



Comparar una propiedad con otra es uno de los métodos más simples para hacer ajustes y determinar el valor contributivo de elementos específicos. No es un método perfecto y puede que no siempre sea posible. Por ejemplo, consideremos los ajustes por mejoras.

La comparación ideal es una propiedad que ha sido comprada, renovada y revendida. No estás limitado a propiedades idénticas a la tuya, ventas actuales o incluso tu vecindario. Puedes explorar áreas similares para encontrar ventas adecuadas. Asegúrate de que el único cambio sea las mejoras en la condición, de que nada más haya sido modificado.

El objetivo es determinar el efecto sobre el valor de las mejoras, no el valor exacto de tu propiedad. Cuantas más pares de propiedades puedas encontrar para comparar, mejor será tu análisis.

Ejemplo:

Property	Fixer upper	Fixed	Difference	
A	200000	220000	20000	10%
B	190000	220000	30000	16%
Average increase				13%

Another possibility is comparing one property against another.

Property	sf	bed	bath	age	Site size	updates	Sale price
A	1200	3	2	40	6500 sf	No	200000
B	1200	3	2	42	6900 sf	yes	230000
Value difference							15%

Este método es confiable cuando solo hay una diferencia entre las dos propiedades. Asegúrate de que todos los demás factores que influyen en el valor sean similares entre las propiedades comparadas. Puedes intentar encontrar ambos escenarios para comparar resultados y llegar a una estimación más precisa.

Cuando planeas mejorar una propiedad para venderla, recuerda que el costo no necesariamente equivale al valor.

- Investiga en plataformas como Zillow y Realtor.com para ver listados recientemente vendidos y activos (no te bases en las estimaciones de Zillow).
- Presta atención al número de días que cada propiedad estuvo en el mercado para evaluar la reacción del mercado.
- Observa los estilos y características de moda para discernir cuáles tienen más valor en el mercado actual.

Precio de Listado

Si tienes dudas sobre el precio al listar una propiedad, puedes utilizar este método para hacer ajustes. Recuerda comenzar con las ventas más recientes y cercanas, y luego ampliar tu búsqueda a áreas similares, incluso si están al otro lado de la ciudad. Puedes identificar áreas similares considerando qué lugares podrían percibir tus compradores como sustitutos.

Sé objetivo