Antes era más fácil vender una casa: ¿verdadero o falso?

¿Está pensando en mudarte pero creés que “antes era más fácil vender una casa”? En gran medida, es un mito alimentado por la nostalgia.

Hoy, con las herramientas digitales, un mercado más dinámico y compradores mejor informados, vender una propiedad puede ser algo rápido y eficiente. Pero siempre que elijas a la inmobiliaria adecuada.

El contexto actual: un mercado en transformación

El mercado inmobiliario argentino muestra señales de consolidación y recuperación. Hay un repunte de precios, un aumento de la cantidad escrituras y, especialmente, un regreso del crédito hipotecario que amplió la base de compradores.

Esto significa que hay más demanda formal, más financiación disponible y un entorno de mayor estabilidad en los tipos de interés, lo que facilita la concreción de operaciones. Lejos de ser un mercado “trabado”, se halla en una fase de madurez con compradores serios, motivados.

Por qué ahora es más fácil vender, si se hace bien

1. Digitalización y alcance global

Hoy, una propiedad puede ser vista por miles de personas en cuestión de horas gracias a portales inmobiliarios como Zonaprop y Argenprop, redes sociales y campañas segmentadas. Todo eso está disponible durante las 24 horas de los 7 días de la semana.

Además, las inmobiliarias incorporan fotos y videos de alta calidad de sus propiedades en venta, tours virtuales y planos digitales.

Junto con ello, desarrollan descripciones optimizadas para los buscadores como Google y para las herramientas de inteligencia artificial –IA–.

Por otro lado, las inmobiliarias cuentan con filtros para

considerar solo a los potenciales adquirentes que verdaderamente están interesados en comprar.

Antes, la venta dependía casi exclusivamente del “boca a boca”, y de carteles en el frente de la casa, del departamento o del lugar donde estaba ubicado el PH.

2. Compradores más informados, más decididos

El comprador actual llega mejor preparado. Conoce los precios de la zona —como Pacheco o Benavídez, por ejemplo—, compara opciones online y suele tener una idea clara de lo que busca. Esto reduce el tiempo de negociación y acelera el cierre.

Además, la escasez de oferta en algunas zonas demandadas genera una competencia entre compradores, lo que deriva en ofertas más rápidas y cercanas al precio pedido.

3. Financiación accesible

El regreso del crédito hipotecario al mercado también es algo positivo, si bien actualmente no llega a demasiadas personas pero sí a muchas más que antes. Esto significa que hay más gente con capacidad de financiación, lo que aumenta las posibilidades de concretar una venta.

El factor decisivo: elegir una buena inmobiliaria

Aquí está la clave. ¿Y qué hace una buena inmobiliaria hoy? Primero, fija un precio realista basado en datos de mercado, no en emociones. Un precio mal calculado es la principal causa de que las propiedades no se vendan.

En segundo lugar, ejecuta un plan de marketing inmobiliario en el que combina portales, redes sociales, e-mail marketing y bases de datos propias y de colegas para maximizar el alcance.

En tercer lugar, es una experta negociadora: sabe cuándo aceptar, cuándo contraofertar y cómo cerrar sin perder valor.

Y cuarto, se encarga de la gestión integral de la documentación, las visitas, los filtros y el seguimiento, liberando al vendedor del estrés y de los errores costosos.

Señales de que la inmobiliaria elegida es la correcta

Antes que nada, le presenta al vendedor un plan de marketing claro y medible. Luego, conoce el mercado local y le muestra datos, no solo opiniones.

Además, se comunica con frecuencia y transparencia con el vendedor, contándole acerca de los potenciales compradores y las consultas. Y sumado a ello, tiene un amplio historial de ventas en su zona.

Pozzi Inmobiliaria: lo verdadero

En Pozzi Inmobiliaria pensamos que el “antes era más fácil” implica no reconocer que las ventajas del presente. Hay mayor cantidad de compradores, de herramientas, de financiación y de profesionalización.

Lo que sí es cierto es que el mercado actual exige más estrategia y menos improvisación. La diferencia entre vender rápido y bien, o quedar atrapado en un listado eterno de unidades ofrecidas, no está en el mercado. Reside en la inmobiliaria que se elija.

Al día de hoy, vender una propiedad no es más difícil, solo es más inteligente. Y eso juega a favor de las empresas inmobiliarias que conjugan trayectoria con actualización tecnológica.