

Según Alfa Inmobiliaria, con más de de 100 agencias franquiciadas en España,
y 108 a nivel internacional

Tips, y excentricidades, para vender una vivienda de lujo

- Hablamos de vivienda de lujo cuando superan el millón de euros, y de super lujo cuando oscilan entre los 5 y los 8 millones
- En España se calcula que existente unas 40.000 viviendas de estas características

El mercado de la vivienda de lujo sigue en plena forma, y, “Con un importante protagonismo especialmente en Madrid, Barcelona, Costa del Sol, o Mallorca, las zonas. donde se concentra gran parte de las 40.000 propiedades de estas características que existente en nuestro país”, afirma Jesús Duque, vice presidente de la compañía Alfa Inmobiliaria.

A pesar de sus precios, “Hablamos de vivienda de lujo cuando superan el millón de euros, y de super lujo, cuando oscilan entre los 5 y los 8 millones o más”, añade Duque, el plazo medio de venta de estos inmuebles no suele superar los 4 meses.

En opinión de este experto, el cliente de la vivienda Premium es minucioso en lo que pide, valora mucho las vistas, la calidad de los materiales y la belleza y el estilo arquitectónico del edificio. Busca también privacidad y las comodidades de contar con servicios añadidos a la vivienda como son la piscina, jardín, conserjería y servicio de vigilancia 24 horas, etc. Pero, por encima de todo, la prioridad para este cliente, es la ubicación del inmueble y, en muchos casos, la intimidad que este pueda aportarle.

El tamaño es algo menos importante. Una vivienda Premium puede ser pequeña o una mansión, pero siempre tendrá que ser exclusiva. Y este criterio vale para cualquier lugar de España, tanto si hablamos de Madrid o Barcelona, como si nos centramos en una vivienda en la costa (más, ahora que muchas familias se lo plantean como una vivienda para vivir permanentemente).

Otro dato interesantes es que, el 25% de los compradores de este tipo de viviendas de Madrid proceden de Iberoamérica, con México, Venezuela, o Argentina a la cabeza. En la Costa, por el contrario, este perfil está mucho más diversificado, con compradores del norte de Europa, norteamericanos, canadienses y rusos entre otros.

Ante esta situación, la red alfa Inmobiliaria, que cuenta con más de 100 agencias inmobiliarias en España, y 108 a nivel internacional, ha recogido los “ Cinco tips, y excentricidades, para vender una vivienda de lujo”. Estas son sus recomendaciones.

1. **Menos es más.** A la hora de vender una vivienda de lujo, lo primero es tener claro el perfil psicológico de su comprador tipo, y asumir que tendremos que dirigirnos a un grupo reducido de potenciales interesados, y conocer a fondo sus motivaciones, en muchos casos muy diferentes de las habituales. “Debemos tener un conocimiento absoluto del sector, de la vivienda y de la zona, que nos permita argumentar sólidamente un determinado precio”, afirma Duque.
2. **Ofrecer un servicio 360º.** El potencial comprador de una vivienda de lujo espera de su agencia inmobiliaria toda una serie de servicios complementarios que van mucho más allá de un servicio inmobiliario tradicional. Se trata de propiedades dirigidas a un cliente sumamente exigente, “en muchos casos extranjeros que no hablan nuestro idioma, no residen en nuestro país, o incluso que tienen una cultura muy distinta a la nuestra”, completa Duque. Por este motivo, para lograr un servicio completo será necesario valorar la oportunidad de contar desde con un chofer para acompañarles a hacer la visita, contar con traductores o abogados y asesores fiscales que le ayuden en todo el proceso, hasta, en un paso posterior, ofrecerle un equipo de decoradores, apoyo a la hora de hacer la mudanza, personal disponible para ayudarle a dar de alta todos los servicios y suministros, el servicio de limpieza e incluso apoyo para encontrar el colegio para sus hijos.
3. **Aprovecha las mejores épocas del año.** En muchos casos, el comprador de vivienda de lujo se plantea invertir en nuestro país animado por nuestro clima. Siempre que sea posible, lo ideal es comenzar a comercializar una vivienda teniendo en cuenta que los tres o cuatro meses que estará a la venta sea posible mostrar el tipo de vida que será posible disfrutar en ella.
4. **Discreción y confidencialidad.** Hablamos, en gran parte de los casos, de personas que huyen del foco mediático, que buscan el anonimato y que no *desean ninguna exhibición para sus propiedades*” afirma Duque. Este tipo de exige que solo accedan a su intimidad las personas realmente interesadas en la compra, y con posibilidades para ello. Por esta razón, afirma el directivo de Alfa Inmobiliaria, cada vez es más frecuente y necesario el pactar visitas virtuales en las que el posible comprador tiene acceso a recorrer la vivienda de forma remota, y tener todos los datos necesarios antes de una visita personal.
5. **Comercializa algo más que la propiedad.** El vendedor de una vivienda de lujo debe conocer y entender las necesidades de este tipo de comprador. Además de buscar viviendas amplias, excelentemente ubicadas, con todo tipo de innovaciones domóticas, con piscinas o pistas de tenis y espacios para el ocio y la actividad física, etc. el vendedor debe saber cómo asociar el concepto de vida de lujo a la propia vivienda de lujo.

“Conocer y dominar estas 5 Claves es esencial para triunfar en un negocio que no deja de crecer”, concluye Duque. “Por este motivo, nuestra compañía está haciendo un importante esfuerzo por formar a todos nuestros equipos en esta amplia franja de la actividad.



Acerca de Alfa Inmobiliaria:

Los orígenes de Alfa Inmobiliaria se sitúan a principios de los 90, cuando un grupo de profesionales del sector inmobiliario se unió para desarrollar sistemas de trabajo conjunto de una red inmobiliaria, y así crearon sistemas de venta, captación, retribución para los comerciales, etc. Fruto de esta experiencia acumulada, se crea en 1.996 Alfa Inmobiliaria, con el objetivo de crear una red inmobiliaria nacional. Un año después Alfa Inmobiliaria contaba con 100 agencias.

Actualmente, Alfa Inmobiliaria opera a través de más de 100 agencias franquiciadas en España, y 108 oficinas más a nivel internacional - México, República Dominicana y Francia, cuenta con más de 20 años en el sector y está estructurada como una corporación de Servicios Inmobiliarios Integrales que ofrece a sus clientes una total garantía en las transacciones.

Para más información: Pura de Rojas
ALLEGRA COMUNICACIÓN
Telf. 91 434 8229 / 619 98 33 10
projas@allegra-comunicacion.es