

---

# Cómo Vender Casas Rápido y al **Mejor** **Precio**

Cómo un corredor campeón de Houston fija el precio,  
prepara y comercializa casas para venderlas rápido — por  
más.

ESCRITO POR

**Alan R. Hernandez**

Corredor / Dueño · White Picket Realty

---

2× Campeón Battle of the Brokers · \$145M+ Vendidos · 4.9★

# Introducción

Encuentra al único comprador que simplemente no puede alejarse de tu casa — y lograr que pague el mejor precio.

Para la mayoría de las familias, la casa es lo más grande que poseen. Así que cuando llega el momento de vender, usted está al mando del negocio más grande y más complicado de su vida. Vocabulario nuevo, cifras más altas y decisiones financieras que no enfrenta todos los días aparecen todas al mismo tiempo.

Y luego están los sentimientos. La casa donde crió a sus hijos y construyó sus recuerdos siente que debería valer más que sus paredes y su techo. Eso es natural. Pero la emoción también es donde la mayoría de las batallas por el precio se descarrilan, así que parte de mi trabajo es ayudarle a separar el corazón de los números.

Esta es la verdadera meta: encontrar al único comprador que simplemente no pueda alejarse de su casa, y lograr que pague lo máximo por ella. Eso ocurre cuando su casa brilla más que la competencia y un comprador siente, en los primeros segundos desde la banqueta, que está caminando hacia su propia puerta y no hacia la de otra persona.

Hola, soy Alan. Si este libro llegó a sus manos, probablemente esté pensando en vender, y quizá le esté dando temor. Por eso justamente estoy aquí. Después de más de 17 años en este negocio, he reunido las jugadas de experto que ayudan a los vendedores a obtener la mayor cantidad de dinero en el menor tiempo, y se las estoy entregando.

Cuando un amigo vende una casa común y corriente en un vecindario común y corriente por muy encima del mercado, eso no es suerte. Por lo general es un gran agente haciendo su trabajo.

En estas páginas encontrará:

- Un recorrido claro por el proceso de venta
- Estrategias para vender por más
- Los errores comunes que les cuestan dinero a los vendedores
- El marketing que los mejores agentes realmente usan
- Cómo atraer a los compradores de hoy
- Las mejoras con el mejor retorno
- Un manual de negociación

Usted puede ejecutar estas jugadas por su cuenta, pero yo preferiría ejecutarlas por usted. De cualquier manera, mi deseo es que este libro le ayude a vender rápido y al mejor precio. Cuando esté listo, aquí estoy con un análisis de mercado gratuito y un plan de marketing que se ajuste a su presupuesto y a su vida. Leer esto es su primer paso.

# Primeros Pasos para Vender su Casa

## Valor de Mercado

Lo que debe alcanzar en una venta justa, abierta y competitiva

## Valor de Avalúo

La estimación de un tasador con licencia en un momento dado

## Valor Catastral

La cifra que usa el condado para fijar tus impuestos

Lo ha escuchado toda la vida: ubicación, ubicación, ubicación. Sigue siendo el factor más importante en el precio. Pero ponerle precio a una casa no es una sola fórmula limpia. Muchísimos factores influyen, y a lo largo de este libro verá casas casi idénticas que se vendieron por cifras muy distintas, con las razones explicadas. La cifra que una casa debería alcanzar rara vez es la cifra que el vendedor imagina, y esa brecha es exactamente por la que poner un precio demasiado alto deja tantas casas sin vender.

Vale la pena conocer tres términos para que pueda poner precio con confianza:

**Valor de mercado:** el precio más probable que su casa debería alcanzar en una venta justa, abierta y competitiva. Piénselo como una opinión informada de lo que su casa debería alcanzar en su vecindario.

**Valor de avalúo:** la lectura de un tasador profesional sobre lo que vale la casa en un momento dado. Los prestamistas se apoyan en esto. Cuando un préstamo excede el 80% del valor, el banco por lo general exige un seguro hipotecario.

**Valor catastral:** la cifra que su gobierno local usa para fijar los impuestos sobre la propiedad. Muchas veces no coincide con el valor de mercado ni con el avalúo. De hecho, alrededor del 60% de las casas en EE. UU. están tasadas por encima de lo que realmente valen.

## ¿Cuánto Vale Su Casa?

Una casa no es una lata de atún con un precio fijo en el estante, y tampoco es una acción que se cotiza a un número publicado todos los días. Cada propiedad es única, así que su valor tiene que desarrollarse, no consultarse. Hay un par de maneras sólidas de llegar ahí.

## Avalúo Profesional

Un tasador estima lo que un comprador razonable le pagaría a un vendedor razonable. Los vendedores lo usan para poner precio, los compradores lo usan para dar forma a una oferta, y los prestamistas lo usan para decidir cuánto prestar. Lo principal que mueve un avalúo:

- Tipo y antigüedad de la vivienda
- Diseño, materiales y cómo se construyó
- Mejoras realizadas
- Tamaño y condición
- Ubicación y vecindario
- Ventas comparables recientes
- Depreciación

La condición y la ubicación pesan de verdad. No puede mover su casa, pero las mejoras inteligentes sin duda pueden elevar su valor.

#### Análisis Comparativo de Mercado

Aquí es donde entro yo. Un CMA de un profesional de bienes raíces es gratuito, y le gana a cualquier estimación automática en línea. Detalla cada casa que se ha vendido en su zona en los últimos seis meses con su precio final, además de todo lo que está actualmente a la venta con su precio de lista. Esas propiedades activas son su competencia. Con ese panorama en mano, ponemos un precio realista a su casa. (Vea la última página si desea una valuación gratuita de su casa.)

#### Vender por Más: Requiere Esfuerzo

Como no existe una fórmula exacta, el tiempo y el esfuerzo del propio vendedor se convierten en la ventaja decisiva. Su disposición a preparar la casa de verdad, y a mantenerla así hasta que se venda, tiene un efecto enorme tanto en la rapidez con que se vende como en cuánto obtiene.

Una palabra rápida sobre el tiempo. Cuando las casas normalmente se venden dentro de seis meses, el mercado está equilibrado. Algo grande, como una empresa importante que llega o se va, puede inclinarlo. En un mercado de vendedores caliente, una casa podría venderse en unos 30 días; en uno lento puede alargarse hasta nueve meses. Cualquier plazo menor a seis meses por lo general favorece a los vendedores.

#### Vivir en una Pecera

Mientras su casa esté en el mercado, usted está viviendo en una sala de exhibición. Espere llamadas a horas raras, solicitudes de última hora para mostrar la casa, citas de reparación e inspección, y fotografías. Las visitas llegan rápido y en abundancia al principio, y el comprador

indicado podría tocar la puerta justo a la hora de la cena, así que mantenga la casa lista para mostrar.

Los niños y las mascotas son distracciones para los compradores. Planee tener a los niños fuera de la casa, las mascotas en su jaula o con correa, los juguetes guardados, los platos lavados y la cocina reluciente.

Aquí está el detalle: le mostrará la casa a muchos más curiosos que a compradores serios, y una sola visita puede consumir una hora o más. Perseguir a cada "paseante de domingo" casual lo agota. La solución es planeación, organización y un buen agente que filtre a los compradores que realmente tienen intención de comprar.

# El Principio de Pareto

## El 80/20 de vender

20%

80%

Una pequeña parte de la preparación correcta — precio, presentación, marketing — genera la gran mayoría de tu resultado final. Enfoca tu esfuerzo ahí.

Alan compartiendo su manual de estrategias en el escenario.

Hay una vieja observación de que el 80% de sus resultados provienen del 20% de su esfuerzo. Lo llamamos el principio de Pareto, por el economista italiano que notó en 1906 que una quinta parte de sus plantas de chícharos producía la mayoría de las vainas, y luego que una quinta parte de la población de Italia poseía la mayor parte de su tierra. La proporción nunca es exacta, pero la desproporción aparece en todas partes: una pequeña parte de los vendedores genera la mayoría de las ventas, una pequeña parte de los clientes genera la mayoría de las ganancias.

## Cómo Aplicar la Regla del 80/20 a Su Casa

Así es como yo la uso: deje de tratar de vender toda la casa. Encuentre aproximadamente el 20% de las características que hacen especial a su casa y póngalas al frente y al centro en sus fotos y visitas. El otro 80% sigue importando, así que no lo descuide, pero no es su titular. Y su titular nunca es lo que su casa comparte con cualquier otra propiedad en venta. Es la característica distintiva que atrapa al comprador que ha estado esperando exactamente eso.

Un ejemplo rápido. Una pareja buscó casi un año una vista al mar. La casa que finalmente eligieron estaba anticuada y descuidada, pero en el momento en que el esposo pisó el balcón del tercer piso junto a la recámara principal y vio el agua, la pintura descascarada dejó de importar. Esa vista, el 20%, vendió la casa.

También funciona en ambos sentidos para los vendedores. La casa de una familia estaba sobre un camino sin pavimentar, pero ofrecía una sensación campestre y apartada: casi dos acres rodeados de pastizales y viejos robles. Una casa comparable cercana tenía actualizaciones similares, pero estaba sobre una calle transitada. El comprador eligió el aislamiento. Esa única característica destacada ganó la venta.

Encuentre y Resalte Su 20%

Lleve a los compradores directo a lo que hace diferente a su casa. No gaste saliva explicando cómo un cuarto de almacenamiento podría convertirse en un baño; lleve al dueño del perro al corral cercado en su patio de tamaño extra. Si su casa tiene exactamente la característica que un comprador quiere, ponerla en el centro de su marketing atrae a personas dispuestas a pagar su precio.

¿No está seguro de cuál es su característica destacada? Busque cosas como:

- Una loma o una vista elevada
- Vistas despejadas del amanecer o del atardecer
- Un patio, deck, gazebo o corral para perros que los vecinos no tienen
- Un lote privado, protegido por árboles, o de esquina o en cul-de-sac
- Un patio trasero grande o cercado (si se puede cercar y no lo está, considere hacerlo)
- Un sótano terminado, una cochera grande o una alberca

Apéguese a esa característica y le mostrará menos a los curiosos y más a los compradores motivados. También recibirá menos ofertas ridículamente bajas. Así que tómese el tiempo de comparar su casa con las de los vecinos, identifique lo que destaca, y hágalo brillar.

Una última historia muestra el poder de esto. Una casa nueva hecha a la medida estuvo sin venderse por más de siete meses, con cero ofertas. Un agente astuto la visitó, buscando la única cosa que la competencia no tenía, y la encontró: un lote de cinco acres en una zona donde todos los demás ofrecían uno o dos acres. Más grande y más privado. Reconstruyó el marketing en torno a esos cinco acres, y por fin el interés despegó. Eso es la regla del 80/20 haciendo su trabajo.

# Cómo Crear Atractivo desde la Banqueta

Nunca hay una segunda oportunidad para una primera impresión. La fachada fija el techo antes de que alguien entre.

Una gran primera impresión no es amor a primera vista, pero sí es una invitación a mirar más de cerca. En ningún lado es más cierto que al vender una casa. Las primeras impresiones marcan el tono, y a veces lo son todo, así que piense siempre en lo que siente un comprador al llegar a su casa por primera vez.

