

# Por qué algunas personas que quieren vender su casa se resisten al home staging

El home staging consiste en “poner en escena” una propiedad que se busca vender. Y se lo hace eliminando el exceso de objetos, iluminando mejor los ambientes, limpiado a fondo cada habitación, despersonalizando los espacios y, en algunos casos, realizando pequeños arreglos –como el de una canilla del baño principal que gotea visiblemente–.

Los propietarios que rechazan utilizar el home staging al vender su unidad pueden tener diversas razones. Muchas de ellas están arraigadas en la cultura y en la percepción del mercado inmobiliario.

A continuación, te presentamos 6 de las principales razones. Te servirá conocerlas si entre tus planes cercanos está el de vender tu casa, departamento o PH para mudarte a uno más grande, con menos expensas, en otro barrio o en un sector rodeado de muchas zonas verdes y azules –ríos, lagos, lagunas artificiales y piletas de natación–.

## 1. Apego emocional a la propiedad

En Argentina, existe una fuerte cultura de la propiedad. Por eso mismo, las casas son vistas como un lugar de vivencias y recuerdos, y no solo como un activo económico.

Este apego emocional puede llevar a los propietarios a resistirse a despersonalizar su hogar para atraer a compradores potenciales.



## 2. Desconocimiento sobre el home staging

Muchos propietarios y corredores inmobiliarios no están familiarizados con el concepto de home staging y sus numerosos –y probados– beneficios. La falta de educación sobre cómo implementar esta técnica puede limitar su adopción.

Esto se traduce en una percepción errónea de que el home staging es simplemente una forma de decoración, en lugar de una estrategia de marketing efectiva.

## 3. Escepticismo respecto a los resultados

Ciertos propietarios dudan de la efectividad del home staging, especialmente si creen que pueden vender su propiedad sin

realizar cambios significativos.

Este escepticismo estaría basado en la falta de información sobre cómo el home staging acelerará la venta y permitirá elevar el precio que es factible pedir por el inmueble.



## **4. Enfoque en la negociación del valor solicitado por la unidad**

En lugar de invertir en mejorar la presentación visual de la vivienda, muchos propietarios prefieren centrarse en negociar el precio de venta.

Esto resultará en una menor prioridad para el home staging, ya que algunos consideran que es más rentable reducir el precio que invertir en mejoras estéticas.

## 5. Falta de conocimiento sobre el poder de las imágenes

Un corredor inmobiliario moderno y eficiente, solicitará al dueño del inmueble que le encargó vender que aplique el home staging con vistas a la visita del fotógrafo y videasta que le enviará.

La función de este profesional es realizar tomas para que el corredor las suba a su sitio web, sus redes sociales y los portales especializados Liderprop, Zonaprop y Argenprop –entre los muchos que existen–.

Está comprobado que quienes buscan una propiedad en venta prestan una vital atención a esas imágenes que encuentran online.

A la vez, las imágenes de pobre calidad que muestran ambientes abarrotados de cosas, oscuros y desordenados desaniman a los buscadores de casas, departamentos y PH usados.



## 6. Costos asociados

El eventual costo del home staging podría ser visto como un gasto adicional innecesario por algunos propietarios, quienes preferirán evitar esta inversión inicial para no comprometer su capital antes de la venta.

Es vital aclarar que la técnica del home staging no necesariamente implica dinero, sino sobre todo algo de tiempo y mucho de decisión.

Por ejemplo, deshacerse de una acumulación de sillas y sillones en el living, de portarretratos con fotos de vacaciones o casamientos familiares, o de adornos vinculados con un equipo de fútbol en el cuarto de una adolescente.

Deshacerse de esos y otros objetos no siempre es igual a tirarlos a la basura. Por el contrario, conlleva las opciones de regalarlos a amigos o familiares, donarlos a una entidad de bien público o a una escuela, colocarlos en la vereda para que los recoja gratis quien lo desee. O venderlos en Mercado Libre o Facebook Marketplace. De modo que lo que parece un costo puede transformarse, luego, en un ingreso.