



## *Guía para la Venta de Propiedad en Marbella*

*Por Christopher Clover, Director Gerente de Panorama*

La venta de una propiedad es un arte. El mercado inmobiliario en Marbella siempre ha sido bastante competitivo y muchos propietarios sin experiencia local deberían pedir los consejos de un experto para saber como actuar de forma realista.

### **Fijar el Precio de Salida**

Lo primero y más importante que debe establecer es una “estrategia de venta” – ¡un plan! La columna vertebral de esta estrategia es el precio de salida. En otras palabras, si pide demasiado por su propiedad, la gente ni siquiera se molestará en visitarla y como resultado, ni siquiera llegará al mercado. Si pide demasiado poco, ¡es como tirar su patrimonio! Fijar el precio de salida adecuado es quizás lo más esencial en el arte de vender propiedades y se consigue a través de una profunda investigación de mercado. No se conforme con la cifra que le *gustaría* escuchar, averigüe el verdadero precio de mercado. ¿Qué ventas comparables se han realizado y en qué precio? ¿Qué es lo que piden otros propietarios para viviendas similares? ¿Su propiedad es única? Esto le permitirá pedir un precio más alto ya que no se puede repetir fácilmente, o ¿hay muchas propiedades similares en venta?

Los agentes más experimentados serán naturalmente una fuente de información de incalculable valor y le ayudarán a sacar sus propias conclusiones en cuanto a una valoración correcta y un precio de salida adecuado para su propiedad. Sin embargo, es importante conseguir que su agente comparta su conocimiento del mercado (y los elementos comparables del mercado) con usted. Al final debe estar convencido de que está pidiendo lo máximo posible pero sin parecer excesivo en el mercado.

Si después de haber investigado el mercado como recomendamos, no admite el precio de salida que el mercado actual sugiere, siempre puede incrementar el precio y esperar a que el valor suba finalmente hasta llegar al nivel que espera. Pero debe estar preparado para recibir mucho menos interés por parte de los agentes y de los clientes, y



Edificio Centro Expo, Búlevar Príncipe Alfonso de Hohenlohe s/n  
29600 Marbella (Málaga) Spain

Cubriendo la Milla de Oro de Marbella con oficinas frente al Hotel  
Marbella Club, en el Hotel Puente Romano y en el Hotel NH Alanda

Tel. +34 952 774 266

Fax. +34 952 822 111

email: [info@panorama.es](mailto:info@panorama.es)

[www.panorama.es](http://www.panorama.es)

como resultado, tener menos visitas a la propiedad y entrar en el “juego de la espera”. Siempre está a tiempo de reducir su precio de salida si desea acelerar el ritmo de las visitas.

Cuidado con los agentes que se limitan a contarle lo que quiere oír: demasiados agentes sobrevaloran las propiedades adrede para incluirlas en su cartera y defraudan a los propietarios durante un período de tiempo. Por consiguiente, hay demasiadas propiedades sobre-valoradas en el mercado que están ahí sin visitas, mientras que el propietario suponía que el precio de salida era razonable.

Siempre que las condiciones de mercado sean favorables y haya una abundancia de clientes buscando una propiedad como la suya, una estrategia de venta acertada debería dar como resultado un mínimo de dos o más visitas mensuales a la propiedad. Encontrar un comprador para una propiedad es en muchos aspectos una mera cuestión de números: cuantas más personas visiten la propiedad, más posibilidad existe que una de ellas se enamore de la propiedad y quiera hacer una oferta. Evidentemente algunos compradores querrán negociar hasta la extenuación y otros no serán tan difíciles. Pero es más fácil tener el valor de rechazar una oferta baja si está mostrando su propiedad con frecuencia.

### **Deje un margen para la negociación**

Al fin y al cabo, el precio de salida no va a ser necesariamente el precio de venta. Pedir su *último precio*, es una actitud suicida para el propietario: no se puede olvidar nunca el factor “macho” de una gran mayoría de compradores que quieren ser considerados superiores en una negociación de compra, independientemente del precio de salida. Por ello la experiencia aconseja que el propietario inteligente prevea un margen razonable de negociación en su precio de salida.

### **Consiga un buen agente**

No olvide que Marbella no es una gran ciudad como Londres, Dublín o Nueva York con un potencial de mercado en un radio de 80 kilómetros desde el centro, sino una ciudad de sólo 135.000 habitantes censados (doblándolo al contar la población no residente) y un mercado esparcido por toda Europa y el resto del mundo. Por lo tanto este trabajo es esencial en toda estrategia de venta para garantizar una buena exposición en el mercado. Un buen agente sabrá poner su propiedad en la *red inmobiliaria* de otros colegas, tanto locales como extranjeros y compartirá su comisión con ellos, a veces hasta el 70%, lo que permitirá una exposición superior y un mayor número de visitas. Si su agente sabe actuar correctamente, se convierte casi en el

Director de Ventas de su propiedad, dando la mayor parte de la comisión al agente que aporta el comprador.

