

Cuánto tarda una inmobiliaria de costa en contestar a un contacto que entra de noche

Estudio de campo · Torrevieja, Marina Alta y Costa del Sol · agosto y septiembre de 2026 · Edu Castillo

Entre el lunes 24 de agosto y el lunes 31 de agosto de 2026 mandé la misma consulta de comprador a **cincuenta y ocho inmobiliarias de tres zonas de costa**, en tres oleadas independientes. Todas las consultas salieron de noche, con las oficinas cerradas. Cronometré cuánto tardaba en llegar la respuesta.

Este informe no lleva ningún nombre. Cada agencia que participó recibe, en el correo que acompaña a este documento, únicamente su propio tiempo.

Me dedico a montar sistemas de automatización para inmobiliarias. Hice esta medición porque quería comprobar si el problema con el que trabajo existe de verdad o me lo estaba inventando. Detrás de este documento no hay ninguna oferta.

ANTES DE LOS NÚMEROS: LO QUE ESTE ESTUDIO NO MIDE

Empiezo por aquí porque es lo más honesto que puedo hacer, y porque cuatro de las personas que participaron me lo enseñaron después de contestar. Sus objeciones están dentro de este informe porque lo mejoran. La quinta la añadí yo al cerrar la tercera oleada, y es la más seria de las cinco.

1 · El contacto que mandé en las dos primeras oleadas era el peor posible

Pedía información genérica sobre zonas, precios y gastos. No daba presupuesto, no preguntaba por ningún inmueble concreto, no expresaba ninguna urgencia y decía explícitamente que no quería hablar con nadie todavía. Un asesor me lo dijo claro: «*no me diste en ningún momento la impresión de que ibas a comprar*». Tenía razón. Por tanto, esas dos oleadas no miden la atención a un comprador: miden qué le pasa al contacto que no parece bueno. **La tercera oleada se diseñó justamente para tapar este agujero**, y preguntaba por un inmueble concreto con su referencia.

2 · Y encima parecía falso

Para poder comparar tiempos, el texto tenía que ser idéntico dentro de cada oleada. Al buscar esa uniformidad me salió un mensaje que no suena a persona. Uno de los participantes lo describió así: «*pensé que podía tratarse de una comparativa, de una prueba o incluso de spam*». Lo vio nada más entrar y decidió no priorizarlo. Eso significa que parte del silencio que aparece en estas páginas no es desidia: es buen criterio.

3 · El cronómetro incluye el reparto interno

En varias agencias el contacto entra por la web, lo recibe una persona y se lo asigna a otra. El reloj de este estudio suma las dos cosas y no sabe separarlas. Mide el tiempo de la organización, no el del asesor.

4 · «No contesto» y «no tengo nada que ofrecerte» cuentan igual

Una de las agencias tardó casi treinta y siete horas en decirme que no tenía ninguna vivienda que encajara. Fui a comprobarlo a su web antes de escribir esto: de dieciséis fichas en venta, quince estaban marcadas como vendidas. Decía la verdad. El número que le sale es real, pero le juega en contra.

5 · El correo no es el único canal, y la tercera oleada lo demostró

Las dos primeras oleadas sólo miraron el buzón de correo. En la tercera, **seis de las once respuestas no llegaron por correo**: cuatro por WhatsApp y dos por teléfono. Eso significa que las dos primeras oleadas **pueden estar contando como silencio a alguien que llamó** y no fue atendido. Es la reserva más seria de las cinco y no puedo cuantificarla hacia atrás.

Con esas cinco advertencias por delante, los datos.

CÓMO SE HIZO

ZONA	ENVÍO	FRANJA	ENVIADOS	ENTREGADOS
Torre vieja y alrededores	lunes 24 de agosto	22:30 - 23:17	19	19
Marina Alta	martes 25 de agosto	22:30 - 23:17	20	19
Costa del Sol occidental	domingo 30 de agosto	22:30 - 23:20	19	19
Total			58	57

Los cincuenta y ocho correos salieron a intervalos de dos o tres minutos, en tres tandas —una por zona—, desde una dirección personal de Gmail y con el nombre real del remitente. De cada agencia apunté cuatro cosas: el nombre, la hora exacta de salida, la hora exacta de la respuesta y si contestaba a lo que se preguntaba. Nada más.

