar a tus *buyer personas* y establecer un primer contacto profesional.
3. **Compartir contenido de valor:** Publica artículos, análisis de mercado, noticias sobre proyectos de infraestructura en Perú que afecten la plusvalía de los terrenos, o consejos sobre la compra de lotes rústicos. Esto te posiciona como un experto y asesor confiable, atrayendo a personas que buscan conocimiento en el sector.
4. **Participación en grupos relevantes:** Únete a grupos de LinkedIn relacionados con bienes raíces, inversiones, desarrollo urbano o agricultura en Perú. Participa en discusiones, haz preguntas y responde con tu experiencia. Esto aumenta tu visibilidad y te permite conectar con personas con intereses afines.
5. **Solicitud y otorgamiento de recomendaciones:** Las recomendaciones de clientes satisfechos o colegas refuerzan tu credibilidad. Además, ofrecer recomendaciones a otros profesionales puede fortalecer tu red y generar reciprocidad.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	146 de

**6. Creación de una red de referidos:** Al nutrir tus conexiones, puedes sentar las bases para que otros profesionales te refieran clientes o viceversa, ampliando tu alcance sin costos adicionales de adquisición.


Considera, LinkedIn no es solo una plataforma para buscar empleo, sino un ecosistema profesional donde un vendedor de lotes puede construir relaciones estratégicas, demostrar su experiencia y, en última instancia, generar oportunidades de negocio a través de un *networking* efectivo.

## Cómo desarrollar un Pitch persona y profesional

Un **pitch personal y profesional** es una presentación concisa y persuasiva de quién eres, qué haces y cómo puedes aportar valor. Es tu oportunidad de causar una buena primera impresión y captar el interés de tu interlocutor. Se basa en los mismos pilares de tu marca personal:

### 1. Define tu propuesta de valor Única:

- ✓ **¿Qué te hace diferente?** ¿Cuál es tu especialidad en la venta de lotes? ¿Es tu conocimiento en saneamiento legal, tu habilidad para encontrar terrenos con alto potencial de valorización, tu enfoque en la calidad de vida familiar, o tu experiencia con proyectos agrícolas?
- ✓ **¿Qué problema resuelves?** Piensa en los "puntos de dolor" de tus clientes (inseguridad jurídica, falta de servicios, complejidad del proceso) y cómo tu lote o tu asesoría resuelven esos problemas.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	GESTIÓN DE CLIENTES, POST VENTA Y DESARROLLO CONTINUO EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	147 de

- ✓ **¿Qué beneficios ofreces?** Más allá de las características del lote, ¿qué aspiraciones ayudas a cumplir (crecimiento patrimonial, casa de campo soñada, proyecto de vida)?

**2. Estructura de un Pitch efectivo:** Un buen pitch suele durar entre 30 segundos y 2 minutos (el "elevator pitch") y debe incluir:

**a) Saludo y presentación:** Tu nombre y tu rol. Sé memorable.

- *Ejemplo:* "Hola, soy [Tu Nombre], asesor en inversiones inmobiliarias en lotes rústicos en Perú."

**b) Contexto o "enganche":** Una frase que conecte con el interés del interlocutor o que resalte una tendencia.


- *Ejemplo (para inversionistas):* "En el actual panorama económico, muchos están buscando proteger y hacer crecer su capital a través de activos tangibles."
- *Ejemplo (para familias):* "Cada vez más familias sueñan con escapar del ruido de la ciudad y encontrar un espacio propio en la naturaleza."

**c) Tu solución/valor:** Cómo tus lotes o tu experiencia satisfacen esa necesidad o deseo.

- *Ejemplo (para inversionistas):* "Me especializo en identificar lotes rústicos con **alto potencial de valorización** en zonas estratégicas como [mencionar una zona clave, ej., 'el área de influencia del Puerto de Chancay'], ofreciendo **seguridad jurídica** total y proyecciones claras."
- *Ejemplo (para familias):* "Ayudo a familias a encontrar el **terreno ideal para su casa de campo**, un refugio de paz donde puedan construir recuerdos y disfrutar de la naturaleza, sin las preocupaciones de la ciudad."

**d) Llamada a la acción (Suave):** Un siguiente paso de bajo compromiso



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	148 de

- *Ejemplo:* "¿Le gustaría que le comparta un breve análisis de mercado para la zona?" o "¿Qué le parece si le envío algunas opciones que se ajusten a su visión?"

