HOUSE INVEST USA

Cómo se valorizan
los bienes raíces

MAQUELI GEWEHR

Sobre esta edición

Cómo se valorizan los bienes raíces.
Qué hace que una propiedad y una zona valgan más con el tiempo — y cómo el agente defiende el precio con argumentos, no con promesas.
Primera edición, septiembre de 2026.

Autoría: Maqueli Gewehr — agente con licencia en Florida, certificada por Harvard University en estrategia de inversiones inmobiliarias y creadora del Instituto HousInvest.
Publicación: Instituto Educativo HousInvest.

Aviso importante

Este libro es **material educativo y de formación profesional**. No es asesoría de inversión, dictamen jurídico ni orientación fiscal. No sustituye a un abogado, contador (*CPA*), tasador ni agente con licencia.

La apreciación pasada no garantiza la futura. El libro muestra las fuerzas que empujan los precios al alza a largo plazo y también las caídas — porque ocurrieron y volverán a ocurrir. Ningún número aquí es promesa de rendimiento.

Los números envejecen. Índices de precios, tasas, inventario, seguro y tipo de cambio se levantaron en **septiembre de 2026**; la sección **De dónde salen los números**, al final, indica la fuente de cada dato y dónde ver la versión nueva.

En Estados Unidos, el crimen, las escuelas y la composición de los barrios están regulados por la ley federal de vivienda justa (*Fair Housing Act*). El libro los trata como mecanismo económico y enseña al agente a entregar datos públicos, iguales para todos los clientes — nunca a clasificar barrios.

© 2026 Maqueli Gewehr. Instituto Educativo HousInvest. Todos los derechos reservados. Se prohíbe la reproducción para reventa o uso en cursos de terceros. Las citas en reseñas, clases y trabajos académicos son bienvenidas, con crédito.

Qué hay *aquí dentro*

01	Todo el mundo necesita vivir	6
02	La tierra que no se fabrica	12
03	Más casas para la misma gente	18
04	Cincuenta años de números	24
05	La profecía que se cumple sola	30
06	El plan antes de la obra	36
07	Seguridad, el piso de todo	42
08	Comprar el vecindario	48
09	La de 4 habitaciones es la nueva de 3	54
10	Escasez diseñada	60
11	El deseo tiene precio	66
12	La multitud y el miedo a quedarse fuera	72
13	Los detalles que mueven el precio	78
14	Lo que frena la apreciación	84

ANTES Y DESPUÉS DE LOS CAPÍTULOS

·	Apertura	4
·	El método	90

Una carta para quien *vende casas*

Todo cliente hace, tarde o temprano, la misma pregunta, en cualquier idioma: "¿se va a valorizar?" En Orlando, en São Paulo, en Lisboa. Y casi todo agente responde igual: "una propiedad siempre se valoriza". Es la respuesta equivocada. No porque las propiedades no se aprecien — en el largo plazo, en la mayor parte de los lugares, se aprecian —, sino porque "siempre" es mentira, y el cliente lo sabe.

Este libro existe para cambiar el "siempre" por un "porque". Una propiedad se aprecia porque vivir es una necesidad absoluta y nadie deja de necesitar un techo. Porque la tierra bien ubicada no se fabrica. Porque las familias se dividen en más casas: gente que se separa, gente que vive sola, gente que vive más años. Porque el dinero grande atrae dinero grande, y una zona que recibe un proyecto ancla atrae el siguiente. Porque el plan de la alcaldía se vuelve obra. Porque la seguridad, las escuelas y el vecindario tienen precio. Y porque ciertos productos — la habitación extra, el condominio pequeño y exclusivo — tienen más gente queriéndolos que unidades a la venta.

Y hay una fuerza que los libros técnicos casi olvidan: el deseo. Piensa en tres casas. Una cuesta 600 mil dólares porque eso es lo que cuesta construirla. Otra cuesta 1 millón porque está en un terreno escaso. La tercera cuesta 2 millones porque mucha gente quiere poder decir que vive allí. El valor de una propiedad tiene tres capas — la funcional, la económica y la psicológica —, y la tercera, en ciertos mercados, es la más fuerte. La economía explica la escasez; la psicología explica por qué la gente empieza a desear un lugar.

Una propiedad también deja de apreciarse cuando alguna de estas fuerzas falla. Vi a Florida perder casi la mitad del precio entre 2006 y 2012, y a Río de Janeiro, casi la mitad en términos reales después de 2014. Por eso cada capítulo muestra la fuerza y su reverso, con los números públicos y las fuentes. El agente que conoce las dos caras defiende el precio con argumentos y aconseja con honestidad — y a ese agente el cliente le confía su segunda compra.

Escribí para agentes de Estados Unidos, de Brasil y de cualquier lugar donde se vendan casas, y para quien quiere entender por qué una casa vale lo que vale. Soy agente, no economista: los números son de los economistas, la traducción al día a día es mía.

Maqueli Gewehr
ORLANDO, FLORIDA · SEPTIEMBRE DE 2026

Cómo usar este libro

Son **catorce capítulos** en cuatro partes — las premisas que sostienen la apreciación en el largo plazo (1 a 4), los motores que hacen subir a una zona más que a otra (5 a 8), el producto que hace subir a una propiedad más que a la del vecino (9 y 10) y el deseo, la capa psicológica del precio (11 y 12) —, un capítulo con los detalles del lote y de la calle que casi nadie mide (13) y uno final con el reverso de todo: lo que frena la apreciación (14). Todos siguen la misma estructura: el texto, con números y fuentes; la sección **Qué hace el agente con esto**, donde el análisis se vuelve procedimiento; el **infográfico** de una página, para mostrarle al cliente; y el resumen de doce puntos. El final del libro reúne todo en **doce señales** para leer la apreciación de una zona y de una propiedad, y la lista de dónde sale cada número. Una petición: usa los números para explicar, nunca para prometer.

CAPÍTULO UNO 01

Todo el mundo *necesita vivir*

La vivienda es una necesidad absoluta: los hogares crecen más rápido que la población, y la oferta no acompaña

En 2022, una pareja de Belo Horizonte me dijo que iba a esperar a que bajaran las tasas para comprar en Orlando. Esperó. Mientras tanto, no dejó de vivir ni un solo día: renovó el alquiler, pagó el aumento, renovó de nuevo. La compra puede esperar. La vivienda, no.

Esa es la primera premisa de la apreciación, y la más simple. Se puede aplazar la compra, el cambio, la remodelación; no se puede aplazar el techo. Las acciones se guardan en la corredora de bolsa, el carro se queda en el garaje. La casa, alguien la ocupa todas las noches. Eso le da a la propiedad un piso de demanda que ningún otro activo tiene — un piso, no una garantía de alza.

Una necesidad que está en la ley

La Declaración Universal de los Derechos Humanos, adoptada por la ONU en diciembre de 1948, pone la vivienda en el artículo 25, junto a la alimentación y el vestido. En Brasil, la vivienda entró en el artículo 6.º de la Constitución, entre los derechos sociales, por la Enmienda Constitucional 26, de febrero de 2000. Los dos textos dicen lo que el agente ve en la calle: vivir en una casa no es un consumo opcional.

Por eso la demanda de vivienda no desaparece; cambia de forma. Cuando suben las tasas, el comprador se vuelve inquilino, comparte casa o vuelve a la de sus padres. El Centro de Estudios de Vivienda

de la Universidad Harvard (JCHS) lo registró en 2026: el crecimiento anual de hogares cayó de 2.0 millones en 2021 a 1.1 millones en 2025, con jóvenes compartiendo vivienda o viviendo con la familia. Esos hogares no desaparecieron; quedaron represados. Freddie Mac cuenta cerca de 1 millón de ellos dentro de su estimación de escasez.

Más casas que gente

En Estados Unidos, los hogares pasaron de 71.12 millones en 1975 a 134.79 millones en 2025, según la encuesta de población actual del Census, la oficina del censo estadounidense: +89.5%. La población creció 58.3% en el mismo período. Eran 3.04 personas por hogar en 1975; en 2025, 2.54. Cada casa alberga menos gente, y el país necesita más casas incluso cuando la población crece despacio.

Una advertencia para quien le gustan los números de un solo año: las encuestas del Census divergen. La CPS muestra 2.57 millones de hogares nuevos en 2025; el JCHS, 1.1 millones. Usa el promedio de varios años.

El ritmo de la población también frenó: +0.5% en el año hasta julio de 2025, frente a +1.0% el año anterior, con la inmigración neta cayendo de 2.7 a 1.3 millones, según el Census. Aun así, la cuenta de hogares sigue en positivo, porque la gente que ya está aquí sigue dividiéndose en más casas.

La señal de que la oferta no acompañó está en el precio. Según el JCHS, las casas subieron 54% en el país desde 2020, y la casa usada mediana costó en 2025 casi 5 veces el ingreso mediano de las familias. El mercado se trabó junto con eso: las ventas de casas usadas fueron de 4.1 millones en 2025, el mínimo en tres décadas, y las mudanzas cayeron a 11.2% en 2024, la menor registrada.

Brasil muestra el mismo movimiento con más fuerza. El Censo 2022 contó 90.7 millones de hogares, 34% más que en 2010, y el promedio de habitantes cayó de 3.31 a 2.79. Según la PNAD, la población creció 0.39% en 2025. La población casi se detuvo; los hogares, no.

Cuánto falta, en rango

"¿Cuántas casas faltan?" La respuesta honesta es un rango. Freddie Mac estima 3.7 millones de viviendas (datos de 2024); Zillow, 4.7 millones (2023); Brookings, 4.9 millones (2023); Up for Growth, 3.78 millones (2023); la Asociación Nacional de Agentes de Bienes Raíces de Estados Unidos (NAR), con Rosen Consulting, 5.5 millones (datos hasta 2020); Moody's, con el Urban Institute, cerca de 2 millones. El Servicio de Investigación del Congreso explicó, en diciembre de 2025, por qué divergen: cada estudio escoge una fuente, una tasa de vacancia "saludable" (de 5% a 12%) y decide si cuenta los hogares que dejaron de formarse.

De ahí el rango: de cerca de 2 a 5.5 millones, con el centro entre 3.7 y 4.9 millones. Y la falta no es igual en todo. El JCHS contó, en 2024, 11 millones de inquilinos de ingreso extremadamente bajo para 3.8 millones de unidades accesibles y disponibles. El mayor aprieto está en la vivienda barata.

En Brasil, la Fundação João Pinheiro midió un déficit de 5,773,983 viviendas en 2024, 7.4% de los hogares, el nivel más bajo de la serie. El mayor componente no es gente sin techo: es la carga excesiva del alquiler, familias de hasta tres salarios mínimos que gastan más de 30% del ingreso para vivir. La cohabitación, dos familias bajo el mismo techo, cayó de 1.29 millones en 2022 a 1.03 millones en 2024.

FALTAN X MILLONES

No cites la escasez estadounidense como un número único, ni el déficit brasileño como "6 millones y creciendo": el dato de 2024 es 5.77 millones, a la baja. Y la falta nacional no es falta en tu condado. Moody's y el Urban Institute encontraron déficit concentrado en algunas metrópolis y casi equilibrio en otras.

Qué hace el agente con esto

La necesidad es el argumento más fuerte del agente, y el más fácil de abusar.

1. Usa la necesidad sin prometer alza. Vivir es seguro; el precio del vecindario, no. Di que la demanda tiene piso y que el precio tiene ciclo.

2. Muestra la formación de hogares del condado. El Census publica hogares y población por condado. Compara los dos ritmos y pon al lado los permisos de construcción.

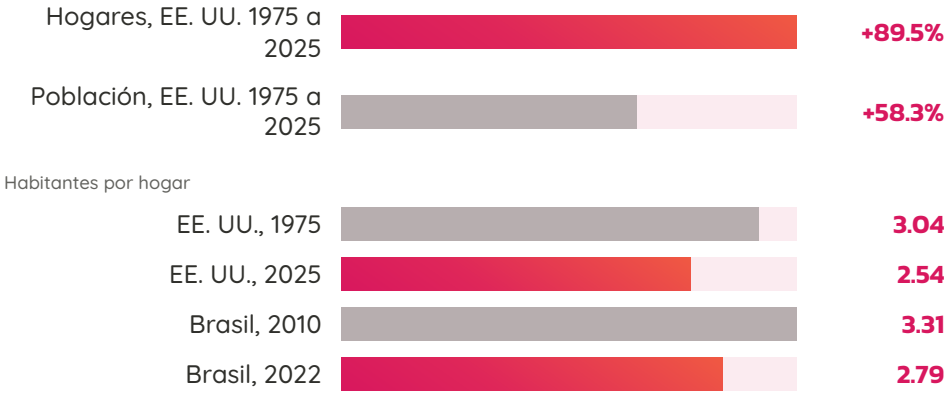
3. Separa demanda de vivienda de demanda de compra. La tasa decide cuándo compra el cliente, no si vive. Quien espera sigue pagando alquiler.

4. Explica el déficit como rango, con fuente. De 2 a 5.5 millones en Estados Unidos; 5.77 millones en Brasil en 2024, a la baja e impulsado por el alquiler caro.

5. Muéstrale al inquilino lo que ya paga. En Brasil, el déficit es sobre todo alquiler pesado; en Florida, es demanda represada. En los dos casos, la conversación empieza por el costo de vivir hoy, no por la promesa de mañana.

Más casas que gente

En los dos países, el número de hogares crece más rápido que la población, porque cada casa alberga menos gente.



5.77 millones
de viviendas de déficit en Brasil en 2024, el menor de la serie (FJP)

11 millones
de inquilinos de ingreso muy bajo para 3.8 millones de unidades accesibles en EE. UU. (2024)

Cuánto falta en EE. UU. depende de quién cuente: **de 2 a 5.5 millones de viviendas**.

CENSUS, CPS/ASEC Y BEA, 1975 A 2025 · IBGE, CENSO 2022 · CRS, IN12628, 2025 · FJP, 2024

En *resumen*

01 Se puede aplazar la compra, no **el techo**: la vivienda tiene un piso de demanda que ningún otro activo tiene.

02 La vivienda está en la **Declaración Universal** (1948, art. 25) y en la Constitución brasileña desde la EC 26/2000.

03 Con tasas altas, la demanda **cambia de forma**: el comprador se vuelve inquilino, comparte casa o vuelve con sus padres.

04 Los hogares nuevos en EE. UU. cayeron de **2.0 a 1.1 millones** al año entre 2021 y 2025 (JCHS): demanda represada.

05 EE. UU., 1975 a 2025: hogares **+89.5%**, población +58.3%; de 3.04 a 2.54 personas por casa.

06 Precio **+54% desde 2020**; la casa usada mediana cuesta casi 5 veces el ingreso de las familias (JCHS, 2026).

07 Brasil: **90.7 millones** de hogares en el Censo 2022, +34% sobre 2010; 2.79 habitantes por casa.

08 La escasez estadounidense es un **rango**: de cerca de 2 a 5.5 millones, con el centro entre 3.7 y 4.9 millones.

09 Las estimaciones divergen por la **vacancia "saludable"** escogida (5% a 12%) y por los hogares no formados.

10 El mayor aprieto está en la **vivienda barata**: 11 millones de inquilinos para 3.8 millones de unidades (2024).

11 Procedimiento: usa la necesidad **sin prometer alza** y muestra la formación de hogares del condado.

12 Procedimiento: separa **vivienda de compra** y cita el déficit brasileño correcto: 5.77 millones, a la baja.

> *Nadie aplaza vivir: la demanda de techo cambia de forma, pero no desaparece, y eso le da a la propiedad un piso.*

CAPÍTULO DOS 02

La tierra que *no se fabrica*

La construcción se deprecia, la ubicación sube: por qué Miami y Orlando se aprecian de maneras distintas

En agosto de 2026, el metro cuadrado anunciado en Leblon, en Río, valía R$ 28,751, según el índice FipeZap. En Tijuca, R$ 6,988. El cemento, el acero y el albañil cuestan lo mismo en los dos barrios. La diferencia, de cerca de cuatro veces, no está en el edificio. Está en el suelo.

Esa es la segunda premisa. El ladrillo envejece y pierde valor desde el día de la entrega. Lo que sube es el terreno bien ubicado, que nadie fabrica. Donde la geografía y la regulación traban la oferta, la demanda se vuelve precio; donde construir es fácil, el precio se pega al costo de obra.

El ladrillo envejece, el suelo no

Knoll, Schularick y Steger (2017) reconstruyeron los precios de las casas de catorce economías desde 1870. Los precios reales se quedaron quietos hasta mediados del siglo XX y se dispararon después — y el alza del precio de la tierra explica cerca de 80% de ese disparo desde la Segunda Guerra. Davis y Heathcote (2007), separando tierra y construcción en el parque habitacional estadounidense, llegaron al mismo lugar: la parte de la tierra creció, y es ella la que responde por la mayor parte de la volatilidad. El techo, el aire acondicionado y el piso tienen vida útil y cuenta de reposición; el suelo no tiene ninguna de las dos.

LA TIERRA NO ES EL 80% DE LA CASA

Los 80% de Knoll y colegas miden el **alza** de los precios desde 1945, no la parte del terreno en el valor de cada casa. Esa parte varía de pequeña, en el interior, a dominante, en la costa. Quien le dice al cliente que "la tierra es el 80% de la casa" repite un número que el estudio no midió.

El detalle viene de un trabajo de la agencia federal que regula el financiamiento de vivienda (FHFA), de 2019, con millones de avalúos por condado y código postal: en las grandes metrópolis, el precio de la tierra subió más rápido que el de la casa, y la parte del terreno creció; en las metrópolis más pequeñas, cayó. Homer Hoyt ya lo había visto en Chicago, en 1933: un siglo de terrenos subiendo con la ciudad, en ciclos, y el valor cambiando de lugar cuando cambia el transporte.

Donde la oferta se traba, la demanda se vuelve precio

Albert Saiz midió, en 2010, la elasticidad de la oferta de cada metrópoli estadounidense: cuánto responde la construcción cuando el precio sube. La vara es la geografía — agua, pantano y pendiente de más de 15% — sumada a la regulación. Miami quedó en primer lugar entre las grandes metrópolis como la menos elástica del país, con 0.60 y 76.6% del área imposible de urbanizar. Fort Lauderdale vino en tercer lugar, con 0.65. Tampa marcó 1.00, con 41.6% del área trabada. Orlando, 1.12, con 36.1%. El promedio estadounidense, ponderado por la población, es 1.75: Miami responde con cerca de un tercio de eso. Dentro de Florida, la vara sube de la costa sureste hacia el interior y el norte — West Palm Beach 0.83, Sarasota 0.92, Jacksonville 1.06.