Uno de los cincuenta y ocho correos —el que falta hasta los cincuenta y siete entregados— **rebotó de forma permanente**: la dirección que esa agencia publica en su propia web no existe en su servidor. Queda fuera del cómputo, porque no es que no contestara: es que no pudo recibirlo. Volveré sobre esto al final, porque es el hallazgo más barato de arreglar de todo el estudio.

El corte de las dos primeras oleadas se hizo el jueves 27 de agosto a las 23:00. El de la tercera, el lunes 31. **La tercera oleada cambió una cosa a propósito**: en vez de una consulta genérica se preguntó por un inmueble concreto de su web, con su referencia y con tres preguntas cerradas. Sirve para medir algo que las dos primeras no medían: no sólo si contestan, sino si contestan lo que se les pregunta.

LOS NÚMEROS

ZONA	ENTREGADOS	CON RESPUESTA	EN SILENCIO	MEDIANA	MÁXIMO
Torre vieja	19	8	11	12 h 20 m	61 h 44 m
Marina Alta	19	8	11	13 h 40 m	36 h 55 m
Costa del Sol	19	11	8	12 h 47 m	14 h 08 m
Total	57	27	30	—	—

Tres zonas distintas, tres noches distintas, y **más de la mitad de los contactos seguían sin respuesta al cerrar la medición**: treinta de cincuenta y siete.

LO QUE MÁS PESA: TRES ZONAS DIERON EL MISMO NÚMERO

Las tres oleadas se hicieron por separado, en noches distintas, con listas distintas y a **500 km de distancia** entre la primera y la tercera. La tercera ni siquiera hacía la misma pregunta. Y las tres medianas caen dentro de la misma banda de dos horas.

MEDIANA HASTA LA PRIMERA RESPUESTA, POR ZONA



Diecinueve agencias por zona. Tres listas independientes, tres noches distintas y dos consultas de forma distinta. La diferencia entre la zona más rápida y la más lenta es de **1 h 20 m**. Escala de 0 a 14 horas.

Un número que sale una vez es una anécdota. **El mismo número en tres sitios que no se conocen entre ellos ya no es casualidad.** Es lo que pasa cuando entra una consulta de noche.

NINGUNA RESPUESTA HUMANA LLEGÓ DE NOCHE

De las veintisiete respuestas, veinticinco fueron humanas y dos fueron mensajes automáticos. **Las veinticinco humanas llegaron dentro del horario de oficina del día siguiente o posteriores.** La más madrugadora entró a las 09:26 y la última a las 13:35: **todas dentro de una ventana de poco más de cuatro horas por la mañana**, fuese el día que fuese y fuese la zona que fuese.

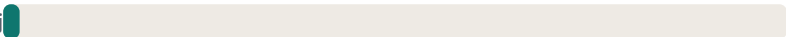
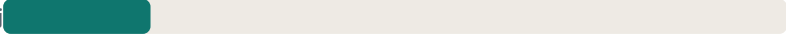
Lo único que se movió de noche fueron dos avisos automáticos: uno a los cuatro segundos del envío y otro al minuto. **Respuestas humanas entre las 23:00 y las 09:00: cero.**

Y esto, que parece obvio, es justamente lo que hace interesante el estudio: el comportamiento no es aleatorio. Es un patrón, y es el mismo en las tres zonas.

CON LA OFICINA ABIERTA NO SE TARDA NADA

Cuatro de las agencias que respondieron publican su horario y lo he podido verificar. Recalculando sus tiempos contando sólo las horas de oficina abierta, esto es lo que sale:

DE TODO LO QUE ESPERA EL CONTACTO, ESTO ES LO QUE LA OFICINA ESTUVO ABIERTA

11 h 12 m de reloj		14 min
13 h 02 m de reloj		2 h 34 m
13 h 39 m de reloj		2 h 34 m

La pista entera es lo que esperó el contacto. La parte verde es el rato en que hubo alguien en la oficina. Todo lo gris es ventana muerta.

