

Home Staging



Cómo acondicionar una vivienda para que guste al mayor número posible de personas.

Hace un par de semanas decidí ponerme al día y comprar uno de esos nuevos televisores de plasma. Primer paso, vender a un buen precio mi antiguo televisor: 32 pulgadas, año 2002, marca japonesa, excelente estado. Pero claro, tendría que ser muy convincente para sacarle 200 euros a ese bulto de 48 kilos. El producto era bueno, ¿pero encontraría mercado para venderse? Tomé una foto del televisor con mi móvil, puse un anuncio en segundamano.es, en un par de webs más de este tipo, y esperé.

La primera semana, ni una llamada. La segunda semana vino un tipo que le hizo más caso a mi mujer que al televisor. La tercera llamó otro para quedar, pero nunca se presentó. La cuarta vino una pareja interesada, pero cuando me disponía a encender el televisor, me dí cuenta de que las baterías del mando estaban agotadas; las cambié por otras, pero ya no logré convencer a la pareja de que el televisor valía más de los 130 euros que me ofrecían.

Después de un mes me dí cuenta de que me podrían servir unos principios de marketing en el asunto... Saqué del armario la cámara buena, tomé fotos de mejor calidad, cuidando la luz, el entorno, y las

subí a mis anuncios en línea. Me aseguré de que el mando tenía baterías nuevas. Y justo antes de venir la primera visita, encendí las luces del salón y le pasé un trapo al televisor para sacarle el polvo. Con estos cuatro simples gestos logré vender el televisor en dos días, al precio que esperaba. No cambié la calidad del producto, pero sí cambié la percepción sobre él, y esto me ayudó a venderlo más rápido, al mejor precio y sin negociaciones a la baja.

Estos principios se aplican también a los bienes inmobiliarios, como ya sabemos todos por experiencia, lógica e intuición. Pero en lugar de cuatro gestos, son mil gestos los que hacen falta para lograr la mejor percepción sobre una vivienda. Está llegando al mercado español una disciplina que se dedica precisamente a realizar esos mil gestos: el Home Staging.

El Home Staging es un método que consiste en preparar y acondicionar una vivienda, empleando una serie de técnicas concretas cuyo objetivo es hacer que guste al mayor número posible de compradores potenciales y, de esta manera, venderla más rápido y al mejor precio. El Home Staging (que significa literalmente "puesta en escena de la casa") ha probado su eficacia a través de innumerables estudios y muchos años de experiencia práctica. Desde hace 35 años, tiene una fuerte presencia en el mercado inmobiliario de los EE.UU. donde, en la actualidad, la mitad de propiedades son objeto de una operación de Home Staging antes de entrar en el mercado de compra-venta. Esta técnica fue introducida en el Reino Unido hace 10 años, en Francia y Suecia hace 4 años, y ahora progresa en toda Europa. »



Matthieu Bouchon
Director Comercial de Barcelona
Home Staging
matt@bcnhomestaging.com

Actualmente, la mitad de la propiedades que se venden en Estados Unidos pasan por un proceso previo de Home Staging.



Una operación de Home Staging dura generalmente un día con un equipo de 3 hasta 6 home stagers. Durante este tiempo, desatascan el espacio, eliminan los elementos de personalización que lo sobrecargan, corrigen los defectos del hogar, resaltan sus cualidades, crean un ambiente neutro y armónico, hacen triunfar la luminosidad y la limpieza, dan fluidez a la circulación dentro del espacio, toman fotos de calidad profesional... En definitiva, ejecutan estos mil gestos que mejorarán la primera impresión, que ayudarán a conseguir el flechazo, y que optimizarán las visitas para lograr una venta más rápida y al mejor precio.

“Hoy en día el mercado inmobiliario es un mercado altamente compe-

Una de las acciones más necesarias suele ser desatascar visualmente un espacio en el que se han acumulado los objetos personales.

titivo, donde vendedores en exceso compiten entre ellos cada día, en cada agencia inmobiliaria y en cada web especializada, para convencer a escasos compradores. Por lo tanto el vendedor de una vivienda necesita hacer un esfuerzo de marketing para que su bien destaque en su particu-

lar mercado, lograr más compradores potenciales, evitar bajadas de precios y deshacerse de su bien en un tiempo razonable”, comenta Kathleen Reiss, fundadora de Barcelona Home Staging (www.bcnhomestaging.com), que importa desde el otro lado del Pirineo, el Home Staging a Cataluña. “¿Cuántas veces vemos rebajas de 20.000 o 40.000 euros en el precio de una vivienda que presenta tremendas cualidades? ¿No valdría la pena invertir 1.500 euros para mejorar el potencial comercial de esa vivienda? El Home Staging permite optimizar la eficacia de cada visita, para evitar rebajas y lograr una venta rápida. Da a ver lo inmobiliario, no el mobiliario. Le da a una propiedad la ventaja competitiva que necesita.”

“Comprar una vivienda es una de las decisiones más importantes que las personas hacen en toda su vida. Todo aquel que visite su casa no tomará una decisión si, a primera vista, no consigue proyectar cómo sería su vida en ese espacio. Pero muchos vendedores no se dan cuenta de que la vivienda que ponen a la venta está extremadamente personalizada y atascada, por lo que necesitará muchos cambios para resultar atractiva a los ojos de otras personas” indica Robert Magits, director de Home Staging Spain (www.homestagingspain.com/es), que ofrece servicios de Home Staging en la Costa del Sol desde el año 2008. “No confundan el Home Staging con el interiorismo. El interiorismo consiste en personalizar un espacio según unos

Mientras que la decoración personaliza el espacio para su usuario, el home staging lo despersonaliza para que guste a los demás.

criterios de gusto y estética bien identificados, mientras el Home Staging consiste en despersonalizar un espacio y darle el mejor valor según criterios comerciales. Utilizamos principalmente los propios muebles y accesorios de la casa para crear un ambiente acogedor en el que los compradores

podrán proyectarse. ¡Y todo esto con la mínima inversión y su máximo retorno, sobretodo en tiempos de crisis inmobiliaria!”

Con las nuevas condiciones del mercado inmobiliario, el Home Staging puede convertirse en un elemento decisivo de la cartera de servicios de muchos profesionales. “Al hacerse socio de una empresa de Home Staging, un agente inmobiliario dividirá por dos el tiempo medio de venta, conseguirá mayores beneficios en cada venta para su cliente y su agencia, se dará una imagen innovadora y de alto nivel, y tendrá la oportunidad de proponer a sus clientes algo más: una solución alternativa y eficaz frente a las malas condiciones del mercado”, concluye Kathleen Reiss. ■