### 3. Claves para desarrollar y presentar tu Pitch:

- 1) **Sé auténtico y consistente:** Tu pitch debe reflejar tu verdadera personalidad y estar alineado con tu marca personal.
- 2) **Practica, practica, practica:** Repite tu pitch en voz alta, grábate si es necesario. La práctica te dará fluidez y confianza.
- 3) **Adáptalo a la audiencia:** No es el mismo pitch para un inversionista que para una familia. Personaliza tu mensaje según tu interlocutor.
- 4) **Enfócate en los beneficios:** El cliente no compra el lote, compra lo que el lote hará por él.
- 5) **Genera confianza:** Tu tono de voz, lenguaje corporal y seguridad en lo que dices son tan importantes como las palabras mismas.
- 6) **Sé breve y conciso:** Respeta el tiempo del otro. Si logras despertar su interés, habrá tiempo para profundizar.
- 7) **Prepárate para preguntas:** Después de tu pitch, es probable que surjan preguntas. Ten listas respuestas claras y concisas.

Desarrollar un pitch efectivo es una habilidad fundamental para cualquier vendedor, y en el sector de lotes rústicos, te ayudará a establecer tu credibilidad y a destacar como el experto de confianza que el cliente necesita.


## SESIÓN 5

### Metas de ventas y KPIs (Key Performance Indicators) en la venta de lotes de terreno

Las **metas de ventas** son los objetivos específicos y medibles que un vendedor se propone alcanzar en un período determinado. Los **KPIs (Key Performance Indicators)** son las métricas clave que se utilizan para medir el progreso hacia esas metas y evaluar el rendimiento del vendedor y del proceso de venta.

En el sector de lotes de terreno, donde la venta es de alto valor y a menudo de ciclo largo, establecer metas claras y monitorear los KPIs es fundamental para:



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	149 de

1. **Medir el rendimiento:** Evaluar qué tan efectivo está siendo el vendedor en la consecución de sus objetivos.
2. **Identificar áreas de mejora:** Detectar dónde se están presentando cuellos de botella o ineficiencias en el proceso de venta.
3. **Mantener la motivación:** Proporcionar al vendedor objetivos claros y un seguimiento tangible de su progreso.
4. **Tomar decisiones estratégicas:** Ajustar tácticas de ventas, marketing o incluso la oferta de lotes.

### Ejemplos de metas de ventas para un vendedor de Lotes:

- ✓ **Número de lotes vendidos:** "Vender 2 lotes rústicos por trimestre."
- ✓ **Volumen de ventas (en moneda):** "Generar \$X en ingresos por ventas de lotes en el segundo semestre."
- ✓ **Número de nuevas prospecciones:** "Calificar 15 nuevos leads de inversionistas al mes."
- ✓ **Tasa de conversión:** "Mejorar la tasa de conversión de visita a cierre en un 5%."
- ✓ **Ventas por referido:** "Obtener 3 ventas a través de referidos en el año."


### KPIs (Key Performance Indicators) Comunes en la Venta de Lotes:

Los KPIs te ayudan a saber si vas por buen camino para alcanzar tus metas.

#### 1. KPIs de actividad (Miden el esfuerzo):

- ✓ **Número de contactos iniciales:** Cantidad de llamadas, emails, o mensajes enviados a nuevos prospectos.
- ✓ **Número de reuniones/visitas al terreno:** Cuántas presentaciones o tours se realizaron.
- ✓ **Número de seguimientos:** Cuántas veces se contactó a un prospecto después de una interacción inicial.

#### 2. KPIs de proceso (Miden la eficiencia):

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	150 de

- ✓ **Número de leads calificados:** Cuántos prospectos cumplen con los criterios de *buyer persona* y tienen potencial real de compra.
- ✓ **Tiempo de ciclo de venta:** Desde el primer contacto hasta el cierre de la venta.
- ✓ **Tasa de conversión por etapa del embudo:** Porcentaje de leads que pasan de una etapa a otra (ej., de prospecto a visita, de visita a oferta, de oferta a cierre).
- ✓ **Número de objeciones por cliente:** Para identificar patrones y mejorar el manejo de objeciones.


