

# Los 4 factores que hacen más atractiva una propiedad

De acuerdo con la opinión de Sebastián Wierzba, director general de la empresa inmobiliaria WGW Desarrollos, hay 4 factores que hacen que una casa o un departamento resulten más atractivos para un futuro comprador.

¿Estás pensando en vender tu unidad? ¿Te interesa conocer si ella cumple con esos 4 ítems? Te los detallamos aquí.

## 1. Buena ubicación

El primer factor que le suma valor a un bien inmueble, es su ubicación. En una zona o en un barrio que se puso de moda, o que se destaca por la oferta escolar, o su acceso a clínicas y centros de diagnóstico, o que posee una extensa tradición, o que se encuentra cerca de shopping centers o áreas con numerosos comercios, sus propiedades poseen un plus indiscutible.



## 2. Espacios verdes cercanos

Los espacios verdes –plazas, parques, riberas– son mucho más que algo agradable para la vista. Son verdaderos pulmones porque absorben el dióxido de carbono y así limpian el aire que respiran las personas.

Los espacios verdes brindan diversas posibilidades de recreación y deportivas para los chicos. También para los adultos.

Además, si junto con los espacios verdes existen espacios azules –piletas de natación y clubes con pileta, lagunas y lagos artificiales, ríos–, entonces se da una combinación magnífica. Los espacios o áreas azules generan iones negativos. A pesar de su nombre, esos iones son altamente beneficiosos para la salud.

### 3. Polos gastronómicos próximos

Los polos gastronómicos son lugares donde se concentran restaurantes, bares, cafeterías, locales de comida rápida, pizzerías, casas de empanadas, parrillas, casas de sushi.

Esos ámbitos son muy valorados por las personas que viven cerca porque permiten organizar salidas sin grandes traslados. A la vez, ayudan a disfrutar del acto sensorial y social que significa reunirse alrededor de una mesa.



### 4. Cercanía con importantes vías de comunicación

Cuando un departamento o una casa se encuentran cerca de una avenida, una autopista, una colectora o un medio de transporte –tren, colectivo, subte–, su tasación es mayor.

El motivo está en que para sus habitantes resulta sumamente

sencillo viajar desde su vivienda al trabajo, al colegio, a la universidad, al club, al gimnasio, a los encuentros con otras personas. Y, desde luego, volver.

## **¿Cuántas propiedades cumplen con esos parámetros?**

La realidad es que no más de un 20% de todas las propiedades construidas reúnen esas 4 condiciones.

## **¿Y entonces cómo se vende una unidad que no encaja en ese perfil?**

Si un bien inmueble no cumple con esos 4 requisitos, lo primero que hay que considerar es que no existen propiedades que “nadie quiere” o “invendibles”.

Hay diversos tipos de compradores y no todos desean lo mismo, ni todos están en condiciones de adquirir la misma clase de unidad.



## ¿En qué puede ayudar un corredor inmobiliario si una propiedad no cumple con esos 4 puntos?

El trabajo del corredor inmobiliario es crucial para ayudar a la persona que desea vender su propiedad a que esa vivienda resulte cautivante, interesante. Su tarea es la de resaltar sus otros aspectos positivos.

Por ejemplo, la cantidad de metros cuadrados, la distribución de sus habitaciones, el jardín, el balcón, la vista desde las ventanas, el nivel de gastos mensual, la densidad poblacional del barrio o la localidad –es decir, la cantidad de personas por metro cuadrado–.

# ¿El productor inmobiliario conoce trucos para vender una propiedad?

No, no hay trucos. Sí hay medios y consejos para que una casa o una vivienda muestren todas sus virtudes.

Uno de los medios es utilizar imágenes de calidad –en fotos y videos– para colocarlas en el sitio web del corredor, en sus redes, en los portales especializados como Argenprop y Zonaprop, y en los market places o plataformas de comercio electrónico como MercadoLibre.

En lo que hace a los consejos que brinda el corredor a la dueña o al propietario que desea vender, uno de ellos es usar las técnicas del home staging. Ellas consisten en ordenar, limpiar, iluminar y despejar los ambientes, para que la unidad brille por su aspecto, se destaque de otras.

A ello se le suma la actitud positiva que el corredor muestra hacia los potenciales interesados en la unidad por medio de una atención veloz, cuidada, honesta, profesional y muy humana.

Vender no es insistir o perseguir a un futuro adquirente. “La venta ya no consiste en vender, sino en generar confianza y educar”, sugiere el especialista en marketing Siva Devaki.