

LA GUÍA INCÓMODA

*para propietarios que quieren
vender bien, no rápido*

Más de 7 años en inmobiliaria resumidos
para que no pierdas dinero al vender tu casa en 2026



Gonzalo González

Fundador de Aurea MG



Índice

Introducción

1. Vender en 2026 no es como antes
2. El precio: la decisión más maltratada
3. Cómo se hace un estudio de mercado profesional
4. La competencia real de tu vivienda
5. Home staging: psicología aplicada a la venta
6. Preparar una vivienda para provocar deseo
7. Marketing inmobiliario que sí funciona
8. Publicar, posicionar y no quemar el inmueble
9. Las llamadas: filtrar es proteger
10. Visitas que generan oferta
11. La negociación: sangre fría y estrategia
12. Qué hacen diferente los propietarios que venden bien
13. Qué no debes hacer aunque lo haga todo el mundo
14. Casos reales: lo que pasa cuando se hace bien (y cuando no)
15. El capítulo incómodo (y necesario)
16. La decisión final



Introducción

Vender una vivienda es una de las decisiones vitales y económicas más importantes que toma una persona a lo largo de su vida. Y, paradójicamente, suele afrontarse con menos preparación que la compra de un coche. Esta guía existe porque durante más de siete años he visto el mismo patrón repetirse una y otra vez: propietarios inteligentes perdiendo dinero no por culpa del mercado, sino por decisiones mal enfocadas.

Aquí no vas a encontrar atajos ni frases motivacionales. **Vas a encontrar realidad, estrategia y una forma distinta de entender una venta inmobiliaria.** Si algo de lo que lees te incomoda, vas por el buen camino.

Durante este tiempo dedicado a este maravilloso sector he visto muchas situaciones familiares y personales, cada una de ellas con diferentes necesidades lo cual siempre me ha llevado a contestar de la siguiente forma cuando me preguntan: *¿cómo crees que se va a vender mi casa?* y esa respuesta siempre ha sido la misma: Cada venta es un mundo, no te fies solo de lo que diga “tu cuñado”.

Aquí trato de arrojarte con claridad y un poco de humor lo que muchos ignoran aunque me haya sentado con ellos más de 5 horas (que por cierto no es agradable para ninguna de las dos partes, ya te lo digo).

Sobre todo y sin enrollarme más el mensaje es; no te dejes embaucar por la libre opinión de “tu cuñado” que sabe de todo, consulta y contrasta, aunque después de esta guía lo verás todo más claro.



1. Vender en 2026 (Spoiler, la venta ya no es como antes)

El mercado inmobiliario de 2026 será más exigente, más rápido y mucho más informado. El comprador llega con comparativas, con datos y con expectativas muy claras. Eso obliga al propietario a dejar atrás la improvisación y empezar a pensar estratégicamente.

Hoy no gana quien publica primero, sino quien entiende cómo funciona la percepción.

Una vivienda no se vende cuando se publica, se vende cuando encaja en la mente del comprador adecuado. Y aquí tienes que entender una cosa, SI hay compradores adecuados y el mercado SI existe, al final ese mercado es dónde estás tú y donde están los compradores, a los cuales deberás conocer como si fuese una partida de poker; Cómo actúan, cómo piensan, qué necesitan, qué buscan, qué dicen que buscan, qué le lleva a decidirse hacia una vivienda u otra..., vamos como si fuese tu pareja que quiere que adivines qué necesita a cada momento. Lo siento pero es así.

El mercado en 2026 va a ser un juego de estrategia y no de publicar tu casa un viernes o un lunes porque hay más actividad en los portales. Tienes y debes saber el por qué de cada movimiento.

2. El precio: la decisión más maltratada (O sobrevalorada)

El precio sigue tratándose como una opinión personal cuando en realidad es una herramienta estratégica. Poner un precio incorrecto no solo retrasa la venta: **deteriora la imagen del inmueble.**

Subir para luego bajar no es probar el mercado. Es enseñar inseguridad. El mercado no negocia con emociones, negocia con posicionamiento.

El mercado compra por emoción pero cuando siente que le intentan engañar el mercado responde con firmeza. El precio es importante pero no debes creer que se vende todo a cualquier precio, esa no es la realidad.