Edward Glaeser y Joseph Gyourko (2003 y 2018) cierran la cuenta: en la mayor parte de Estados Unidos, el precio queda cerca del costo de construir, porque cuando sube demasiado alguien levanta otra casa al lado. El desfase solo dura donde no se puede construir. En 2005, con Raven Saks, mostraron que Manhattan costaba más del doble del costo de obra — y que la regla del uso del suelo explicaba la diferencia. En *La economía de los bienes raíces* conté el peso de la regulación en la casa nueva; aquí basta con la dirección: la asociación de constructores (NAHB) estimó, en junio de 2026, que la regulación responde por 26.4% del precio de una casa nueva.

Miami y Orlando, dos maneras de subir

El mismo choque de demanda produce dos historias. En Miami, rodeada de mar y de los Everglades, la familia que llega se disputa el terreno que existe, y el alza va al precio. En Orlando, plana y rodeada de lotes, la misma familia se convierte en obra: el constructor abre otra urbanización, y el precio vuelve a acercarse al costo. Miami sube más en las alzas y cae más en las caídas. Orlando crece en cantidad. Hoyt describió el reverso de esto en Chicago: en cada alza, se abrieron más lotes de los que la ciudad lograba ocupar, y el sobrante alargó las caídas.

Florida entera tiene 36 millones de acres. Según la Universidad de Florida, en 2024 solo 15% están urbanizados y 27% son áreas de conservación. En el escenario de expansión del estudio, el área urbanizada llega a 17.5% en 2040; y cerca de 1 millón de acres queda en riesgo con 25 centímetros de subida del mar. Tierra hay; tierra bien ubicada, cerca del empleo y del agua, no.

En Río, el mismo razonamiento explica Leblon: entre el mar, la laguna y el cerro, nadie fabrica otro. Tijuca tiene edificios parecidos

y suelo más fácil de repetir. Barra da Tijuca, con R$ 14,479 por metro cuadrado, y Recreio, su vecino, con R$ 7,850, muestran el mismo escalón dentro de la zona oeste. Una precaución brasileña: el FipeZap mide precio de anuncio, no de venta cerrada. Sirve para comparar barrios, no para valuar un apartamento.

Qué hace el agente con esto

Separar el suelo del ladrillo cambia la conversación en la captación y en la visita.

1. Separa terreno y construcción en la conversación. En Florida, el *property appraiser*, el tasador fiscal del condado, publica para cada propiedad el valor del terreno (*land value*) y el de la construcción (*building value*). Llévalos a la visita: cuando el terreno pesa mucho en el total, lo que el cliente compra es suelo escaso.

2. Clasifica el vecindario: oferta trabada o fácil. El agua, la reserva ambiental y la zonificación rígida traban; los lotes vacíos y la obra nueva indican oferta fácil, apreciación moderada y competencia de la casa nueva.

3. Explica por qué la casa vieja cercana vale más que la nueva lejana. La construcción se deprecia; el terreno bien ubicado es la parte que la historia muestra subiendo.

4. Vende lo que no se replica. En un vecindario trabado, la escasez es el argumento y la volatilidad es la advertencia. En un vecindario fácil, vende el costo mensual y lo que la casa nueva de al lado no tiene.

Ladrillo y suelo

El mismo aumento de demanda se vuelve precio donde no se construye y se vuelve obra donde construir es fácil.

OFERTA TRABADA	OFERTA FÁCIL
EJEMPLO Miami: elasticidad 0.60, la menor del país	**EJEMPLO** Orlando: elasticidad 1.12
ÁREA TRABADA 76.6% por agua, pantano o pendiente	**ÁREA TRABADA** 36.1%, con lotes y permisos
LLEGA DEMANDA Se vuelve precio: la tierra absorbe el alza	**LLEGA DEMANDA** Se vuelve obra: el precio vuelve al costo
QUÉ VENDER Escasez, con la advertencia de la volatilidad	**QUÉ VENDER** Costo mensual y lo que la casa nueva no tiene
R$ 28,751 el metro cuadrado anunciado en Leblon en agosto de 2026	**R$ 6,988** en Tijuca: el mismo ladrillo, cerca de una cuarta parte del precio

Cerca de **80% del alza desde 1945** vino de la tierra, no de la construcción.

SAIZ, 2010 · KNOLL, SCHULARICK Y STEGER, 2017 · FIPEZAP, AGOSTO DE 2026 (PRECIO DE ANUNCIO)

En *resumen*

01 Leblon **R$ 28,751/m²**, Tijuca R$ 6,988 (FipeZap, agosto de 2026): el mismo ladrillo, cuatro veces el precio.

02 La construcción **se deprecia** desde la entrega; el terreno bien ubicado es lo que sube.

03 Cerca de **80% del alza** desde la Segunda Guerra vino de la tierra, en 14 países (Knoll y colegas, 2017).

04 No es "la tierra es el **80% de la casa**": el estudio mide el alza, y la parte del terreno varía por región.

05 La tierra explica la mayor parte de la **volatilidad** (Davis y Heathcote, 2007; FHFA, 2019).

06 Hoyt (1933): en Chicago, el terreno subió **con la ciudad**, en ciclos, y cambió de lugar con el transporte.

07 **Miami 0.60**: la oferta menos elástica del país, con 76.6% del área imposible de urbanizar (Saiz, 2010).

08 **Orlando 1.12** y 36.1% trabado: la demanda se vuelve obra, y el precio queda cerca del costo.

09 Donde se construye, el precio **se pega al costo**; Manhattan pasó del doble de él (Glaeser, Gyourko y Saks, 2005).

10 En Florida, **15% urbanizado** y 27% en conservación: hay tierra, falta tierra bien ubicada.

11 Procedimiento: separa **terreno y construcción** con el *land value* del *property appraiser*.

12 Procedimiento: **clasifica el vecindario** como trabado o fácil y vende lo que no se replica.

> *El ladrillo envejece en todas partes; lo que sube es el suelo bien ubicado, donde no se puede hacer otro.*

CAPÍTULO TRES 03

Más casas *para la misma gente*

Divorcio, divorcio gris, vivir solo, vivir más años y migrar:
la familia se achica y la demanda se multiplica

Una pareja de Campinas compró conmigo una casa de cuatro habitaciones en Orlando. Algunos años después, los dos me buscaron, cada uno por su lado, con la separación ya decidida. Vendimos la casa de la familia. Ella compró un apartamento de dos habitaciones; él alquiló una casa pequeña cerca de la escuela de los hijos. Donde había un hogar, pasó a haber dos.

Esa es la tercera premisa. La población puede estancarse y la demanda de vivienda seguir subiendo: cada casa alberga menos gente. La pareja que se separa, el joven que vive solo, el mayor que se queda y el inmigrante que llega multiplican hogares.

El divorcio gris

En Estados Unidos, la tasa general de divorcio es baja y estable: 2.4 por 1,000 habitantes en 2023, según el CDC (dato provisional, sin cinco estados), junto a 6.1 matrimonios, y 14.2 por 1,000 mujeres casadas en 2024, según el centro de investigación de la familia de la Universidad Bowling Green. El cambio está en la edad. Brown y Lin (2022) midieron el divorcio después de los 50: 3.69 por 1,000 casados en 1970, 4.87 en 1990, 10.05 en 2010 y 9.64 en 2019. En 2019, quienes tenían 50 años o más ya eran 36% de todos los que se divorciaban; hasta 1990, menos de 8%. Después de los 65, la tasa subió de 1.79 a 5.60, el único grupo que sigue al alza.

¿Cuánta casa crea eso? Dieleman y Schouw (1989), en los Países Bajos, hicieron la cuenta: seis a siete años después, la demanda extra equivale a cerca de un tercio del número de divorcios. No es una casa entera por divorcio, porque hay nuevos matrimonios, regresos a la casa de los padres y gente que vuelve a vivir junta.

LA CUENTA DE UN TERCIO

Cien divorcios en un año generan, seis a siete años después, cerca de 33 viviendas más — según el estudio holandés, el único que encontré con esa medida. No encontré un estudio estadounidense reciente que rehaga la cuenta. Es poco por divorcio y mucho en conjunto: el divorcio gris ocurre con casa propia, patrimonio y, casi siempre, una venta.

En Brasil hubo 428,301 divorcios en 2024, 2.8% menos que en 2023, la primera caída desde 2020, después de tres años de alza. El año alto fue 2023, con 440,827; llamar a eso récord histórico exige una serie que nadie ha verificado, así que yo no lo llamo así. En cartório (notaría), 18.2%. El matrimonio duró 13.8 años en promedio, y 47.5% de los divorcios llegaron antes de los diez años. La vía del cartório existe desde 2007, y el divorcio directo, sin separación previa, desde 2010: separarse se volvió más sencillo, y cada separación es, ante todo, un cambio de dirección.

Vivir solo, casarse tarde, envejecer en casa

El Census, la oficina del censo estadounidense, contó en 2025 39.7 millones de hogares unipersonales: 29% del total, frente a 20% en 1975. Las parejas casadas cayeron de 66% a 47% de los hogares. La edad mediana del primer matrimonio fue 30.8 años en los hombres y 28.4 en las mujeres; en 1975, 23.5 y 21.1. Y el jefe de hogar

de 65 años o más pasó de uno de cada cinco a más de uno de cada cuatro. Por otro lado, 58% de los jóvenes de 18 a 24 años aún viven con sus padres: demanda que se formará cuando el ingreso alcance.

Envejecer, en Estados Unidos, es envejecer en casa. La AARP escuchó, en 2024, que 75% de los adultos de 50 años o más quieren seguir en su casa actual, y 73% en el mismo vecindario; entre 18 y 49 años, son 60% y 63%. En mi lectura, eso retiene inventario: la casa grande tarda más en volver al mercado.

Brasil va en el mismo sentido. Quienes vivían solos eran 12.2% de los hogares en el Censo 2010 y 18.9% en el de 2022; la PNAD de 2025 ya muestra 19.7%. Entre los jefes de hogar de 60 años o más, 28.7% viven solos; entre 25 y 39 años, la proporción pasó de 8.3% a 13.4%. Las personas de 60 años o más suman 16.6% de la población.

La migración, que puede dar la vuelta

Florida ganó 196,680 residentes en el año hasta julio de 2025. La migración internacional neta fue de 178,674, la mayor entre los estados; la doméstica, solo 22,517, frente a 310,892 en 2022. Hice la cuenta: 89% de la ganancia migratoria vino del exterior, y la migración desde otros estados cayó 92.8% en tres años. El Centro de Estudios de Vivienda de la Universidad Harvard (JCHS) prevé una nueva caída de 75% en la inmigración neta en 2026. La principal fuente de crecimiento del estado es la más expuesta a la política. Texas, que ganó 391,243 residentes en el mismo año, también dependió del exterior: 167,475 llegaron por migración internacional. Quien vende en Florida o en Texas vende, en buena parte, a quien acaba de llegar — y ese flujo puede encogerse de un año para otro.

Qué hace el agente con esto

Cada cambio de familia es un cambio de dirección. El agente que entiende eso atiende mejor y no depende de una sola ola.

1. Trata el divorcio como evento de vivienda, con discreción. Son dos productos: la venta de la casa de la pareja y dos compras menores. Atiende a quien te busca, con respeto; sin prospectar sobre el dolor.

2. Ten producto para quien vive solo. Dos habitaciones bien ubicadas y condominio pequeño. Muéstrale a todo cliente lo que pida, sin escoger comprador por estado civil o edad.

3. Entiende al comprador mayor de 50 que cambia de casa. La mayoría quiere quedarse; quien se muda tiene un motivo fuerte. Pregunta cuál es antes de mostrar la primera casa: el motivo decide el producto — casa de un piso, menor, más cerca de los suyos.

4. Lee la migración del condado todos los años. Las estimaciones de población del Census salen a principios de cada año, con la migración interna y la internacional por separado.

5. No apuestes a una sola fuente de demanda. La inmigración puede dar la vuelta en un año; el divorcio, el matrimonio tardío y el envejecimiento cambian despacio y en una sola dirección.

Una familia, dos casas

La población crece despacio, pero cada casa alberga menos gente: el divorcio después de los 50, vivir solo y la migración multiplican los hogares.

4.87 a 10.05
divorcios por 1,000 casados de 50 años o más, de 1990 a 2010 (EE. UU.)

36%
de quienes se divorcian en EE. UU. tenía 50 años o más en 2019

Hogares de una sola persona



89%
de la ganancia migratoria de Florida en 2025 vino del exterior

–92.8%
en la migración de otros estados hacia Florida, de 2022 a 2025

Cada divorcio genera, en promedio, **cerca de un tercio de casa más**.

BROWN Y LIN, 2022 · CENSUS, CPS/ASEC 2025 · IBGE, CENSO 2010 Y PNAD 2025 · DIELEMAN Y SCHOUW, 1989 · CENSUS, VINTAGE 2025

En *resumen*

01 La población puede detenerse y la demanda subir: **cada casa alberga menos gente**.

02 Divorcio en EE. UU.: **2.4 por 1,000 habitantes** (CDC, 2023) y 14.2 por 1,000 mujeres casadas (2024).

03 Después de los 50, la tasa pasó de **4.87 a 10.05** por 1,000 casados entre 1990 y 2010 (Brown y Lin, 2022).

04 En 2019, **36% de quienes se divorcian** tenía 50 años o más; después de los 65, la tasa todavía sube.

05 Cada divorcio genera **cerca de un tercio** de vivienda más, en seis a siete años (Dieleman y Schouw, 1989).

06 Brasil: **428,301 divorcios** en 2024, 2.8% menos que en 2023; 18.2% en cartório.

07 EE. UU.: **29% de los hogares** tienen una sola persona, frente a 20% en 1975; matrimonio a los 30.8 y 28.4 años.

08 **75% de los adultos de 50+** quieren quedarse en su casa actual (AARP, 2024): la casa grande vuelve despacio al mercado.

09 Brasil: vivir solo pasó de **12.2% a 19.7%** de los hogares; los de 60+ son 16.6% de la población.

10 Florida 2025: **89% de la ganancia migratoria** vino del exterior; se prevé que la inmigración caiga 75% en 2026 (JCHS).

11 Procedimiento: trata el divorcio como **evento de vivienda**, con discreción, y ten producto para quien vive solo.

12 Procedimiento: lee la **migración del condado** todos los años y no apuestes a una sola fuente de demanda.

> *La familia se achica y se divide, y cada pedazo necesita una dirección.*

CAPÍTULO CUATRO 04

Cincuenta años *de números*

Lo que dicen los índices públicos desde 1975 — el alza, las caídas, la recuperación y lo que es real y lo que es inflación

Un inversionista de Belo Horizonte abrió la reunión con una frase que había oído de otro agente: "Las propiedades en Estados Unidos se duplican cada diez años." Abrí la serie pública más larga del país y hicimos la cuenta juntos. Duplicar en diez años exige 7.2% al año. La casa estadounidense hizo 4.97% — y, descontada la inflación, 1.24%.

Ese número pequeño no desmiente la tesis de este libro; la sostiene. Cincuenta años de datos muestran un activo que sube más que la inflación, protege a quien vive en él y cae de vez en cuando, a veces mucho. Quien muestra las tres cosas vende mejor que quien muestra solo la primera.

La serie que empieza en 1975

El índice de la agencia federal que regula el financiamiento de vivienda (FHFA) sigue las ventas repetidas de la misma casa, lo que saca de la cuenta el cambio de casas pequeñas por grandes. Del primer trimestre de 1975 al segundo de 2026, subió 1,099%: el precio se multiplicó casi 12 veces, 4.97% al año. En el mismo período, la inflación al consumidor multiplicó los precios por 6.4. Descontada, queda una ganancia real de 88%, o 1.24% al año.

El promedio esconde décadas muy distintas. De 1975 a 1985, 7.59% al año nominal; de 1985 a 1995, 3.95%; de 1995 a 2005, 6.13%; de 2005

a 2015, 0.45%; de 2016 a 2026, 6.81%. Quien compró en 2005 esperó diez años casi sin ganancia. Quien compró en 2016 vivió la década excepcional — y de ella viene el "se duplica cada diez años", que en el promedio de medio siglo es duplicar cada 14 años, más o menos.

LA MEDIANA NO ES APRECIACIÓN

El precio mediano de las casas nuevas fue de US$ 17,800 en 1963 y de US$ 410,700 en 2026. Parece la apreciación de tu casa; no lo es. La casa nueva de hoy es más grande y mejor, y la mediana mezcla productos distintos. Y hasta ella cae: el pico fue de US$ 442,600 a fines de 2022, y en 2026 está 7.2% por debajo. Para hablar de la misma casa, usa un índice de ventas repetidas: FHFA o Case-Shiller.

El índice Case-Shiller de precios de casas, que empieza en 1987, cuenta la misma historia: 4.31% al año nominal y 1.44% real. El índice solo de compras de la FHFA, desde 1991, da 4.35% y 1.71%. La serie larga de Robert Shiller, que se remonta a 1890, es el recordatorio más honesto: de 1890 a 1997 la casa estadounidense ganó 0.14% al año por encima de la inflación. En *Irrational Exuberance*, él muestra que la ganancia real se concentra en pocos episodios, no en una rampa continua.

Las caídas, con fecha y tamaño

En cincuenta años, el índice nacional cayó solo cinco años, todos seguidos: de 2007 a 2011, con lo peor en 2008 (–7.2%). En el Case-Shiller, del pico de julio de 2006 al piso de febrero de 2012, la caída fue de 27.4% nominal y de 35.7% real. El precio nominal volvió al pico en 2017; el real, solo en 2021. Y la caída real no es pasado: en junio de 2026, el Case-Shiller completaba trece meses seguidos de caída real y estaba 3.8% bajo el pico real de mayo de 2022.

En Florida fue peor. El índice estatal de la FHFA cayó 44.7% de fines de 2006 a mediados de 2012 y solo recuperó el pico nominal en el primer trimestre de 2020, trece años después. En términos reales, cayó 51.5%, volvió al pico en 2022 y hoy está 3.9% por encima. Orlando cayó 48.5% y volvió al pico nominal en el tercer trimestre de 2020. En términos reales, la caída de Orlando fue de 54.5%, y en el segundo trimestre de 2026 el índice seguía 1.0% por debajo del pico real de 2006. Aun así, en el medio siglo completo, Florida hizo 5.05% al año nominal (1.32% real) y Orlando, desde 1978, 5.03% (1.50% real). Quien compró en el pico y vendió en 2012 perdió casi la mitad; quien esperó hasta 2020 empató en dólares y todavía perdía frente a la inflación.

