

6 motivos por los que una propiedad tarda demasiado en venderse

Existen 6 motivos específicos que hacen que una casa o un departamento en venta no encuentre comprador, de manera veloz.

Si estás pensando ahora mismo en mudarte, te traemos esta información para que la tengas en cuenta.

1. Tasación inadecuada

Una propiedad tasada muy por encima de lo que indican las tendencias del sector, siempre tardará en venderse.

¿Y cómo se define la tasación? Una inmobiliaria seria tomará en cuenta, para ponerle un precio, numerosos factores hasta llegar a lo que se denomina “valor de mercado”. ¿De qué se trata? No es el más alto ni el más bajo, sino aquel que el público comprador está dispuesto a pagar.

Una tasación de ese tipo no se hace en 5 minutos sino que requiere un estudio exhaustivo, que el corredor inmobiliario realizará con detenimiento.



2. Mal estado de la vivienda

Aunque una propiedad tenga un buen número de cuartos, un gran jardín o bajas expensas, el estado de mantenimiento es crucial. Ese estado define no solo el precio sino que también desalienta a los potenciales compradores.

En una propiedad los aspectos visibles son cruciales. Un refrán popular dice: “De la vista nace el amor”. En otras palabras, la primera impresión que se lleve el futuro adquirente o la potencial compradora es decisiva.

Por ejemplo, es muy negativo que encuentre canillas goteando, paredes con manchas de humedad o escalones rotos en una escalera.

En cuanto a lo que no se ve, hay que considerar sobre todo los malos olores. Un dicho propio del rubro inmobiliario es: "Si puedo olerlo, no puedo venderlo".

Al ingresar el interesado a una vivienda en venta no debe haber ningún olor. Es vital considerar que hay personas muy sensibles a lo que huelen.

3. Imágenes y descripciones de mala calidad

El 95% de las personas busca propiedades a través de redes sociales, sitios web y portales inmobiliarios como Argenprop, Zonaprop y Liderprop.

Por eso mismo, un bien inmueble es aceptado o rechazado en una fracción de segundos. Aquella vivienda que no fue bien presentada por el corredor inmobiliario pasa rápidamente al olvido.

Un corredor experimentado y digitalizado, envía a toda propiedad que pone en venta a un fotógrafo y videasta profesional.

Ni con el mejor teléfono celular se logran las tomas que puede hacer un especialista en imágenes. Sumado a ello, es imprescindible contar con descripciones claras, completas y cautivantes. No alcanza con redactar las características, hay que mencionar también los beneficios. Por ejemplo, si una casa se encuentra cerca de un colegio destacado o en una zona que permite practicar deportes náuticos.



4. Título de propiedad poco confiable

Si el título de propiedad presenta algún aspecto poco claro o una situación no resuelta, la venta será sumamente ardua.

Por ese mismo motivo, el corredor inmobiliario con experiencia le solicita a quien desea vender su unidad todo lo que hace a los aspectos legales apenas le encarga que se ocupe de la operación.

5. Falta de flexibilidad para negociar

Es muy probable que el comprador quiera negociar el precio. Negociar no es ceder: es buscar un punto de encuentro entre quien quiere vender y aquel que quiere comprar.

Por lo tanto es importante ser flexible al momento de negociar, pero esa flexibilidad debe tener un límite. Un buen corredor inmobiliario siempre sabe cómo negociar sin afectar los intereses de su cliente.

Es probable que el vendedor reciba más de una oferta que le parecerá ridícula, pero no está de más realizar una contraoferta en lugar de ignorar lo que el interesado propone. Esto aumenta la probabilidad de concretar la venta.



6. Ausencia de un plan de marketing inmobiliario

Por más que se posea una propiedad excepcional, en una buena zona, en perfectas condiciones edilicias, con los papeles en regla, aq un precio adecuado y que se esté dispuesto a negociar, si toda esta información no llega al público justo y de la manera correcta, se reducirán drásticamente las oportunidades de venta.

Nunca antes había sido tan fácil publicar un inmueble. Hay infinidad de portales en Internet que ofrecen publicar ofertas inmobiliarias con detalles, fotos, videos y hasta mapas de ubicación.

Y a ello se suman los sitios de los corredores inmobiliarios y sus redes sociales, más Google, Bing y otros buscadores. Un plan de marketing inmobiliario de calidad tiene en cuenta todos esos aspectos, y los optimiza.