Las 2 variables no controlables al vender una propiedad

Cuando se pone en venta una casa o un departamento, hay variables no controlables y de las otras.

Aquí te explicamos cuáles son y cómo compensar ambas.



Las variables no controlables

Las variables o situaciones que la persona que puso en venta su inmueble no puede controlar, son dos.

Una es el barrio o la localidad. Parece obvio mencionarlo, pero es imposible que la casa o el departamento “se vaya” a otra parte. Está allí y punto.

Si el lugar no es muy atractivo, si se halla lejos de

comercios y clínicas, o si ha sufrido un lento proceso de degradación, habrá que asumir la situación.

La segunda variable es cómo está el mercado inmobiliario. Existen 3 mercados inmobiliarios. Uno, el “mercado de vendedores”: es aquel donde es posible definir las mejores condiciones debido a la velocidad y la cantidad de personas dispuestas a comprar. El otro, es el “mercado de compradores”: es muy favorable para el comprador ya que hay una vasta oferta de inmuebles para elegir, y muy pocos individuos dispuestos a comprar. Y el tercero es el “mercado en equilibrio”: es el ideal pero, habitualmente, resulta de transición. No dura demasiado tiempo.

Cada uno tiene sus pros y sus contras. Algo más: rápidamente, un mercado de una clase se convierte en el contrario. Esto puede ocurrir frente a una devaluación de la moneda, una nueva ley de alquileres u otra situación inmanejable.

¿Y entonces? ¿Lo único que queda es la resignación? No. El camino para compensar estas dos variables incontrolables es el de usar con sagacidad las controlables.



Las variables controlables

Las variables que se pueden controlar ayudan a que las incontrolables no lo sean tanto.

La primera variable controlable tiene que ver con la tasación profesional. Hay que buscar a un corredor inmobiliario serio para esa tarea.

La mejor tasación no es la más alta sino aquella que haga que la propiedad se venda en un plazo razonable, que raramente se mide en años.

Esa tasación neutraliza la mala impresión que puede causar cierto barrio o localidad, y anima al futuro comprador a decidirse por esa propiedad y no por otra.

La segunda variable controlable es la presentación del departamento o casa que se ofrece.

En esto interviene el home staging, un conjunto de técnicas que influyen sobre los sentidos. En particular, el de la vista.

Por ejemplo, una casa con ambientes luminosos, alegres, bien ordenados, se vende más velozmente que una cargada de adornos, paredes despintadas, lamparitas viejas, y sobreabundancia de sillones, mesas, y mesas auxiliares.

A través del home staging –o "puesta en escena" de la propiedad– se logran efectos potentes y duraderos. Además, muchos de ellos son de costo cero o muy, muy bajo.



La difusión

La tercera variable controlable es la difusión. Colocar solo un cartel en la fachada del inmueble ya no alcanza. Es necesario y útil, sí, pero insuficiente.

En el presente, un corredor inmobiliario profesional hace que la propiedad aparezca en los portales de inmuebles, en su sitio web y en sus redes sociales.

También, envía a la casa del dueño de la propiedad un fotógrafo y videasta, que hará las tomas convenientes para que la unidad luzca de modo brillante.

Además, el corredor se contacta con las personas de su base de datos de interesados y con las de sus colegas. Todo ello forma parte de un plan de marketing que ofrece junto con la tasación.

En síntesis: el corredor se dedica –a través de la difusión– a buscar un comprador y no a esperarlo.

La cuarta variable es elegir el corredor inmobiliario correcto. ¿Y eso cómo se descubre? Por múltiples pistas.

Uns de ellas es por la tasación. El corredor que da el precio minutos después de terminar la visita al inmueble, no ha hecho un estudio profundo para arribar a ese número. Lo mismo ocurre con aquel que consulta qué valores le adjudicaron otros colegas.

Una segunda pista es verificar sus redes sociales. ¿Hay muchos comentarios negativos? La tercera y última pista es su pertenencia a un colegio de martilleros y corredores inmobiliarios. En cada provincia hay uno, y por ley es obligatorio estar matriculado para ejercer la profesión.

Los corredores matriculados demuestran una disposición a ser auditados y a cumplir un código de ética.