### 3. KPIs de Resultados (Miden el Éxito):

- ✓ **Número de ventas cerradas:** Cantidad total de lotes vendidos.
- ✓ **Valor total de las ventas:** El ingreso bruto generado.
- ✓ **Margen de beneficio por venta:** La ganancia neta por lote vendido.
- ✓ **Costo de adquisición de clientes (CAC):** Cuánto cuesta en promedio conseguir un nuevo cliente (y cómo la fidelización y referidos lo reducen).
- ✓ **Valor del ciclo de vida del cliente (CLV):** El valor total que un cliente aportará a lo largo de su relación con el vendedor/empresa (clave para medir el impacto de la fidelización).
- ✓ **Número de referidos generados:** Cuántos nuevos clientes potenciales llegaron por recomendación.

#### Relación con la marca personal del vendedor:

Los KPIs y las metas de ventas no solo miden el éxito de las transacciones, sino que también son un reflejo de la fortaleza de la marca personal del vendedor:

- ✓ Un alto número de **referidos generados** y un buen **CLV** demuestran una **reputación sólida y confiable**, así como un **servicio post-venta excepcional**.
- ✓ Una alta **tasa de conversión** y un **tiempo de ciclo de venta eficiente** indican un **conocimiento profundo del producto**, una **comunicación clara y empática**, y una **orientación al cliente y solución de problemas** efectiva.
- ✓ Cumplir consistentemente las **metas de ventas** refuerza la imagen de **experto y profesionalismo**.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	151 de

Monitorear estos indicadores permite al vendedor no solo alcanzar sus objetivos económicos, sino también fortalecer y validar los pilares de su marca personal en el mercado de lotes rústicos.

## Cómo establecer metas SMART para la venta de lotes de terreno

Establecer metas efectivas es crucial para cualquier vendedor, y en el sector de lotes de terreno rústico, donde las transacciones son complejas y a menudo de ciclo largo, la metodología **SMART** (por sus siglas en inglés: **Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound**) es una herramienta indispensable. Las metas SMART proporcionan claridad, enfoque y una hoja de ruta para el éxito.

### ¿Qué significa SMART?

Cada letra del acrónimo representa un criterio que una meta debe cumplir para ser efectiva:

#### 1. Específicas (Specific)

Una meta específica responde a las preguntas: ¿Qué quiero lograr exactamente? ¿Quién está involucrado? ¿Dónde se realizará? ¿Por qué es importante? Cuanto más detallada sea la meta, más fácil será visualizarla y trabajar hacia ella.


✓ **Error común:** "Vender más lotes."

✓ **Meta específica para lotes de terreno:** "Vender 2 lotes rústicos en la zona de [Nombre de la Zona, ej., 'Chancay Norte'] a clientes inversionistas que buscan alta plusvalía."

#### 2. Medibles (Measurable)

Una meta medible permite cuantificar el progreso y saber cuándo se ha logrado. Debe responder a: ¿Cuánto? ¿Cuántos? ¿Cómo sabré cuándo la he logrado?

✓ **Error común:** "Aumentar las ganancias."

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	152 de

- ✓ **Meta medible para lotes de terreno:** "Generar \$150,000 en ingresos por la venta de lotes en el próximo trimestre." o "Incrementar mi tasa de conversión de visita a cierre en un 10%."

### 3. Alcanzables (Achievable / Attainable)

Una meta debe ser realista y posible de lograr, dadas tus habilidades, recursos y el contexto del mercado. Debe representar un desafío, pero no ser inalcanzable, para mantener la motivación.

- ✓ **Error común:** "Vender todos los lotes de la urbanización en un mes." (Si es poco realista).
- ✓ **Meta Alcanzable para Lotes de Terreno:** "Realizar 8 visitas a lotes calificados por mes, basándome en mi promedio de conversiones anteriores y el pipeline actual." (Si su promedio es 5, 8 es un desafío pero alcanzable).

### 4. Relevantes (Relevant)


La meta debe ser importante para tus objetivos generales como vendedor y para los de la empresa. Debe responder a: ¿Es esta meta importante para mi desarrollo profesional? ¿Contribuye al éxito de mi equipo/empresa?

- ✓ **Error común:** "Hacer 50 llamadas diarias." (Si no se alinea con la calidad de los leads o el tipo de venta).
- ✓ **Meta relevante para lotes de terreno:** "Concretar 3 ventas de lotes este semestre para contribuir al objetivo anual de la empresa de [Monto/Número de Lotes] y alcanzar mi meta de ingresos por comisiones."