Imagine el atractivo desde la banqueta como el escaparate de su tienda. Igual que al elegir dónde almorzar en una calle concurrida, los compradores deciden con una mirada si entrar. No tiene mucho tiempo para conquistarlos, ya sea que estén viendo fotos en línea o pasando en la camioneta familiar en un paseo dominical. Un exterior descuidado hace que los compradores pasen de largo, incluso aquellos a quienes la descripción del anuncio había entusiasmado; uno bien cuidado atrae a compradores que la descripción nunca alcanzó.

Así que intente esto. Salga a la calle y mire de verdad su casa como lo haría un desconocido. ¿Está limpia y bien cuidada, o hay reparaciones que ha estado posponiendo? Después de años de vivir en un lugar, ninguno de nosotros lo ve con claridad, así que escuche a su agente, a sus amigos y a lo que le dicen los compradores. Luego recorra su vecindario y note cuáles casas en venta le atraen y por qué. Las que tienen arbustos podados, jardines cuidados y una entrada acogedora siempre le ganan a las que tienen pasto disparejo y una puerta de entrada descascarada.

El exterior tiene que invitar a la gente a entrar. Un comprador que ve arbustos muertos y revestimiento desgastado supone que el interior está igual de descuidado. Llegue a su propia banqueta y haga inventario de todo lo que necesita atención. Los arreglos baratos pesan de verdad aquí: lavar a presión la casa y el concreto, repintar molduras, arrancar maleza, lavar ventanas y agregar un poco de jardinería. Las reparaciones más grandes cuestan más, pero tienden a reflejarse en su precio final de venta. Recuerde, a menos que planee vender por debajo del mercado, la mayoría de los compradores no quiere un proyecto.

Haga una lista por escrito y trabájela:

- Poda los arbustos, quite la maleza de los canchales, ordene los senderos, cuide los jardines de flores
- Retire toda la basura, botes, recortes y desorden del patio
- Haga que cada accesorio exterior funcione y se vea impecable: luces de puerta y de patio, puerta de la cochera, barandales del porche

- Renueve los muebles del patio y el deck con pintura o tinte

Es trabajo de verdad, pero cualquiera puede poner una casa en venta; no todos venden rápido y al mejor precio. Haga esto y los compradores estarán ansiosos por ver el interior.

### Cómo Crear una Entrada Impresionante

Hasta una casa modesta merece una entrada impresionante. Usted quiere que los compradores se sientan bienvenidos, seguros y protegidos en el momento en que llegan a la puerta, y eso es más que un tapete de bienvenida y un par de plantas.

La perilla de la puerta es lo primero que toca un comprador. Una manija floja o endeble incomoda a la gente, muchas veces sin saber por qué. Reemplace un juego de manijas desgastado; considere una combinación robusta de perilla y cerrojo. Por menos de \$100 su casa se siente más segura, y la seguridad vende.

La puerta de entrada es un punto focal, así que hágala resaltar con una capa fresca de color que complemente la casa. Cambiar una puerta de madera por una de acero vale mucho la pena, ya que recupera cerca del 91% de su costo.

### Más Formas de Crear Atractivo desde la Banqueta

- Mantenga las cosas simétricas; una jardinería desbalanceada o arbustos disparejos arruinan todo el aspecto
- Reemplace un buzón anticuado o maltratado; es barato y sí importa
- Agregue iluminación exterior tanto por belleza como por una sensación de seguridad
- Use jardineras y canteros elevados para dar color instantáneo y económico
- Renueve la jardinería quitando maleza y agregando mantillo; indica una casa bien cuidada
- Agregue molduras alrededor de la puerta o las ventanas para darle carácter arquitectónico
- Mantenga persianas, molduras, cercas y portones limpios y recién pintados
- Limpie las canaletas y los bajantes y retoque cualquier óxido
- Mantenga despejado y acogedor el camino hacia la puerta
- Repinte o, aún más barato, lave a presión la casa, el andador y la entrada de autos
- Agregue piedra o enchape de piedra a la fachada si combina con el diseño
- Instale un timbre con video inteligente (alrededor de \$200); la mayoría de los timbres residenciales están anticuados, y los compradores conscientes de la seguridad lo notan

El atractivo desde la banqueta es una de las palancas más grandes para vender rápido y bien. Gaste un poco en arreglar el exterior y muchos más compradores querrán ver el interior. Los atrae, mantiene su interés y lo distingue, a veces por una casa que ni siquiera sabían que estaban buscando.

# Puesta en Escena con Propósito

Prepara la casa para el comprador que quieres, no para como tú vives. Cada cuarto debe vender una sensación.

Cuando hablo de puesta en escena (staging), me refiero a arreglar el interior de una casa para que un comprador entre e imagine al instante su propia vida desarrollándose ahí. En mi experiencia, nada de lo que hace da tantos frutos como ayudar a alguien a enamorarse de un espacio antes de que haya sacado las cuentas.

Muchos vendedores se saltan esta parte porque requiere esfuerzo. Lo entiendo. Pero los resultados hablan por sí solos, y he visto la puesta en escena mover la aguja en el precio una y otra vez. Funciona en un mercado caliente o en uno lento, y funciona ya sea que esté vendiendo una casa unifamiliar, un condominio, una casa adosada (townhome) o un departamento. Bien hecha, la puesta en escena:

- Distingue su casa de todo lo demás que está en venta
- Saca ofertas más fuertes de los compradores
- Le da una clara ventaja visual

## Una Comparación Real, Lado a Lado

Quiero mostrarle la prueba más convincente que tengo, porque mucha gente duda de que algo tan simple como la puesta en escena pueda hacer que una casa se venda por más que su gemela.

Así que salí a buscar dos casas casi idénticas que se vendieron por precios distintos, donde la puesta en escena era la única variable real. Encontré un caso perfecto en un desarrollo de 200 casas adosadas iguales. Cada unidad tiene tres pisos, con tres recámaras, tres baños y exactamente el mismo plano.

Dos de ellas se vendieron con un mes de diferencia. La casa adosada A cerró a finales de agosto. La casa adosada B, a solo cinco puertas de distancia, había cerrado un mes antes por 40,000 dólares menos. Conozco bien este vecindario y yo mismo he recorrido estas propiedades. Los lotes eran igualmente deseables. Ambas tenían cocinas iguales, los mismos gabinetes y azulejos, piso de madera en la sala y alfombra en las recámaras. En el papel, eran la misma casa.

Entonces, ¿qué creó una brecha de 40,000 dólares? Dos cosas. La casa adosada A tuvo una puesta en escena profesional, y su agente tomó fotos mucho mejores. Eso es todo. Esas dos

jugadas convencieron a los compradores de pagar decenas de miles más, simplemente porque la casa se presentó con cuidado.

### Por Qué la Puesta en Escena Pesa Tanto

Los números lo respaldan. Encuestas de Coldwell Banker y de la National Association of Realtors encontraron que las casas con puesta en escena:

- Estuvieron en el mercado la mitad del tiempo que las que no la tuvieron
- Se vendieron por más del 6% por encima del precio de lista
- Devolvieron del 8% al 10% sobre un gasto de puesta en escena de apenas 1% a 3% del precio de lista
- Se vendieron 79% más rápido cuando se prepararon antes de ponerlas en venta en lugar de después

### Qué Buscan los Compradores

La mayoría de los compradores están soñando con un nuevo comienzo, y su trabajo es hacer que ese sueño sea fácil de ver. Yo le llamo atractivo interior: el ojo se ve atraído hacia la luz, los espacios acogedores y las características destacadas. Cada habitación necesita un propósito evidente. La casa debe sentirse actual y de bajo mantenimiento, con un tono limpio, sencillo y moderno. Pintura fresca, accesorios actualizados y deshacerse de alfombras manchadas y de techos con acabado texturizado (popcorn) pueden inclinar la vendibilidad hasta en un 75%.

### Manténgalo Neutral

La meta aquí es quitar su gusto personal para que los compradores puedan poner el suyo. Cuando su estilo y sus pertenencias dominan, se convierten en una distracción.

El arreglo más simple es pintura neutral en toda la casa, desde un gris suave hasta un beige cálido. La pintura fresca se lee como algo nuevo, ilumina todo y hace que las habitaciones se sientan más grandes. Llevar un solo color a través de las habitaciones que se ven al mismo tiempo le da a toda la casa un flujo suave y conectado. Combinar las cortinas con las paredes suma a esa sensación de amplitud. Los colores oscuros y llamativos tienden a achicar una habitación grande, aunque una sola pared de acento puede funcionar de vez en cuando.

### Muebles: Menos es Más

Una habitación con puesta en escena debe sentirse abierta y acogedora, lo suficiente para que un comprador pueda imaginarse viviendo ahí, y la forma de lograrlo es reduciendo. Ya que de todos modos se va a mudar, más vale empezar a despejar desde ahora.

A los compradores les encanta la luz y el espacio para respirar, y les desagradan los espacios apretados y llenos de cosas por los que no pueden moverse con facilidad. El espacio y el almacenamiento están entre los primeros deseos de todo comprador, así que:

- Saque cualquier mueble que no necesite y guárdelo mientras la casa esté en venta
- Despeje y organice cada clóset, alacena y área de almacenamiento para que el espacio mismo luzca
- Use la colocación a su favor, agrupando sillas junto a una chimenea para resaltarla
- Aleje los asientos de las paredes formando grupos cálidos de conversación
- Déle a cada habitación una función clara. Ese cuarto de triques lleno de cajas se convierte en una oficina con un escritorio, un rincón de lectura con una lámpara y un sillón reclinable, o un cuarto de ejercicio

Asegúrese de que el tránsito fluya para que los compradores puedan pasar de una habitación a otra sin tropezar con nada.

#### Agregue un Poco de Emoción

Una vez que cada habitación tiene una función, la atmósfera es lo que hace que un comprador se quede. El verdor, las flores frescas, una pila de libros de mesa de centro y arte bien colocado en las paredes le dan vida a una habitación. Una cama con una sola almohada se ve vacía y solitaria; agregue una mesa de noche con una lámpara y una mecedora con una manta, y de repente se siente habitada. Repita un color, una forma o una textura para unir la habitación, y guarde sus toques de color más audaces para los puntos donde quiere que se posen los ojos.

Encuentre el equilibrio entre la puesta en escena y realmente vivir ahí. Incluso puede decorar según la temporada sin perjudicar sus probabilidades, siempre y cuando la casa se mantenga limpia y sin desorden. Los pequeños detalles se suman a dólares reales al cierre. Puede hacer la puesta en escena usted mismo o traer a un profesional, y si desea una recomendación, con gusto le comparto una.

#### ¿Quedarse o Irse?

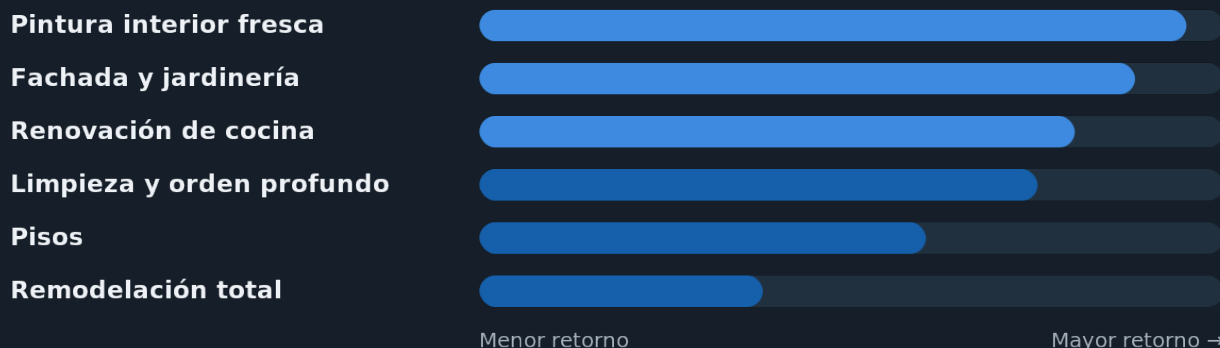
Los vendedores suelen preguntar si deben seguir viviendo en la casa mientras está en venta. Hay ventajas y desventajas en ambos casos.