Real, nominal y el alquiler que nadie suma

Si el precio rinde poco por encima de la inflación, ¿por qué la casa es buen negocio? Porque el dueño vive en ella. Jordà, Knoll, Kuvshinov, Schularick y Taylor (2019) sumaron apreciación y alquiler en 16 países, de 1870 a 2015: la vivienda rindió 7.05% al año real, contra 6.89% de las acciones, con menos de la mitad de la oscilación (desviación de 9.98% contra 21.94%). El número es bruto de costos y sin deuda, y buena parte de él es el alquiler recibido o ahorrado. No es “la casa sube 7% al año”.

En Brasil, el índice FipeZap, hecho con precios de anuncio, subió 289% de diciembre de 2008 a agosto de 2026, contra 164% del IPCA: ganancia real de 47.6%. Pero toda la ganancia vino de 2009 a 2014 (+89.7% real). De 2015 a 2025, la propiedad perdió 22.5% frente a la inflación — Río tuvo cinco años seguidos de caída nominal, de 2015 a 2019 —, y el índice de inmuebles del Banco Central (IVG-R), hecho con avalúos de financiamiento, estaba en junio de 2026 25.7% por

debajo del pico real de 2013. Son diseños distintos, con inflación y tasas distintas; la lección vale para los dos lados: sin descontar la inflación, el número engaña.

Qué hace el agente con esto

Los números largos son el mejor argumento de venta que existe, siempre que se presenten completos.

1. Muestra siempre nominal y real. "Casi 12 veces en 51 años" y "88% por encima de la inflación" son dos verdades; el cliente necesita las dos.

2. Usa un índice de ventas repetidas. FHFA y Case-Shiller miden la misma casa; la mediana de anuncios o de casa nueva mide la mezcla.

3. Muestra la caída antes de que el cliente pregunte. Orlando cayó 48.5% y tardó trece años en volver al pico nominal. Quien te oye decir eso te cree el resto.

4. Haz la cuenta de diez años con el promedio, no con la mejor década. Una casa de US$ 400 mil a 4.97% al año llega a cerca de US$ 650 mil nominales; a 1.24% real, a cerca de US$ 452 mil en dinero de hoy. Es cálculo, no pronóstico.

5. Nunca digas "se duplica cada diez años". Serían 7.2% al año; en el promedio desde 1975, el precio se duplica cada 14 años, más o menos.

Cincuenta años en una página

El índice de la FHFA de 1975 a 2026: cuánto se multiplicó el precio, cuánto de eso fue inflación, cuánto quedó de ganancia real, y las caídas que nadie muestra.

Cuántas veces se multiplicó el valor de 1975 hasta 2026



−44.7%
caída de Florida de 2006 a 2012; el pico nominal solo volvió en 2020

−48.5%
caída de Orlando; en 2026, todavía 1.0% por debajo del pico real de 2006

5 años
de caída nominal en el país en cinco décadas, todos de 2007 a 2011

0.14%
al año de ganancia real de 1890 a 1997, en la serie de Shiller

Sumando el alquiler que el dueño deja de pagar: **7.05% al año real** en 16 países, de 1870 a 2015.

FHFA, ÍNDICE DE TODAS LAS TRANSACCIONES, 1975 A 2026 · BLS, CPI · SHILLER, IRRATIONAL EXUBERANCE · JORDÀ Y COLEGAS, 2019 · CÁLCULO PROPIO

En *resumen*

01	FHFA, 1975 a 2026: **+1,099% nominal**, casi 12 veces, 4.97% al año.
02	Descontada la inflación (×6.4), **ganancia real de 88%**: 1.24% al año.
03	Décadas distintas: **0.45% al año** de 2005 a 2015; 6.81% de 2016 a 2026.
04	**Duplicar en diez años** exige 7.2% al año; el promedio de medio siglo duplica cada 14 años, más o menos.
05	**La mediana de casa nueva** mide la mezcla, no la apreciación de la misma casa.
06	Case-Shiller desde 1987: 4.31% nominal y **1.44% real**; Shiller, 1890 a 1997: 0.14% real.
07	Solo **cinco años de caída** nominal en el país, de 2007 a 2011; Case-Shiller −27.4% nominal y −35.7% real.
08	**Florida −44.7%** y Orlando −48.5% de 2006 a 2012; el pico nominal volvió solo en 2020.
09	Orlando sigue **1.0% por debajo del pico real** de 2006, aun con 1.50% real al año desde 1978.
10	Con el alquiler, **7.05% al año real** en 16 países (Jordà, 2019); sin costos y sin deuda.
11	Brasil: FipeZap **+47.6% real** desde 2008, todo en 2009–2014; −22.5% real de 2015 a 2025.
12	Procedimiento: **nominal y real** siempre, índice de ventas repetidas y la caída mostrada antes de la pregunta.

> *La casa vence a la inflación por poco, cae de vez en cuando y rinde de verdad porque el dueño vive en ella.*

CAPÍTULO CINCO 05

La profecía *que se cumple sola*

Cuando llega el dinero grande, atrae más dinero: anclas, desbordamiento y dónde esto falla

En febrero de 2020, un terreno de 1.02 acres en el Miami Worldcenter, en el centro de Miami, se vendió por US$ 26,781,000 — cerca de US$ 26 millones por acre. En marzo de 2026, un terreno de 0.7 acres en el mismo proyecto salió por US$ 88.8 millones: cerca de US$ 127 millones por acre. Nadie descubrió nada nuevo debajo de ese suelo. Cambió lo que había alrededor: miles de millones invertidos, torres entregadas, gente viviendo y trabajando allí.

Es la profecía que se cumple sola. Una inversión lo bastante grande cambia lo que el mercado espera de una zona; la expectativa atrae más capital; el capital construye la apreciación que se había previsto. Funciona cuando hay demanda privada detrás. Falla cuando es solo obra, o solo el deseo de quien vende.

El capital atrae capital, pero de cerca

El estudio más limpio es de Rossi-Hansberg, Sarte y Owens (2010). En Richmond, Virginia, la alcaldía concentró inversión en pocos vecindarios de 1999 a 2004. Los terrenos de alrededor subieron de 2% a 5% al año por encima de los vecindarios de control, y cada dólar invertido generó de US$ 2 a US$ 6 en valor de terreno. Pero el efecto caía a la mitad cada 300 metros, más o menos. El ancla mueve cuadras, no la ciudad. David Lindahl, en *Emerging Real Estate Markets* (2008), describe el paso siguiente, el efecto ola: cuando el

núcleo se encarece, la demanda se desborda hacia el anillo vecino, por los ejes de acceso, y pierde fuerza donde el trayecto se alarga.

El empleo es el ancla más fuerte. Enrico Moretti (2010) midió que cada empleo industrial nuevo en una ciudad crea 1.6 empleos en servicios locales; cada empleo calificado, 2.5; en alta tecnología, 4.9 — un número que él mismo considera poco preciso y que no se redondea a cinco. Greenstone, Hornbeck y Moretti (2010) compararon condados que ganaron una gran fábrica con los que quedaron en segundo lugar en la disputa: cinco años después, las fábricas que ya estaban en el ganador eran 12% más productivas. La gente que gana más se disputa las casas. En el libro *The New Geography of Jobs* (2012), Moretti advierte que el incentivo anunciado no basta: lo que cuenta es ver cómo se forma el conglomerado de empresas.

El contagio corre en los dos sentidos. Diamond y McQuade (2019) mostraron que un proyecto de vivienda subsidiada eleva 6.5% el precio de las casas cercanas en un vecindario de bajos ingresos y lo reduce 2.5% en uno de ingresos más altos. Campbell, Giglio y Pathak (2011) encontraron el reverso: una ejecución hipotecaria a 80 metros le quita cerca de 1% al precio de una casa. La misma inversión produce apreciación o depreciación según el punto de partida.

Cuando funciona

El centro de Florida es hijo de un ancla. Disney compró 27,400 acres en los años 1960, y en 1967 la legislatura creó el distrito de Reedy Creek, con poderes de condado. Medio siglo después, Lake Nona repite la receta con empleo antes que vivienda: facultad de medicina, hospitales, el centro nacional de la federación de tenis (USTA). No hay una serie pública de precios que mida el efecto; hay el diseño correcto.

En Brasil, el caso de manual es Alphaville. En 1973, la alcaldía de Barueri exigió industria antes que casas; el proyecto nació como centro empresarial, y HP llegó en 1975. Barra da Tijuca siguió un plan: el Plano Piloto de Lúcio Costa es de 1969, y la región pasó de 43,945 habitantes en 1980 a 300,823 en 2010. En Londres, Canary Wharf cobró impulso con la extensión de la línea Jubilee del metro, en 1999; las viviendas propias privadas en Tower Hamlets pasaron de menos de 2,500 en 1981 a cerca de 27,000 en 2011. En Nueva York, Hudson Yards es privado, pero tuvo casi US$ 6 mil millones de apoyo público, metro incluido.

Cuando falla

Porto Maravilha, en Río, es el contraejemplo brasileño. En 2011, un fondo de la Caixa con dinero del FGTS compró todos los títulos de potencial constructivo (CEPACs) de la región. El comprador fue un fondo público, no el mercado, y, según una auditoría del TCU (Tribunal de Cuentas de la Unión), menos de 17% de los CEPACs fueron revendidos. Infraestructura sin demanda privada no genera profecía. Kangbashi, en China, fue planeada para cientos de miles de habitantes y pasó años casi vacía, según reportajes.

The Villages muestra otra manera de fallar. Fue el área metropolitana que más creció en Estados Unidos entre 2022 y 2023 (+4.7% de población), y la reventa cayó por tercer año seguido, porque el desarrollador vende casa nueva al lado de quien quiere revender. Que la población crezca no garantiza que el precio suba cuando la oferta nueva no tiene fin. Y Detroit, que perdió 65% de su población de 1950 a 2020, muestra la profecía girando al revés cuando el empleo se va.

UN NÚMERO QUE NO EXISTE

Epic Universe y Brightline no tienen estudio del efecto sobre el precio del entorno. Cualquier porcentaje de "apreciación causada" por ellos es invención. Las matrices de Brightline, por cierto, se acogieron a la protección por quiebra (Chapter 11) el 25 de septiembre de 2026, con los trenes funcionando. Un anuncio grande no es prueba.

Qué hace el agente con esto

La profecía es real, pero tiene radio, dueño y fecha.

1. Mide la distancia al ancla. El efecto cae a la mitad cada 300 metros. La propiedad de la cuadra de al lado y la del otro lado de la avenida cuentan historias distintas.

2. Pregunta quién pone el dinero y quién compra después. El empleo privado y el comprador de mercado sostienen la profecía; un fondo público solo, no.

3. Separa el anuncio de la obra entregada. Lista lo que ya funciona, lo que está en obra y lo que solo está en el papel.

4. Desconfía del desarrollador que compite con su propia reventa. Donde hay lotes nuevos a la venta sin fin, la casa usada compite con la nueva.

5. Nunca des un número de apreciación para una obra sin estudio. Di lo que se sabe y lo que no se sabe.

Cuando la profecía se cumple — y cuando no

El mismo gesto, dinero grande en un lugar, da resultados opuestos según haya o no demanda privada detrás.

FUNCIONA	FALLA
RICHMOND Inversión en pocos vecindarios: terreno +2% a 5% al año	**PORTO MARAVILHA** Un fondo público compró los CEPACs; menos de 17% revendidos
ALPHAVILLE Empleo antes que vivienda: HP llegó en 1975	**KANGBASHI** Ciudad planeada que pasó años casi vacía
CANARY WHARF Cobró impulso cuando llegó el metro, en 1999	**THE VILLAGES** Mayor crecimiento del país y reventa en caída hace 3 años
WORLDCENTER Terreno de $26 millones a $127 millones por acre	**DETROIT** El empleo se fue: −65% de población desde 1950

El efecto del ancla **cae a la mitad cada 300 metros**: es de cuadra, no de ciudad.

ROSSI-HANSBERG, SARTE Y OWENS, 2010 · MIAMI WORLDCENTER, 2020 · THE REAL DEAL, 2026 · OBSERVATÓRIO DAS METRÓPOLES · CENSUS, 2024 · 24/7 WALL ST., 2026

En *resumen*

01	La profecía que se cumple sola: **la inversión cambia la expectativa**, la expectativa atrae capital, el capital hace el precio.
02	Miami Worldcenter: terreno de **$26 millones por acre** en 2020 y de $127 millones por acre en 2026.
03	Richmond (2010): terrenos **+2% a 5% al año** y de US$ 2 a US$ 6 por dólar invertido.
04	El efecto **cae a la mitad cada 300 metros**: el ancla mueve cuadras.
05	Moretti (2010): **1.6 empleos locales** por empleo industrial, 2.5 por calificado, 4.9 en alta tecnología.
06	Vivienda subsidiada: **+6.5% en vecindario pobre** y −2.5% en vecindario de ingresos más altos (Diamond y McQuade).
07	Disney, Reedy Creek y Lake Nona: **empleo antes que vivienda**, sin serie de precios que mida el efecto.
08	Alphaville nació empresarial; **Barra** pasó de 43,945 habitantes en 1980 a 300,823 en 2010.
09	Porto Maravilha: **menos de 17% de los CEPACs** revendidos; infraestructura sin demanda privada no basta.
10	The Villages: **mayor crecimiento del país** y reventa en caída, porque el desarrollador compite con ella.
11	Procedimiento: **mide la distancia al ancla** y pregunta quién pone el dinero y quién compra después.
12	Procedimiento: **separa el anuncio de la obra entregada** y nunca des número para Epic Universe ni Brightline.

> *El dinero grande atrae dinero grande cuando hay un comprador de verdad detrás; sin él, queda la obra.*

CAPÍTULO SEIS 06

El plan *antes de la obra*

Plan director, zonificación, estación y CEPAC: el precio se mueve con el anuncio, no con la inauguración

El 19 de agosto de 2025, la alcaldía de São Paulo subastó 94.8 mil títulos de la Operación Urbana Faria Lima y recaudó R$ 1.668 mil millones, la mayor de su tipo en la historia de la ciudad, sobre el récord anterior, de R$ 1.636 mil millones, en 2019. Nadie compró un apartamento ese día. Se compró el derecho a construir más — cerca de R$ 17.5 mil por título — donde el mercado apuesta a que habrá demanda. El futuro se pagó antes del primer ladrillo.

Los tasadores llaman a esto principio de anticipación: el valor de una propiedad es el valor presente de lo esperado. El manual del Appraisal Institute, *The Appraisal of Real Estate*, saca la consecuencia práctica: la zona se aprecia cuando el mercado empieza a creer en la mejora, no cuando esta llega. El plan público dice dónde va a crecer la ciudad. Quien lee el plan llega antes. David Lindahl, en *Emerging Real Estate Markets* (2008), lo llama camino del progreso: el eje por donde llegan carretera, hospital, comercio y sedes de empresas.

El terreno lo siente primero

Cuando cambia la regla, el primer precio que se mueve es el del suelo. En Chicago, Freemark (2020) estudió lotes que ganaron potencial constructivo cerca del transporte en 2013 y 2015: el precio de los lotes subió y, en el corto plazo, no salió ninguna obra adicional. En Auckland, Nueva Zelanda, el plan de 2016 amplió el

potencial de cerca de tres cuartas partes del suelo residencial y generó 21,808 permisos de vivienda más en cinco años, cerca de 4% del parque existente (Greenaway-McGrevy y Phillips, 2023). Primero el precio; después, a veces, la obra.

En el centro de Florida, el plan que anticipó la ciudad es Horizon West. El condado de Orange adoptó el concepto en 1995: cerca de 20,704 acres al oeste de Orlando, con 11,850 desarrollables, en villas rodeadas de áreas verdes. El papel dijo, 25 años antes, dónde iba a crecer la ciudad. Osceola hizo lo mismo en 2011 en el noreste, donde está Sunbridge, con derechos para unas 17 mil casas.

El plan también retrocede. Orange aprobó el Vision 2050, su plan de largo plazo, el 3 de junio de 2025; el 28 de julio, el estado lo declaró nulo por conflicto con una ley estatal, y el condado busca adecuarlo. Confirma la situación el día que uses el argumento.

La estación y la distancia

El transporte es el plan que más mueve el precio, y el que más exageración genera. El metaanálisis de Debrezion, Pels y Rietveld (2007) encontró una prima promedio de cerca de 4.2% para viviendas en la zona de la estación y de 16.4% para inmuebles comerciales. Otra revisión, de Mohammad, Graham, Melo y Anderson (2013), con 23 estudios, muestra que el efecto cambia con el tipo de riel, la distancia y el método, y señala sesgo de publicación. Rennert (2022) revisó más de 200 estudios: la prima va de levemente negativa a más de 40%, tiene su pico a unos 500 metros, cinco minutos a pie, y casi nunca pasa de 2 kilómetros.

El momento también está medido. En Londres, Comber y Arribas-Bel (2017) mostraron que los compradores empezaron a pagar por la cercanía de las futuras estaciones del Crossrail justo

después del anuncio, con la obra en curso. El SunRail, en Orlando, con estaciones anunciadas en 2007 e inauguradas en 2014, da las dos versiones. Un estudio para el departamento de transporte de Florida (FDOT, 2020) midió, en las áreas de las 16 estaciones, un alza de 62.8% en el valor por acre, 22.9% por encima de las áreas de control — con estaciones de +125.4% a −0.3%. Otro, de 2021, encontró lo contrario: las casas a menos de 1 milla de las estaciones se apreciaron menos que las de 1 a 2 millas.

Las señales de la calle ayudan, con cuidado. Glaeser, Kim y Luca (2018) encontraron que cada Starbucks adicional en un código postal (ZIP) se asociaba con 0.5% más en el precio de las casas: el comercio cambia antes que el precio, pero es indicador, no causa. La investigación de mercado de ATTOM (2019) vio un alza mayor en los ZIP con ALDI, Trader Joe's y Whole Foods; las tiendas, sin embargo, escogen vecindarios que ya están subiendo.