### 5. Con Plazo (Time-bound)

Toda meta debe tener una fecha límite definida para su consecución. Esto crea un sentido de urgencia y ayuda a priorizar las acciones. Debe responder a: ¿Cuándo? ¿Para cuándo?

- ✓ **Error Común:** "Vender un lote pronto."

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	153 de

- ✓ **Meta con Plazo para Lotes de Terreno:** "Cerrar la venta de al menos 1 lote rústico de más de 5,000 m<sup>2</sup> **antes del 30 de septiembre de 2025.**"

### Ejemplos de metas SMART aplicadas a la venta de lotes:

#### 1. Meta de ventas:

- ✓ **NO SMART:** "Vender más lotes."
- ✓ **SMART:** "Cerrar la venta de **3 lotes rústicos** valorizados en más de **\$80,000 cada uno** (Específico, Medible), en la zona de **Lurín** (Específico), para **clientes inversionistas** (Específico), con el fin de superar mi cuota trimestral de ventas (Relevante), **antes del 31 de diciembre de 2025** (Con Plazo)."

#### 2. Meta de prospección:

- ✓ **NO SMART:** "Conseguir más clientes potenciales."
- ✓ **SMART:** "Aumentar mi base de **leads calificados** (aquellos que cumplen con el perfil de 'Familia Buscadora de Calidad de Vida' y tienen un presupuesto definido) en un **20%** (Medible) a través de **LinkedIn y referidos** (Específico), para asegurar un pipeline constante (Relevante), **en los próximos 60 días** (Con Plazo)."

#### 3. Meta de desarrollo profesional (y marca personal):

- ✓ **NO SMART:** "Ser mejor vendedor."
- ✓ **SMART:** "Obtener **5 testimonios escritos y 2 video-testimonios** (Medible) de clientes satisfechos con la compra de lotes rústicos (Específico), para fortalecer mi marca personal y generar más referidos (Relevante), **antes de finalizar el tercer trimestre de 2025** (Con Plazo)."

### Beneficios de las metas SMART para el vendedor de lotes:

- ✓ **Claridad:** Sabes exactamente lo que necesitas hacer.
- ✓ **Enfoque:** Diriges tus esfuerzos a lo que realmente importa.
- ✓ **Motivación:** Al ser alcanzables y medibles, mantienes el impulso.

- ✓ **Rendición de cuentas:** Puedes evaluar tu propio progreso y ajustar tu estrategia.
- ✓ **Mejora continua:** Identificas rápidamente qué funciona y qué no, permitiendo optimizar tus técnicas de venta.

Aplicar la metodología SMART no solo te ayudará a alcanzar tus objetivos de venta de lotes, sino que también contribuirá directamente al fortalecimiento de tu marca personal como un vendedor organizado, profesional y orientado a resultados.


## **Monitoreo de KPIs clave en la venta de lotes de terreno**

El monitoreo constante de los Key Performance Indicators (KPIs) es esencial para cualquier vendedor de lotes de terreno. Estos indicadores no solo te permiten evaluar tu rendimiento de manera objetiva, sino que también te brindan información valiosa para optimizar tus estrategias de ventas y alcanzar tus metas SMART, como se describe en el documento "Cómo Establecer Metas SMART para la Venta de Lotes de Terreno".

Aquí nos centraremos en tres KPIs fundamentales: la Tasa de Conversión, el Tiempo de Cierre y el Valor Promedio de Venta.

### **1. Tasa de conversión**

La Tasa de Conversión mide la eficiencia con la que un vendedor transforma las oportunidades en resultados concretos. Se puede medir en diferentes etapas del embudo de ventas.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	154 de

- ✓ **¿Qué mide?** El porcentaje de clientes potenciales o leads que avanzan de una etapa a otra del proceso de venta, o que finalmente se convierten en compradores.
- ✓ **Cómo se calcula (Ejemplos):**

**a.- Tasa de conversión de lead a visita:**

$$\frac{\text{Número de Visitas Realizadas}}{\text{Número de Leads Calificados}} \times 100$$

**b.- Tasa de conversión de visita a oferta:**


$$\frac{\text{Número de Ofertas Recibidas}}{\text{Número de Visitas Realizadas}} \times 100$$

**c.- Tasa de conversión global (lead a cierre):**

$$\frac{\text{Número de Ventas Cerradas}}{\text{Número Total de Leads Generados}} \times 100$$

