¿Por qué las inmobiliarias no pueden prometer una fecha de venta para una propiedad?

Una de las quejas más comunes de quienes encargan su propiedad a una inmobiliaria para comercializarla, es: “¿Por qué no me dan una fecha exacta de venta?”.

La respuesta está en la complejidad del mercado de bienes raíces. Las inmobiliarias serias y con experiencia no prometen fechas porque hacerlo sería irresponsable, y potencialmente ilegal ya que eso no toma en cuenta las variables impredecibles del proceso.

Si estás pensando en mudarte de tu actual casa, departamento o PH, en este artículo te brindamos algunas precisiones sobre los plazos para que sepas si estás eligiendo una inmobiliaria confiable.

El mercado inmobiliario no es predecible como un reloj

Hay que imaginar el mercado de propiedades como un océano: existen olas constantes de oferta y demanda.

A diferencia de un producto estandarizado que se vende en un supermercado –como una mayonesa–, cada inmueble es único.

Su valor depende de factores volátiles como las tasas de interés y la inflación, la variabilidad del dólar blue, o las políticas del Banco Central que pueden alterar el poder adquisitivo de los compradores de la noche a la mañana.

Prometer una fecha equivaldría a predecir el clima con exactitud milimétrica. Es posible en teoría, pero muy riesgoso

en la práctica. Además, hay factores como la estacionalidad: las ventas caen en invierno. Y a ello se suman las crisis económicas, como la de 2023-2024.

Todos esos eventos extienden los plazos necesarios para que una propiedad encuentre un nuevo dueño. Una inmobiliaria rigurosa basa su estrategia en datos históricos, no en promesas vacías.



El comprador ideal no llega por arte de magia

La venta depende de encontrar al “comprador perfecto”, cuya existencia no se garantiza en un plazo fijo. Este perfil es muy variable: está el que busca un barrio con una buena oferta de colegios cercanos, quien necesita vivir en una zona con mucho verde, y luego el inversor que evalúa la rentabilidad por metro cuadrado.

Las inmobiliarias tecnológicamente avanzadas usan el marketing digital –que abarca desde tener presencia en portales como Zonaprop y Argenprop, hasta utilizar las redes sociales–, para maximizar la exposición y visibilidad de las unidades que toman para vender. Pero el match demanda tiempo.

Por otra parte hay que considerar el funnel o embudo de ventas. Eso significa que de cada 100 visitas de potenciales adquirentes, solo 10 hacen una oferta seria. Y de esas, 2 o 3 deciden concretar la operación.

Otros elementos que retrasan la decisión de los compradores

A veces, un interesado solicita una visita adicional para ir con un ingeniero, un arquitecto o un maestro mayor de obras a fin de chequear humedades o problemas en la estructura ocultos. Además, si debe pedir un crédito hipotecario, eso puede sumar unos 60 días.

Otro tema: las propiedades sobrevaloradas por sus dueños demoran un 80% más en venderse. En este caso, la responsabilidad es de la inmobiliaria por aceptar un valor de ofrecimiento que no se condice con la realidad.

Las regulaciones legales

La Ley 23.302 de corretaje inmobiliario prohíbe las promesas irreales para evitar demandas por incumplimiento. El Código Civil y Comercial, en su artículo 1324, exige buena fe en los contratos, y una fecha fija violaría esto si no se cumple.

No todo depende de la inmobiliaria

En algunas ocasiones el vendedor retrasa la venta por indecisión como cuando quiere mudarse primero, o no cuenta con

la documentación completa de su inmueble.

Las técnicas de home staging –puesta en escena de un inmueble– y la flexibilidad en los días y horarios de visita aceleran el proceso. Pero sin el vendedor no coopera con estos temas, ninguna fecha funciona.

Estrategias realistas para acelerar las ventas

En lugar de fechas, las inmobiliarias serias ofrecen planes muy concretos para maximizar la exposición de la propiedad.

Eso comprende la determinación de la tasación por medio de un análisis comparativo de mercado, alianzas con colegas, informes mensuales sobre las visitas a la propiedad, envío de e-mailings a bases de datos de interesados, el plan de marketing inmobiliario ya mencionado, y el siempre efectivo cartel en el frente de la propiedad ofrecida.



Qué datos permiten estimar probabilidad sin prometer venta

Existen ciertos indicados que hacen posible calcular una probabilidad en cuanto a plazos, pero sin prometer una fecha específica. Ellos son:

. Indicadores de mercado

– Velocidad de venta de la zona. Por ejemplo, podría ocurrir que en General Pacheco se vende de un 3% al 4% por mes de las unidades disponibles. Eso sirve para la estimación

– Meses de stock. O cuántos meses hace que las propiedades se encuentran en venta

– Relación oferta/demada. Hay momentos en que la cantidad de unidades ofrecidas es mayor que la cantidad de compradores, y otros en los que ocurre lo contrario

– Estacionalidad histórica: lo mencionado antes con respecto al incremento de ventas en primavera y verano

. Indicadores de la propiedad

– Precio de publicación versus los precios reales a los que se vendieron las unidades

– Tipo de inmueble versus demanda activa. Por caso, si en Tigre Centro lo que más se buscan son departamentos, entonces el propietario de un PH tendrá que esperar más tiempo para vender su unidad.