Salir en un precio elevado para luego estar ansioso por negociar, esperar una oferta o



directamente bajar el precio es como decir que te gusta el cine pero vas a ver “pelis de Almodovar”, bueno ahí a lo mejor me he pasado , pero para que me entiendas, poner un precio alto para luego bajarlo es como echar monedas en una tragaperras y al final conformarte con que te premie con dos euros para al menos tomarte una cerveza.

De ilusiones no vive nadie y menos este mercado. El precio te posiciona o te aleja, tu decides. Y no pienses que por poner un precio de mercado estás regalando nada, porque la diferencia entre ser competitivo y no serlo es vender y meter dinero en la cuenta o seguir a cero.

3. Cómo se hace un estudio de mercado profesional

Un estudio de mercado serio no se basa en anuncios activos, sino en ventas cerradas. Importan los tiempos, la absorción y el perfil del comprador que realmente compra.

Dos viviendas similares pueden tener resultados opuestos. La diferencia casi nunca es la suerte.

Un estudio de mercado bien hecho es lo contrario a fiarte del precio al que te dice tu vecina que ha vendido, no es broma, hay quienes se basan en esos datos superfluos y alejados por kilómetros de una realidad aplastante.

Que no te engañen los precios de venta de portales inmobiliarios ni tampoco te dejes convencer por tu primo que le ha dicho su amigo que su vecina ha comprado por X.

Hazlo bien, no caigas en la trampa de las noticias ni en el boca a boca que solo pretende aparentar, es duro, pero le importas a menos gente de la que te piensas, es decir, a nadie le importa decir una verdad que no es cierta, solo le importa lo que llegues a pensar de él o ella y su economía irreal. No es raro, es lo normal, por eso tú debes pensar por ti y para tí.

4. La competencia real de tu vivienda

Tu vivienda no compite con todas las del barrio, compite con las mejores alternativas del momento. Si esas alternativas están mejor presentadas o explicadas, tu precio deja de ser relevante.

El comprador no busca metros, busca sensaciones justificables.

Los metros son importantes, claro que sí por eso no te engañes a ti mismo. Sé honesto y haz comparaciones desde la objetividad y realidad, si tu no te ves capaz porque haya un



gran componente emocional, delégalo. No pasa nada, aunque no te lo creas lo hacen más del 80 % de los propietarios que al final ponen su casa en venta. No vas a ser el raro de la clase.

La competencia se vuelve competencia cuando de verdad la estudias todos los días, conoces los contactos que ha recibido el anuncio, el tiempo que lleva publicado, cómo es esa casa, en que se parece a la tuya y en qué no.

La competencia es importante, y llegados hasta aquí de no haber tenido en cuenta los puntos anteriores estarás a punto de convertirte en el vendedor oficial de la competencia de tu zona, PIÉNSALO.

5. Home staging: psicología aplicada a la venta

A mi tampoco me gusta usar demasiados anglicismos o tecnicismos en inglés pero en este caso me vas a perdonar, es la forma más corta de llamar a este concepto.

El home staging no maquilla, traduce. Traduce un espacio privado en un producto comprensible para un desconocido.

No se trata de decorar, sino de eliminar fricciones mentales.

¿Has tenido que vender o comprar un coche a lo largo de tu vida? A no ser que seas mecánico y vayas a por lo importante de primeras, la realidad es que siempre miras con otros ojos y de forma más positiva un coche que está limpio e impoluto antes que un coche lleno de barro, polvo y colillas tiradas en las alfombrillas, así es.

Con la vivienda pasa lo mismo, y este concepto es el que se encarga de decirnos que despersonalicemos la casa y saquemos el máximo partido a nuestra casa para que nuestros compradores sientan que compran lo que merecen. Y no, no es engañar, es hacer que lo mejor de cada casa salga a relucir.

Si no crees que esto funcione, sólomente tienes que probarlo. La mente humana al final es muy simple. Nos guiamos por lo que vemos a primera vista, luego ya está el análisis exhaustivo. Pero ¿no te ha pasado que has ido a comer a un buffet, has llenado tus manos de platos y platos y al final te has comido menos de la mitad? ¿Crees que es por el hambre? No, efectivamente es por que comemos por los ojos, indirectamente tu canal de recepción visual está emitiendo un mensaje a tu cerebro; Quiero comer esto porque tiene una pinta que no se puede desperdiciar. Lo mismo pasa con la vivienda. Primero nos entra por los ojos.