Mudarse tiene ventajas reales. Con un agente que se encarga de las llamadas, la agenda y las visitas, una casa vacía es casi ningún trabajo para usted. Los agentes de compradores también tienden a preferir las casas vacías porque pueden tomar la caja de llaves (lockbox) y entrar sin agendar una cita. Y usted se libra del constante ajetreo de mantener todo impecable como en una sala de exhibición, lo cual es un salvavidas si tiene niños pequeños.

La desventaja: una casa vacía puede susurrar "vendedor motivado". Una vez vi a un comprador admitir en línea que ofreció 30,000 dólares menos por una casa vacía, suponiendo que el dueño estaba desesperado, aunque le encantaba y con gusto habría pagado más. Las habitaciones vacías arrancaron el regateo muy por debajo de donde debía estar.

# Mejoras Pensando en el Retorno de Inversión

## Dónde rinde más cada dólar de mejora



Las mejoras abarcan desde cambiar la manija de la puerta de entrada y refrescar la pintura hasta remodelar por completo una cocina. La verdadera pregunta siempre es la misma: ¿cuáles mejoras realmente recuperan su dinero?

En bienes raíces, el retorno de la inversión suele quedar por debajo del 100%, así que mi regla es que menos es más. Mi consejo honesto: haga sus mejoras mientras todavía vive ahí y las disfruta, no en pánico justo antes de vender. Tendrá el gusto de usarlas, y gastará menos apurándose al momento de poner la casa en venta. Muchas mejoras bonitas simplemente no recuperarán todo su costo en la venta, lo cual es una razón más para disfrutarlas mientras tanto.

Digamos que su casa vale 275,000 dólares y usted invierte 25,000 en una remodelación de cocina. No espere que eso eleve el valor dólar por dólar; probablemente recuperará cerca de la mitad. Los cambios pequeños, como accesorios anticuados, valen la pena. Las remodelaciones completas hechas solo para vender por lo general no.

Dicho eso, no puede ignorar los problemas reales que un inspector o un prestamista marcarán, como un techo con goteras o un cableado viejo. Arréguelos antes de poner la casa en venta, o planee darle al comprador una concesión.

### Empiece por lo Básico

Toda casa en venta debe superar el mínimo que cualquier comprador espera: un techo en buen estado, canaletas que funcionen, cimientos sin grietas, calefacción y aire acondicionado funcionando, subpisos sólidos y cableado seguro. Con las inspecciones que exige el

prestamista, quizá tenga que resolver estos problemas de todos modos solo para que le aprueben el financiamiento al comprador.

Recuerde también que su valor lo determina lo que casas comparables cercanas se han vendido recientemente. Si casas similares se vendieron alrededor de 275,000, esa cocina de 25,000 no lo llevará a 300,000. Su cocina necesita igualar el estándar del vecindario, no superarlo.

### No se Salte los Sistemas Mecánicos

Es fácil obsesionarse con lo bonito y olvidar los sistemas aburridos pero críticos:

- Cajas eléctricas y cableado
- Líneas de gas
- Plomería
- Calefacción y aire acondicionado

Si alguno de estos está viejo o fallando, su atractivo y su precio caen con ellos. La NAR encontró que los costos de calefacción y enfriamiento fueron la principal preocupación ambiental de los compradores recientes, con un 83% calificándolos como al menos algo importantes. Los compradores quieren una casa segura y en buen estado; un cableado defectuoso se siente peligroso, y una plomería con fugas despierta el temor al moho y a las aguas residuales. Descuide esto ahora y lo pagará en la inspección y el avalúo.

Que profesionales certifiquen o reparen estos sistemas ayuda a la venta, y un reporte de inspección limpio es una fuerte herramienta de marketing:

- Haga que un plomero con licencia revise el sistema de agua, además del pozo y la fosa séptica si los tiene
- Traiga a un electricista para verificar el cableado
- Agende un servicio completo de HVAC (calefacción y aire acondicionado)
- Pida a su proveedor de gas que revise el tanque y las líneas

Si hacer malabares con todas esas llamadas suena a dolor de cabeza, un inspector de casas certificado cubre la mayor parte en una sola visita y marca los puntos problemáticos. Como muchos compradores contratan uno de todos modos, quizá les esté ahorrando un paso. Y si vende "tal como está" (as-is) con problemas conocidos, espere negociar.

### Electrodomésticos

Los electrodomésticos nuevos realmente mueven a los compradores. Una encuesta de compradores de la NAR encontró:

- A los compradores en general les interesaban las casas con electrodomésticos nuevos

- El 41% pagaría más por acero inoxidable
- El factor más importante era simplemente que los electrodomésticos estuvieran incluidos
- Los compradores que no pudieron obtener los electrodomésticos que querían dijeron que habrían pagado casi 2,000 dólares más por ellos

Los compradores quieren que se incluyan los electrodomésticos y pagarán extra por ellos, sobre todo los más nuevos. Los electrodomésticos nuevos pueden ser lo que le gane a la casa en venta de enfrente. Si lo nuevo está fuera de su alcance, asegúrese de que lo que tiene esté impecable y funcione a la perfección.

### Actualice las Herrajes y Accesorios

Fíjese bien en los herrajes y accesorios de su cocina y baño. Las jaladeras y accesorios desgastados y anticuados no le hablarán a un comprador como lo harán unos nuevos. Sin embargo, no tiene que reemplazar todo. A menos que una pieza esté rota, puede lavarla, lijlarla y darle un nuevo acabado con pintura en aerosol para herrajes y lograr un aspecto como nuevo de forma barata. Preste especial atención a:

- Toalleros
- Portarrollos de papel higiénico
- Manijas de puertas
- Lámparas anticuadas

La meta es un aspecto pulido sin gastar de más, y no faltan videos de bricolaje (DIY) en línea si su presupuesto es ajustado. Si un juego está roto o desgastado, reemplace el juego completo, y pinte lo viejo y lo nuevo para que combinen si hace falta.

### Traiga la Luz

La luz, natural o artificial, es una de las mejores maneras de lucir una casa. La luz dura no favorece a nada y la luz tenue hace que todo se sienta descuidado. Recorra cada habitación y anote dónde necesita más. Las habitaciones con ventanas grandes brillan durante las visitas de día; las de ventanas pequeñas necesitan ayuda. Una buena regla es aproximadamente 100 watts por cada 50 pies cuadrados.

Hay tres tipos de luz, y usar los tres saca lo mejor de una casa: luz general de techo para el ambiente, luz colgante para tareas como cocinar o leer, y luz de acento de lámparas o apliques. Una entrada puede impresionar a los compradores con un accesorio dramático, un candelabro si los techos son altos o apliques de pared en espacios más reducidos. Muchas veces puede actualizar los accesorios existentes en lugar de comprar nuevos.

Las cocinas y los baños pueden hacer o deshacer la venta, así que ilumínelos bien. La iluminación de riel bajo los gabinetes hace lucir las cubiertas, y la luz sobre el fregadero y la

estufa debe ser brillante y funcionar. La luz del baño debe ser fuerte pero no dura. En las recámaras, evite los focos duros de techo a favor de lámparas bien colocadas para un ambiente de descanso, pero mantenga la iluminación de los clósets brillante. Una cosa más: incluso las habitaciones pintadas en tonos claros necesitan suficiente luz, o se leen como apagadas.

## Pisos

Los compradores sí miran hacia abajo, y los pisos desgastados le costarán, mientras que los pisos en excelente estado pueden hacerle ganar más. Empiece por los arreglos más baratos, reparar y limpiar a fondo. Mueva los muebles, inspeccione cada piso y anote lo que necesita limpieza, reparación o reemplazo. Las alfombras muchas veces reviven con limpieza a vapor; si están desgastadas por el paso, cambiar a otro tipo de piso trae un retorno razonable. El laminado responde bien a los kits de reparación, y la madera desgastada o dañada por agua por lo general se puede lijar y renovar. Hable con un profesional de pisos, porque la madera real agrega una calidad que el laminado no puede igualar.

## Consejos para Cocina y Baño

Sepa qué cuenta como una inversión inteligente frente a un exceso, e inclínese hacia el atractivo amplio. Un vendedor que conozco gastó 4,000 dólares agregando un salpicadero (backsplash) y espacio de gabinetes, actualizando electrodomésticos y renovando los pisos de roble. Manteniendo el precio en línea con la zona, vendió por 27,000 por encima del precio de lista cuando los compradores entraron en una guerra de ofertas. La lección: no tiene que reventar su presupuesto para ganar, solo necesita atractivo masivo, y las cocinas son el corazón de eso. Las jugadas que valen la pena incluyen:

- Pintura neutral
- Un nuevo salpicadero (backsplash) de cocina
- Cubiertas nuevas si las suyas están anticuadas o por debajo del estándar de la zona
- Grifos de cocina multifuncionales nuevos
- Más almacenamiento de gabinetes o alacena
- Tocadores de baño actualizados; los lavabos de pedestal o de gabinete de moda tienen amplio atractivo
- Asientos de inodoro nuevos, o un inodoro nuevo si hace falta

## Dos Mejoras de Eficiencia Energética que Vale la Pena Considerar

Cada vez más compradores quieren casas que reduzcan sus recibos de servicios. Dos triunfos fáciles:

- Un termostato inteligente (menos de 300 dólares) que recorta los costos de energía

- Ventiladores de ático solares (de 500 a 700 dólares) que expulsan el calor del verano

### El Argumento a Favor del Almacenamiento

La gente acumula cosas y anhela un lugar donde ponerlas. La NAR reporta que la mayoría de los compradores desea más y mejor espacio de clósets y almacenamiento. Los compradores dijeron que querían:

- Un cuarto de lavado — 93%
- Un clóset de blancos en el baño — 90%
- Almacenamiento en la cochera — 86%
- Una alacena de cocina tipo walk-in — 85%

Déle a los compradores un gran almacenamiento y se los habrá ganado. Si es hábil, agregar un clóset no es difícil, y es una verdadera ventaja en casas más viejas donde los clósets son pequeños. Si sus habitaciones ya están apretadas, no robe metros cuadrados; en cambio, mejore los clósets que ya tiene. ¿No tiene la habilidad ni el presupuesto para eso? Los organizadores estiran el espacio que tiene:

- Empresas como ClosetMaid le permiten diseñar un kit personalizado en línea
- Las ferreterías tienen opciones prefabricadas económicas
- No agrandarán un clóset, pero maximizar el espacio vertical y horizontal es una alternativa sólida

Y no se detenga en los clósets. Organice sus gabinetes, y agregue repisas en el cuarto de lavado y en el clóset de blancos para un impacto grande y barato. Donde sea que pueda agregar almacenamiento de buen gusto y económico, hágalo.