**1.1.- Por qué es importante monitorearla en lotes de terreno:**

- ✓ **Eficiencia de la prospección:** Una baja tasa de conversión de lead a visita podría indicar que los leads no están bien calificados o que la comunicación inicial no es efectiva.
- ✓ **Calidad de la presentación:** Una baja tasa de visita a oferta puede señalar que la presentación del lote no está resonando con las necesidades del cliente, o que el manejo de objeciones necesita mejorar.
- ✓ **Rendimiento general:** Una tasa de conversión global alta es un indicador de un proceso de ventas saludable y eficiente.
- ✓ **Acciones basadas en el monitoreo:** Si la tasa de conversión es baja, puedes revisar la calidad de tus leads, ajustar tu pitch inicial, perfeccionar tu presentación, o mejorar tus técnicas de manejo de objeciones.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	155 de

## 2. Tiempo de cierre (Ciclo de venta)

El Tiempo de Cierre (o ciclo de venta) mide la duración promedio que toma una venta desde el primer contacto con un cliente potencial hasta la firma del contrato.

- ✓ **¿Qué mide?** El tiempo promedio (en días, semanas o meses) que transcurre desde que un lead se convierte en un prospecto calificado hasta que se cierra la venta. **Cómo se calcula:** Se registra la fecha del primer contacto calificado y la fecha de cierre de la venta para cada cliente, luego se calcula el promedio.

$$\frac{\sum(\text{Fecha de Cierre} - \text{Fecha de Primer Contacto Calificado})}{\text{Número de Ventas Cerradas}}$$

### 2.1.- Por qué es importante monitorearlo en lotes de terreno:


- ✓ **Identificación de cuellos de botella:** Un tiempo de cierre prolongado puede indicar fricciones en el proceso, como objeciones no resueltas, demoras en la entrega de información, o problemas en la toma de decisiones del cliente.
- ✓ **Pronóstico de ventas:** Un tiempo de cierre predecible ayuda a pronosticar ingresos futuros y a planificar mejor tus actividades.
- ✓ **Eficiencia del proceso:** Un ciclo de venta más corto generalmente significa que el vendedor está siendo más eficiente en la cualificación, presentación y cierre.
- ✓ **Acciones basadas en el monitoreo:** Si el tiempo de cierre es demasiado largo, puedes buscar acelerar el proceso de calificación, optimizar el flujo de información al cliente, anticipar objeciones, o mejorar las técnicas de cierre para impulsar la decisión.

## 3. Valor promedio de venta (Valor Promedio por Transacción)

El Valor Promedio de Venta es el monto promedio de dinero que se genera por cada transacción de lote cerrado.

- ✓ **¿Qué mide?** El valor monetario promedio de cada lote vendido en un período determinado.
- ✓ **Cómo se calcula:**



	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	METAS DE VENTAS Y KPI'S EN LA VENTA DE LOTES RÚSTICOS	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	156 de

### Ingresos Totales por Ventas de Lotes Número de Lotes Vendidos


#### Por qué es importante monitorearlo en lotes de terreno:

- ✓ **Rentabilidad:** Un valor promedio de venta más alto contribuye directamente a mayores ingresos y, potencialmente, a mayores comisiones.
- ✓ **Estrategia de oferta:** Puede indicar si estás vendiendo los lotes correctos a los clientes correctos (ej., si los inversionistas están comprando los lotes de mayor valor).
- ✓ **Oportunidades de *Up-selling* o *Cross-selling*:** Un análisis del valor promedio puede revelar oportunidades para ofrecer lotes de mayor precio o productos/servicios complementarios.
- ✓ **Acciones basadas en el monitoreo:** Si el valor promedio es bajo, podrías enfocarte en la venta de lotes de mayor precio, mejorar tus habilidades de negociación para maximizar el valor de cada venta, o identificar oportunidades para ofrecer paquetes de lotes o servicios adicionales.

#### Integración con metas SMART y marca personal

El monitoreo de estos KPIs es fundamental para establecer y evaluar tus **metas SMART**. Por ejemplo, una meta SMART podría ser: "Incrementar mi tasa de conversión de visita a cierre al 25% (Medible) y reducir el tiempo de cierre promedio a 45 días (Medible) para lotes en [Zona Específica] (Específico) para el final del tercer trimestre de 2025 (Con Plazo), con el fin de aumentar mi valor promedio de venta y fortalecer mi reputación como un vendedor eficiente (Relevante)."