6. Preparar una vivienda para provocar deseo

Orden, luz, neutralidad y coherencia. Una vivienda preparada genera calma, no dudas.

Cada objeto que sobra es una pregunta innecesaria para el comprador.

Esto tiene una gran relación con el punto anterior, pero incluso los aspectos que no se ven se perciben por el comprador; Olores, concordancia de colores indirectos, armonía en el entorno, ventanales aprovechados, rincones poco cargados, rodapiés, etc.

Prepara tu casa como si viniera el Rey, los compradores no merecen menos. Y tú jugarás con ventaja. ¿O acaso no quieres que los que vean tu casa sientan deseo de comprarla? Ahí lo tienes.

7. Marketing inmobiliario que sí funciona

Las fotos no informan, provocan. El vídeo no es opcional, es persuasión. El texto no describe, seduce.

Tanto tú como yo sabemos que tu móvil hace buenas fotos, pero no son esas fotos las que necesita tu casa ni valoran los compradores.

Hay reglas para la fotografía de interiores. ¿sabes quién lo sabe mejor que nosotros? Efectivamente, un fotógrafo profesional. ¿A que no te atreves a ir al oftalmólogo y pedirle que te saque una muela? Yo tampoco. Aquí es lo mismo. No sufrirás el mismo dolor pero hay diferentes formas de sufrir.

El mejor marketing es el que hace que el público objetivo se acuerde del producto que le busca. Lo que mejor funciona siempre es el boca a boca, pero en los tiempos que corren lo visual y digital lleva mucha ventaja al respecto.

Por eso haz un exquisito trabajo de marketing, fotos, vídeo, publicación, planos, cuenta bien la historia de la casa, por que la vendes, que la hace especial, por qué decides que ese es el precio, dónde lo pretendes mostrar y a quién... PIENSA EN TODO ELLO ANTES.

Si no sabes cómo hacerlo DELÉGALO.



8. Publicar, posicionar y no quemar el inmueble

Publicar sin estrategia es como hablar sin pensar. Cada movimiento deja huella en el mercado. Un inmueble quemado es un inmueble que pierde poder negociador.

El 80% de los propietarios que deciden poner su casa en venta hace lo contrario, los pasos en el orden inverso y así efectivamente dañan la imagen de un mercado al cual le falta poco para estallar.

Parece que no importa, pero actuar, en estos tiempos, sin pensar daña a gran nivel en el panorama general. Al igual que tu comparas con lo que hay publicado otros lo harán también, pero esta vez compararán con tu inmueble, y como seas de ese 80 % que hace las cosas al revés, estarás ejerciendo una influencia negativa en los demás vendedores.

El inmueble se quema, pero no hace falta que haya un incendio. El inmueble se quema y los compradores también. Si no haces las cosas bien, no te posicionas ni públicas con cabeza y coherencia te alejarás de los compradores que se puedan sentir atraídos por tu casa, es decir el efecto contrario de lo que buscas conseguir.

Actúa con cautela, piensa. No quieras quemar tu casa por no conocerla.

9. Las llamadas: filtrar es proteger

No todas las llamadas son oportunidades.

Filtrar es proteger tiempo, energía y valor. El propietario que atiende todo, acaba agotado y mal posicionado.

Y la mayoría termina tomando decisiones erróneas que le llevan a la venta confusa, proyectar desesperación y urgencia, conclusión: Compradores que se aprovechan de la situación.

Coge la llamada y haz las preguntas que te gustaría que te hicieran y que te gustaría conocer si fueses tu el comprador que llama. No te agobies, hay tiempo.

Haz un guión conciso sobre lo que quieres saber del comprador para que no te haga perder tiempo con las visitas. ¿Te sabes la fábula de la liebre y la tortuga no? Pues has de ser la tortuga. Recuerda el título de esta guía. Quiero que no pierdas dinero por vender tu casa, que la vendas bien, no rápido (aunque yo se hacer las dos).

Menos es más. Piensa en ello.