En resumen: mejore pensando en el retorno de inversión. Compare su casa con lo que los compradores de hoy realmente quieren, mejore en consecuencia, y nunca gaste más de lo que las casas comparables en su zona alcanzan.

### Características que la Mayoría de los Compradores Quiere

- Electrodomésticos Energy Star — 94%
- Cuarto de lavado — 93%
- Calificación Energy Star para toda la casa — 91%
- Extractor de baño — 90%
- Iluminación exterior — 90%
- Clóset de blancos en el baño — 90%
- Ventanas Energy Star — 89%

- Ventiladores de techo — 88%
- Almacenamiento en la cochera — 86%
- Espacio para comedor dentro de la cocina — 85%
- Alacena de cocina tipo walk-in — 85%

Estas no son generadoras de dinero garantizadas, pero señalan dónde está el interés de los compradores.

#### Características que Menos Compradores Quieren

- Regadera principal sin tina — 51%
- Sala familiar de doble altura — 43%
- Enfriador de vino — 42%
- Barra húmeda (wet bar) — 41%
- Cubierta de laminado — 40%
- Ducto para ropa sucia (laundry chute) — 32%
- Cocina exterior — 31%
- Cuarto de juegos — 31%
- Baños de él y de ella — 31%
- Gabinetes con frente de vidrio — 31%

# Las Tres D

1

## Despejar

Despeja superficies y clósets para que el espacio se vea más grande

2

## Despersonalizar

Quita las fotos personales para que el comprador se imagine ahí

3

## Desinfectar

Una limpieza impecable indica una casa bien cuidada

La puesta en escena se reduce a tres hábitos que le inculco a cada vendedor: despersonalizar, desordenar (declutter) y limpiar a fondo. El objetivo completo es ayudar a un comprador a imaginar su vida en la casa, no la de usted.

### Despersonalizar

Mientras su casa esté en venta, trátela como una casa modelo, porque en eso se ha convertido. Quite las fotos familiares, los trofeos, los estantes de souvenirs y cualquier decoración que refleje su gusto. Le prometo que casi nadie más ama su colección de latas de cerveza o su pared de discos como usted, y esos toques personales solo alejan la atención del comprador de la casa en sí.

Empaque las cosas que atesora y quítelas de la vista. Rentar una bodega a corto plazo hasta que cierre es dinero bien gastado.

### Desordenar y Desechar

Su meta es un lienzo limpio y neutral donde cualquier visitante pueda pintar su propio futuro. Sí, vivir sin sus "cosas" se siente como acampar en un hotel por un tiempo, pero es parte del precio de obtener el mejor precio de venta.

Los muebles de más, las pilas de libros y revistas, el equipo de pasatiempos y las baratijas suman peso visual y achican una habitación. Hasta una colección encantadora se lee como desorden. Mientras más amplio y vacío se sienta un espacio, más lo quiere un comprador, así que reduzca las cosas y deje que la casa hable por sí misma.

Trabaje con un plan simple:

Recorra la casa y anote el desorden en cada habitación, clósets incluidos.

Aborde una habitación a la vez, empezando por el trabajo más pequeño.

Conserve solo lo esencial en cada espacio.

Done o tire lo que ya no use.

Empaque lo que conserva y llévelo a la bodega.

Mantenga todas las superficies despejadas.

Habitación por habitación, las lecciones son las mismas. En la cocina y los baños, despeje las cubiertas dejando solo unos pocos artículos, esconda jabones, toallas, medicinas, cosméticos y electrodomésticos pequeños, y nunca use el horno o el microondas como almacenamiento. En los clósets y las recámaras, cuelgue solo la ropa que realmente usa para que el espacio se vea generoso; de todos modos, la mayoría de nosotros vive con cerca del 20% de nuestro guardarropa. Despeje las superficies planas en el comedor y la sala dejando solo un acento discreto. Organice la oficina, el clóset de blancos y el cuarto de lavado en repisas y cajas ordenadas y mínimas. La cochera es la grande, así que úsela como oportunidad para deshacerse de lo que no ha tocado en años. Y ponga los platos, camas y areneros de las mascotas fuera de la vista.

#### Limpieza a Fondo: Lo Impecable Gana

Una limpieza minuciosa da frutos de la misma forma que con un auto usado, simplemente obtiene más dinero. Una vez que el lugar esté despersonalizado y ordenado, talle cada habitación de arriba a abajo, y contrate un servicio profesional si tiene sentido. Los compradores abren gabinetes, alacenas y clósets, así que nada queda fuera de límites.

Ataque toda la casa: quite telarañas, sacuda ventiladores, accesorios y persianas, lave las paredes (haga esto antes de repintar y ahórrese un paso), pula cada superficie de vidrio y madera, limpie el cuero, haga relucir los electrodomésticos, y talle lavabos, inodoros, tinas, grifos y juntas (grout) hasta dejarlos impecables. Limpie las cortinas y lave las ventanas para que la luz natural llene las habitaciones, luego aspire, lave las alfombras con champú y trapee.

Vuelque su energía en la cocina y los baños. La cocina es el corazón de la casa, y la mugre, los olores o la basura ahí hundirán un trato rápido. Los baños importan igual. Un comprador podría perdonar el cuarto desordenado de un niño, pero una cocina o un baño cuestionable pueden costarle la venta.

#### Una Palabra sobre las Mascotas

Amo a los animales, pero los compradores quieren ver su casa sin ellos. La caspa y el olor no ayudan, algunos visitantes tienen alergias o simplemente no les gustan las mascotas, y como mínimo son una distracción. Guarde a las mascotas y su equipo, en el patio o en su jaula, durante cada visita.

Con la puesta en escena lista, está preparado para poner la casa en venta. A continuación hablaremos del precio, donde un buen agente es su mejor guía para vender rápido sin bajar el precio a la fuerza.

# Cómo Hacer el Marketing de Su Casa

## La maquinaria de marketing del listado

Fotos y video pro

Difusión en el MLS

Redes + anuncios pagados

Visitas y open houses

Ofertas

Alan recorriendo Houston.

Hasta ahora este libro ha cubierto el lenguaje de los bienes raíces y cómo preparar una casa para su mejor exhibición y precio posibles. Ahora averigüemos qué determina realmente el valor de mercado de su casa.

No se enganche con la frase "mercado de compradores". En cierto sentido, siempre es también un mercado de vendedores. La gente necesita casas, y los bienes raíces siguen siendo una mercancía muy buscada sin importar qué. Su casa además es única, con el carácter que le haya dado distinguiéndola de las de los vecinos.

Tampoco hay una temporada perfecta para vender. La gente toma nuevos empleos, la transfieren y se muda por razones familiares durante todo el año. El valor de su casa se basa en lo que casas similares se han vendido recientemente en el momento en que la pone en venta. Al final, usted fija el precio de lista, idealmente con la ayuda de un profesional.

### Acertar con el Precio

Comprar una casa es como comprar cualquier otra cosa, la percepción de valor impulsa el trato, y el valor percibido no es lo mismo que el valor de mercado. Tiene que poner precio de forma estratégica y correcta desde el primer día. Las casas que se quedan y se vuelven "añejas" terminan vendiéndose por un promedio de alrededor del 11.5% por debajo de su precio de lista original.

Dos verdades para tener presentes al fijar la cifra:

Primera, el sentimiento no tiene valor en dólares. Usted está apegado a la casa; el comprador no. La mayoría de los compradores no espera que la suya sea "la indicada", así que mantenga la emoción fuera del precio. Los compradores leen su motivación, así que no les dé pistas.

Segunda, el dinero que invierte en mejoras no se traduce dólar por dólar en precio. Una remodelación de cocina de \$25,000 no elevará una casa de \$275,000 a \$300,000. No le suma el costo a su precio de lista y termine siendo la casa más bonita pero más cara de la cuadra.

### Precio de Venta vs. Valor de Mercado

Cuando un comprador calificado y listo acepta un precio que usted aceptará, ese es el precio de venta, un hecho objetivo. Una vez que cierra, influye en el valor de mercado para todos los demás en la zona.

El valor de mercado es lo que una propiedad alcanzaría dadas sus características, la competencia y la oferta y la demanda actuales. Puede creer que su casa vale más de lo que un comprador pagará; un mercado equilibrado con el tiempo junta el valor y el precio.

La perspectiva también importa. A usted pueden encantarle sus árboles maduros que dan sombra, mientras que un comprador que odia rastrillar hojas los cuenta en su contra. Puede esperar crédito por ese techo nuevo de \$10,000, pero los compradores simplemente asumen que el techo funciona. Por otro lado, la cercanía a escuelas, transporte u hospitales sí agrega valor para el comprador indicado. Los compradores buscan una ganga, pero tanto lo que pagarán como lo que un banco financiará tienen un tope. El precio estratégico es su mejor herramienta.

### Un Ejemplo de Precio

Digamos que el valor de mercado de una casa cae entre \$290,000 y \$300,000, con muchas propiedades compitiendo. Tres enfoques comunes:

- Dejar espacio para negociar. Estírese a \$305,000 y sobre todo hará que las casas comparables se vean como mejores gangas; la suya probablemente no se venderá rápido ni a esa cifra.
- Ponerle su valor exacto. Fíjela en \$295,000, justo en el centro, y los compradores la meten en el mismo saco que las propiedades similares, sin sentir urgencia.
- Poner un precio bajo para despertar interés. Baje a \$280,000 y quizá desate una guerra de ofertas, pero habrá abandonado la meta de vender por más.

### El Análisis Comparativo de Mercado

Poner precio con base en ventas reales y comparables es lo que hace la venta. El Análisis Comparativo de Mercado (CMA) es esencial para poner precio de forma estratégica. Cuando su agente prepare uno, léalo, haga preguntas y hágalo explicar. Un CMA sólido le da un precio de lista fuerte y reduce las probabilidades de un avalúo bajo. Póngale buen precio y debería estar mostrando la casa en cuestión de días y recibiendo ofertas en cuestión de semanas.

### Valor Percibido

Mientras más pese el valor percibido del comprador sobre su precio, más ansioso estará por comprar. A medida que el precio y el valor percibido se acercan, la urgencia se desvanece. Su agente puede identificar los puntos clave de un comprador para que adapte su marketing y su presentación a ellos.

### Vender Presumiendo

Antes del internet, los compradores hojeaban el libro del MLS, todo con fotos diminutas y granuladas y la información real impresa abajo. Hoy es al revés, la foto es la carnada. Alrededor del 93% de los compradores busca en línea antes de siquiera llamar a un agente. Navegan, se enamoran de una casa y luego se comunican.

Fotos hermosas, luminosas y acogedoras dan la primera impresión, así que la fotografía del anuncio es una de sus herramientas de marketing más poderosas. Presuma las características destacadas, las habitaciones grandes, las buenas vistas, la arquitectura llamativa, y haga la puesta en escena de los espacios para que se sientan abiertos y luminosos sin fingir lo que no existe.

### Máxima Exposición Dirigida

Un buen agente pone su anuncio en todos los lugares donde buscan los compradores, Zillow, Realtor.com, su propio sitio y sus canales sociales. Solo Zillow atrae cerca del 29% de todo el tráfico web de bienes raíces en un mes típico. Asegúrese de que quien contrate esté al día en marketing en línea y pueda ofrecer:

- Mapeo visual como Google Earth
- Planos, incluyendo en 3-D
- Recorridos en video
- Actualizaciones periódicas de la actividad de los compradores
- Documentos electrónicos
- Una aplicación móvil
- Exposición en redes sociales
- Puesta en escena virtual para casas vacías

Vender rápido y por más requiere trabajo. Haga bien la puesta en escena, use todas las herramientas, y asóciese con un agente que valore la buena fotografía y que corra una campaña agresiva en internet que traiga compradores listos a su puerta.

