



Serie: *Dominando tu industria*



Rubén Huertas es Presidente y CEO de *Power Holdings Realty GroupSM*, una firma de bienes raíces comerciales que ofrece los servicios de consultoría, análisis financieros, corretaje y administración. Comenzó como inversionista hasta que encontró su inversión favorita: propiedades de vivienda multifamiliar.

En el mundo corporativo se ha destacado como *troubleshooter fixer* (solucionador de problemas) identificando áreas de mejoramiento con el fin de lograr excelencia organizacional y crecimiento sostenible.

A través de *Toastmasters International*® ha pulido sus destrezas de comunicación y liderazgo y ostenta de esta la más alta designación DTM (Distinguished Toastmaster). Es también coach, adiestrador y orador certificado del *Equipo John Maxwell* de líderes mundiales.

Es además, **escritor y autor** de numerosos libros dentro del campo de los bienes raíces, desarrollo personal, liderazgo y crecimiento de negocios.

Actualmente ha unido esfuerzos con **Preferred Mortgage Corporation** para ofrecer financiamiento comercial.

Rubén Huertas

NMLS #1845758

MLO 716

787.676.4444

ruben@rubenhuertas.com

Habiendo expuesto previamente que uno de los elementos más importantes de los bienes raíces es el acceso a la información, debe quedar claro que una de las principales actividades a realizarse es la recopilación de la mayor información posible. El que más y mejor información tenga, será el que más ventajas competitivas tendrá al momento de cerrar una transacción.

Es menester crear una libreta de propiedades. Una base de datos completa con la mayor cantidad de propiedades posible. Esta libreta puede ser física o digital. El medio no importa, lo que sí importa es que exista en su empresa un lugar organizado donde recoger toda la información del mercado. Esto no puede ser un esfuerzo a medias. Esto es en realidad el corazón de su negocio. Muchos practicantes recurren a buscar propiedades al momento en que les surge un cliente. Cuando llega un cliente buscando algún tipo de propiedad, ya es demasiado tarde para ofrecer un buen servicio si usted no posee una buena lista de alternativas. Desafortunadamente esta práctica es muy común. Practicantes en la industria carecen de una lista organizada de propiedades y únicamente reaccionan ante las necesidades de sus clientes, en vez de trabajar exclusivamente las propiedades que tienen bajo su control.

Esta es la diferencia entre un profesional y un aficionado dentro de la industria. El profesional trabaja su lista de propiedades, el aficionado siempre anda en busca de quién tiene la propiedad. Estos últimos trabajan el mercado al revés. Dése a la tarea de crear su propia base de datos de clientes y propiedades a dónde recurrir al momento de hacer búsqueda para sus clientes. No son listados lo que usted busca, sino, un inventario completo del nicho que ha escogido para desarrollar su negocio. Estudios de los profesionales más exitosos del mundo revelan que el número mágico es 300. Esta es la cantidad de propiedades dentro de su nicho que cada profesional debe tener.

En promedio, esto representa 70 personas, ya que muchos de los propietarios tienen múltiples propiedades. Su principal trabajo diario es mantenerse en contacto con estas personas e ir completando la mayor cantidad de información posible sobre sus 300 propiedades. Durante el transcurso de esta iniciativa se le presentarán innumerables oportunidades para hacer transacciones.