10. Visitas que generan oferta

Una visita bien planteada conduce a la oferta sin empujar. El silencio también vende. La visita empieza mucho antes de abrir la puerta.

Sólo hay una oportunidad para causar una primera buena impresión. No la desperdicies.

Tu casa habla por tí, sé conciso en lo que dices, suéltate el pelo y quita los nervios, juegas en casa. No dejes nada al azar, ten documentación preparada, se supone que esa visita

viene de una llamada filtrada, sabrás ya lo que necesita ver, oír y saber. Dáselo. No hables de precio, no le muestres urgencia, a veces aparentar es ser.

Deja que todo fluya pero ten claro los puntos débiles y fuertes de lo que estás mostrando y vendiendo, sé honesto. Tu casa no es la mejor, siempre hay casas mejores y casas peores.

Tu deber es conocer las debilidades y fortalezas y contarlas tal cual son. sin tapujos, lo que tú estás enseñando lo están viendo los compradores o visitantes, y lo que omites lo verán más tarde.

No escondas desperfectos importantes, si hay algo que reparar hazlo antes de sacar tu casa al mercado y no esperes a última hora. Eso se notará.

Crea una mezcla y una explosión de sensaciones en la visita, ahí donde se sienten agusto es difícil que se quieran ir. Calcula el tiempo que te llevará recorrer la casa y resolver dudas, luego haz que los tiempos se cumplan, así no quedarás mal con nadie.

Si vives en la casa hazlo saber y actúa con normalidad, si estás haciendo comida o un café o hay gente teletrabajando en casa es normal, muéstrate natural y no trates de quedar bien. Son situaciones cotidianas que se viven en cualquier casa.

11. La negociación: sangre fría y estrategia

Negociar no es aceptar ni rechazar, es decidir. La prisa es la peor consejera del propietario. A veces perder un comprador es ganar dinero.

La negociación es un arte, quien sabe hacerlo y dominarlo acaba ganando. **NO se trata de a ver quien puede más o ver quien se tira el mejor farol.** La negociación en las pelis o series americanas policiacas está bien, incluso en las pelis de empresarios millonarios que con una palabra cambian la situación

La cruda realidad es lo contrario. Vivimos en un país donde todo el mundo quiere regatear



hasta por algo que es gratis. Tu deber es saber que ya has hecho los deberes previamente, conoces dónde está tu casa respecto al mercado dónde está tu competencia, los compradores, el precio, el posicionamiento... todo eso ya lo hemos hablado. **Se claro, honesto y paciente.**

No te desesperes porque si todo lo anterior lo has hecho bien esto es una parte mas del proceso, una parte muy bonita.

Crea una estrategia, haz números, ten conversaciones incómodas, el comprador no es tu enemigo, es tu aliado. Haz un guión de lo que a ti te satisface, pros y contras, escenarios conservadores donde te salgan los números y parte de ahí hacia delante,

No reveles todas tus cartas, pero se claro cuando te pregunten. Intenta averiguar qué es lo más importante para el comprador y desbloquea las dudas y todo lo que pueda causar malos entendidos.

Todo saldrá bien, confía en el proceso.

12. Qué hacen diferente los propietarios que venden

bien

Toman decisiones con información, no con miedo. Confían en el proceso. Entienden que vender bien es un conjunto de pequeñas decisiones correctas.

Hacen caso a estos consejos y confían en las opiniones profesionales como prioritarias, respetan la transparencia y las conversaciones y lo toman como los diez mandamientos del sector inmobiliario.

Los propietarios que venden bien marcan la diferencia porque saben que quieren hacerlo y saben cómo, son valientes y no se aferran a la avaricia si no a la realidad. Saben jugar en un mercado donde quie juega con cabeza sale beneficiado.

Hacen bien todo desde el principio por si algo se tuerce durante el camino saber bien cómo atajarlo y por dónde.

13. Qué no debes hacer aunque lo haga todo el mundo

Escuchar al entorno sin criterio profesional suele salir caro. El mercado no premia la buena intención. Vender no es un acto social, es una operación económica y muchas veces de necesidad.



No debes confiar en la suerte. No debes infravalorar a los compradores y sobrevalorar tu vivienda, lo sé es difícil. Pero debes hacerlo así.

No debes querer equivocarte por querer una venta que en tu interior sabes que nunca ocurrirá.