Además, un monitoreo consistente y una mejora continua en estos KPIs refuerzan directamente tu **marca personal** como vendedor. Demuestran tu **profesionalismo, tu efectividad y tu orientación a resultados**, lo que a su vez te ayuda a atraer más clientes y generar referidos de alta calidad.

	<b>PROGRAMA FORMATIVO DE EXCELENCIA EN VENTAS</b>	Código:	AYBAR MAN: 0001
	<b>ÁREA DE CALIDAD COMERCIAL</b>	Versión:	V 1.0
	BIBLIOGRAFÍA	Fecha de aprobación:	10/06/2025
		Página:	157 de

## Bibliografía y fuentes para la venta de terrenos rústicos en Perú

La siguiente lista incluye diversas fuentes que abordan aspectos legales, económicos, sociales y de mercado relacionados con los terrenos rústicos y el sector inmobiliario en Perú. Estas referencias pueden ser útiles para profundizar en el conocimiento del contexto de la venta de este tipo de propiedades.

### Referencias bibliográficas

#### I.- Informes y análisis de mercado:

- ✓ **Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI) - Perú.** (Diversos años). *Informes sobre el sector agropecuario y políticas agrarias.* Panorama de la producción y la actividad agraria que influye en el valor y uso de estos terrenos).  
Ejemplo: "Política Nacional Agraria 2021-2030" y sus evaluaciones de resultados. [Portal del MIDAGRI].
- ✓ **Banco Central de Reserva del Perú (BCRP).** (Informes periódicos). *Reportes de inflación y reportes de estabilidad financiera.* (Proporcionan el contexto macroeconómico de tasas de interés, inflación y crecimiento del PIB, crucial para entender el mercado inmobiliario). [Disponible en el sitio web del BCRP: [www.bcrp.gob.pe](http://www.bcrp.gob.pe)].
- ✓ **GRADE (Grupo de Análisis para el Desarrollo).** Zegarra, E. (1999). *El mercado de tierras rurales en el Perú: análisis institucional y económico.* [Repositorio de GRADE: [www.grade.org.pe](http://www.grade.org.pe)].

#### II.- Publicaciones Académicas y Tesis:

- ✓ **Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) - Repositorio Institucional.** Artículos y tesis sobre derecho registral, saneamiento de la propiedad, urbanismo y desarrollo territorial. Ejemplo de tipo de búsqueda: Tesis sobre "Regulación de predios rústicos" o "Formalización de la propiedad rural".
- ✓ Rodríguez Monzón, C. A. (2024). "Eficacia del delito de Usurpación Clandestina de Terrenos Eriazos del Estado Peruano a partir de la vigencia de la Ley 30076". (Tesis de posgrado). [Disponible en el repositorio de la UNFV].

- ✓ Cabrera León, J. J. P. (2018). "Modelo de valorización de terrenos residenciales en 11 distritos de Lima". (Tesis de maestría, aunque se enfoca en residenciales, puede tener correlación con la expansión urbana sobre terrenos rústicos). [Disponible en el repositorio de ESAN].

### III.- Normativa y entidades oficiales:

- ✓ **Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP).** Información sobre el registro de propiedades, los procedimientos para el saneamiento físico-legal de predios y la normatividad aplicable a terrenos rústicos (ej. Reglamento de Inscripciones del Registro de Predios). [Disponible en: [www.sunarp.gob.pe](http://www.sunarp.gob.pe)].
- ✓ **Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (MVCS) - Perú.** Regulaciones sobre habilitaciones urbanas, planes de desarrollo urbano y programas de vivienda que pueden afectar la demanda y el valor de los terrenos rústicos en zonas de expansión. [Disponible en: [www.gob.pe/mvcs](http://www.gob.pe/mvcs)].
- ✓ **Decreto Legislativo N° 1089:** Norma que establece disposiciones para la formalización de la propiedad informal de predios rústicos.

### IV. Artículos y blogs de consultoras/estudios jurídicos inmobiliarios:

- ✓ Gálvez Monteagudo Abogados, Estudio Muñiz, Inmuebles24, Urbania, etc.). artículos sobre saneamiento de terrenos, trámites de compraventa, aspectos tributarios y normativas relevantes para el sector.
- ✓ Artículos sobre "Transferencia de propiedad en predios agrarios" o "Adquisición de predios rústicos por prescripción adquisitiva de dominio".