# Errores Comunes del Vendedor

La mayoría del dinero se pierde antes de la primera visita — en el precio, la preparación y las fotos.

Poner precio a una casa no es tan sencillo como parece, y por eso justamente la gente comete los mismos errores costosos una y otra vez. Aquí están los que hay que esquivar.

## Errores de Precio

Adivinar en lugar de investigar. Poner precio con base en el precio de lista del vecino no es confiable. Nada espanta a los compradores más rápido que una casa con precio excesivo, y los recortes de precio que siguen lo hacen ver desesperado e invitan ofertas ridículamente bajas. Pero tampoco ponga un precio demasiado bajo; quizá le quite un poco de tiempo a la venta mientras deja miles sobre la mesa. Apóyese en el CMA y en su agente. Si una casa cercana se vendió barata, no asuma que la suya vale lo mismo, pudo haber tenido problemas o un vendedor apurado, y la suya puede ofrecer más.

Contratar al agente que cotiza el precio más alto. Elegir a un agente solo porque lanzó la cifra más grande es una trampa. Un gran agente ofrece datos reales y un plan de marketing real, conoce la zona, es confiable y responde sus preguntas rápido. Entreviste a varios y elija al que tenga números de ventas sólidos y una estrategia, no la suposición más elevada.

Poner precio con el corazón. Vender es un negocio entre usted y un comprador calificado. Los años de recuerdos no tienen precio, pero no le suman ni un centavo al precio, y tampoco el sudor que le puso al lugar. Apéguese al CMA y manténgase estrictamente en los negocios.

El bajón del precio alto del primer día. Los primeros diez días en el mercado lo son todo. Ponga un precio demasiado alto y los compradores lo pasan de largo; para cuando lo baja, ya siguieron adelante. Una casa que se queda hace que todos se pregunten qué tiene de malo. Póngale el precio correcto desde el arranque para llamar la atención y vender más rápido.

Probar el mercado con un precio alto. Aunque no tenga prisa, el precio de "a ver qué pasa" sale mal. Los compradores serios están al pendiente de propiedades frescas, no añejas, y apostar a que el mercado se moverá a su favor es riesgoso. Si los precios van bajando, usted pierde.

Planear bajar el precio después. Poner un precio muy por encima de las comparables con la intención de recortar después de tres meses puede funcionar en un mercado estable o al alza. En uno a la baja, se verá forzado a perseguir el mercado que cae con recortes aún más grandes. Ponga un precio competitivo desde el principio y siga reevaluando con su agente.

## Otros Errores del Vendedor

Zillow mantiene una lista corriente de cosas que no hay que hacer. Las principales:

Vender antes de estar calificado para comprar. Sus finanzas pueden haber cambiado, y podría terminar sin poder comprar la casa de reemplazo que quiere. Obtenga primero una preaprobación, estudie los precios a donde se dirige, y tenga un plan por si tiene que mudarse rápido.

Perder tiempo con compradores no calificados. Mostrarle la casa a alguien que en realidad no puede comprar es puro desperdicio. He visto a un vendedor gastar dos semanas y \$1,000 desmantelando un cobertizo viejo y reuniéndose repetidamente con un conocido, solo para enterarse de que el comprador no pudo obtener un préstamo. Un buen agente filtra a los compradores antes de que usted mueva un dedo.

Rondar por ahí. Salga durante las visitas siempre que pueda. Un dueño que se queda pone nerviosos a los compradores; se apuran, se callan lo que cambiarían, y no pueden imaginar el lugar como suyo. Si tiene que quedarse, hágase a un lado y responda solo cuando le pregunten. Tampoco insista en que su propio agente asista a cada visita, eso limita el acceso a los agentes de los compradores.

Esperar a ver qué pasa. Espere, y estará formado en la fila con todos los demás vendedores que esperaron. Cuando por fin se lancen, usted ya va tarde. Si quiere vender ahora, venda ahora.

Rechazar la primera oferta rápida. Un mordisco temprano pone felices a los vendedores, seguros de que el pez gordo todavía anda por ahí. Así que devuelven una oferta perfectamente buena, y esa primera muchas veces es la captura del día. No lo haga.

Volverse demasiado amistoso con el comprador. Sea cálido, pero evite las largas conversaciones personales, los choques de personalidad enturbian los tratos, y los comentarios al pasar sobre la casa o el vecindario pueden sembrar dudas.

Subestimar los costos de cierre. Los vendedores se fijan en el precio de venta y olvidan lo demás, la comisión del agente (o sus propios costos de publicidad si vende por su cuenta), honorarios de abogado y de cierre, cualquier impuesto de transferencia (excise) o sobre ganancias, impuestos prorrateados, cuotas de HOA y servicios, además del ocasional costo de avalúo, inspección o del comprador que acuerde cubrir.

Gastar el depósito de garantía (earnest money) antes de tiempo. Ese depósito no es suyo hasta que el trato cierre y se registre. Muchos vendedores lo gastaron y luego tuvieron que pelear por un reembolso cuando el trato se cayó por el financiamiento o la inspección. Un agente mantiene los fondos de forma neutral y se asegura de que su contrato especifique qué pasa si no cierra.

Olvidar los servicios y el seguro. En el momento en que se firma un contrato, llame a sus compañías de servicios y a su aseguradora, pregunte cuánto tiempo de anticipación necesitan para cambiar o cancelar, y vuelva a comunicarse cuando su fecha de cierre esté en firme.

Dejar que las emociones dirijan el espectáculo. Mantenga la calma, sobre todo en torno a la inspección. Asuma que surgirán problemas y que quizá pague por una o dos reparaciones; no deje que un arreglo pequeño reviente el trato. Al mismo tiempo, nunca prometa una reparación grande, como un techo nuevo, a menos que esté seguro de que puede manejarla financiera y emocionalmente.

# Aprenda de los Errores de Otros

Alguien ya cometió el error costoso que estás a punto de cometer. Aprende con su dinero, no con el tuyo.

La forma más rápida de evitar dejar dinero sobre la mesa es aprender de quienes ya lo hicieron. Aquí hay errores reales y costosos, incluyendo algunos cometidos por bancos, y un ejemplo final que muestra por qué poner el precio correcto la primera vez importa en un mercado cambiante.

## Precio Demasiado Bajo: La Manera Más Fácil de Perder Dinero

La razón número uno por la que los vendedores pierden dinero es poner un precio demasiado bajo, simplemente adivinar cuánto vale una casa, ponerla en venta y venderla por debajo de su valor sin siquiera darse cuenta. Por eso tiene que entender de verdad cuánto vale su casa hoy.

Considere a la pareja que vendió tres acres por \$80,000 cuando valían alrededor de \$300,000. Vivían a 30 millas de distancia, contrataron a un agente que no conocía la zona y nunca captaron el potencial del terreno. El comprador sí. Había investigado la zonificación y descubrió que la parcela estaba aprobada para condominios de alta densidad, además de una nueva carretera del condado planeada a lo largo del borde. Los vendedores no se enteraron de que habían dejado más de \$200,000 atrás hasta que los condominios se construyeron.

## El Costoso Error de un Banco

Los bancos asumen que una oferta no solicitada por lo general está por debajo del mercado, y un banco dejó que esa suposición le costara más de \$30,000. Dos compradores listos para pagar en efectivo querían la misma propiedad destacada, y cualquiera de ellos con gusto habría pagado su valor de mercado de \$100,000. Pero el banco rechazó cada oferta y, por un descuido, la puso en venta en apenas \$67,000.

El primer error fue poner un precio \$33,000 por debajo. El segundo error fue un marketing descuidado: el anuncio del MLS tenía errores, la dirección estaba mal así que nunca apareció en las búsquedas de agentes ni en los sitios basados en mapas, y no había letrero en el terreno. Ambos compradores ansiosos esperaron a que apareciera el anuncio, nunca lo encontraron y se rindieron. La propiedad se quedó, no atrajo interés y entró en ejecución hipotecaria (foreclosure).

Un hombre que vivía calle abajo y pasaba por ahí a diario sabía que el banco estaba ejecutando la hipoteca. Revisó en el juzgado, confirmó el foreclosure, buscó en línea hasta encontrar el anuncio con precio demasiado bajo, ofreció el precio de lista, y el banco aceptó. El

terreno era pastizal virgen limpio sin nada malo. Se ahorró \$33,000 puramente porque el agente del banco puso un precio demasiado bajo y le hizo mal marketing. De haber hecho su trabajo, los dos compradores originales probablemente habrían subido el precio hasta el valor de mercado completo.

### Los Errores al Ajustar el Precio Son Caros

A veces sí necesita ajustar el precio, pero el momento lo es todo. Tomemos a Tim y Sue. Al ponerla en venta, su casa a \$345,000 estaba justo en medio de las comparables, que iban de \$329,000 a \$368,000, perfectamente competitiva.

Un mes después el mercado cambió con fuerza. La comparable más alta expiró, otras dos recortaron sus precios a los \$330,000, una se vendió, otra quedó pendiente, y tres anuncios nuevos entraron entre \$319,000 y \$326,000. De repente Tim y Sue, todavía en \$345,000, tenían la casa más cara de su rango y el peor valor del mercado. La mayoría de los vendedores nunca espera que el mercado se mueva tan rápido, y por eso justamente hay que poner el precio correcto la primera vez.

### Por Qué Importan Estas Historias

¿Ve lo crucial que es conocer el verdadero valor de su casa? Cualquiera puede perder dinero en bienes raíces, y un vendedor que no da seguimiento al mercado siempre cambiante corre el riesgo de vender demasiado bajo o de perder la venta por un mal precio, por lo general sin siquiera darse cuenta. Conocer su valor es lo que lo protege.

### Historias de Terror al Vender una Casa

Cualquier trato puede descarrilarse por ignorancia, malicia o fraude descarado. Un profesional de bienes raíces aporta el conocimiento y la acción para evitar que le cueste.

Compradores que se mudan demasiado pronto. Un vendedor representado por un agente en un pueblo pequeño de Washington aceptó una oferta, se mudó y estaba esperando cerrar, luego descubrió que los compradores se habían mudado antes de tiempo. Los agentes intervinieron para explicar que los compradores no debían tener llaves y no podían ocupar ni transferir los servicios hasta que cerrara el escrow. Los compradores no entendieron del todo por qué, pero cumplieron.

Compradores fraudulentos. Después de meses en el mercado, unos vendedores estaban encantados de recibir una oferta de \$400,000 en efectivo respaldada por una carta de comprobante de fondos de una correduría. Los compradores incluso llevaron a toda su familia extendida a la inspección como si fuera una casa abierta. Luego la correduría reveló que la firma de la carta era falsificada, y los compradores desaparecieron. Ese agente ahora verifica cada comprobante de fondos y carta de precalificación.

