

Oportunidades y desventajas a la hora de vender una casa de muchos metros cuadrados

Vender un chalet u otro tipo de casa con muchos metros cuadrados –800 en adelante– presenta oportunidades únicas en el mercado inmobiliario. Especialmente en Zona Norte del Gran Buenos Aires, donde la demanda de propiedades amplias tiene su público.

Sin embargo, el tamaño genera desafíos específicos para atraer potenciales dueños, como los que tiene familias numerosas, o inversores en el mercado del lujo.

Si tu actual propiedad corresponde a este tipo de unidad, aquí te contamos los pros y los contras que se evidenciarán cuando decidas ponerla en venta.

Oportunidades

Las propiedades extremadamente amplias, tienen como ventajas:

. **Amplitud y sensación de abundancia**, que no ofrecen las unidades compactas. Resultan atractivos tanto para familias numerosas como para las ensambladas –es decir, aquellas en las que los cónyuges tenían hijos antes de formar la nueva pareja–. También son interesantes cuando algunas de esas personas hacen home office.



. **Disponibilidad para desarrollos inmobiliarios.** En algunas zonas específicas, se permite que en terrenos grandes se levanten construcciones de mediana altura o barrios cerrados urbanos. Eso atrae a constructoras y desarrolladoras.

. **Alto impacto emocional.** Esas propiedades generalmente se ubican en zonas con abundantes áreas verdes, piletas, ríos, lagos y lagunas –reales o artificiales–. Ello genera un atractivo emocional fuerte, acelerando la venta. Los sentimientos tienen, sin dudas, un notable poder al momento de decidir la elección de un bien inmueble.

. **Disponibilidad para otros destinos.** Ciertos municipios otorgan algunos permisos para convertir propiedades residenciales en emprendimientos. Por ejemplo, una casa grande puede transformarse en un establecimiento para la tercera edad, un colegio, un jardín de infantes o un policlinitorio médico. Es preciso que la inmobiliaria consulte el código urbano para verificar esa posibilidad y, si se confirmara, mencionarla en los medios en los que difundirá la unidad.

. **Efecto “instagrameable”.** Se dice que algo es “instagrameable” cuando resulta muy lindo y estético para mostrar en fotos y videos, en la red Instagram y otras. En general, las grandes casas tienen espacios sumamente visuales que cautivan a sus futuros propietarios.

Desventajas

Los principales obstáculos que encuentran las inmobiliarias al comercializar una propiedad con 8 o más habitaciones, son:

. **Tiempo prolongado de venta.** Al tratarse de un bien destinado a un nicho –un grupo pequeño de potenciales compradoras y adquirentes–, resulta natural que sea más lento el proceso de encontrar interesados. Este tipo de unidad está destinado a las personas que ocupan la parte más alta de la pirámide social. Ella representa, según el momento de la economía, alrededor del 5% de la población de Argentina.



. **Elevados costos de mantenimiento.** El valor mensual que

representa cuidar la casa –el jardín, la pileta, los techos–, desalienta a ciertos potenciales compradores. Lo mismo sucede con los impuestos, que se definen por el valor de la propiedad en función de su ubicación y la extensión de tierra que ocupa.

. **Seguridad.** Para quienes prefieren la tranquilidad que brindan los barrios cerrados y los countries, en las grandes casas ubicadas por fuera de ellos también el tema de la seguridad se convierte en una objeción. Pero siempre hay que considerar que muchas propiedades con un marcado número de metros cuadrados se hallan dentro de esos desarrollos.

¿Qué hacen las inmobiliarias con trayectoria para vender esas viviendas?

Las inmobiliarias con experiencia, ponen en marcha diversas tácticas de marketing digital premium:

. **Asociación con otras inmobiliarias de la zona.** Esto sirve para potenciar el alcance y lograr que más personas vean la propiedad a través de sus redes sociales, sitios web, portales como Argenprop y Zonaprop, y, también, e-mailings enviados a bases de datos de potenciales compradores del segmento alto. Y el uso de uso de códigos QR en los carteles que se colocan en el frente de toda casa.

. **Videos de 360°**, que permiten tener una visión integral de la propiedad mostrando además de sus numerosas posibilidades, otras particularidades como una cascada en la pileta o una sala de videojuegos.



. **Avisos en el buscador Google –o Google Ads– altamente segmentados**, a fin de llegar solo a los individuos con capacidad económica suficiente. Son los llamados “leads calificados”.

. **Open houses destinados solo a inversores**. Se trata de abrir la propiedad a un grupo selecto de constructoras y desarrolladoras de inmuebles.

No existen las propiedades “invendibles”

Las empresas inmobiliarias verdaderamente profesionales saben que no existen las unidades que son imposibles de vender. Siempre hay un candidato para esa casa gigante, extraordinaria, inolvidable.

Y la mejor prueba es que la mayoría de las actualmente existentes se encuentran habitadas. Basta con recorrer zonas como Pacheco, Nordelta, Acassuso y San Isidro para cerciorarse de ello.