SÃO PAULO	FLORIDA CENTRAL
Plano Diretor de 2014, revisado en 2023	*Comprehensive plan* de cada condado
Ejes a 700 m de una estación y 400 m de un corredor	Área de plan especial, como Horizon West
CEPAC: subasta del derecho a construir	Cambio de zonificación lote por lote
Programa de metas y plan plurianual	Programa de obras de capital del condado
Revisión por ley municipal	Vision 2050 anulado por el estado en 2025
Faria Lima: R$ 1.668 mil millones en 2025	SunRail: de +125% a −0.3% por estación

En Brasil, el Plano Diretor (plan director) de São Paulo de 2014 concentró el mayor potencial constructivo en los ejes de transporte, y la revisión de 2023 amplió esos ejes a 700 metros de las estaciones y 400 metros de los corredores de autobuses. La Operación Água Espraiada, la de Berrini, recaudó del orden de R$ 3 mil millones con CEPACs entre 2004 y 2012. Cuando la subasta rompe el récord, el mercado está apostando por la zona, antes de la obra.

Qué hace el agente con esto

Quien lee el plan vende el futuro con documentos en la mano, no con promesas.

1. Lee el plan y el presupuesto de obras. En Florida, el *comprehensive plan* y el programa de obras de capital del condado; en Brasil, el plan director y el programa de metas. Una obra sin presupuesto es una intención.

2. Sigue los permisos de construcción. La encuesta mensual de permisos del Census (*Building Permits Survey*) muestra, por condado, dónde va a llegar la oferta.

3. Dibuja un radio de 500 metros alrededor de cada estación prevista. Es donde se concentra la prima; después de 1 a 2 kilómetros, desaparece.

4. Trata el anuncio como momento de comprar y la inauguración como momento de vender. El precio reacciona al anuncio; en la entrega, buena parte ya se pagó.

5. No prometas obra sin presupuesto ni apreciación sin estudio. Muestra el documento y deja que el cliente saque la conclusión.

Del papel al precio

Las cinco etapas de una mejora pública y en cuál de ellas suele reaccionar el precio: casi siempre antes de la inauguración.

1. **Plan**
   El condado o la alcaldía dice dónde va a crecer la ciudad: Horizon West en 1995, el Plano Diretor de São Paulo en 2014.
   EL TERRENO EMPIEZA
2. **Anuncio**
   Estación, empleador o zonificación anunciados. En el Crossrail, el comprador pagó aquí por la estación futura.
   EL PRECIO REACCIONA
3. **Permiso**
   Los permisos suben en el Census. En Chicago, el lote se apreció sin ninguna obra.
   TERRENO CARO
4. **Obra**
   En el SunRail, la fase de obra no tuvo un efecto significativo medido.
   POCA NOVEDAD
5. **Entrega**
   Buena parte ya se pagó. La prima queda a cerca de 500 metros y desaparece después de 1 a 2 kilómetros.
   MOMENTO DE VENDER

Estación de tren: **prima promedio de 4.2% en las casas**, con pico a 500 metros.

APPRAISAL INSTITUTE, 2020 · FREEMARK, 2020 · COMBER Y ARRIBAS-BEL, 2017 · FDOT, 2020 · DEBREZION, PELS Y RIETVELD, 2007 · RENNERT, 2022

En *resumen*

01 Faria Lima, agosto de 2025: **R$ 1.668 mil millones** por el derecho a construir, la mayor subasta de la ciudad.

02 **Principio de anticipación**: el valor es el presente de lo que se espera; la zona sube cuando el mercado cree.

03 Chicago (Freemark, 2020): el **lote subió sin obra** después de ganar potencial constructivo.

04 Auckland: el plan de 2016 generó **21,808 permisos** más en cinco años, cerca de 4% del parque existente.

05 **Horizon West**, 1995: 20,704 acres que dijeron 25 años antes dónde iba a crecer Orlando.

06 **Vision 2050** aprobado en junio de 2025 y anulado por el estado en julio: confirma la situación el día que lo uses.

07 Estación de tren: prima promedio de **4.2% en las casas** y 16.4% en el comercial (Debrezion, 2007).

08 La prima tiene su **pico a 500 metros** y casi nunca pasa de 2 kilómetros (Rennert, 2022).

09 **Crossrail**: el comprador pagó por la estación apenas se anunció, con la obra en curso.

10 **SunRail**: estaciones de +125.4% a −0.3%, y un estudio de 2021 con resultado contrario.

11 Procedimiento: **lee el plan y el presupuesto** de obras; sigue los permisos en el Census.

12 Procedimiento: **radio de 500 metros**, el anuncio como momento de comprar y nada de obra sin presupuesto.

> *El precio se mueve cuando el mercado empieza a creer en la mejora, y quien lee el plan llega antes.*

CAPÍTULO SIETE 07

Seguridad, *el piso de todo*

Sin seguridad pública ninguna otra fuerza funciona: lo que miden los estudios y lo que enseña Río

Entre 2009 y 2014, la propiedad residencial de Río de Janeiro subió 132% por encima de la inflación en el índice FipeZap. En los once años siguientes, perdió 44% en términos reales. La playa no cambió de lugar, el Leblon siguió en el Leblon. Cambiaron la economía del estado y la sensación de quien camina por la calle.

La seguridad es la infraestructura invisible de la apreciación. Donde existe, la escuela, la playa y la obra nueva se capitalizan en el precio. Donde falta, la mejor dirección del mundo se estanca. Y el mercado no reacciona a la estadística que nadie lee: reacciona a la información pública y al crimen que se ve.

Lo que miden los estudios

Linden y Rockoff (2008), en Carolina del Norte, midieron lo que ocurre cuando un agresor sexual registrado se muda a la calle: las casas a hasta 0.1 milla, unos 160 m, caen en promedio 4%; un poco más lejos, casi nada. Pope (2008) repitió el cálculo en Hillsborough, el condado de Tampa: −2.3%, unos US$ 3,500 por casa. Cuando el agresor se va, el precio vuelve de inmediato. El comprador paga por lo que muestra el registro público.

En el agregado, el efecto es grande. Pope y Pope (2012) analizaron unos 3,000 códigos postales urbanos: en los que tuvieron la mayor caída del crimen en los años 1990, las propiedades subieron entre 7%

y 19% más entre 1990 y 2000. Schwartz, Susin y Voicu (2003) atribuyeron a la caída del crimen cerca de un tercio de la apreciación real de Nueva York después de 1994.

No todo crimen pesa igual. Ihlanfeldt y Mayock (2010), en Miami-Dade, probaron siete tipos: solo el robo con violencia y la agresión agravada mueven el precio. Gibbons (2004), en Londres, encontró efecto del vandalismo y no del robo a domicilio: el grafiti funciona como señal de que el lugar está siendo abandonado. Y Ellen, Horn y Reed (2019), con microdatos del Censo de las cien mayores metrópolis estadounidenses, mostraron que la caída del crimen violento en la ciudad central trajo de vuelta a familias de ingresos altos y con título universitario, incluso a barrios de ingresos bajos. La seguridad es un detonante de gentrificación.

Sumando los estudios, el efecto típico queda entre 2% y 10% en el precio por cada cambio local de riesgo. Jane Jacobs, en 1961, ya explicaba el mecanismo sin regresión: la calle segura es la calle usada, con gente, comercios y ventanas que miran hacia la acera. Muro alto y fachada ciega vacían la calle y dejan el lugar inseguro incluso en zona rica. El comprador lo siente en la primera visita, antes de abrir cualquier mapa.

Río y São Paulo

El estudio brasileño más citado es el de Frischtak y Mandel (2012), de la Fed de Nueva York: la instalación de una Unidad de Policía Pacificadora (UPP) elevó entre 5% y 10% el precio de las propiedades cercanas, con mayor efecto en las más baratas, y redujo entre 10% y 20% los robos y entre 10% y 25% los homicidios en el barrio. El programa explica cerca de 15% del alza general de Río desde 2008. No duplicó el precio de nadie: el resto fue el ciclo.

El auge tuvo años de 39.6% (2010) y 34.9% (2011) nominales. Después vino la vuelta. De 2015 a 2019, Río tuvo cinco años seguidos de caída nominal; São Paulo nunca tuvo un año negativo en la serie. En el acumulado real de 2015 a 2025, São Paulo cayó 21% y Río, 44%. Sería deshonesto ponerlo todo en la cuenta de la violencia: la caída coincide con la crisis fiscal del estado, el fin del ciclo del petróleo y la vuelta de los enfrentamientos. Es correlación de período, no efecto aislado. En los doce meses hasta agosto de 2026, Río subió 5.12% contra 3.63% de São Paulo y 4.14% del IPCA-15: recuperación modesta, aún lejos del pico real.

El mapa ayuda a entender el peso. Según el estudio del GENI/UFF con datos de 2024, 34.9% de la población y 18.1% del área urbanizada habitada de la región metropolitana de Río están bajo control o influencia de grupos armados. Ese mapa no describe a quienes viven ahí — los residentes son los primeros en pagar la cuenta. Describe quién manda en la calle. En cambio, el estado de São Paulo registró 8.2 muertes violentas por cada 100 mil habitantes en 2025, la menor tasa del país.

Medellín, en Colombia, muestra que la vuelta es posible: pasó de más de 380 homicidios por cada 100 mil habitantes en 1991 a una fracción de eso, con teleférico, bibliotecas parque y urbanismo en las comunas pobres. Parte de la literatura atribuye la caída también a acuerdos entre grupos criminales. La recuperación existe; la receta no es simple.

LA FRASE QUE NO DEBES DECIR

"Este barrio es tranquilo." En Estados Unidos, la carta del departamento federal de vivienda (HUD) del 24 de abril de 2026 confirmó que hablar de datos de crimen no viola la ley federal de vivienda justa (*Fair Housing Act*). Pero la Asociación Nacional de Agentes (NAR) orienta: datos objetivos de terceros, iguales para todos los clientes, sin opinión ni rumor. Un comentario velado sobre el crimen ya sirvió de prueba de discriminación en un juicio.

Qué hace el agente con esto

La seguridad se vende con fuente, nunca con adjetivo.

1. Pasa las mismas fuentes a todos los clientes. Mapa de incidentes del *sheriff* del condado y el FBI Crime Data Explorer; en Brasil, ISP-RJ, SSP-SP y Fogo Cruzado. El cliente compara direcciones y saca la conclusión.

2. Mira la calle, no el barrio. El efecto medido es de 160 m, y en Estocolmo pesó más la distancia a un punto caliente de incidentes que la tasa del barrio (Ceccato y Wilhelmsson, 2011). En Río, la cercanía a un área dominada pesa por calle, no por barrio entero.

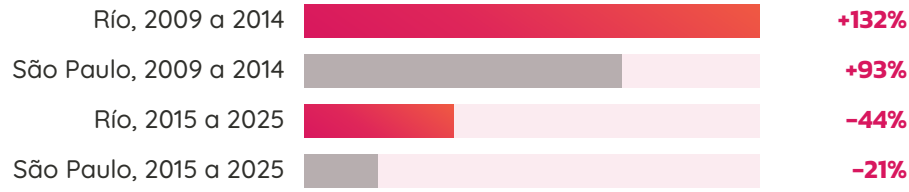
3. Trata el vandalismo y el abandono como señal temprana. Grafiti, lote descuidado y vitrina cerrada aparecen antes de la caída del precio. En Londres, un poco menos de vandalismo por área ya rendía 1% más en el precio promedio.

4. Conoce el registro público de agresores de Florida (FDLE). Aprende a consultarlo y confirma con tu *broker* responsable lo que la ley obliga a informar.

5. Habla el idioma de la Fair Housing. "Les doy este mismo material a todos mis clientes" resuelve casi toda conversación sobre seguridad.

Río y São Paulo, 2009–2025

Apreciación real de la propiedad residencial, descontado el IPCA, en el auge y en la década siguiente.



5% a 10%
de alza en el precio de las propiedades cercanas a una UPP instalada

34.9%
de la población metropolitana de Río bajo control o influencia de grupos armados en 2024

La caída de Río suma crisis fiscal, petróleo y violencia: **correlación de período, no efecto aislado**.

ÍNDICE FIPEZAP, AGOSTO DE 2026, CÁLCULO PROPIO · FRISCHTAK Y MANDEL, FED DE NUEVA YORK, 2012 · GENI/UFF, DATOS DE 2024

En *resumen*

01 Río, índice FipeZap: **+132% real** en 2009–2014 y −44% real en 2015–2025.

02 Agresor registrado en la calle: **−4% hasta 160 m** (Linden y Rockoff, 2008); más lejos, casi nada.

03 En Tampa, −2.3%, y el precio **vuelve de inmediato** cuando él se muda (Pope, 2008): pesa la información pública.

04 Mayor caída del crimen en los años 1990: **+7% a 19%** más en el precio entre 1990 y 2000 (Pope y Pope, 2012).

05 En Nueva York, la caída del crimen explica **cerca de un tercio** del alza real después de 1994.

06 **Robo con violencia y agresión** pesan en el precio en Miami-Dade; en Londres, el vandalismo funciona como señal.

07 UPP: **+5% a 10%** en las propiedades cercanas (Frischtak y Mandel, 2012); no duplicó el precio de nadie.

08 Río −44% contra São Paulo −21%: **correlación de período** con crisis fiscal, petróleo y violencia.

09 **34.9% de la población** metropolitana de Río bajo grupos armados (GENI/UFF, 2024); SP tiene la menor tasa de muertes.

10 Hablar de datos de crimen está permitido (HUD, 2026); **opinión y adjetivo sobre el barrio**, no.

11 Procedimiento: pasa **las mismas fuentes públicas** a todos los clientes y mira la calle, no el barrio.

12 Procedimiento: lee **vandalismo y abandono** como señal temprana y conoce el registro de la FDLE.

> *Sin seguridad pública, la playa, la escuela y la obra no se vuelven precio; el mercado reacciona a lo que es público y visible.*

CAPÍTULO OCHO 08

Comprar *el vecindario*

Quien compra casa compra el entorno: escuela, ingreso del barrio y la fuga hacia la calidad

Una clienta de Campinas me dijo, en la segunda visita a una casa en Orlando: "La cocina la remodelo. La calle, no." Resumió en una frase lo que los economistas llaman capitalización. El precio de la casa carga lo que hay alrededor: la escuela asignada a la dirección, los servicios, el ingreso promedio de los vecinos, la asociación de propietarios, el camino al trabajo.

Y la disputa por el entorno creció. Cada vez más gente paga por vivir en el lugar que considera mejor, y los barrios disputados se disputan más. Pero hay un mito pegado a esa idea, el de que el barrio caro protege en la crisis, y los números no lo confirman.

El precio carga el entorno

William Fischel, en *The Homevoter Hypothesis* (2001), describió la casa como una acción del municipio. Escuela, impuesto a la propiedad, seguridad y zonificación forman un paquete, y el comprador paga por él en el precio. Es la vieja hipótesis de Tiebout: se vota con los pies, eligiendo el municipio cuyo paquete conviene. Como la casa es el mayor activo de la familia y no se puede diversificar, el dueño se vuelve un votante atento y defiende su valor en el concejo. Sin seguro contra la depreciación del barrio, usa la zonificación: lote mínimo, veto a los edificios. El barrio consolidado sube por escasez, y la obra nueva se va a la periferia.

La escuela es el componente más estudiado. Sandra Black (1999) comparó casas a ambos lados de la frontera de zonificación escolar en Massachusetts, misma calle, escuelas distintas: los padres pagaron 2.5% más por 5% más en la nota promedio. Bayer, Ferreira y McMillan (2007), en la región de San Francisco, encontraron menos de 1% de efecto directo, pero una capitalización total 70% a 75% mayor por un multiplicador social: la escuela atrae vecinos de ingreso y escolaridad más altos, que empujan el precio otra vez. En Florida, Figlio y Lucas (2004) mostraron que la nota de A a F que otorga el estado tiene efecto propio en el precio, que disminuye con el tiempo porque la nota oscila mucho. En Nueva York, Schwartz, Susin y Voicu (2003) atribuyeron a la calidad de las escuelas públicas cerca de 20% de la apreciación después de 1994. En cambio, el folclor de que la escuela por sí sola agrega 20% a 30% al precio no tiene estudio: las grandes diferencias entre barrios mezclan escuela, ingreso, lote y ubicación.

¿Por qué pagan los padres? Chetty y Hendren (2018), con más de 5 millones de niños que se mudaron de condado, midieron que el resultado adulto del niño converge con el del nuevo barrio a razón de cerca de 4% por año de exposición. El comprador lo intuye.

La asociación (HOA) también entra en el precio. Clarke y Freedman (2019) encontraron casas en HOA valiendo al menos 4% más, unos US$ 13,500, que casas parecidas sin ella. Cheung y Meltzer (2014) midieron cerca de 7% en Florida, con un detalle: la prima cae con el tiempo, y las HOA grandes venden por menos.

Lo que dice el comprador y lo que hace la ciudad

En el *Profile of Home Buyers and Sellers* de la Asociación Nacional de Agentes de Bienes Raíces de Estados Unidos (NAR) de 2025, 59%

eligió el barrio por la calidad del barrio; 31% por estar cerca del trabajo, contra 52% en 2014; 14% por la calidad del distrito escolar. En la encuesta de preferencias de la NAR de 2023, el bajo nivel de crimen quedó en primer lugar para 41%, y 78% pagaría más por vivir en un lugar donde se puede hacer todo a pie.

El mapa acompaña. Según el estudio de Reardon y Bischoff, las familias estadounidenses que vivían en barrios ricos o pobres pasaron de 15% en 1970 a 34% en 2012; las de barrios de ingreso medio cayeron de 65% a 40%. El Pew Research Center encontró un aumento de la segregación por ingreso en 27 de las 30 mayores metrópolis. Reardon y Bischoff vinculan el movimiento con la desigualdad de ingresos. En mi lectura, es el motor de la fuga hacia la calidad: cuando el ingreso se separa en el mapa, el barrio disputado gana compradores con más dinero para disputarlo.

En Brasil, Flávio Villaça (*Espaço intra-urbano no Brasil*, 1998) mostró que la capa de ingresos altos se desplaza en un eje a partir del centro y arrastra comercio, oficinas e inversión pública. En São Paulo, rumbo al suroeste: Paulista, Faria Lima, Berrini. En Río, la zona sur y después Barra da Tijuca. Teresa Caldeira, en *Cidade de Muros* (2000), describió el otro lado: los enclaves fortificados. La prima de precio del condominio cerrado brasileño, ningún estudio publicado la midió. Quien cite un porcentaje está adivinando.