### **Evite fijar un precio “neto”**

Conviene evitar una cosa: si pretende utilizar agentes para ofrecer su propiedad, no la ponga en venta por un *precio neto*, o sea diciendo: “Quiero tanto neto para mí y que Ustedes, los agentes, agreguen su comisión”. Lo que ocurrirá es que acabará con una propiedad que tendrá distintos precios en el mercado. El Agente A muestra su propiedad al Sr. López al precio de €460.000. Luego el Sr. López ve que su propiedad está anunciada por el Agente B al precio de €450.000. Se instala la confusión y la desconfianza. Posteriormente, el Sr. López vuelve a la propiedad para verla desde fuera y se encuentra con su vecino que le dice que su precio de salida neto es €425.000. (¡Pero es posible que acepte €415,000!) Resultado: antes de que el posible comprador haya podido pensar en hacer una oferta y con la obligación pendiente de pagar una comisión a su agente que le llevó el cliente en primera instancia, su precio de salida ha sido reducido considerablemente y su estrategia ha fallado.

Si Usted lista su propiedad con sus agentes por un *precio neto*, es como decirles a sus agentes: “No me interesa saber nada de su comisión”, lo que obliga a sus agentes a negociar en contra de Usted y del comprador para proteger su eventual comisión. Los vendedores sensatos formarán un equipo con sus agentes y les protegerán, del mismo modo que esperan ser protegidos y aconsejados por sus agentes y se fijará un precio único para la propiedad.

Otra cosa: desconfíe del agente que le incita a Usted a listar su propiedad por un precio neto. Sólo se preocupará de sus intereses y no de los suyos.

### **Exclusividad ¿si o no?**

¿Hay que dar una exclusividad de venta a un agente? Si es Usted un propietario casi siempre ausente, o si no le apetece hacer de coordinador entre varios agentes de distinto nivel, el conceder una exclusividad puede hacerle la vida mucho más fácil. Lo primero que tiene que hacer es encontrar un agente (si no conoce ninguno) con quien desarrollar una buena relación de confianza. Su abogado o unos amigos íntimos quizás puedan presentárselo.

La motivación que le dará a su agente el haberle concedido una exclusiva, le hará sentirse mucho más responsable hacia Usted como propietario, lo cual no le ocurrirá con sus “*listings*” no-exclusivos. Es evidente que deberá Usted preocuparse de

convenir con él una estrategia de venta inteligente, y de que él tome una serie de medidas de cara a la publicidad, presentación de un folleto y distribución de su propiedad entre otros agentes. Es de extrema importancia que le tenga muy informado de sus actividades de venta. En otras palabras, tiene derecho a exigir mucho más servicio y esfuerzo de un agente con exclusiva que si pone su propiedad en la cartera de varios agentes.

Un buen agente, trabaje con Usted con o sin exclusiva, podrá ser de extraordinaria ayuda para tratar la venta de forma objetiva y analítica, ayudándole a tomar las decisiones que al final serán las mejores para Usted.

No obstante, muchos propietarios prefieren dedicar tiempo y esfuerzo a trabajar con varios agentes. Otros descubren que prefieren intentar vender sus propiedades directamente, sin agentes. No cabe duda que el vendedor es quien debe elegir el sistema en el que se siente más a gusto.

### **Comisión**

Los agentes en una zona turística como Marbella pedirán habitualmente entre un 5 y un 7% de comisión (generalmente un 5% para propiedades de más de €1,000,000) y, si son excelentes negociadores, se la tendrán bien ganada. Como se ha dicho anteriormente, un buen agente sabrá poner su propiedad en la *red inmobiliaria* de otros colegas, hará un folleto, publicidad y la promocionará en Internet, la mostrará frecuentemente y tendrá una buena comunicación con usted. Los agentes no solo se dedican a abrir puertas, sino que invierten mucho tiempo y energía buscando el comprador adecuado para una propiedad. Al fin y al cabo, la comisión es a menudo objeto de negociación con los demás factores variables de una posible venta (precio de venta, forma de pago, número de agentes eventualmente implicados, habilidad de su agente a negociar en nombre suyo, etc.)

### **Algunos consejos esenciales para la venta de su casa:**

- Que su agente principal coloque un cartel de “Se Vende”. Esto siempre aumenta el número de interesados.
- Facilitar las visitas a la propiedad, aceptando que se le avise con un tiempo mínimo de antelación. Si deja sus llaves a un vecino que juega al golf tres veces a la semana, perderá una buena oportunidad de mostrar su propiedad cuando le convenga al cliente. Tenga en cuenta que los agentes tienden a mostrar primero

las propiedades de las que tengan llaves, antes que las propiedades donde haya que hacer cita.