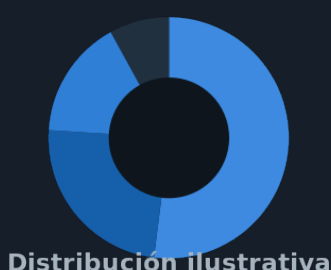
Una casa que nadie investigó. En un trato sin agentes involucrados, una mujer compró una casa rural, solo para enterarse dos años después, cuando fue a vender, de que alguna vez había sido un laboratorio de metanfetaminas. Estaba legalmente obligada a descontaminarla antes de revenderla, por la nada despreciable suma de \$16,000.

Presión de su propio agente. Una pareja que vendía una primera casa (starter home) en Washington D.C. a finales de los años 90 pidió \$235,000. Cuando llegó una oferta de \$226,000 que exigía \$6,000 en costos de cierre, su propio agente los presionó a aceptarla, y vendieron en \$228,000 cubriendo los costos. Años después esas casas se vendieron entre \$650,000 y \$700,000. Como lo dijo el vendedor, sintió que había estado negociando contra tres personas, el comprador, el agente del comprador y el suyo propio.

Un depósito grande que retrasó el cierre. Tres días antes del cierre, los compradores metieron \$8,000 en efectivo a su cuenta, un regalo de un padre para muebles. La compañía hipotecaria lo marcó y exigió una carta de donación (gift letter), pero el padre se había ido a un viaje de pesca y estaba ilocalizable, lo que empujó el cierre dos semanas.

# Cómo Encontrar Compradores

## De dónde vienen los compradores de hoy



|                            |     |
|----------------------------|-----|
| Búsqueda y portales online | 52% |
| Redes de agentes           | 24% |
| Redes sociales y referidos | 16% |
| Letreros y otros           | 8%  |

A estas alturas ya sabe que el precio importa y que el mercado de hoy se mueve con tecnología. Entonces, ¿de dónde vienen realmente los compradores? Honestamente, las dos herramientas en las que más me apoyo son las que ya cubrimos: un precio inteligente y un plan de marketing agresivo. Los números recientes de la NAR lo respaldan. Casi todos, alrededor del 95 por ciento, buscan en línea antes de comprar, y la gran mayoría todavía cierra el trato con un agente.

Aquí está la cosa, sin embargo. Solo ser visible en línea no es una estrategia. Cualquiera puede aventar un anuncio y cruzar los dedos. Lo que yo hago es poner su casa frente a las personas correctas. Los buenos sitios para compradores dejan que la gente filtre por lo que realmente moldea su decisión, como zonas escolares, vecindarios y fraccionamientos. La gente no solo compra metros cuadrados, compra un estilo de vida. Así que su anuncio necesita mostrar detalles como qué tan cerca está de escuelas, tiendas, restaurantes y vida nocturna. Cuando alguien está reduciendo dónde echar raíces, usted quiere que su casa aparezca en esa búsqueda.

Emparejar la casa con el comprador correcto también descarta a los equivocados. Una calle tranquila de jubilados sin parada de autobús escolar no le va a servir a una familia con niños pequeños, aunque la casa cumpla con todo lo demás. Un hombre soltero probablemente no anda buscando una casa de dos pisos con una cochera grande cerca de un parque de juegos. El trabajo de su agente es meter su anuncio en las plataformas que conectan casas con los compradores que buscan cierto estilo de vida, para que los curiosos se caigan solos.

### Déle a Su Casa un Recorrido en Video

Un video de recorrido en YouTube deja que un comprador imagine cómo se siente de verdad la vida dentro de su casa, y se enlaza directo con los principales motores de búsqueda. Si toma este camino, no solo lo publique y lo olvide. Impúlselo. Envíe el enlace a cualquiera que haya

mostrado interés, y asegúrese de que su agente haga lo mismo y lo suba al sitio de la correduría. Dos de cada tres compradores empiezan su búsqueda en línea, así que quiere ese video trabajando para usted en todas partes. Si no se siente cómodo promoviéndolo usted mismo, déle esa tarea a su agente.

La mejor jugada es sentarse con el agente que quiere poner su casa en venta y conversar sobre su plan de juego en línea. Yo querría prueba de que tiene alcance real en redes sociales y herramientas actuales, no solo un letrero en el jardín. La meta es máxima exposición dirigida directamente a su comprador objetivo. Combine un precio afinado del CMA con una fuerte presentación en línea, y los compradores interesados vendrán a usted.

# Sea un Negociador de Poder

El poder de negociar no es ser agresivo. Es conocer tus números al derecho y al revés y nunca necesitar demasiado el trato.

Negociar su venta no tiene por qué ponerlo nervioso. Una vez que entiende cómo funcionan de verdad estas conversaciones y tiene algunas jugadas probadas en el bolsillo, puede aguantar por el precio que quiere.

## Los Compradores Suelen Saber Más Que Usted

La negociación se reduce a dos cosas: motivación y habilidad. El comprador está motivado a conseguir el mejor trato, y usted está motivado a conseguir el mejor precio. Un negociador hábil, de cualquiera de los dos lados, sabe cómo manejar las presiones de la competencia, el tiempo, la información y la comunicación.

¿Qué empuja a un vendedor? Por lo general es el tiempo en el mercado, una reubicación, el desgaste de mantener una casa lista para mostrar, o la tensión emocional, que se dispara especialmente durante algo como un divorcio. Vender tiene muchas piezas en movimiento, y el peligro es dejar que esas presiones lo alteren hasta aceptar menos de lo que vale su casa. Cargar con una hipoteca sobre una casa que lleva seis meses sin venderse, o tener que mudarse a otro estado, desgasta a la gente. Los compradores astutos lo saben y lo empujarán justo hasta su límite.

## Cuando la Presión Aprieta

Cuando esté frente a un comprador informado, recuerde esto: quien tiene más opciones gana. Un comprador puede haber estudiado cuánto tiempo lleva su casa en venta. Si usted se reubicó, pueden asumir que está desesperado y ofrecerle muy por debajo. Pero si ese mismo comprador creyera que otras tres personas están agitando ofertas más altas, tendría que subir o retirarse. Así que ponga atención, averigüe si este comprador tiene otras casas en juego.

La percepción lo mueve todo aquí. Si un comprador cree que usted ya rechazó ofertas más altas, usted tiene las cartas. Déle la vuelta, y un comprador que menciona que está viendo otras casas está tratando de presionarlo. El truco es mantener la calma y el enfoque para no cometer un error costoso. Entienda qué motiva al comprador sin revelar qué lo motiva a usted, y la ventaja es suya.

## Deje que el Tiempo Trabaje a Su Favor

La presión del tiempo está en todas partes en las ventas, desde las subastas hasta las licitaciones de construcción y los lotes de autos, y es una palanca poderosa. Los agentes les

dicen a los compradores que un vendedor bajo presión da el mejor trato, así que los compradores astutos escarban todo lo que pueden sobre su situación.

Imagine a un vendedor que enfrenta una ejecución hipotecaria y tiene que vender antes de perder la casa. Un comprador que se entera de eso sabe que el reloj es el enemigo del vendedor, y ofrecerá muy por debajo con fuerza. Hasta podrían quedarse callados, demorando llamadas y mensajes para aumentar el pánico del vendedor. Los compradores buscan exactamente estas situaciones sensibles al tiempo: gente atrasada en sus pagos, los recién jubilados, o alguien que ya tiene contrato sobre una casa nueva que depende de que esta venta cierre. Harán preguntas casuales para olfatear esto, y cualquier afán por complacer se lee como desesperación.

Los compradores también simplemente esperan a que usted ceda. Mientras más tiempo se queda una casa, más flexible asumen que será usted, y mientras más alargan el ir y venir, mejores sus probabilidades de conseguir su número. Invertirán tiempo construyendo afinidad y confianza para que usted se doble hacia sus términos. ¿La ventaja para usted? Una vez que han puesto ese esfuerzo, muchas veces tampoco quieren irse con las manos vacías. La paciencia protege su posición.

#### El Conocimiento es Poder

La información es todo el juego. Mientras más le saque un comprador, más apalancamiento gana, y mientras más entienda usted sobre ellos, más firme se para. Mientras más profundo su conocimiento de por qué está vendiendo, con más fuerza lo presionarán.

No esquive preguntas ni se muestre frío, pero recuerde que este es un negocio profesional entre desconocidos, así que no ofrezca más de lo necesario. Cuando un comprador dispare una pregunta puntual, mantenga la compostura y no deje que se noten sus reacciones. Un truco simple para una pregunta difícil es responder con una pregunta propia. ¿Le preguntan si la casa lleva mucho en venta? "No mucho", y luego, con calma, "¿Cuánto tiempo lleva usted buscando?" Su respuesta quizá le entregue sus puntos de presión.

Lo mismo aplica el resto del camino. ¿Le preguntan por qué vende? Manténgalo vago y devuélvala. ¿Le preguntan qué tan pronto quiere mudarse? Diga que es flexible aunque le encantaría irse mañana mismo, y luego pregunte por su plazo. Dirigir las preguntas de vuelta al comprador lo mantiene en control de la información. Y lo que usted pagó originalmente no tiene nada que ver con el valor de hoy, así que no lo comparta.

Las preguntas sobre el precio son fáciles si hizo su tarea. Si su número salió de un valor de mercado profesional, dígalos, y apunte a ventas comparables recientes y a las mejoras que ha hecho. Si preguntan si hay otros compradores rondando, solo diga que hay interés pero "nada por escrito" y déjelo ahí. Si preguntan por qué no se ha vendido, dígalos que está esperando al comprador correcto, como ellos. Cuando pidan su precio más bajo, diga que no le ha dado mucha vuelta y déle la vuelta, "¿Qué tenía usted en mente, siempre y cuando la oferta sea

negociable?" Responda con reflexión pero a la ligera, y siempre trate de hacer que el otro lado hable primero.

Una cosa más. El agente de un comprador puede tratar de sacarle detalles sensibles a su agente. Converse esto con su agente desde el principio para que confíe en él en cada etapa de la venta.

# Lo Que Sí y lo Que No al Negociar

## SÍ

- ✓ Conoce tu precio mínimo de retiro
- ✓ Deja la emoción fuera
- ✓ Responde rápido y con profesionalismo
- ✓ Pon todo por escrito
- ✓ Deja que el agente mantenga la línea

## NO

- ✗ Revelar qué tan motivado estás
- ✗ Contraofertar por frustración
- ✗ Aceptar la primera cifra a ciegas
- ✗ Regatear por menudencias
- ✗ Negociar sin tu hoja de números

Alan con el cinturón de campeón de la Batalla de los Corredores (Battle of the Brokers) de Houston.

Vender su casa es un negocio. Puede sentirse profundamente personal después de todo lo que le ha puesto, pero al final del día se reduce a un precio, y tiene que mantener eso presente. La opinión, la emoción y el ego van a tratar todos de sacarlo del camino. No los deje. Mientras más entienda sobre negociación, menos desvíos innecesarios se creará.

Sí: Deje que el Comprador Hable Primero

Sea paciente. No suelte lo que aceptaría, porque podría ser menos de lo que estaban listos a ofrecer. Todo comprador entra con un número en la cabeza, hasta en una venta de garaje. Quizá habrían pagado felices 200 dólares por la podadora, pero si usted se adelanta y dice 125, acaba de regalarla. Deje que ellos hagan la oferta primero. Por eso se llama oferta. O es una que puede aceptar, o le dice exactamente qué tienen en la cabeza.