Ésta es, para mí, la conclusión del estudio: la mediana de trece horas no mide lentitud. Mide la ventana muerta. Trabajando, estas agencias contestan en menos de tres horas, y una de ellas en catorce minutos. El problema no es la velocidad de nadie: es que el comprador escribe a las once de la noche.

COSAS QUE NO ESPERABA ENCONTRAR

1 · La infraestructura para contestar en un minuto ya existe. Se usa para decir que no estás

Dos de las agencias contestaron en segundos. Una en **cuatro segundos**. Otra en **un minuto**, con un mensaje automático en tres idiomas —danés, inglés y español— avisando de que la persona estaba de vacaciones hasta septiembre. Esa segunda oficina volvió a escribirme once horas y cincuenta minutos después, ya con una respuesta humana, completa y útil. O sea: saben contestar en un minuto y saben hacerlo en tres idiomas. **Lo único que no han automatizado es la parte que gana dinero.**

«Si somos capaces de responder automáticamente en un minuto, quizá deberíamos aprovechar ese primer contacto para aportar algo útil al cliente y no solamente informar de que está de vacaciones.»

2 · Hay quien automatiza la fricción en vez de la atención

Una agencia contestó a las trece horas y veintisiete minutos sin responder ninguna de mis tres preguntas: me pedía que confirmara que estaba interesado. Al día siguiente, su sistema me mandó un segundo correo automático con un cuestionario. Tiene automatización, y funciona. **La usa para pedirle trabajo al comprador dos veces seguidas.** Alguien que escribe tres preguntas a las once de la noche ya ha confirmado que está interesado.

3 · La calidad y la velocidad son dos cosas distintas, y se mezclan siempre

La respuesta más lenta de todo el estudio —sesenta y una horas y cuarenta y cuatro minutos, dos días y medio— fue también una de las mejores en contenido. No falló lo que escribió. Falló cuándo llegó. Y cuando llegó, cualquier comprador real llevaba dos días leyendo respuestas de otros.

4 · Le escribes un correo y te contesta por WhatsApp

De las once respuestas de la tercera oleada, **sólo cinco llegaron por correo**. Cuatro llegaron por WhatsApp y dos fueron llamadas de teléfono, una de ellas dejando nota de voz al no descolgar. Todas tenían la dirección de correo delante y eligieron otra cosa. Y hay un matiz que corrige al propio estudio: **las dos agencias que descolgaron el teléfono van por detrás en el reloj**. Quien más trabaja el contacto llega más tarde. Un estudio que sólo mire el cronómetro premia a quien contesta rápido y mal, y eso hay que decirlo o el número engaña.

5 · Cuatro inmuebles anunciados que no se podían comprar

Cuatro de las respuestas fueron para decir que la vivienda por la que se preguntaba estaba vendida, apalabrada, en proceso de reserva o alquilada hasta bien entrado el otoño. **Las cuatro seguían publicadas como disponibles** en el momento de escribir.

Una de ellas explicó dónde lo decía: el aviso de vendido estaba **dentro de la primera foto del anuncio**, como un cartel sobre la imagen. No en el texto, ni en el título, ni en el precio. **Ningún portal, buscador ni programa de gestión puede leer eso**: sólo una persona que mire la foto. Ese anuncio va a seguir generando consultas que no pueden acabar en venta nunca.

6 · El guion de preguntas por encima de lo que ya te han dicho

Varias respuestas devolvían tres, cuatro o cinco preguntas de cualificación. En un caso, al menos dos de esas preguntas **ya estaban contestadas en el correo original**: el comprador había escrito que buscaba segunda residencia y que el precio le entraba sin financiación. Se le volvió a preguntar. No es dejadez de quien contesta: es lo que pasa cuando el guion no lee el mensaje.

LA PREGUNTA DEL PRECIO, QUE PROMETÍ Y NO PUEDO CONTESTAR

Al publicar la segunda oleada escribí que la tercera mediría si una consulta de 300.000 € se contesta antes que una de 150.000 €. **No se ha podido medir, y la culpa es del diseño del estudio**.

Para que los inmuebles fueran comparables entre sí, la muestra se acotó a una banda estrecha: todos los anuncios elegidos estaban **entre 280.000 y 410.000 €**. Así que nunca hubo una consulta de 150.000 € con la que comparar. Dentro de esa banda, con once respuestas, la correlación entre precio y tiempo sale en **+0,28**, que con esa cantidad de datos es ruido y no una tendencia.