- Asegurarse de abrir bien las cortinas y persianas y que la propiedad esté inundada de luz cuando se muestra.
- Si la propiedad necesita algunas reparaciones menores o pintura, que mejoren su aspecto general, es recomendable realizarlas y eliminar todos estos factores de “objeción” por parte de los compradores. Aunque sobra decirlo, una casa limpia es una casa atractiva y muchos compradores se desencantan ante una propiedad sucia y desordenada. Asegúrese de que todo esté impecable e inmediatamente creará una impresión favorable. Vender una propiedad, en este sentido, es como vender un coche de segunda mano: arregle la abolladura, sáquele brillo y siempre será más fácil venderlo ¡y posiblemente saque un mejor precio en la negociación!
- Si ha previsto vender su propiedad con algunos muebles, es aconsejable hacer un inventario desde el principio y que sus agentes tengan la lista. Más de una venta se ha visto peligrar cuando el comprador pensaba que el cuadro encima de la chimenea estaba incluido y pensó que el propietario era francamente “demasiado ruin” cuando se enteraba que el cuadro no estaba incluido. Se evita toda fuente de negatividad de este tipo en una negociación si se tiene un inventario detallado por escrito desde el principio.
- Si viaja con frecuencia, sería aconsejable dejar un poder en manos de su abogado para que pueda firmar un contrato privado de acuerdo con las instrucciones que usted le puede hacer llegar por escrito. Usted puede negociar los detalles de la venta por teléfono y email y un poder permite dar el primer paso de la venta, que es la redacción de un contrato privado que se tiene que firmar sin demora.
- Asegúrese de estar perfectamente enterado de sus obligaciones fiscales cuando pone su propiedad en el mercado. Tenga una entrevista con su abogado y asesor fiscal y compruebe las opciones que tiene para asegurarse que no haya sorpresas cuando eventualmente comience las negociaciones para vender su propiedad.
- Recuerde que vender una propiedad en una zona turística no suele ser un trámite rápido, incluso cuando las condiciones del mercado son buenas. Las propiedades pueden permanecer en el mercado desde tres meses a más de un año, dependiendo de la ubicación, estado y atracción de la propiedad, de la eficacia de la estrategia de venta, y naturalmente del precio de salida.

- **En caso de venta**, deje que su agente lleve la parte comercial y la negociación en coordinación con usted, comprobando los puntos con su abogado y su asesor fiscal cuando sea necesario. Es su trabajo. Una vez realizado, su abogado tomará las riendas (en coordinación con su agente, si es necesario) y preparará el contrato de compraventa, supervisando la finalización eventual de la venta.
- **Al negociar la venta** hay que medir bien los siguientes puntos: ¿El comprador espera recibir su contra-oferta? O le ha hecho una oferta única del tipo “¿lo toma o lo deja?” ¿Tiene otras propiedades a la vista si no compra la suya? ¿Su oferta es razonable? Hay que asegurarse que todos los detalles estén incluidos en la oferta: el precio, fecha prevista de contrato, depósito, fecha de entrega, entendimiento claro de lo que se incluye en la venta, relativo a instalaciones, equipos y muebles y quién paga el arbitrio municipal “plus valía”. Estos puntos deben acordarse al principio y antes de instruir a los abogados. Y por encima de todo no hay que negociar por partes, sino todo a la vez, para evitar cualquier sorpresa desagradable.
- No acepte ser presionado por nadie a la hora de tomar su decisión sobre una oferta... un buen agente resaltaré simplemente las opciones que tiene y le brindará su apoyo en la conclusión alcanzada por usted. Pero una vez decidido y teniendo en cuenta el “factor emocional” de los compradores de segundas residencias o casas para jubilarse, apresúrese con firmeza a cerrar el trato.

En resumen, vender una propiedad puede ser tan fácil o tan complicado como cualquier tarea de tipo personal. Su mejor ayuda puede ser la competencia, la honestidad y la profesionalidad de sus agentes, abogados y asesores fiscales para llegar a concluir una venta más fácilmente y con objetividad.

*Por Christopher Clover  
Copyright © 2007  
Panorama Properties S.L.  
Todos los derechos reservados.*

Christopher Clover está diplomado **Cum Laude** en Ciencias Económicas por la Universidad de Virginia (1969), reside en Marbella desde hace más de 30 años **y es el fundador, propietario y Director Gerente de la Inmobiliaria más antigua de Marbella: PANORAMA**, con oficinas en **EDIFICIO CENTRO EXPO**, frente al **Hotel Marbella Club**, y en el **HOTEL PUENTE ROMANO**  
[www.panorama.es](http://www.panorama.es)    [info@panorama.es](mailto:info@panorama.es)