Caro no siempre cae menos

El índice Case-Shiller de precios de casas, por rango de precio, desmiente el mito. En Tampa, del pico de 2006–2007 al fondo de 2011–2012, el rango alto cayó 43% y el bajo, 63%: protección en la baja. Solo que el rango bajo subió 403% en la recuperación, contra 173% del alto. En Miami, el patrón no se repite: el rango medio cayó

66%, el alto 55% y el bajo 45%. El rango se define por el precio de la propiedad, no por el barrio, pero sirve: depende del mercado.

> **LA FRASE QUE NO DEBES REPETIR**
>
> "Una propiedad de alto nivel protege en la crisis." En Miami, el rango alto cayó más que el bajo. Dile al cliente lo que mostró el índice de su ciudad en 2006–2012, rango por rango.

Qué hace el agente con esto

El entorno se vende con hechos, iguales para todos los clientes, nunca con los adjetivos que prohíbe la ley de vivienda justa.

1. Usa la regla de la peor propiedad en el mejor barrio, con la cuenta. Según el principio de conformidad del Appraisal Institute, la propiedad es atraída hacia el promedio de la calle: la inferior sube con ella, la superior es arrastrada hacia abajo. Muestra las ventas cerradas comparables de la calle antes de remodelar.

2. Pasa los datos de escuela iguales para todos. Notas de A a F del Departamento de Educación de Florida (FLDOE), GreatSchools; en Brasil, QEdu con el IDEB. El cliente compara y decide. La carta del HUD de abril de 2026 confirma que hablar de datos de escuela está permitido; lo que no, es la opinión.

3. Verifica la escuela asignada a la dirección en el distrito. La zonificación escolar cambia; el anuncio puede estar desactualizado.

4. Mapea el eje de apreciación de tu ciudad. Hacia donde se mueve el ingreso alto, van con él el comercio y la obra pública (Villaça).

5. Vende el entorno con hechos. Minutos al trabajo, servicios a pie, valor y tamaño de la HOA.

Lo que paga el comprador al comprar el barrio

Escuela, asociación, calidad del entorno e ingreso de los vecinos entran en el precio; la protección en la crisis, no siempre.

+2.5%

en el precio por 5% más en la nota promedio de la escuela asignada (Massachusetts)

4% a 7%

de prima de la casa en HOA: al menos 4% en EE. UU., cerca de 7% en Florida

59%

de los compradores eligió el barrio por la calidad del barrio en 2025

15% a 34%

de las familias en barrios ricos o pobres, de 1970 a 2012

Crisis de 2006–2012: en Tampa el rango alto cayó 43%; en Miami, 55%, más que el bajo. **Caro no siempre cae menos.**

BLACK, 1999 · CLARKE Y FREEDMAN, 2019 · CHEUNG Y MELTZER, 2014 · NAR, 2025 · REARDON Y BISCHOFF · CASE-SHILLER POR RANGO, CÁLCULO PROPIO

En *resumen*

01 **Capitalización**: escuela, impuesto, seguridad y zonificación entran en el precio (Fischel, 2001).

02 Escuela: **+2.5% en el precio** por 5% más en la nota promedio (Black, 1999, frontera escolar).

03 Efecto directo menor que 1%, pero **multiplicador social** de 70% a 75% (Bayer, Ferreira y McMillan, 2007).

04 En Florida, la **nota de A a F** tiene efecto propio, que disminuye con el tiempo (Figlio y Lucas, 2004).

05 El barrio moldea al niño: **4% por año** de exposición (Chetty y Hendren, 2018).

06 HOA: **al menos 4%** en EE. UU. y cerca de 7% en Florida; una HOA más grande vende por menos.

07 NAR 2025: **59% elige por la calidad** del barrio; cerca del trabajo cayó de 52% a 31%.

08 Familias en barrios ricos o pobres: **de 15% a 34%** entre 1970 y 2012.

09 Villaça: el ingreso alto se mueve **en un eje** y arrastra comercio e inversión pública.

10 **Caro no siempre cae menos**: en Miami, el rango alto cayó 55% y el bajo, 45%.

11 Procedimiento: **peor propiedad en el mejor barrio**, con comparables de la calle; escuela verificada en el distrito.

12 Procedimiento: datos **iguales para todos** y entorno vendido con hechos, nunca con adjetivos.

> *El precio de la casa carga el entorno; quien vende el barrio vende con datos iguales para todos, nunca con adjetivos.*

CAPÍTULO NUEVE 09

La de 4 habitaciones *es la nueva de 3*

Home office, liquidez y la cuenta de la habitación extra: el producto que cambió la pandemia — y lo que confirman los números

"Hoy la de 4 habitaciones es la nueva de 3." Oigo la frase en reuniones de agentes, en lanzamientos, en conversaciones de captación. Siempre viene con un complemento: "el cliente paga unos US$ 200 más de cuota por el home office". La primera mitad tiene indicios fuertes a favor. La segunda no se sostiene cuando se hace la cuenta.

Después de 2020, el comprador quiere un cuarto para trabajar, incluso quien volvió a la oficina. Este capítulo separa el dato de la percepción de mercado y muestra la cuenta que el agente hace ante el cliente.

Lo que cambió el trabajo en casa

El trabajo en casa no se acabó; se asentó. Según WFH Research, cerca de 26% de los días de trabajo pagados en Estados Unidos, en julio de 2026, se hicieron desde casa. Entre los empleados de tiempo completo, de septiembre de 2025 a agosto de 2026, 12% eran totalmente remotos, 26% híbridos y 62% presenciales. Una minoría, pero una minoría que compra casa.

Y esa minoría movió el precio. Mondragon y Wieland, en la revisión de 2025 de su estudio, atribuyen al trabajo remoto más de la mitad del alza real de 18.9% de las casas estadounidenses de 2019 a 2023, con mayor alza en las casas más grandes. La primera versión hablaba de 23.8% nominal hasta 2021; no las mezcles. Gupta y colegas (2022) mostraron el aplanamiento de la curva: el precio cayó en el centro de las ciudades y subió lejos de él, con mayor efecto donde había más trabajo en casa, más regulación y una oferta menos elástica. Stanton y Tiwari (2021) ya habían medido, antes de la pandemia, que las familias con un trabajador remoto gastaban más de 7% adicional de su ingreso en vivienda, sobre todo en cuartos.

El deseo aparece en las encuestas. En la de la asociación de constructores (NAHB) de 2024, 66% quiere exactamente un home office y 13% dos o más: 79% quiere al menos uno. El tamaño preferido es el mediano, de 9 a 14 m². En la Generación Z, 90% quiere el cuarto; entre los *baby boomers*, 75%. Zillow, en 2022, asoció la mención del home office en el anuncio con 1.6% más en el precio de venta. Es correlación de anuncio, en período de pico.

Lo que confirman los números

No existe una estadística pública de que la de 4 habitaciones se venda más rápido que la de 3. Redfin, Zillow y Realtor.com publican días en el mercado por rango de precio, no por habitaciones. “La de 4 habitaciones es la nueva de 3” es percepción de mercado. La casa típica comprada en Estados Unidos todavía tiene 3 habitaciones, según el *Profile of Home Buyers and Sellers* de la Asociación Nacional de Agentes de Bienes Raíces de Estados Unidos (NAR) de 2025; quien tiene hijos menores compra, en la mediana, 4, y 93% de ellos llevó 3 o más. La casa típica tiene cerca de 177 m² y 2 baños.

Lo que existe apunta en la misma dirección. En Orlando, según el valor típico de Zillow, de diciembre de 2019 a agosto de 2026, la de 2 habitaciones subió 37.9%, la de 3 habitaciones 47.9%, la de 4 habitaciones 50.9% y la de 5 o más 54.5%. En el promedio del país, no hay diferencia clara por habitaciones. Y nadie es inmune al ciclo: de agosto de 2025 a agosto de 2026, todos los rangos de Orlando cayeron, la de 3 habitaciones 1.9% y la de 4 habitaciones 1.1%, un poco menos. Y la oferta nueva va en sentido contrario: la de 4 habitaciones fue 31.7% de las casas unifamiliares iniciadas en 2025, la menor proporción desde 2010 y la cuarta caída seguida; la de 3 habitaciones se quedó con 46.5%. Sumando 4 y 5 o más, la proporción varía por región: de 28.1% en Nueva Inglaterra y el centro-norte a 49.3% en el centro-sur, que incluye Texas. Demanda firme y oferta que se encoge es la receta de la escasez, si dura.

LA CUENTA DE LOS US$ 200

En agosto de 2026, el valor típico en Orlando era US$ 353,257 en la de 3 habitaciones y US$ 475,745 en la de 4: US$ 122,488 más. Con 20% de pago inicial a 6.3%, la cuota de capital e intereses sube US$ 607; con 10% a 7%, US$ 734. ¿Por qué? La comparación no es una habitación más: es una casa más grande, en otro lote. Con la misma cuenta, US$ 200 al mes financian solo US$ 33 mil a 40 mil más de precio. Impuestos y seguro también suben con el valor.

Y en Brasil

En Brasil el trabajo volvió a la oficina más rápido. En la encuesta Tendências de Moradia de DataZAP de 2024, lo presencial subió de 52% a 69% en un año, pero 59% de quienes pueden trabajar en casa quiere un espacio propio para eso. La propiedad ideal declarada tiene de 61 a 90 m², 2 a 3 habitaciones, y 65% prefiere la usada.

El lanzamiento fue en la otra dirección. En São Paulo, el área promedio de los lanzamientos de 2024 fue de 44 m², y el inventario de estudios de hasta 30 m² creció 71% en doce meses hasta junio de 2026: 10.9 mil unidades, cerca de 12 meses de venta, contra 5 un año antes. En el país, el área promedio de las unidades vendidas llegó a 63.3 m² en el primer semestre de 2026, después de encogerse cerca de 28% de 2016 a 2025 (Senior Index). Lo demasiado compacto pierde liquidez. La tercera habitación, o el escritorio, es el equivalente brasileño de la casa de 4 habitaciones estadounidense.

Qué hace el agente con esto

El cuarto extra vende; la frase hecha, no. Cámbiala por la cuenta.

1. En el anuncio, describe el cuarto de trabajo. Tamaño, ventana, puerta, tomacorrientes. Zillow asoció la mención con 1.6% más en el precio; es correlación, no promesa.

2. En la captación, evalúa si un cuarto puede convertirse en habitación legal. Confirma en el código de construcción municipal qué cuenta como habitación. Y no dividas un cuarto que pierde área: la habitación por división no suma lo que una con área nueva.

3. Muestra la cuenta de la cuota con la tasa del día. El 24 de septiembre de 2026, la tasa promedio semanal de la hipoteca a treinta años, medida por Freddie Mac, era 7.03%. Suma impuestos y seguro, que en Florida suben con el valor. Después ayuda a encontrar la de 4 habitaciones que sí cabe: más pequeña, más antigua, más lejos, o la de 3 con un escritorio de verdad.

4. Para el inversionista en Orlando, prefiere 3 y 4 habitaciones. Es el producto que compra la mayoría, y la de 4 habitaciones subió más que la de 3 desde 2019. Sin garantía de que continúe.

5. No vendas "la de 4 habitaciones es la nueva de 3" como estadística. Di que es una lectura de mercado y muestra los indicios.

Cuánto subió cada casa en Orlando

Valor típico por número de habitaciones en el área metropolitana de Orlando, de diciembre de 2019 a agosto de 2026.



79%
de los compradores quiere al menos un home office (NAHB, 2024)

31.7%
de las casas iniciadas en 2025 tenía 4 habitaciones, la menor proporción desde 2010

Del valor típico de 3 al de 4 habitaciones: **$607 a $734 más de cuota**, no $200.

ZILLOW, ÍNDICE DE VALOR TÍPICO POR HABITACIONES, CÁLCULO PROPIO · NAHB, 2026 · CÁLCULO DE LA CUOTA: SOLO CAPITAL E INTERESES, 30 AÑOS

En *resumen*

01 Cerca de **26% de los días de trabajo** en EE. UU. se hacen en casa; 12% son totalmente remotos.

02 El trabajo remoto explica **más de la mitad** del alza real de 18.9% de 2019–2023 (Mondragon y Wieland).

03 Los remotos ya gastaban **7% más** de su ingreso en vivienda antes de la pandemia (Stanton y Tiwari).

04 **79% quiere al menos un** home office (NAHB, 2024); en el anuncio, +1.6% asociado (Zillow, 2022).

05 **No hay estadística** de que la de 4 habitaciones se venda más rápido: la frase es percepción de mercado.

06 Orlando, 2019–2026: 2 habitaciones +37.9%, 3 +47.9%, **4 +50.9%** y 5 o más +54.5%.

07 4 habitaciones en las casas nuevas: **31.7% en 2025**, la menor proporción desde 2010.

08 De 3 a 4 habitaciones en Orlando: **US$ 607 a 734** más de cuota, solo capital e intereses.

09 US$ 200 al mes pagan **US$ 33 mil a 40 mil** de precio adicional, no una casa más grande.

10 Brasil: lo presencial llegó a 69%, pero **59% quiere espacio propio**; estudios en SP con inventario +71%.

11 Procedimiento: **describe el cuarto de trabajo** y revisa si un cuarto puede ser habitación legal.

12 Procedimiento: **muestra la cuenta** con la tasa del día y nunca vendas la frase como estadística.

> *La habitación extra tiene demanda y poca oferta nueva; lo que no se sostiene es la frase hecha sobre la cuota.*

CAPÍTULO DIEZ 10

Escasez *diseñada*

Condominios más pequeños, más exclusivos y menos populares: por qué lo raro sube y lo igual se estanca

Un inversionista de Belo Horizonte me pidió que vendiera su apartamento en un condominio de cientos de unidades en Orlando. Abrí el MLS, la base de datos cooperativa de anuncios de los agentes, y encontré la misma planta, en el mismo edificio, anunciada por otros vendedores. Ningún comprador iba a elegir su unidad por la vista o por los acabados. Iba a elegir la más barata.

Esa es la lección más simple del libro: lo que es poco y mucha gente quiere sube; lo que se repite compite consigo mismo. Un condominio pequeño, con un producto que no se encuentra en la calle de atrás, crea escasez. Un condominio de masa, con cientos de unidades iguales, convierte a cada vecino en un competidor a la hora de la reventa.

Lo raro sube, lo igual compite

La escasez puede venir de la geografía, de la regla o del diseño. Glaeser, Gyourko y Saks (2005) mostraron que los apartamentos de Manhattan valían más del doble de su costo de construcción, y que la restricción al uso del suelo es la explicación natural de la diferencia. Donde no se puede hacer otro igual, la demanda se vuelve precio.

El diseño hace lo mismo a menor escala. Un edificio de pocas unidades, una planta que no se repite, un lote que el vecino no tiene:

todo eso reduce el número de competidores directos. Lo contrario también vale. En The Villages, el área metropolitana que más creció en Estados Unidos entre 2022 y 2023 (+4.7% de población), el valor de reventa cayó por tercer año seguido, y la explicación señalada es la competencia del propio desarrollador, que sigue lanzando casas nuevas. En el condado de Sumter, usado como medida, la caída de 2026 llegaba a 4.4% hasta agosto. Quien compra ahí elige entre la reventa y la casa nueva del mismo desarrollador. Que la población crezca no salva la reventa cuando la oferta igual no se acaba.

Lo que miden los estudios de asociaciones

No existe un estudio que mida directamente que "el condominio pequeño se valoriza más". Existen indicios. Clarke y Freedman (2019) encontraron que las casas dentro de una asociación de propietarios (HOA) valen al menos 4% más que casas parecidas fuera de ella, unos US$ 13,500, y que la prima es mayor donde la regulación del uso del suelo es más rígida. Casi 60% de las casas unifamiliares recientes, y 80% de las de urbanizaciones nuevas, ya están en una HOA: tener asociación dejó de ser un diferencial.

Cheung y Meltzer (2014) estudiaron Florida: prima de cerca de 7% para propiedades en HOA, mayor justo después de que se forma la asociación y menor con el tiempo. Y un hallazgo que interesa a este capítulo: las HOA más grandes venden por menos. Es el argumento más cercano que ofrece la investigación a favor del condominio más pequeño. Bible y Hsieh (2001) midieron una prima para comunidades cerradas en una sola área metropolitana, en los años 1990; sirve como dirección, no como regla actual.

La Florida de 2025 y 2026 como laboratorio

En 2025, según Florida Realtors, el estado vendió 88,793 condominios y townhouses (−5.9%), con mediana de US$ 310,000 (−4.7%) y 8.8 meses de inventario. Las casas unifamiliares tuvieron 255,012 ventas (+0.9%) y 4.6 meses de inventario. En julio de 2026, el condominio seguía con 7.8 meses y mediana estancada en US$ 295,000; la casa, con 4.5 meses y mediana 3.7% mayor.

Según el valor típico de Zillow, el condominio de Tampa está 24.3% por debajo del pico de octubre de 2022, y el de Orlando, 17.3% por debajo del pico de enero de 2024. En el país, solo 2.1%. Redfin, en julio de 2025, contaba cerca de 80% más vendedores que compradores de condominios en Estados Unidos. Las leyes SB 4-D (2022) y SB 154 (2023), que exigen inspección estructural a los 30 años en edificios de tres pisos o más y un estudio de reserva estructural (SIRS) sin dispensa, sumaron costos a los edificios antiguos. Ningún estudio aísla su efecto; la caída mezcla cuota de HOA, seguro, tasas de interés y exceso de condominios parecidos a la venta.

En Brasil, según relatos del sector, el condominio club de hasta 15 torres se encogió a 2 o 3, por falta de terreno. Si se aprecia más o menos, nadie lo midió. Lo que se mide es lo igual estancándose: el inventario de estudios de hasta 30 m² en São Paulo subió 71% en doce meses hasta junio de 2026, a cerca de 12 meses de venta. En 2025, la ciudad lanzó 139.7 mil unidades (+34%) y vendió 113 mil (+9%), según Secovi-SP. Cuando la oferta de un producto igual crece más rápido que la venta, quien necesita revender compite con el lanzamiento.

DOS FRASES QUE NO DEBES USAR

"El condominio club se valoriza más" no tiene estudio; es una frase de folleto. Y "condominio exclusivo" en el anuncio puede sonar a exclusión de personas, lo que prohíbe la ley federal de vivienda justa (*Fair Housing Act*). La exclusividad, aquí, es de producto: pocas unidades, una planta que no se repite.