Lo dejo escrito en vez de borrarlo porque prometí medirlo. **La pregunta sigue abierta y hace falta otra oleada diseñada para eso**, con dos bandas de precio de verdad separadas.

LO QUE SÍ SE PUEDE CONCLUIR, Y LO QUE NO

No se puede concluir que las inmobiliarias de costa contesten tarde. Con la oficina abierta contestan rápido, y a un contacto que parece serio —me lo dijeron varios— contestarían en minutos aunque fuera de noche. Tampoco se puede concluir nada sobre el sector español: son tres zonas de costa mediterránea y agosto no es un mes cualquiera.

Sí se puede concluir esto, que es más pequeño y más cierto:

- Un contacto que entra de noche por correo espera **de doce a catorce horas** en el mejor de los casos, y no recibe nada en más de la mitad de las ocasiones. Y ese número sale igual en tres zonas medidas por separado.
- En el canal correo, de noche, en esas tres zonas y en ese mes, **la respuesta humana no existió**: ninguna de las veintisiete llegó antes de las 09:26.
- Ese contacto no distingue entre «estaba cerrado», «no me pareciste un cliente» y «se me traspapeló». Sólo ve silencio.

- Y la ventana muerta —de las siete de la tarde a las nueve y media de la mañana, más los fines de semana— es **más de la mitad de la semana**.

TRES COSAS ÚTILES QUE SALEN DE AQUÍ, Y SON GRATIS

Aunque no hagamos nada juntos, esto es lo que yo miraría mañana si tuviera una agencia:

1. **Comprobad que el correo que publicáis en vuestra web existe.** Uno de los cincuenta y ocho rebotó de forma permanente. Su web lleva quién sabe cuánto tiempo publicando una dirección que devuelve todo lo que le llega, y nadie de dentro se entera, porque el rebote le llega al que escribe, no a ellos. Se comprueba en treinta segundos mandándose un correo a uno mismo.
2. **Comprobad que ningún anuncio vendido sigue publicado como disponible,** y sobre todo que el aviso de vendido no esté sólo dentro de una foto. Cuatro de las respuestas de la tercera oleada eran exactamente eso, y el cartel dentro de la imagen no lo lee ninguna máquina.
3. **Cronometraos.** Pedidle a alguien de fuera que mande una consulta un viernes a las once de la noche y mirad qué hora es cuando alguien contesta. Es el número más barato de conseguir y el más difícil de mirar.

LAS CORRECCIONES

En los correos del martes escribí que la primera tanda había ido a «veinte» inmobiliarias: al cuadrar los envíos uno a uno resultaron ser diecinueve. En la primera versión de este informe, del 28 de agosto, se colaron tres cosas más: donde decía «dos provincias de costa distintas», son dos zonas de la misma provincia, Alicante; donde decía «uno de los cuarenta correos», fueron treinta y nueve enviados y treinta y ocho entregados; y donde decía «en una sola tanda», fueron dos, una por zona, el lunes 24 y el martes 25.

Y al cuadrar la tercera oleada para esta edición apareció una más: **la tabla de la Costa del Sol tenía dieciocho filas y los envíos habían sido diecinueve.** La agencia que faltaba nunca respondió y nunca se anotó. Cuenta como silencio y ya está dentro de los números de arriba.

Se corrigen aquí, y no en silencio, porque **un estudio que no corrige sus propios números no vale nada.**

Estudio realizado por Edu Castillo entre el 24 de agosto y el 31 de agosto de 2026, publicado el 28 de agosto y ampliado con la tercera zona el 5 de septiembre. Los tiempos proceden de las marcas horarias reales de los correos enviados y recibidos. Ninguna agencia aparece identificada. Las limitaciones de método recogidas al principio fueron aportadas en su mayoría por participantes del propio estudio después de contestar, y están aquí con su permiso y sin sus nombres. Si alguien prefiere que su fila salga del cómputo, basta con decirlo y se borra sin preguntar nada.

Edu Castillo

671 68 76 05 • hola@educastillo.com • educastillo.com