No: "Se Reparte a la Mitad"

Partir la diferencia se siente natural, y esa es la trampa. Digamos que un comprador ofrece 150 y usted esperaba 200. La mayoría de los vendedores contraoferta en 175 y le llama justo. En cambio, contraoferte en 220, lo cual mantiene su meta de 200 como el nuevo punto medio. El comprador quizá la acepte, o aterrice en 205, un pelo por encima de lo que quería en primer lugar. Contraoferte en incrementos pequeños y resista el impulso humano de encontrarse a la mitad.

No: Acepte Ofertas Ridículamente Bajas

A los compradores les encanta una ganga. Piense qué tan rápido se lanzaría usted sobre una casa perfecta, lista para entrar, con precio por debajo del mercado. Rara vez pasa, pero eso no detiene a los compradores de intentarlo. Lo curioso es que, si decidieron que su casa es "la indicada", pueden de repente volcar toda su energía en pagar menos por ella. Pero aquí está la lógica en la que apoyarse: si de verdad les gusta su casa más que todo lo demás, ¿por qué pagarían menos por ella? Manténgase enfocado y negocie desde ahí.

Sí: Guarde Silencio y Escuche

Ya sea el comprador o su agente al otro lado de la mesa, quedarse callado es una de sus herramientas más filosas. Volverse demasiado amistoso puede sacarlo de su meta de vender rápido y justo. La gente que se incomoda con el silencio tiende a llenarlo, y con lo que lo llenan suele ser exactamente lo que usted necesita saber. Mientras más aprenda sobre ellos, en lugar de al revés, mejor posicionado está.

No: Se Deje Alterar por el Silencio Incómodo

Cuando llegue una oferta, no sienta que tiene que responder de inmediato. Diez segundos o diez minutos, deje que ellos hablen primero. Pueden leer su silencio como decepción y endulzar la oferta o aventar una concesión solo para llenar el vacío. Los negociadores con experiencia usan exactamente esta jugada para bajarlo a números cada vez menores sin que usted siquiera contraoferte, así que no caiga en ella.

Sí: Descubra Qué Motiva al Comprador

Los agentes de compradores muchas veces tratarán de averiguar por qué está vendiendo, porque saben que los vendedores quieren pasar por el escrow una sola vez. Una jugada común: el agente le aconseja a su cliente ofrecer el precio de lista completo, sabiendo que existen pequeñas fallas, y luego regresar después de la inspección a exigir reducciones que discretamente van bajando el precio final. Sabiendo que esto pasa, no deje que el desgaste lo agote y no ceda solo para mantener el escrow avanzando. Siempre les digo a mis vendedores que hagan una inspección de la casa antes de ponerla en venta para que estas sorpresas no se conviertan en fichas de negociación después.

No: Regale Su Información Libremente

Cuando tiene varias ofertas, el precio no siempre es lo esencial, y lo que revela puede moldear lo que viene. Digamos que tiene dos compradores. Uno ofrece el precio de lista completo pero necesita unos meses para finalizar el financiamiento y las inspecciones. El otro ofrece 10,000 menos pero cerrará rápido sin contingencias de financiamiento ni de inspección. El primero parece más dinero, pero si está contra una fecha límite, el segundo acaba de resolver su mayor problema. Sepa qué le importa de verdad antes de hablar.

Sí: Consiga la Última Concesión

Mantener la calma a través de las contraofertas es cómo gana la concesión final. Cada vez que el comprador regrese pidiendo algo, pida algo a cambio. Hágalo de forma constante y dejarán de aventar las exigencias no esenciales.

#### No: Se Deje Enterrar en Concesiones

A menos que una oferta sea genuinamente excelente, traiga una contraoferta a la mesa, ya sea sobre el precio o sobre términos como un cierre más corto, contingencias modificadas o incentivos. Al revisar su oferta, marque cualquier cosa que sea un no rotundo para usted. Una contraoferta le permite aceptar la mayor parte de lo que propusieron mientras reconfigura el resto, y no hay tope en cuántas veces puede ir y venir. Hágalos esperar su respuesta, también. Regresar apurado se lee como desesperación y les entrega apalancamiento.

#### Sí: Manténgalo en el Plano de los Negocios

Siga recordándose la meta: el mejor precio, en el menor tiempo. Las relaciones entre comprador y vendedor vienen de todos los sabores, pero pase lo que pase, esta es una transacción legal y documentada. Vender tiene la manera de colarse en sus emociones. Si un comprador actúa como un sabelotodo arrogante, no deje que le pegue. Y si es la persona más dulce y con más mala suerte que ha conocido, no deje que eso tampoco lo saque de un trato justo. Manténgase alerta incluso cuando las cosas van sobre ruedas, porque un trato demasiado fácil a veces puede significar que el comprador está a punto de echarse para atrás. Un poco de sano ir y venir evita que salten del barco y evita que usted se quede dudando si habrían pagado más.

#### No: Deje Que Su Ego Tome el Control

En algún momento puede recordar cada hora que volcó en esto, toda la limpieza, la puesta en escena y las visitas, y preguntarse si valió la pena cuando un comprador se vuelve crítico, exigente o simplemente grosero. Responder con lo mismo puede reventar todo el trato. Manténgase objetivo, y no deje que su ego le cueste un buen resultado.

# Fichas de Negociación

El precio es solo una ficha en la mesa. Los términos, los tiempos y las reparaciones a menudo ganan más que los dólares.

Vender es el nombre del juego. En los capítulos de negociación vimos que los compradores muchas veces piden propiedad personal como electrodomésticos o cortinas, porque esas cosas son caras de reemplazar y prefieren que se queden. Pues bien, esa calle corre en ambos sentidos. Usted también puede usar los extras como fichas de negociación, incluyendo electrodomésticos u otros beneficios para empujar a un comprador hacia un precio más alto. Esto funciona especialmente bien cuando la demanda en su vecindario está floja y los precios están bajos.

Así que decida de antemano de qué se desprendería con gusto para endulzar un trato y qué está estrictamente fuera de discusión. Artículos que vale la pena considerar como palanca:

- Electrodomésticos mayores: lavadora, secadora, refrigerador, estufa, lavavajillas
- Cubiertas de ventanas: cortinas, visillos, persianas, contraventanas
- Empotrados a la medida, como repisas dimensionadas para un lugar específico
- Elementos exteriores: asador, fogata, muebles de patio, jardineras
- Un cobertizo de jardín
- Equipo de patio: podadora, hidrolavadora, aspiradora de hojas
- Equipo de recreación: mesa de billar, ping-pong, alberca desmontable, trampolín, columpios, jacuzzi
- Impuestos o costos de cierre prepagados
- Un año de jardinería, limpieza de alberca o servicio de limpieza

La decisión es bastante simple una vez que sopesa qué tan seguido usa realmente las cosas movibles y cuánto costaría reemplazarlas.

Los compradores también pueden pedir incentivos, y eso es parte del baile. Las peticiones comunes o los endulzantes del vendedor incluyen:

- Bajar el precio de lista
- Puntos pagados por el vendedor
- Ayuda con el enganche o los costos de cierre
- Un cierre rápido
- Incluir o transferir una garantía de casa (home warranty)

- Un año de impuestos prediales prepagados
- Cubrir cuotas de HOA o el mantenimiento de jardinería y alberca
- Una reducción de tasa hipotecaria (buy-down)

Póngase creativo y la lista sigue, pero consulte cada idea con su agente de venta antes de comprometerse a algo con un comprador.

NOTA: Las leyes de agencia pueden restringir lo que hace su agente, y los prestamistas ponen tope a los créditos al comprador, que además deben divulgarse debidamente. Manténgase dentro de los límites legales.

### Entienda Por Qué las Casas No Se Venden

Las casas que se quedan por meses casi siempre tienen un precio demasiado alto o simplemente son caras para la zona. El precio estratégico es, y siempre será, la razón número uno por la que una casa realmente se vende. Otros culpables comunes:

- Demasiado desorden. Las pilas de cosas ahuyentan a los compradores.
- Un interior anticuado. Los acabados, molduras o pisos viejos bajan el interés.
- Un vendedor inflexible. Planee con anticipación para que los niños, las mascotas y usted puedan salir para una visita en cualquier momento.
- Una ubicación en un desarrollo estancado o abandonado.
- Un plan de marketing débil por parte del agente.
- Un CMA mal hecho, así que la casa nunca tuvo un precio estratégico desde el principio.

## ¿Por Qué Contratar a un Agente?

|                    |                          |                                    |
|--------------------|--------------------------|------------------------------------|
| <b>Precio</b>      | Por dueño: Adivinanzas   | Con Alan: Datos de \$145M+         |
| <b>Marketing</b>   | Por dueño: Un letrado    | Con Alan: Foto, video, MLS, social |
| <b>Negociación</b> | Por dueño: Por tu cuenta | Con Alan: Un campeón 2x en la mesa |
| <b>Alcance</b>     | Por dueño: Tu red        | Con Alan: Equipo de 55+ agentes    |

**98.9%**  
tasa de cierre

**\$145M+**  
vendidos

**4.9★**  
147 reseñas

**2x**  
campeón

Este libro está lleno de cómo hacerlo. Ya tiene lo básico ahora sobre el precio de lista, el marketing en línea, la puesta en escena y la negociación. Entonces, ¿no es eso suficiente para ir por su cuenta? Muchos propietarios se preguntan exactamente eso, dudando si pueden vender por sí solos.

Intente esta comparación. Alguien le regala un libro sobre inversiones para su cumpleaños y usted lo lee de tapa a tapa. El mercado está en máximos históricos, pero los titulares de política y de negocios lo tienen dando tumbos, sube 300 puntos una semana, baja 400 la siguiente. Entonces, ¿está listo para manejar su propio portafolio? ¿Tiene la experiencia, y puede aguantar ver miles entrar y salir por día? Vender una casa se parece mucho a eso. Sin un profesional en su esquina, hay una posibilidad real de que ni siquiera venda, e incluso cuando los vendedores por su cuenta sí cierran, por lo general netean menos que quienes contrataron a un Realtor.

Vender una casa hoy involucra a mucha gente con distintas habilidades a lo largo de muchos pasos de principio a fin. Para la mayoría de los vendedores, anticipar y coordinar todo eso es abrumador. Un agente experimentado que conoce cada fase lo hace manejable, y usted no necesita tener la experiencia usted mismo si contrata a alguien que la tiene. Sin importar cuánto tiempo haya vivido en su casa, un profesional local sabe mucho más sobre el historial de precios y las tendencias que usted. Y como se le paga un porcentaje de la venta, está motivado a ponerle el precio correcto, lo bastante alto para ganar una comisión fuerte, pero lo bastante realista para venderla en buen tiempo.

Un buen agente también está conectado a una red de contratistas y proveedores de servicios, con referencias y reputaciones que pueden respaldar. Conocen su zona al derecho y al revés, o saben exactamente dónde escarbar, y pueden sacar comparables y datos demográficos que la

persona promedio no puede. Usted quizá sabe que la casa de la cuadra se puso en venta en 300,000. Un profesional sabrá que tenía mejoras y en realidad cerró en 265,000 después de 45 días. Ese tipo de datos, el precio promedio por pie cuadrado, los precios de venta medianos, los días en el mercado, la proporción entre precio de lista y de venta, moldea cada decisión que toma. Hacer todo esto usted mismo requiere esfuerzo serio, recursos y horas de organización.

