

TENDENCIA [**VENTA DE VIVIENDAS**]

Pilotos y salas de venta recuperan importancia

Una de las principales razones que explican el mayor interés de los clientes por recorrer departamentos piloto es que hoy el consumidor está mucho más informado, pero también más exigente.

ANGÉLICA BAÑADOS

Después de años en que las personas tuvieron que decidir la compra de una vivienda a través de herramientas *online* —por necesidad durante la pandemia—, en algunas inmobiliarias se está observando un aumento sostenido y significativo del flujo de visitas presenciales a las salas de venta y departamentos piloto de proyectos con entrega inmediata o próxima, con claros *peaks* los fines de semanas y campañas de activación.

“Comparando el primer semestre de 2024 con el mismo período de 2023, en Exxacon Inmobiliaria hemos tenido un crecimiento de aproximadamente un 48% en visitas presenciales a pilotos, con una correlación directa entre la visita y la posterior reserva, situación que se ha intensificado este 2025. La tasa de conversión tras una visita física ha aumentado también, lo que nos reafirma que invertir en experiencia presencial sigue siendo clave”, señala el gerente comercial Juan Pablo Echegaray.

Jocelyn Meneses, gerente



Piloto del proyecto Mirador Casona 1, en la comuna de La Florida.

comercial inmobiliaria Echeverría Izquierdo, coincide con que las visitas han ido aumentando, pero de a poco y en forma constante. “Después de un tiempo en que todo era digital, los clientes volvieron a valorar mucho la visita presencial. Les gusta ir, mirar, recorrer; el piloto les da una sensación de seguridad y conexión real con lo que podrían comprar. Es una parte importante del proceso, y eso se ha notado”.

EL REGRESO

Una de las principales razones que explican el mayor interés de los clientes por recorrer departamentos piloto es que hoy el consumidor está mucho más informado, pero también más exigente. “Vemos un regreso al contacto directo con los espacios. La experiencia sensorial: la luz natural, la calidad de los materiales, la percepción del entorno,

son elementos que no se pueden reemplazar por una pantalla”, dice Echegaray.

Además, en un contexto económico donde la inversión es más reflexiva, el cliente quiere asegurarse de que está tomando una buena decisión. “Recorrer un piloto genera confianza —agrega el ejecutivo de Exxacon Inmobiliaria—, y eso es hoy un valor central en el proceso de compra. También hay una mayor

propensión a visitar pilotos en comunas donde el entorno urbano juega un rol protagónico, ya que el cliente quiere experimentar de primera mano cómo se vive allí”.

Si bien conocer en vivo y en directo los departamentos ayuda a tomar decisiones más rápidas y con mayor seguridad —en Exxacon, por ejemplo, más del 75% de las reservas se concretan tras una visita presencial—, esta modalidad deberá seguir conviviendo con las herramientas digitales, como los recorridos virtuales o en 3D, de forma complementaria.

“A futuro, visualizamos una evolución hacia experiencias más inmersivas e integradas. Alrededor del 65% de los *leads* que concretan una visita física en Exxacon han tenido un contacto previo digital, ya sea descargando una ficha, interactuando con un cotizador o viendo un recorrido virtual, pero los pilotos no desaparecerán y seguirán siendo el puente emocional entre la expectativa y la realidad; su rol continuará siendo irremplazable”, concluye Echegaray.