Qué hace el agente con esto

En la captación y en la compra, la pregunta útil es cuántas propiedades iguales compiten por el mismo comprador.

1. Cuenta los competidores directos. Cuántas unidades con la misma planta están a la venta en el edificio y en el barrio, y cuántas más va a lanzar el desarrollador. Ese número pesa más que los acabados.

2. Lee el inventario en meses por tipo. El condominio y la casa viven mercados distintos en Florida: 7.8 contra 4.5 meses en julio de 2026. Nunca uses el promedio del condado.

3. Antes de vender un condominio, pide la documentación. Inspección estructural, SIRS, reserva y cuotas extraordinarias previstas. El comprador la va a pedir; es mejor saberlo antes de fijar el precio.

4. Prefiere el producto con pocos competidores. Para el inversionista que piensa en la reventa, la planta rara en un edificio pequeño sale del mercado antes que la planta repetida en un edificio grande.

5. En la captación, vende lo que es raro. Lote de esquina, vista que el vecino no tiene, edificio de pocas unidades. Describe el hecho, sin adjetivos sobre quien vive ahí.

Lo raro y lo igual

Pocas unidades y un producto distinto reducen la competencia en la reventa; cientos de unidades iguales compiten por el mismo comprador.

ESCASEZ DISEÑADA	PRODUCTO DE MASA
OFERTA Pocas unidades, planta que no se repite	**OFERTA** Cientos de unidades iguales en el mismo edificio
ASOCIACIÓN HOA menor: vende por más en Florida	**ASOCIACIÓN** HOA mayor: vende por menos
REVENTA Pocos competidores directos	**REVENTA** Compite con el vecino y con el lanzamiento
QUÉ VENDER Lo que nadie al lado tiene	**QUÉ VENDER** Precio, y solo precio
8.8 meses de inventario de condominios en Florida en 2025, contra 4.6 meses de las casas	**−17.3%** valor típico del condominio en Orlando, del pico de enero de 2024 a agosto de 2026

Prima de HOA en Florida: **cerca de 7%, menor en las asociaciones grandes.**

FLORIDA REALTORS, 2025 Y JULIO DE 2026 · ZILLOW ZHVI DE CONDOMINIOS, CÁLCULO PROPIO, AGOSTO DE 2026 · CHEUNG Y MELTZER, 2014 · CLARKE Y FREEDMAN, 2019

En *resumen*

01	La escasez viene de la **geografía, la regla o el diseño** del producto.
02	Manhattan valía **más del doble del costo** de construir, por la regla (Glaeser, Gyourko y Saks, 2005).
03	En The Villages la población creció y la reventa cayó **tres años seguidos**: el desarrollador compite con ella.
04	No hay estudio directo del condominio pequeño; hay **indicios** en las investigaciones de asociaciones.
05	Una casa en HOA vale **al menos 4% más**, unos US$ 13,500 (Clarke y Freedman, 2019).
06	En Florida, prima de **cerca de 7%**, que cae con el tiempo; **las HOA más grandes venden por menos** (Cheung y Meltzer).
07	Condominio en Florida en 2025: **8.8 meses de inventario**, contra 4.6 de las casas (Florida Realtors).
08	Condominio bajo el pico: **Tampa −24.3%, Orlando −17.3%**, país −2.1% (Zillow, agosto de 2026).
09	SB 4-D y SB 154 sumaron costos; **ningún estudio aísla** el efecto de las leyes en la caída.
10	En Brasil, **condominio club sin prima medida**; estudios en SP con inventario +71% en doce meses.
11	Procedimiento: **cuenta los competidores directos** y lee el inventario en meses por tipo de propiedad.
12	Procedimiento: pide la **documentación del condominio** antes de fijar el precio y vende lo que es raro, sin adjetivos sobre las personas.

> *Lo que es poco y mucha gente quiere sube; lo que se repite compite consigo mismo en la reventa.*

CAPÍTULO ONCE 11

El deseo *tiene precio*

Pertenencia, estatus, identidad y seguridad: la capa psicológica que separa el precio del costo

Una pareja de São Paulo se detuvo entre dos casas casi iguales en Winter Park, una a cada lado de la avenida, y me preguntó por qué una costaba tanto más. Misma planta, lote parecido. La diferencia estaba en la dirección que ellos podrían decirles a sus amigos.

El valor de una propiedad tiene tres capas. La funcional, lo que la casa ofrece: cuartos, lote, estado. La económica, lo que la región sostiene: ingreso, empleo, infraestructura, tierra escasa. La psicológica, lo que el lugar significa: pertenencia, estatus, identidad, seguridad, futuro. Ilustración, no dato: la casa que cuesta US$ 600 mil construir vale US$ 1 millón porque el suelo escasea, y US$ 2 millones porque muchos quieren decir que viven ahí.

> *La apreciación empieza cuando hay más gente que desea un lugar que oportunidades para poseerlo.*

La economía explica la escasez; la psicología, el deseo. Aquí aclaro siempre si el efecto se midió en precio de casas o solo en laboratorio.

Estatus, pertenencia y el vecino

Thorstein Veblen llamó consumo conspicuo, en 1899, al gasto hecho para ser visto. Fred Hirsch (1976) llamó posicionales a los bienes que

valen porque pocos los tienen, como la vista o la dirección. El mercado lo mide. Zahirovic-Herbert y Chatterjee (2011) encontraron compradores estadounidenses pagando 4.2% más cuando el nombre del desarrollo lleva *country*, y 5.1% por *country club*; la prima se reduce en las recesiones. En Sídney, una casa en una calle de nombre raro se vende 1.6% más cara (Agarwal, Hu y Lee, 2022). Precio medido, un estudio cada uno: hallazgo, no regla.

La pertenencia es el deseo de decir "yo vivo aquí": el comprador quiere ese código postal, no una casa cualquiera. El tribalismo es la versión colectiva, la identidad con un estilo de vida — el barrio del bote, del golf, de la bicicleta, de la casa histórica. Se trata del lugar y de lo que se hace en él, nunca de quién vive ahí.

La comparación social cobra su precio. Bellet (2024), con 3 millones de casas suburbanas, mostró que el dueño que ve casas enormes levantándose en su camino está menos satisfecho con la suya, la valora menos y toma más deuda para mudarse. Y el lujo tiene ciclo: en el índice de la consultora Knight Frank, Palm Beach subió 90.5% y Miami 67.1% en cinco años, y ambas cayeron en 2025.

Prueba social, narrativa y familiaridad

En la duda, las personas imitan, escribió Robert Cialdini en *Influence*. En las propiedades, esto se ha medido. Bailey, Cao, Kuchler y Stroebel (2018) vincularon amistades de Facebook con ventas en Los Ángeles: cuando los amigos lejanos vieron un alza 5 p.p. mayor, la persona compró una propiedad 1.6% más grande y pagó 2.3% más por la misma casa. El "mi amigo compró ahí y se valorizó" cambia quién compra y cuánto paga.

La narrativa hace lo mismo a escala de ciudad. Robert Shiller (*Narrative Economics*, 2019) muestra historias que se esparcen como

epidemia, y “la próxima zona que va a explotar” es una de ellas. Soo (2018) midió el tono de las noticias locales sobre propiedades en 34 ciudades estadounidenses: el ánimo de los medios anticipó los precios en casi dos años. El precio también es expectativa colectiva.

La familiaridad nace de la repetición. Es el efecto de mera exposición: Bornstein (1989), revisando cerca de 208 experimentos, encontró que volver a ver aumenta la simpatía. El efecto halo también, en el que un rasgo bonito contamina el resto (Nisbett y Wilson, 1977). Ambos son de laboratorio; nadie midió cuánto agrega al precio un letrero repetido.

El halo medido en precio viene de anclas concretas, la memoria colectiva y la reputación del lugar. En Inglaterra, las casas en áreas de conservación histórica valen de 8.5% a 9.5% más, y cerca de obras de Frank Lloyd Wright, hasta 8.5% (Ahlfeldt, Holman y Wendland, 2012). La mala reputación también pesa: en Hong Kong, una muerte violenta resta 20% al precio de la unidad, sin recuperación en el período (Bhattacharya, Huang y Nielsen, 2021). La nostalgia vende el barrio antiguo, sin estudio que mida su precio.

Seguridad, territorio y futuro

La propiedad se toca, y eso tranquiliza. Para Adelino, Schoar y Severino (2018), 71% de las familias estadounidenses ve la casa como una inversión segura; en la revisión de Kuchler, Piazzesi y Stroebel, 66% contra 18% de las acciones. Malmendier y Steiny Wellsjo (2024), en 20 países europeos, mostraron que quien vivió más inflación tiene más probabilidad de ser propietario. El brasileño que vivió los años 1980 lo entiende sin gráfico. En el Datafolha de 2025, 93% de los inquilinos sueña con la casa propia; en la Quaest de septiembre de 2026, es el mayor sueño de 19%.

Falta el territorio — mi casa, mi patio, mis reglas — y la aspiración: se compra la versión futura de uno mismo, el cuarto del hijo que vendrá, el porche de la jubilación. La percepción de seguridad física se trata con datos públicos (capítulo 7), y el eje del ingreso alto, con Villaça (capítulo 8).

> **LA PERTENENCIA ES AL LUGAR, NO A LAS PERSONAS**
>
> "Gente como tú" o "vecindario de tu perfil" describen a los residentes y pueden ser *steering*, dirigir al cliente a un barrio por una característica protegida, lo que prohíbe la ley federal de vivienda justa (*Fair Housing Act*). Describe el lugar: la marina, el centro histórico, la ciclovía.

Qué hace el agente con esto

El deseo tiene precio. El agente honesto muestra su origen.

1. Vende la identidad del lugar con hechos. Historia de la calle, declaratoria patrimonial, nombre, anclas que se ven. El adjetivo no sostiene el precio.

2. Construye familiaridad con presencia. Contenido sobre el barrio, letreros, datos de ventas, siempre. Quien aparece se vuelve referencia.

3. En la captación, cuenta la historia de la propiedad. Quién la diseñó, cuándo se formó la calle, qué cambió alrededor.

4. Separa, con el comprador, la casa del deseo. Muestra cuánto del precio es costo y suelo y cuánto, dirección. Decide informado.

5. Cuidado con el estatus que se vuelve deuda. La casa más grande del vecino no es una meta (Bellet, 2024). La cuota que cabe viene antes que el código postal.

Las tres capas del precio

La misma propiedad sumada capa por capa: lo que ofrece, lo que la región sostiene y lo que el lugar significa. Los valores son ilustración, no dato.

Funcional: $600,000
Habitaciones, lote y estado: el costo de construir

Económica: $1 millón
Ingreso, empleo, infraestructura y el suelo que no se fabrica

Psicológica: $2 millones
Pertenencia, estatus, identidad y seguridad: mucha gente quiere decir que vive ahí

+5.1%
por el nombre “country club” en el desarrollo (EE. UU., precio medido)

+2.3%
pagados por la misma casa cuando los amigos vieron un alza mayor (Los Ángeles)

La apreciación empieza cuando **hay más gente que desea un lugar que propiedades disponibles ahí**.

ILUSTRACIÓN DE LA AUTORA · ZAHIROVIC-HERBERT Y CHATTERJEE, 2011 · BAILEY, CAO, KUCHLER Y STROEBEL, 2018

En *resumen*

01	El valor tiene **tres capas**: funcional, económica y psicológica.
02	Los bienes posicionales valen **porque pocos los tienen** (Veblen, 1899; Hirsch, 1976).
03	Un nombre con "country" rinde **4.2%**, "country club" 5.1% (EE. UU.); calle de nombre raro, 1.6% (Sídney).
04	Pertenencia y tribalismo son **del lugar y del estilo de vida**, nunca de quien vive ahí.
05	La casa grande del vecino **baja la satisfacción y empuja la deuda** (Bellet, 2024).
06	Amigos con mayor alza: la persona **paga 2.3% más** por la misma casa (Bailey y colegas, 2018).
07	El tono de los medios locales **anticipó los precios** en casi dos años (Soo, 2018).
08	Mera exposición y halo son **de laboratorio**: explican, pero no dan porcentaje.
09	Patrimonio histórico: **8.5% a 9.5%** en Inglaterra; estigma: –20% en Hong Kong.
10	**71% de los estadounidenses** ve la casa como inversión segura; 93% de los inquilinos brasileños sueña con ella.
11	Procedimiento: **vende el lugar con hechos** y construye familiaridad con presencia constante.
12	Procedimiento: separa **casa y deseo** con el comprador y no dejes que el estatus se vuelva deuda.

> *La economía explica la escasez; la psicología explica por qué tanta gente quiere estar en ese lugar.*

CAPÍTULO DOCE 12

La multitud *y el miedo a quedarse fuera*

Manada, FOMO, anclas, aversión a la pérdida y escasez percibida: cómo el deseo acelera el alza — y cómo se vuelve burbuja

En abril de 2021, según la encuesta de confianza de la Asociación Nacional de Agentes de Bienes Raíces de Estados Unidos (NAR), cada casa vendida recibió en promedio cinco ofertas, y el tiempo típico de venta bajó a 17 días, contra 27 un año antes. Vi a un comprador hacer una oferta por video, sin pisar la casa, por miedo a perder la sexta seguida.

El capítulo anterior mostró por qué las personas desean un lugar. Este muestra lo que pasa cuando muchas lo desean al mismo tiempo. Los compradores se miran unos a otros, extrapolan el alza reciente y temen quedarse fuera; los dueños apegados retienen la oferta. El ciclo acelera la apreciación — y a veces la lleva más allá del punto razonable.

La manada y el miedo a quedarse fuera

El efecto manada es simple: más compradores vuelven más atractivo el lugar, lo que trae más compradores. Case, Shiller y Thompson (2012) preguntaron a los compradores de 2004 cuánto esperaban de alza por año en la década siguiente: de 10.4% a 17.4%, según la ciudad, y solo 3% esperaba precio estable o en caída. Glaeser y

Nathanson (2017) mostraron que esa extrapolación reproduce el diseño de los precios: impulso en un año, reversión en cinco.

El alza de cerca contamina la visión del conjunto. Kuchler y Zafar (2019) midieron que cada punto de alza en el propio código postal en el año anterior hace que la persona espere 0.1 p.p. más en los precios de todo el país. Y el ánimo se calienta antes que el precio: el tono de las noticias sobre propiedades llegó al pico en 2004, dos años antes del pico de los precios, a mediados de 2006 (Soo, 2018).

El miedo a quedarse fuera (FOMO, por sus siglas en inglés) lo definieron Przybylski y colegas (2013) como la aprensión de que los demás estén viviendo algo bueno de lo que tú estás ausente. Nadie midió el FOMO en el precio de las propiedades. El pariente más cercano está en las subastas: la rivalidad, la prisa y el público elevan las pujas (Ku, Malhotra y Murnighan, 2005), y unas vacas de fibra de vidrio de una exposición en Chicago se vendieron por casi 7 veces la estimación.

Es la profecía autocumplida del capítulo 5, ahora movida por la expectativa. Río vivió los dos lados: +132% por encima de la inflación de 2009 a 2014 y −44% reales en los once años siguientes (capítulo 7). La expectativa, sin embargo, se corrige con datos: en un experimento, Armona, Fuster y Zafar (2019) mostraron que exhibir la serie de precios cambia la expectativa y, con ella, el comportamiento.

Las anclas y el dueño que retiene

El anclaje se midió en agentes. Northcraft y Neale (1987) dieron a agentes de Tucson la misma casa con distintos precios de lista: el avalúo promedio fue de US$ 114,204 con la lista baja y de US$ 128,754 con la alta. Solo 19% admitió haber usado el precio de lista. Cuando

el mercado sube, las anclas cambian: el precio anterior y el barrio vecino se vuelven regla, y cada venta nueva la mueve. Pero anunciar alto no compra precio: listar 10% a 20% por encima de los comparables eleva el precio final en solo 0.05% a 0.07% (Bucchianeri y Minson, 2013).

Del lado del dueño, dos fuerzas retienen la oferta. La aversión a la pérdida: Genesove y Mayer (2001), en condominios de Boston, vieron que el dueño en pérdida nominal pedía de 25% a 35% de la pérdida por encima y tardaba mucho más en vender; en Dinamarca, la pérdida pesa cerca de 2.5 veces la ganancia, y las ventas se amontonan en el precio pagado (Andersen y colegas, 2022). Con más controles, el efecto baja, pero permanece (Ross y Zhou, 2021). Y el efecto dotación: el dueño ve la historia de la casa. Goodman e Ittner (1992) encontraron dueños sobrestimando el valor en 6%; el efecto IKEA, sobrevalorar lo que se hizo con las propias manos, es de laboratorio. Llegan menos casas al mercado, y eso sostiene el precio de la región.

Escasez de verdad y escasez fabricada

En 1975, Worchel y colegas sirvieron galletas idénticas en frascos con dos o con diez: las escasas parecieron mejores, sobre todo cuando la falta venía de la demanda de los demás. Pero el efecto promedio de la escasez es pequeño (Lynn, 1991), y el metaanálisis de Barton y colegas (2022), con 416 efectos, encontró que el plazo pesa más en compras de alto involucramiento — en la intención de compra, no en el precio. La exclusividad que vale es la del capítulo 10: pocas unidades, planta que no se repite.

La retroalimentación cierra el ciclo: el precio alto se vuelve señal de calidad y atrae a quien paga más. En laboratorio, el precio cambia

la calidad percibida (Rao y Monroe, 1989), pero el efecto es más débil en bienes duraderos y con un comprador que compara (Völckner y Hofmann, 2007). Quien decide el final es la oferta: donde se construye rápido, las burbujas son menores y más cortas (Glaeser, Gyourko y Saiz, 2008).

"ÚLTIMAS UNIDADES" QUE NO LO SON

La FTC trata la escasez y la urgencia falsas como práctica engañosa (2022). En Florida, la FDUTPA y la regla 61J2-10.025 de la comisión que regula a los agentes (FREC) prohíben el anuncio engañoso, y la NAR exige "a true picture". En Brasil, el Código de Defensa del Consumidor (CDC, arts. 37 y 67) castiga la publicidad engañosa con detención, y el COFECI prohíbe anunciar de forma capciosa.

Qué hace el agente con esto

La multitud mueve el precio. El agente muestra qué es demanda y qué es eco.

1. Muestra datos, no euforia. Inventario en meses, ventas cerradas, la serie de cinco años con las caídas. "Todo el mundo está comprando" no es un argumento.

2. Separa la escasez verdadera de la fabricada. Informa inventario y plazo reales. Nunca digas "últimas unidades" si no lo son.

3. Ancla en comparables cerrados. El precio de anuncio es el deseo del vendedor; la venta cerrada es el mercado.

4. Con el dueño apegado, usa la CMA y el reloj. Muestra el análisis comparativo de mercado (CMA) y pregúntale cuánto tiempo acepta esperar por el precio que siente.

5. En la euforia, recuerda el horizonte. Muestra las caídas de los capítulos 4 y 14 antes de la firma, no después.

El ciclo del deseo

Cómo el alza alimenta su propia alza, y qué interrumpe el ciclo: una oferta que responde rápido y un dato que corrige la expectativa.

1. **El precio sube**
   El alza reciente se vuelve expectativa de alza futura.
2. **Noticia y conversación**
   Los medios locales y los amigos esparcen la historia.
3. **Más compradores**
   El miedo a quedarse fuera apresura la oferta.
4. **Los dueños retienen**
   La aversión a la pérdida y el apego sacan casas del mercado.
5. **El inventario cae**
   Menos casas, más disputa: el precio sube otra vez.

5 ofertas
en promedio por casa vendida en EE. UU. en abril de 2021

3%
de los compradores de 2004 esperaba precio estable o en caída

La escasez de verdad es información. **La escasez fabricada es publicidad engañosa**, en EE. UU. y en Brasil.

NAR, REALTORS CONFIDENCE INDEX, ABRIL DE 2021 · CASE, SHILLER Y THOMPSON, 2012 · GLAESER, GYOURKO Y SAIZ, 2008 · FTC, 2022 · CÓDIGO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR (CDC), ARTS. 37 Y 67

En *resumen*

01	**Manada**: más compradores vuelven más atractivo el lugar y traen más compradores.
02	En 2004, los compradores esperaban **10.4% a 17.4% al año** por diez años; solo 3% preveía estabilidad o caída.
03	La extrapolación genera **impulso en un año y reversión en cinco** (Glaeser y Nathanson, 2017).
04	**FOMO** tiene definición (Przybylski, 2013), pero ningún estudio lo mide en el precio de las propiedades.
05	Río: **+132% real** de 2009 a 2014 y −44% en los once años siguientes.
06	Mostrar la serie de precios **corrige la expectativa** (Armona, Fuster y Zafar, 2019).
07	Ancla: la misma casa avaluada en **US$ 114,204 o US$ 128,754** según el precio de lista.
08	Aversión a la pérdida: el dueño en pérdida **pide 25% a 35% de la pérdida por encima** (Genesove y Mayer, 2001).
09	Dotación: los dueños **sobrestiman en 6%**; llegan menos casas al mercado.
10	La escasez tiene **efecto promedio pequeño**, y la fabricada es ilegal en EE. UU. y en Brasil.
11	Procedimiento: **datos, no euforia**, y escasez solo la verdadera.
12	Procedimiento: **comparables cerrados**, CMA con el dueño apegado y las caídas mostradas antes de la firma.

> *La multitud acelera el alza; el agente honesto muestra qué es demanda de verdad y qué es eco.*

CAPÍTULO TRECE 13

Los detalles *que mueven el precio*

Hospital, escuela, esquina, fondo hacia el área verde, árboles, avión y techo: lo que mide el tasador y el agente olvida

Dos casas iguales, la misma planta, el mismo condominio cerca de Kissimmee. Una estaba al fondo, frente al bosque, y se vendió en tres semanas. La otra estaba en la entrada, con el portón al lado y la fila de carros en la puerta, y esperó meses por una oferta menor.

En un mismo barrio, el precio cambia según lo que hay cerca, en la puerta, al fondo y en el cielo. Son efectos de 2% a 8% cada uno — pequeños en el discurso, grandes en la cuenta —, y casi todos se comprueban con una visita y un mapa. Algunos son folclore; los separo.

Lo que está cerca

> **EL NÚMERO QUE NO EXISTE**
>
> "A menos de diez minutos de un gran hospital, la propiedad se valoriza hasta 4% más." Lo busqué en estudios, portales e informes de mercado. No hay fuente para ese número. No lo repitas.

Lo que existe es otra cosa: cerca, pero no pegado. Peng y Chiang (2015), en Taipéi, vieron que el comprador no paga de más ni a menos de 500 metros del hospital, donde pesan la sirena y el

tránsito, ni más allá de 2 km. La prima aparece en el medio. Los autores sugieren incluso una franja de parque entre el hospital y las casas. En Estados Unidos, un estudio de la Universidad de California en Riverside (2019), por código postal, halló precios más altos cerca de hospitales grandes y más bajos cerca de hospitales pequeños.

La necesidad sí es real. Nicholl y colegas (2007), en Inglaterra, midieron cerca de un punto más de mortalidad en las emergencias por cada 10 km hasta el hospital. Jena y colegas (2017) usaron días de maratón: con la ambulancia 4.4 minutos más lenta, la mortalidad a 30 días de ancianos con infarto subió de 24.9% a 28.2%. Por eso ancianos y enfermos crónicos piden un hospital cerca. Y en la encuesta de la Asociación Nacional de Agentes de Bienes Raíces de Estados Unidos (NAR) de 2025, 19% de los compradores citaron servicios de salud cercanos; sobre los 70 años, entre 35% y 40%.

En Florida, el estado califica las escuelas de A a F. Figlio y Lucas (2004), en Gainesville, lo midieron: una A en lugar de B sumó US$ 9,179 al precio, cerca de 7%, efecto que disminuye con el tiempo porque la nota oscila. Desde 2023, todo alumno puede recibir una beca para estudiar fuera de la escuela pública; en 2025–26, más de 525 mil. Los estudios de elección entre distritos (Reback, 2005; Brunner, Cho y Reback, 2012) muestran que, si la familia estudia fuera de su zona, la prima de la zona buena se reduce, y tarda años. En Florida nadie lo midió; la nota sigue pública y el comprador la lee. En Brasil, el hospital de referencia y la escuela privada también son ancla, sin estudio numérico. El capítulo 8 trata del vecindario.

Lo que está en la puerta

La esquina no es un defecto; la esquina de avenida sí. Filippova y Rehm (2009), con 7,919 ventas en Auckland, hallaron que la esquina

de calle local es igual al medio de la cuadra, y que la esquina frente a una avenida es 6.5% más barata; quedar protegido de la avenida valía cerca de 8%. Larsen (2012), en Ohio, midió −8.1% para la casa frente a una calle de mucho tráfico y −2.1% cada vez que el volumen se duplica. Larsen y Blair (2014) lo confirmaron: −7.8% para la casa frente a una avenida. Es menos privacidad, los faros de los autos en la ventana y el comprador que pasa en carro y no se detiene. El mismo tramo favorece al edificio de alquiler, +13.75%: lo que es malo para vivir es bueno para alquilar y para el comercio.

La casa en la entrada del condominio, por donde pasan todos los carros todo el día, no tiene estudio propio. El más cercano es el de tráfico, y dice descuento. En mi experiencia, además, tarda más en venderse; eso es percepción de mercado, no medición.

Lo que hay al fondo, en las copas y en el cielo

Crompton (2005), revisando decenas de estudios, propone hasta 20% más para la propiedad con frente o fondo hacia un parque pasivo, de bosque y poco movimiento, con efecto fuerte hasta 150–180 metros. Un parque con cancha y estacionamiento genera menos apreciación en el vecino pegado. El lago y el golf apuntan igual, pero los números que circulan no se han comprobado. Las constructoras cobran ese plus como *lot premium* (sobreprecio del lote). En São Paulo, el área verde subía el alquiler (Hermann y Haddad, 2005).

Los árboles en la acera sumaron US$ 8,870 al precio en Portland, 3.0%, y quitaron 1.7 días al tiempo de venta (Donovan y Butry, 2010). En Minnesota, diez puntos más de copa cerca de la casa valieron +0.48%. Es el único ítem de esta lista que el dueño puede plantar. El avión resta: un estudio del NBER de 2025, con cambios de ruta de la FAA, midió −0.6% a −1.0% por decibel. Vale bajo las rutas de Orlando,

Sanford y Miami. En Brasil, Congonhas y Guarulhos tienen el mismo problema, pero solo hay relatos de mercado, sin estudio.

El techo no tiene estudio de precio, pero decide el negocio. Según la ley de Florida (627.7011), la aseguradora no puede negarse solo por la edad a asegurar un techo de menos de 15 años. Citizens, la aseguradora estatal, exige comprobante de reemplazo del *shingle*, la teja asfáltica, a partir de 25 años, e inspección de cuatro puntos en casas de más de 20. Sin seguro, no hay financiamiento (capítulo 14). En Brasil, las aseguradoras no hacen esa exigencia.

También hay mitos al revés: vecinos temidos que cuestan poco o nada. En Miami-Dade, la casa con fosa séptica se vendió con una prima de 3.1%; la torre de celular visible costó 1.82% en Kentucky, no el 15% a 21% que circula. El riesgo de la fosa es un costo futuro: según la ley estatal de 2023, cuando llega la red de alcantarillado, el dueño tiene un año para conectarse.

Qué hace el agente con esto

El detalle se comprueba antes de discutir el precio.

1. Recorre puerta, fondo, cielo, techo. Siempre en ese orden.

2. Mide el tráfico. Conteo del FDOT y una visita en hora pico.

3. Consulta el mapa de ruido del aeropuerto. Antes de mostrar, no después de la oferta.

4. Dales los mismos datos a todos. Nota de la escuela asignada a la dirección (FLDOE) y minutos hasta la sala de emergencias. El cliente decide el peso, nunca tú por su edad, salud o familia.

5. Pide la edad del techo y una cotización de seguro antes de la oferta. Al captar la propiedad, ponle precio al lote, no solo a la casa.

Los detalles, en números

Dos propiedades iguales en el mismo barrio valen distinto según lo que hay cerca, en la puerta, al fondo y en el cielo.

−8.1%
casa frente a una calle de mucho tráfico (Ohio)

+7%
escuela con nota A en lugar de B, en Florida; efecto que disminuye

+3%
árboles en la acera, y 1.7 días menos en el mercado (Portland)

hasta +20%
fondo hacia un parque de bosque y poco movimiento

−0.6% a −1%
por cada decibel de ruido de avión

Cerca
pero no pegado: nada de más a menos de 500 m del hospital ni más allá de 2 km

Techo viejo en Florida: **sin seguro, sin financiamiento**.

LARSEN, 2012 · FIGLIO Y LUCAS, 2004 · DONOVAN Y BUTRY, 2010 · CROMPTON, 2005 · NBER, 2025 · PENG Y CHIANG, 2015 · CITIZENS, 2026

En *resumen*

01 Hospital: el "**hasta 4% más a menos de 10 minutos**" no tiene fuente; no lo repitas.

02 Los estudios dicen **cerca, pero no pegado**: en Taipéi, nada de más a menos de 500 m ni más allá de 2 km.

03 La necesidad es real: ambulancia 4.4 min más lenta, **mortalidad de 24.9% a 28.2%** (Jena, 2017).

04 Los servicios de salud cercanos pesan para **35% a 40%** de los compradores mayores de 70 años (NAR, 2025).

05 Florida: escuela **A en lugar de B = US$ 9,179**, cerca de 7%, efecto que disminuye (Figlio y Lucas).

06 Becas para **más de 525 mil alumnos**: la elección tiende a reducir la prima de la zona; nadie lo ha medido todavía.

07 **La esquina de calle local no pierde**; la esquina de avenida, −6.5% (Auckland).

08 Frente a una calle transitada: **−8.1%**, y −2.1% cada vez que el tráfico se duplica (Larsen, 2012).

09 Fondo hacia un parque pasivo: **hasta +20%**; árboles en la acera, +3% y 1.7 días menos.

10 Avión: **−0.6% a −1% por decibel**; un techo viejo en Florida traba el seguro y el financiamiento.

11 Procedimiento: **puerta, fondo, cielo, techo** en toda visita, con tráfico y mapa de ruido.

12 Procedimiento: **los mismos datos para todos** sobre escuela y hospital; el cliente elige.

> *Dos propiedades iguales valen distinto según lo que hay en la puerta, al fondo y en el cielo, y casi todo se comprueba en una visita.*

CAPÍTULO CATORCE 14

Lo que *frena* la apreciación

Inundaciones, seguro, exceso de oferta, pérdida de empleo y los casos en que el precio cayó y no volvió

"Pero la propiedad siempre se recupera, ¿no?" Un cliente me lo preguntó frente a una casa en Orlando. La respuesta honesta tiene dos partes. Según el índice de la agencia federal que regula el financiamiento de vivienda (FHFA), Orlando cayó 48.5% entre 2007 y 2012 y solo recuperó el pico nominal en 2020. Descontada la inflación, en el segundo trimestre de 2026 seguía 1.0% bajo el pico de 2006. Veinte años después, aún no empata. Florida entera cayó 44.7% de 2006 a 2012 y tardó trece años en volver al pico nominal.

Toda fuerza de este libro tiene un reverso. El riesgo climático que el precio aún no muestra, el seguro caro, la oferta excesiva, el empleador que se va, el ruido y el abandono frenan o derrumban el precio. El agente que conoce los frenos no asusta al cliente: defiende mejor el precio de las propiedades que no los tienen.

Agua, mar y seguro

Bernstein, Gustafson y Lewis (2019) compararon casas a la misma distancia de la playa: las expuestas a la elevación del mar se venden cerca de 7% por debajo de las demás. El descuento es de 4% incluso para propiedades que solo se inundarían dentro de casi un siglo, y creció con el tiempo. El alquiler no muestra ningún descuento: quien paga el riesgo es el dueño, no el inquilino.

Keys y Mulder (2020) encontraron la señal que llega antes. En el litoral de Florida, de 2013 a 2018, el número de ventas en las áreas más expuestas cayó entre 16% y 20% en relación con las menos expuestas, mientras los precios todavía subían juntos. Después, de 2018 a 2020, el precio relativo cayó cerca de 5% desde el pico. El volumen cae antes que el precio, como en el techo de otras burbujas. Y la cuenta pendiente es grande: Gourevitch y colegas (2023) estiman que las propiedades en áreas de riesgo de inundación en Estados Unidos están sobrevaloradas en US$ 121 a 237 mil millones, más de US$ 50 mil millones solo en Florida. Son 14.6 millones de propiedades con un riesgo anual de inundación de 1% o más, y las familias de bajos ingresos pueden perder hasta 10% del valor.

DOS NÚMEROS PARA EL MISMO SEGURO

El regulador de seguros de Florida (OIR) mostró una prima promedio de US$ 3,815 al año para el seguro de vivienda con cobertura de viento a fines de 2025, cerca de 6% más que el año anterior. Insurify publicó US$ 8,292 para 2025. Los dos están en lo cierto: el primero es el promedio de las pólizas; el segundo, una cotización simulada de un perfil estándar. Cita siempre la definición y pide una cotización real de la dirección.

Hay alivio: Citizens, la aseguradora estatal, anunció una rebaja promedio de tarifas para 2026. Es dirección, no número: compruébalo con el regulador antes de usarlo con un cliente.

El impuesto también pesa. El tope de 3% al año en el valor catastral (*Save Our Homes*), que en 2025 fue de 2.9%, limita el avalúo, no el impuesto, y vale solo para quien tiene la exención de residencia principal (*homestead*); el inversionista no tiene tope, y el comprador nuevo no hereda el del vendedor.

Oferta excesiva y empleo que se va

Austin es la lección más reciente. Después de una ola de construcción que la puso entre las primeras del país en permisos por habitante, el valor típico de Zillow cayó de US$ 571,023 en junio de 2022 a US$ 417,977 en agosto de 2026: −26.8%. Los condos, −28.4%. La demanda existía; la oferta llegó más rápido.

El vecino indeseado también tiene precio. Currie, Davis, Greenstone y Walker (2015) estudiaron 1,600 fábricas contaminantes: las casas a menos de 1.6 km pierden 1.5% cuando la fábrica abre y ganan 1.5% cuando cierra. Las líneas de transmisión de alta tensión, en la revisión de Headwaters Economics, tienen un efecto pequeño o nulo y, cuando lo hay, de 2% a 9%, que se diluye con el tiempo y la distancia. El ruido de una autopista descuenta una fracción de punto por decibel.

Cuando el empleador se va, todo cae junto. Detroit tenía 1.85 millones de habitantes en 1950 y 639 mil en 2020: −65%. El Banco de Italia documentó lo mismo a menor escala con el cierre de la fábrica de Fiat en Termini Imerese, en Sicilia: el empleo, la población, el ingreso y el precio de las propiedades cayeron juntos.

Cuando el precio no vuelve

Japón es el caso que desmonta el “siempre se recupera”: los terrenos comerciales de las seis ciudades más grandes alcanzaron su pico en 1991 y cayeron más de la mitad en los años siguientes. En China, las estimaciones privadas hablan de decenas de millones de viviendas vacías; no hay cifra oficial.

Brasil tiene su versión. Río, como vimos en el capítulo 7, perdió 44% en términos reales de 2015 a 2025 en el índice FipeZap, con

cinco años seguidos de caída nominal (2015–2019). El índice de propiedades del Banco Central (IVG-R) estaba, en junio de 2026, 25.7% por debajo del pico real de 2013. En los doce meses hasta agosto de 2026, Porto Alegre subió 0.96% con inflación de 4.22%.

Qué hace el agente con esto

Conocer el freno da crédito al argumento de la apreciación.

1. Consulta el riesgo de inundación de toda propiedad. Mapa de FEMA y First Street, para todos los clientes, de la misma manera. Información pública, sin opinión sobre el barrio.

2. Pide la cotización del seguro antes de la oferta. Con la dirección, la edad del techo y la zona de inundación. El pago mensual que el cliente calculó sin seguro no es el pago mensual.

3. Mira el volumen de ventas, no solo el precio. Menos ventas con el precio estancado es la primera señal de freno. Sigue también los permisos y las entregas de obra del mercado.

4. Explica el impuesto del inversionista. Sin homestead no hay tope de 3%; sube con el avalúo. Inclúyelo en el retorno.

5. Aplica un descuento honesto al captar. Una propiedad con freno (agua, fábrica, autopista, inventario alto) necesita un precio que reconozca el freno. Se vende; solo que no al precio del vecino que no lo tiene.

Los frenos

Cada fuerza que impulsa la apreciación tiene un reverso: el riesgo que el precio todavía no muestra, la oferta que llega demasiado rápido, el empleo que se va.

−7%
en el precio de las casas expuestas a la elevación del mar, a la misma distancia de la playa

$50 mil millones
es el piso de la sobrevaloración de las propiedades en riesgo de inundación solo en Florida

$3,815
prima promedio anual del seguro de vivienda con viento en Florida, según el promedio oficial

−26.8%
valor típico en Austin, de junio de 2022 a agosto de 2026, después de la ola de obras

−65%
población de Detroit de 1950 a 2020

−1.0%
Orlando en 2026, descontada la inflación, todavía por debajo del pico de 2006

En el litoral de Florida, las ventas cayeron **entre 16% y 20% antes de que cayera el precio**. El volumen avisa primero.

BERNSTEIN, GUSTAFSON Y LEWIS, 2019 · GOUREVITCH Y COLEGAS, 2023 · OIR VÍA JMCO, 2025 · ZILLOW ZHVI, CÁLCULO PROPIO, AGOSTO DE 2026 · FHFA, 2.º TRIMESTRE DE 2026 · CENSUS · KEYS Y MULDER, 2020

En *resumen*

01 Orlando cayó **48.5%** de 2007 a 2012 y, descontada la inflación, sigue 1.0% por debajo del pico de 2006.

02 La casa expuesta a la elevación del mar se vende **cerca de 7% por debajo**; 4% incluso con un riesgo a un siglo (Bernstein y colegas).

03 En el litoral de Florida, **el volumen cayó entre 16% y 20%** antes que el precio (Keys y Mulder, 2020).

04 Propiedades en riesgo de inundación: **US$ 121 a 237 mil millones** sobrevaloradas, más de US$ 50 mil millones en Florida.

05 Seguro: **US$ 3,815** es el promedio oficial (OIR); US$ 8,292 es una cotización simulada (Insurify). Cita la definición.

06 El tope de 3% del *Save Our Homes* es **solo de quien tiene homestead**; el inversionista no tiene tope.

07 Austin: **−26.8%** desde el pico de 2022 tras una ola de construcción; condos −28.4%.

08 Fábrica contaminante: **−1.5%** al abrir y +1.5% al cerrar, hasta 1.6 km (Currie y colegas, 2015).

09 El empleo que se va se lleva todo: **Detroit perdió 65%** de su población de 1950 a 2020.

10 Japón: el terreno comercial cayó más de la mitad después de 1991; en Brasil, **IVG-R 25.7% por debajo** del pico real de 2013.

11 Procedimiento: **riesgo de inundación y cotización de seguro** para toda propiedad, antes de la oferta.

12 Procedimiento: **mira el volumen**, explica el impuesto del inversionista y aplica un descuento honesto a la propiedad con freno.

> *Toda fuerza que impulsa la apreciación tiene un reverso, y el agente que conoce los frenos defiende mejor el precio de quien no los tiene.*

El método: *catorce señales*

Catorce capítulos, catorce fuerzas. Aquí forman un guion único, en el orden en que analizo una región y luego una propiedad, antes de decirle a un cliente que ahí el precio tiende a subir. Ninguna señal decide sola; decide cuántas están encendidas a la vez.

La demanda de base

1. Hogares creciendo más rápido que la población. En Estados Unidos, de 1975 a 2025, los hogares subieron 89.5% y la población, 58.3%; en Brasil, cada casa pasó de 3.31 a 2.79 habitantes entre 2010 y 2022. Mira los hogares, no solo la población (capítulos 1 y 3).

2. Quién llega, y de dónde. En 2025, 89% de la ganancia migratoria de Florida vino del exterior, y la de otros estados cayó 92.8% desde 2022. Una demanda de fuente única puede girar: lee cada año la estimación de población del Census (capítulo 3).

3. Oferta trabada u oferta fácil. Agua, reserva ambiental, cerro, zonificación y falta de lotes convierten la demanda en precio; donde es fácil construir, el precio se pega al costo de obra. Miami es el menos elástico del país; Orlando, mucho más. Separa terreno y obra en el sitio del tasador del condado (capítulo 2).

4. El historial, nominal y real, con las caídas. Desde 1975 el índice de la FHFA subió 4.97% al año, 1.24% sobre la inflación; Florida cayó 44.7% de 2006 a 2012 y no volvió al pico hasta 2020. (capítulo 4).

Los motores de la región

5. Un ancla con dinero privado detrás. Empleador, hospital, universidad, gran desarrollo. El efecto es de cuadras — se reduce a la

mitad cada 300 metros más o menos en Richmond — y solo se sostiene si hay comprador después de la obra. Porto Maravilha y The Villages muestran el reverso (capítulo 5).

6. El plan en el papel. Plan director, presupuesto de capital, permisos, estación prevista. El precio reacciona al anuncio, y el terreno captura primero; la estación tiene una prima promedio de 4.2% en casas y un pico a unos 500 metros. (capítulo 6).

7. Seguridad pública. Es el piso de todo: la caída del crimen explicó cerca de un tercio del alza de Nueva York en los años 1990, y las UPP sumaron 5% a 10% al precio cercano en Río. Pasa a todos las mismas fuentes públicas y mira la calle, no solo el barrio (capítulo 7).

8. El vecindario que se está comprando. Escuela, servicios, ingreso del entorno, asociación de vecinos bien administrada. Cinco por ciento más en la nota de la escuela sumó 2.5% al precio en Massachusetts; las casas en una HOA valen al menos 4% más en el país. Pero un barrio caro no es un escudo automático: en Miami, el rango alto cayó más que el bajo en la crisis (capítulo 8).

El producto, el deseo y los frenos

9. El producto que quiere el comprador de hoy. Un cuarto de trabajo, incluso para quien volvió a la oficina: 79% de los compradores quieren al menos un home office. En Orlando, desde 2019, la casa de 4 habitaciones subió 50.9% y la de 2, 37.9%. Muestra la cuenta real de la cuota, no la frase de mercado (capítulo 9).

10. Pocos competidores iguales. Cuenta cuántas unidades idénticas se disputan al mismo comprador. Los condominios pequeños y exclusivos crean escasez; en Florida, los condos tenían 8.8 meses de inventario en 2025, las casas 4.6, y en Orlando el valor típico del condo estaba 17.3% bajo el pico (capítulo 10).

11. Un lugar que la gente desea. Identidad, historia, patrimonio, nombre, anclas de prestigio: el valor tiene una capa funcional, una

económica y una psicológica, y en ciertos mercados la tercera pesa más. Vende el lugar con hechos, nunca con adjetivos sobre quienes viven ahí (capítulo 11).

12. La multitud, leída con datos. Manada, miedo a quedarse fuera, anclas y dueños apegados aceleran el alza — y la revierten. Mide el calor con inventario en meses, ofertas por propiedad y días en el mercado, no con "todo el mundo está comprando"; nunca fabriques escasez (capítulo 12).

13. El lote y la calle. La casa frente a una calle transitada pierde cerca de 8%; el fondo hacia un parque tranquilo gana; cada decibel de avión resta hasta 1%; en Florida, un techo viejo puede trabar el seguro y el financiamiento. (capítulo 13).

14. Ningún freno escondido. Inundación, seguro, exceso de oferta en camino, empleador que se va, ruido. Las casas expuestas al mar se venden cerca de 7% por debajo de las equivalentes; Austin cayó 26.8% desde el pico después de construir a un ritmo récord. El volumen cae antes que el precio (capítulo 14).

Una última palabra, sin retórica

Con las señales en la mano, dile al cliente cuántas están encendidas, cuáles apagadas y qué significa eso para su plazo: quien compra a cinco años necesita más señales encendidas que quien compra a veinte. Hace falta que sepa por qué los precios suben, por qué a veces caen y dónde las fuerzas están a su favor.

Los números van a envejecer; las fuerzas, no. Lee las fuerzas, comprueba los números y di la verdad: eso es lo que hace que el cliente vuelva.

Lee las fuerzas *antes que el mercado*

Este libro usó los números de septiembre de 2026. Los tuyos serán otros — y las fuerzas son las mismas. El Instituto existe para traducir el mercado inmobiliario para agentes y compradores, en español y sin promesas fáciles.

La economía de los bienes raíces De dónde viene el precio, las tasas, los ciclos y la cuenta que el agente hace frente al cliente	**La psicología de los bienes raíces** Cómo decide de verdad el cliente y qué hace el agente con eso
Agente en Brasil, agente en Florida La profesión, la licencia, el MLS, el contrato y la comisión, lado a lado	**Alquilar: la mayor trampa de tu vida** La cuenta que casi nadie hace, para quien paga alquiler desde hace años
HousInvest Academy Formación para agentes brasileños en el mercado estadounidense — no es una licencia estatal	**Material educativo** No es asesoría de inversión, dictamen jurídico ni orientación fiscal

HOUSINVEST.COM

De dónde salen *los números*

Abajo, capítulo por capítulo, el autor y el año de cada estudio, encuesta e informe usados en este libro; el nombre completo de cada uno aparece en el propio capítulo, donde se cita el número. Los índices de precios cambian cada trimestre: las fuentes al pie de la página indican dónde consultar la versión nueva.

Capítulo 1 · Todo el mundo necesita vivir. ONU (1948) · Constituição Federal (1988) · Harvard JCHS (2026) · U.S. Census Bureau (2026) · BEA (2026) · Freddie Mac (2024) · Brookings (2024) · Up for Growth (2025) · Moody's Analytics y Urban Institute (2025) · Congressional Research Service (2025) · Fundação João Pinheiro y Ministério das Cidades (2025) · IBGE (2023) · IBGE (2026).

Capítulo 2 · La tierra que no se fabrica. FipeZap (2026) · Knoll (2017) · Davis y Heathcote (2007) · Davis (2019) · Hoyt (1933) · Saiz (2010) · Glaeser y Gyourko (2003) · Glaeser y Gyourko (2018) · NAHB (2026) · Glaeser (2005) · University of Florida (2024).

Capítulo 3 · Más casas para la misma gente. CDC/NCHS (2025) · Westrick-Payne (2025) · Brown y Lin (2022) · Dieleman y Schouw (1989) · IBGE (2025) · U.S. Census Bureau (2025) · AARP (2024) · IBGE (2024) · IBGE (2026) · U.S. Census Bureau (2026) · Harvard JCHS (2026).

Capítulo 4 · Cincuenta años de números. FHFA (2026) · U.S. Bureau of Labor Statistics (2026) · U.S. Census Bureau y HUD (2026) · S&P Cotality (2026) · Shiller (2015) · Multpl (2026) · Jordà (2019) · Fipe (2025) · Fipe (2026) · Banco Central do Brasil (2026) · S&P Dow Jones Indices (2026).

Capítulo 5 · La profecía que se cumple sola. Miami Worldcenter (2020) · The Real Deal (2026) · Rossi-Hansberg (2010) · Princeton University (2010) · Moretti (2010) · Moretti (2012) · Greenstone (2010) · Diamond y McQuade (2019) · D23 (Disney) · Central Florida Tourism Oversight District (1967) · Tavistock Development · Alphaville S.A. · Plano Piloto da Barra da Tijuca (1969) · Barra da Tijuca (región administrativa) · Jubilee Line Extension (1999) · Crain's New York Business · Observatório das Metrópoles · Jornal do Brasil (2017) · Forbes (2016) · U.S. Census Bureau (2024) · 24/7 Wall St. (2026) · Brightline (2026) · U.S. Census Bureau (2020) · Campbell (2011) · Lindahl (2008) · Savills (2011).

Capítulo 6 · El plan antes de la obra. Prefeitura de São Paulo (2025) · Appraisal Institute (2020) · Freemark (2020) · Greenaway-McGrevy y Phillips (2023) · Orange County (Florida) · GrowthSpotter (2017) · Central Florida Public Media (2025) · Orange County (2025) · Debrezion (2007) · Rennert (2022) · Comber y Arribas-Bel (2017) · FDOT (2020) · Journal of Urban Design (2021) · Gestão Urbana SP (2014) · Prefeitura de São Paulo (2023) · SP Urbanismo (2017) · U.S. Census Bureau · Lindahl (2008) · Mohammad (2013) · Glaeser (2018) · ATTOM Data Solutions (2019).

Capítulo 7 · Seguridad, el piso de todo. Linden (2008) · Pope (2008) · Pope (2012) · Schwartz (2003) · Ihlanfeldt (2010) · Gibbons (2004) · Ceccato (2011) · Ellen (2019) · Jacobs (1961) · Frischtak (2012) · Fipe (2026) · GENI/UFF y Instituto Fogo Cruzado (2025) · Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2026) · Colombia One (2024) · Banco Mundial · HUD (2026) · NAR · FBI · FDLE · ISP-RJ · SSP-SP · Instituto Fogo Cruzado.

Capítulo 8 · Comprar el vecindario. Fischel (2001) · Black (1999) · Bayer (2007) · Figlio (2004) · Schwartz (2003) · Chetty (2018) · Clarke (2019) · Cheung (2014) · NAR (2025) · NAR (2023) · Reardon (2016) · Pew Research Center (2012) · S&P Cotality Case-Shiller (2026) · Villaça (1998) · Caldeira (2000) · Appraisal Institute (2020) · HUD (2026) · FLDOE · GreatSchools · QEdu.

Capítulo 9 · La de 4 habitaciones es la nueva de 3. WFH Research (2026) · Mondragon (2025) · Gupta (2022) · Stanton (2021) · NAHB (2024) · Zillow (2022) · NAR (2025) · NAHB (2026) · Zillow Research (2026) · Freddie Mac (2026) · DataZAP (2024) · Urbit (2024) · Condomínio Interativo (2026) · Senior Index (2026).

Capítulo 10 · Escasez diseñada. Glaeser (2005) · U.S. Census Bureau (2024) · 24/7 Wall St. (2026) · Clarke (2019) · Cheung (2014) · Bible (2001) · Florida Realtors (2026) · Zillow (2026) · Redfin (2025) · St. Johns County (2026)

· DBPR (2026) · Karpat Advogados · Condomínio Interativo (2026) · SindusCon-SP (2026).

Capítulo 11 · El deseo tiene precio. Veblen · Hirsch (1976) · Zahirovic-Herbert (2011) · Agarwal (2022) · Bellet (2024) · Knight Frank (2026) · Cialdini (2021) · Bailey (2018) · Shiller (2019) · Soo (2018) · Bornstein (1989) · Nisbett (1977) · Ahlfeldt (2012) · Bhattacharya (2021) · Adelino (2018) · Kuchler (2023) · Malmendier (2024) · Datafolha (2025) · Quaest (2026).

Capítulo 12 · La multitud y el miedo a quedarse fuera. NAR (2021) · Case (2012) · Glaeser (2017) · Kuchler (2019) · Soo (2018) · Przybylski (2013) · Ku y colegas (2005) · Armona (2019) · Northcraft (1987) · Bucchianeri (2013) · Genesove (2001) · Andersen (2022) · Ross (2021) · Goodman (1992) · Norton (2012) · Worchel (1975) · Lynn (1991) · Barton (2022) · Rao (1989) · Völckner (2007) · Glaeser (2008) · Federal Trade Commission (2022) · Florida Deceptive and Unfair Trade Practices Act · Florida Real Estate Commission · NAR (2026) · Código de Defesa do Consumidor (1990) · COFECI (1992).

Capítulo 13 · Los detalles que mueven el precio. Peng y Chiang (2015) · Rivas (2019) · Nicholl (2007) · Jena (2017) · NAR (2025) · Figlio y Lucas (2004) · Step Up For Students (2026) · HB 1 (2023) · Reback (2005) · Brunner (2012) · Filippova y Rehm (2009) · Larsen (2012) · Larsen y Blair (2014) · Crompton (2005) · Hermann y Haddad (2005) · Donovan y Butry (2010) · Sander y colegas (2010) · Allroggen (2025) · Estado de Florida (2022) · Citizens Property Insurance (2026) · Citizens Property Insurance · Hardin y colegas (2024) · Locke y Blomquist (2016).

Capítulo 14 · Lo que frena la apreciación. FHFA (2026) · Bernstein (2019) · Keys (2020) · Gourevitch (2023) · Resources for the Future (2023) · JMCO (2025) · Insurify (2026) · Florida Realtors (2026) · Pinellas County Property Appraiser · Zillow (2026) · Arbor (2024) · Currie (2015) · Headwaters Economics / MSTI Review Project (2012) · Nelson (1982) · U.S. Census Bureau (2020) · Banca d'Italia · Bank for International Settlements · CEIC · Fipe (2026) · Banco Central do Brasil (2026) · Interesting Engineering.

Dónde consultar y actualizar

NAR
perfiles de compradores, vendedores y agentes; compras de extranjeros — nar.realtor

Zillow y Redfin
precios, recortes, alquiler, comisiones — zillow.com/research · redfin.com/news

FRED, de la Fed de St. Louis
tasas, índices de precios y tipo de cambio — fred.stlouisfed.org

FHFA y Census
índices de precios desde 1975, hogares, permisos de construcción — fhfa.gov · census.gov

NBER y SSRN
los estudios citados, casi todos con resumen abierto — nber.org · ssrn.com

Fipe, Banco Central y IBGE
FipeZap, IVG-R, Censo y Registro Civil — fipe.org.br · bcb.gov.br · ibge.gov.br

Quién escribió, *y por qué*



Maqueli Gewehr nació en una familia humilde del interior de Rio Grande do Sul. Lleva quince años en el mercado inmobiliario. Se mudó a Estados Unidos con visa EB-1, otorgada a profesionales de habilidades extraordinarias, y hoy es **agente con licencia en Florida** y una de las pocas profesionales **certificadas por Harvard University** en estrategia de inversiones inmobiliarias.

Es autora de *Cómo invertir en bienes raíces en Florida* (con Bruno Miguel y prólogo de Ciro Gomes) y de *Agente en Brasil, agente en Florida*, y creadora del Instituto HousInvest. Este es el sexto libro del Instituto y cierra la trilogía con *La psicología de los bienes raíces* y *La economía de los bienes raíces*: uno trata de la cabeza de quien decide, otro de la cuenta, este de las fuerzas que hacen subir el precio con el tiempo.

Con todas las letras. Este libro es material educativo. No es asesoría de inversión, no es dictamen jurídico y no es orientación fiscal. La autora es agente con licencia en Florida — no es economista, tasadora ni asesora financiera registrada. La apreciación pasada no garantiza la apreciación futura.

Una propiedad no se valoriza por casualidad

y las fuerzas se aprenden

INSTITUTO HOUSINVEST