Toda la carrera de un agente depende de su ética y sus relaciones, así que los buenos no cortarán camino en el marketing ni en el precio. Cuando esté contratando, busque a alguien que sea:

- Actual, al día con las últimas tendencias de vivienda
- Conectado, con inspectores, profesionales de servicios, corredores y contactos del condado
- Conocedor, capaz de poner precio de forma estratégica y de resaltar lo que distingue a su casa y a su vecindario
- Organizado, atento a sus necesidades y rápido para dar seguimiento
- Agradable, del tipo que hace el esfuerzo extra con una sonrisa
- Apasionado, que trata los bienes raíces como una vocación, no como un trabajo secundario
- Tenaz, con una verdadera ética de trabajo y uso inteligente de herramientas que ahorran tiempo
- Honesto, con una reputación construida sobre altos estándares
- Automotivado, que trabaja duro porque lo que le ayuda a usted le ayuda a él
- Creativo, para lucir su casa y resolver problemas de marketing
- Diestro en tecnología, con una fuerte presencia web y en redes, herramientas de búsqueda fáciles, fotos y video de calidad, y quizá hasta una app

Un buen agente usa muchos sombreros: marketing, negociación, consultoría, aspectos legales, impuestos y, sobre todo, ganarse su confianza. El indicado bien vale la comisión. La gran ventaja es la distancia. A diferencia de usted, un agente puede dar un paso atrás de la emoción, y negocian bien porque lo hacen constantemente. No son solo mensajeros que corren ofertas y contraofertas de un lado a otro. Están entrenados para exponerle sus opciones y consecuencias, presentar su caso bajo la mejor luz, y mantener su información confidencial frente al otro lado.

Un agente también actúa como amortiguador, manteniendo las cosas profesionales y a distancia, lo cual importa más durante las negociaciones cuando las emociones se calientan. Filtran a los cazadores de gangas y a los curiosos (lookie-loos), atienden las llamadas de agenda, y manejan las visitas y las preguntas de seguimiento. En pocas palabras, le ahorran tiempo y molestias mientras empujan a los compradores serios a escribir una oferta.

## Consideraciones Serias

Decidir vender significa ver el panorama completo, de principio a fin. A estas alturas ya entiende lo que se necesita para vender rápido y con ganancia. Déjeme dejarle unas cuantas cosas para conversar con un agente de confianza para que nada lo haga tropezar:

- Vender antes de estar calificado para comprar su siguiente casa. Las finanzas y las reglas de préstamos cambian.
- Adivinar el saldo de su hipoteca (payoff). Revise si hay penalidades.
- Subestimar los costos de cierre. Sume los honorarios, impuestos y comisiones.
- Gastar el depósito de garantía (earnest money). Sepa qué pasa con él si el trato se colapsa.
- Volverse demasiado amistoso con los compradores. Sea discreto cuando quieran ser sus amigos.
- Preocuparse por un avalúo bajo. Tendrá opciones si eso ocurre.
- El desgaste de las visitas, reparaciones, limpieza y llamadas. Deje que su agente cargue con la mayor parte.
- Requisitos de inspección. Sepa qué necesita su casa para pasar.
- Preparación para el cierre. Su agente y su abogado deben decirle qué esperar.
- Mantenerse lista para mostrar. Planee para que las visitas no invadan la vida de su familia.
- Dejar que los compradores recorran sin que usted esté. Prefieren criticar libremente, y su agente maneja las preguntas.
- Filtrar a los compradores no calificados. Si no pueden financiarla, ni siquiera de forma creativa, le hace perder el tiempo a todos, especialmente a usted.

## Reciba la Edición de Tapa Dura Ampliada — Gratis

Esta es la edición gratuita y condensada del libro. La edición completa y ampliada de tapa dura profundiza en cada tema cubierto aquí, y con gusto pondría un ejemplar en sus manos sin costo alguno.

Solicite su tapa dura gratuita en persona en uno de nuestros próximos eventos de capacitación de White Picket Realty, o recoja uno en cualquier momento en nuestra oficina:

5295 Hollister Rd., Suite 200, Houston, TX 77040

Los libros impresos son ediciones ampliadas que contienen todo el material completo.

Avisos de Derechos de Autor y Legales

Publicado por Authority Publishing

Copyright © 2024 Authority Publishing

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede reproducirse, distribuirse ni transmitirse en ninguna forma ni por ningún medio, incluyendo fotocopiado, grabación u otros métodos electrónicos o mecánicos, sin el permiso previo por escrito del editor, salvo en el caso de citas breves incluidas en reseñas críticas y ciertos otros usos no comerciales permitidos por la ley de derechos de autor.

#### DESCARGO DE RESPONSABILIDAD Y/O AVISOS LEGALES:

Aunque se han hecho todos los intentos por verificar la información proporcionada en esta publicación, ni el Autor ni el Editor asumen responsabilidad alguna por errores, imprecisiones u omisiones. Cualquier desaire a personas u organizaciones es involuntario.

Esta publicación no está destinada a usarse como fuente de asesoría legal o contable. El Editor desea subrayar que la información contenida aquí puede estar sujeta a distintas leyes o regulaciones estatales o locales.

El lector de esta publicación asume la responsabilidad por el uso de estos materiales e información. El cumplimiento de todas las leyes y regulaciones aplicables, incluyendo la publicidad y todos los demás aspectos de hacer negocios en los Estados Unidos o en cualquier otra jurisdicción, es responsabilidad exclusiva del lector. El Autor y el editor no asumen responsabilidad ni obligación alguna en nombre de ningún lector de estos materiales.

Si su propiedad está actualmente listada con un Realtor, por favor haga caso omiso de este aviso. No es nuestra intención solicitar las ofertas de otros corredores.

Impreso en los Estados Unidos de América

#### Acerca de Este Libro

¿Está listo para acceder a los secretos mejor guardados de los vendedores de casas exitosos? Usted puede vender cualquier casa en cualquier mercado cuando conoce estos secretos. Este libro revela las 122 tácticas más efectivas para sacarle la mayor cantidad de dinero a su casa en el menor tiempo posible. Estas estrategias han ayudado a vender miles de casas, y ahora, usted las tiene todas al alcance de la mano.

Las estrategias de este libro han sido probadas a fondo y demostrado su eficacia una y otra vez. ¡No se pierda esta oportunidad de aprender los consejos y trucos que emplean los vendedores de casas más adinerados!

En este libro, he proporcionado una guía efectiva para que usted tenga la transacción de bienes raíces más exitosa posible. Si no tiene tiempo de implementar todas las estrategias que se discuten en este libro, con mucho gusto le ofrecería mi experiencia y mis servicios para ayudarle a comprar o vender su casa.

White Picket Realty 5295 Hollister Rd., Suite 200, Houston, TX 77040  
alan@whitepicketrealty.com 832-532-9229



# Acerca del Autor

Alan Hernandez, REALTOR®

Alan aporta entusiasmo, pasión y más de 17 años de experiencia en bienes raíces con una actitud orientada a resultados al mercado de Houston. Cree en hacer lo que amas y tiene la misión de compartir su visión de libertad financiera con el mundo. Su energía optimista es contagiosa y su compromiso de ayudar a quienes lo rodean es su clave del éxito.

Profesionalmente, es Corredor (Broker) con licencia, Director de Texas Realtors (a nivel estatal) e inversionista activo de bienes raíces con experiencia en renovaciones/flips, en levantar capital privado y en la creación de oportunidades de ingreso pasivo. Como corredor/dueño de White Picket Realty, funge como mentor de sus agentes y consultor de sus clientes. En su vida personal, disfruta el ciclismo de montaña, la buena mesa, las películas graciosas, bailar salsa, la lectura, la vida saludable y, sobre todo, crear recuerdos con sus amigos y su familia. Con su compromiso inquebrantable con el éxito de quienes lo rodean, tiene asegurado que estará trabajando con uno de los mejores de Houston.

Esto resume el tipo de agente que es Alan, y el tipo de agente que se esfuerza continuamente por ser para sus clientes. A Alan le enseñaron desde joven que si quieres algo en la vida, tienes que trabajar por ello. Así que sobre eso ha construido su negocio y eso es lo que les enseña a sus agentes.

A lo largo de su carrera, Alan ha obtenido numerosos reconocimientos, entre ellos:

- Licenciatura en Administración de Empresas y Marketing por FSU
- Director de TAR - Texas Association of Realtors 2019-Presente
- Agente destacado de Realtor.com y vocero de la campaña de 2018
- Presidente de NAHREP Houston (National Association of Hispanic Real Estate Professionals) 2017
- Top 1% de los Realtors en Texas - Cierra consistentemente más de 300 propiedades al año
- Equipo de Marketing Interno Galardonado, Diseñadora de Casas y Equipo de Ventas Interno
- Instructor Reconocido de Educación Continua para Agentes de Bienes Raíces

Alan busca brindar el más alto nivel de servicio a sus clientes y siente un profundo orgullo por ayudarlos a alcanzar sus metas de bienes raíces.

# Testimonios

Testimonios y Reseñas de Alan Hernandez.

Aquí hay una lista de personas a quienes he ayudado a comprar o vender una casa, y lo que dijeron sobre trabajar conmigo:

Recomiendo ampliamente a Alan Hernandez y a su equipo. Son muy profesionales, experimentados, serviciales y muy rápidos para responder. Sus habilidades de negociación son de primera y lograron poner nuestra propiedad de renta bajo contrato en 32 días. Trabajaron con mucha fluidez con nuestros inquilinos coordinando las visitas, el levantamiento topográfico (survey), la inspección, el avalúo, etc. Estamos sumamente felices de que la casa estuvo vacía solo un par de semanas desde que se fueron los inquilinos hasta el cierre. Una vez más, muchas gracias.

- Banzer H Perdomo Ramirez

Solo una palabra puede describir a este equipo de profesionales. ¡INCREÍBLES! Este equipo logrará vender tu casa. Harán más allá de lo esperado para asegurarse de que estés satisfecho. Alan y su equipo se asegurarán de que todas tus necesidades queden cubiertas. Estaré por siempre agradecida con Alan y Brandon. ¡Vendieron mi casa! ¡Un millón de gracias, equipo!

- Marylynn

No tengo suficientes palabras buenas para describir nuestra experiencia con Picket Fence y nuestro Realtor, Alan. Hicieron más allá de lo esperado para vender nuestra casa rápido, a un excelente precio, y lo lograron en la época más lenta del año. Muy conocedores, grandes comunicadores y honestos. ¡Gracias, Alan!

- Kelly Barrera

Imagínese estar rodeado de un equipo de élite de profesionales de bienes raíces con un proceso altamente afinado y efectivo para ayudarle a alcanzar sus metas. Desde la consulta inicial hasta el cierre final, lo cuidan y lo apoyan en cada paso del camino. Esto es lo que recibirá con el equipo de White Picket.

He trabajado con Alan y su equipo, y confiado en ellos, durante casi una década, y no han sido más que increíbles, incluso durante las bajas, ya sea comprando o vendiendo. Desde mi primera casa hasta propiedades de inversión, su experiencia y orientación han sido invaluable en mi camino en los bienes raíces, y no puedo agradecerles lo suficiente.

- Jeisen Hernandez.

Descubra Lo Que Más de 100 Clientes Felices con Reseñas de 5 Estrellas Han Dicho Sobre Trabajar Con Alan y Su Equipo Aquí: