

Por qué no negociamos el precio de venta con el propietario que nos encarga su unidad

En el rubro inmobiliario, la tasación de propiedades es un proceso crucial que determina el valor real de una casa, un departamento o un PH.

Por eso, una inmobiliaria seria no aceptará negociar el precio de venta con el propietario que propone una cifra aleatoria, inventada o caprichosa

Esa cifra aparece, por ejemplo, cuando el dueño de la casa dice que con el producto de la venta quiere adquirir una casa chica para él y dos departamentos para sus hijos. U obtener una suma tal que le permita acceder a un barrio mucho más cotizado que el suyo.

Es en esa circunstancia cuando la inmobiliaria no debe entrar en una discusión sino brindar datos objetivos, basados en datos –o data driven–.

Los riesgos de basar la tasación en el valor propuesto por el dueño

Basar la tasación únicamente en el valor que la propietaria o el dueño considera adecuado, llevará sin dudas a dos problemas:

. **Sobrevaloración:** si el dueño establece un precio demasiado alto, la propiedad permanecerá en el mercado durante mucho tiempo sin generar interés entre los compradores.

Esto no solo retrasará la venta, sino que también afectará negativamente la percepción del valor de la propiedad, generará impaciencia en el dueño y perjudicará la relación de confianza con la inmobiliaria. Además, la propiedad terminará “quemada”, como se dice en la jerga del sector.

. **Subvaloración:** por otro lado, si el precio es demasiado accesible, el dueño perderá dinero en la transacción.

Además, un precio reducido generará sospechas entre los compradores potenciales, que podrían pensar que hay algo “escondido” y no realizarán consultas, y mucho menos visitas a la unidad.



. **La experiencia de la inmobiliaria**

Una inmobiliaria profesional y actualizada tecnológicamente, tienen acceso a una gran cantidad de datos y poseen una experiencia que no se reemplaza con búsquedas en Google o el uso de la inteligencia artificial.

Sus integrantes conocen los precios actuales de venta, las tendencias del mercado y las características que los compradores buscan en una propiedad.

Esta experiencia le permite a la inmobiliaria ofrecer una tasación precisa y objetiva –o lo que se denomina “tasación para la venta”–, lo que ayuda a establecer un precio competitivo y atractivo para los compradores. Por eso mismo, esa inmobiliaria sabe que solo hay una forma eficiente de tasar.

Tasación general y tasación para venta

La tasación general se basa en datos estáticos: metros cuadrados de la propiedad, ubicación, antigüedad, expensas, impuestos, accesos, cercanía con colegios y clínicas.

La tasación para la venta toma en cuenta esas variables y también la situación del mercado: si es un mercado con abundante oferta o con gran demanda.

Así, con esta forma de valorar un inmueble se llega a la cifra con la cual es posible encontrarle compradores. No es muy baja ni muy alta, sino la justa para atraer interesados que opten por ella.



Los beneficios de una tasación para la venta

Una tasación para la venta genera varios beneficios, tanto para el vendedor como para el comprador:

- . **Velocidad de venta:** un precio realista aumenta las posibilidades de vender la propiedad rápidamente.
- . **Confianza del comprador:** el precio justo basado en la tasación profesional fomenta la confianza entre los compradores potenciales. Si el valor fuera muy alto, impediría las consultas y visitas. Si fuera muy bajo, ocurriría lo mismo porque los interesados desconfiarían de la suma pedida.
- . **Maximización del valor:** ayuda a asegurar que el dueño obtenga el mejor precio posible por su propiedad.



¿Por qué en Pozzi Inmobiliaria a veces renunciamos a tomar una propiedad para venderla?

En Pozzi Inmobiliaria en algunos casos preferimos negarnos a tomar una propiedad para su comercialización. Aunque esto suene extraño o antipático.

Ello se da cuando su propietario no acepta nuestra tasación para la venta y pretende imponer un número.

Como ya sabemos –por experiencia– de qué modo terminará esa situación, decidimos retirarnos a tiempo y expresarle a ese potencial cliente, con todo el respeto que merece, por qué elegimos esa decisión.

En general, esa persona comprende nuestros argumentos que, siempre, están basados en cifras. Y nunca en impresiones, pensamientos, suposiciones.