– Ticket medio de cierre en la zona: el valor promedio de las unidades que se vendieron en cierto plazo y en determinada área

– Estado, documentación y ocupación: una unidad impecable en cuanto a mantenimiento, con todos los papeles en orden y lista

para ser ocupada por el nuevo adquirente, es más atractiva que una que no cumple esas condiciones

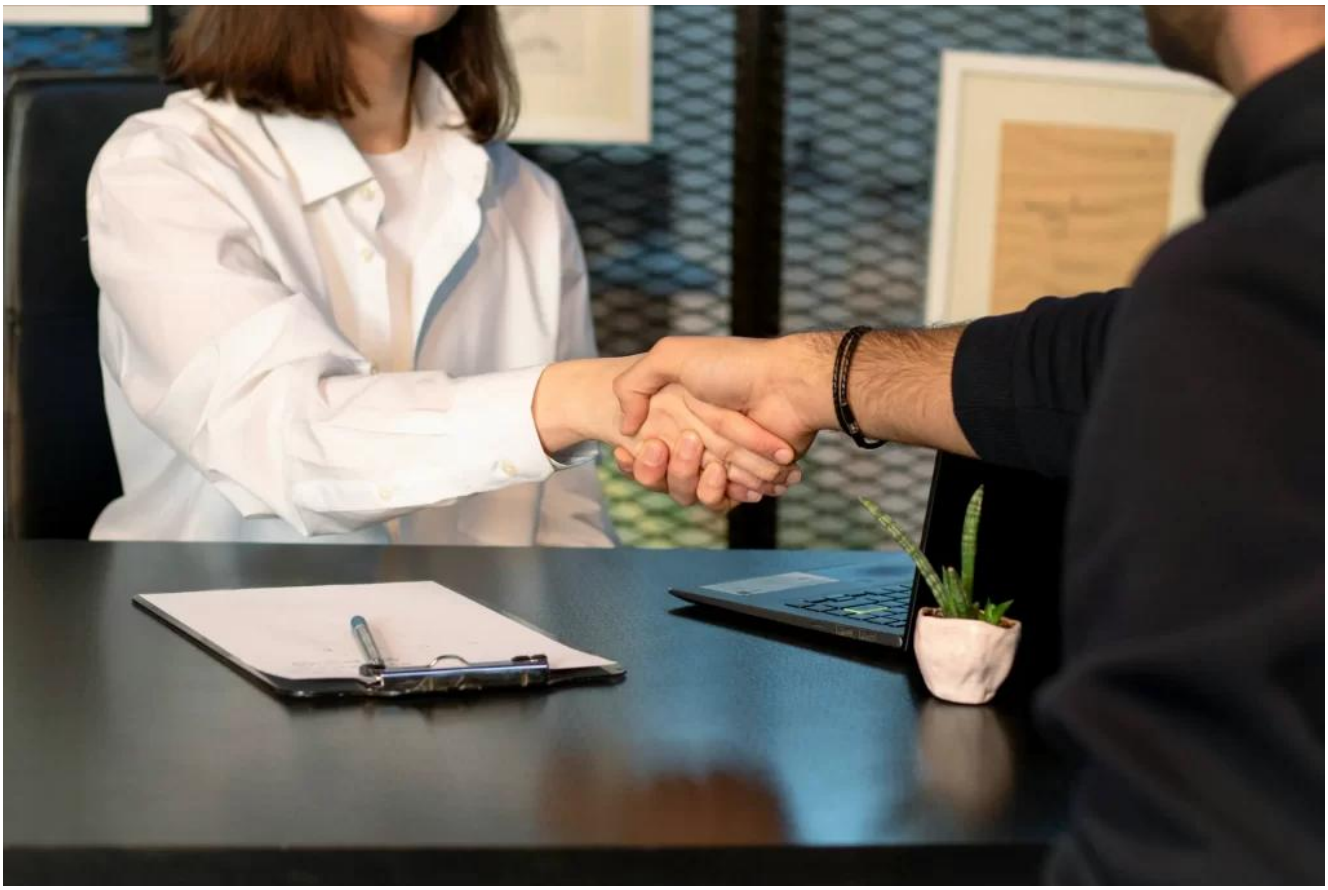
. Indicadores de gestión

– Cantidad de visitas calificadas. Si las personas que van a conocer la propiedad son realmente potenciales adquirentes, la venta tendrá lugar antes

– Ratio visitas/ofertas: es la proporción entre el número de personas que se acercaron a conocer la unidad y el número de ellas que hicieron ofertas razonables

– Tiempo promedio de ajuste de precio: son los meses que pasan hasta que se decide ajustar el precio en función de lo que el mercado está dispuesto a pagar

– Seguimiento y feedback. Cuando el propietario recibe información mensual sobre la cantidad de consultas, es probable que la venta tenga lugar más rápido



La paciencia informada es la clave

Prometer una fecha de venta por parte de la inmobiliaria es como apostar al caballo equivocado en una carrera impredecible.

Las inmobiliarias con trayectoria priorizan los resultados reales sobre las ilusiones, protegiendo así su reputación. Y, sobre todo, la confianza de sus clientes.

No se pude prometer una fecha, pero sí es factible trabajar con escenarios probables

Si bien ninguna inmobiliaria verdaderamente profesional puede garantizar una fecha exacta de venta, las que trabajan con estadísticas del mercado sí están capacitadas para estimar qué tan probable es que una propiedad se venda en determinado plazo. Y ello, siempre que se cumplan ciertas condiciones de precio, presentación de la unidad y estrategia comercial.