No debes ser impaciente ni contradecirte con tus acciones. Eso no saldrá bien.

No debes actuar desde el caos, ni debes tomar decisiones en caliente. El vender es un acto que conlleva muchas horas para valorarlo, horas de incertidumbre, discusiones con las partes involucradas, debates y contrastación de las realidades existentes.

Pero ante todo **no debes desconocer el camino que vas a andar ni el mercado en el que te vas a mover**, no debes si no quieres salir perjudicado.

14. Casos reales: lo que pasa cuando se hace bien (y cuando no)

Viviendas similares, estrategias distintas, resultados opuestos. La diferencia nunca fue el mercado. Fue la forma de afrontar la venta.

Pedro: 38 años hereda un piso en Calle Serrano, pide opinión profesional, consulta y contrasta todo, se guía por las buenas energías pero siempre con la información pertinente. Tenía necesidad y algo de prisa, aunque no quería hacer las cosas mal. Le damos un informe con un estudio preciso y actual de mercado, le explicamos cómo vamos a afrontar la venta, qué vamos a hacer por él y su casa heredada, cómo le vamos a sacar el máximo beneficio y le explicamos dónde están esos valores en los que nos podemos mover con seguridad y sin perder fuerza de negociación.

Sabíamos que la zona se estaba revalorizando y sabíamos que la comunidad aprobaría poner ascensor a corto plazo, mientras tanto fuimos conociendo y estudiando la competencia y la zona. Le aconsejamos esperar y que nos dejara poner el precio a nosotros.

Confío y en 13 días teníamos arras firmadas, el piso vendido en un precio que se cerró un 28 % por encima de los valores que sabíamos que se estaban vendiendo esos pisos en la zona dos meses antes, tuvimos paciencia y cerramos con éxito la venta de Pedro antes de lo que él se había propuesto estar con la venta cerrada.

Anabel y Sebastián; 58 y 59 años, piso en Calle Serrano, misma zona, mismas características de la vivienda de Pedro, propietarios desde hace más de 30 años.

Les exponemos todo tal y como lo hicimos con Pedro, conocimiento de zona,



estudio de competencia, valores muy definidos y marcados, revalorización de la zona, ático con ascensor ya desde hacía años y plaza de garaje. Todos los ingredientes para trabajar una buena venta con una buena estrategia.

El matrimonio no quiso entrar en razón, decidieron poner el piso por su cuenta un 20 % más alto de lo que los valores nos marcaban en la zona, después de seis meses seguían sin vender. Se lo confiaron a cinco agencias de la zona, la vivienda tardó en venderse más de diez meses, sufriendo cuatro bajadas de precio en cinco meses, y terminó vendiéndose un 27 % por debajo del valor de salida y de mercado que le expusimos con claridad y sinceridad.

La realidad; El piso de Pedro tenía peor presencia, era más antiguo y desgastado que el de Anabel y Sebastián, pero se dejó asesorar y se vendió antes, se vendió un 28% por encima de la competencia de la zona, un 22%

que el piso de Anabel y Sebastián y en menos tiempo que el 87% de los pisos publicados en ese momento en esa zona.

Tu mismo puedes sacar las conclusiones, pero te he puesto dos casos reales de viviendas similares, en la misma zona, la cual es la zona donde el valor por metro cuadrado es más elevado, donde hay una gran demanda de inversores nacionales e internacionales, y dónde se “vende todo” según dice “el cuñado”.

15. El capítulo incómodo (y necesario)

No querer agencias no te hace más listo. Te hace más responsable de tus decisiones. Vender a conocidos mezcla emociones y dinero. Rara vez acaba bien.

Si optas por hacerlo por tu cuenta, te animo, pero hazlo con calma y coherencia, hazlo bien.

Las decisiones pueden llevarte a un laberinto donde puedes pagar caro los errores, **estamos en una etapa donde es tan fácil confundirse como acertar y hacer que todo salga bien .**

No caigas en falsas creencias. La exclusiva no retrasa el proceso, hace que salga todo bien. Pero para explicarte esto necesitaría enviarte otra guía para que puedas entender plenamente el por qué.

Que no te engañen las afirmaciones erróneas como “para bajar siempre hay tiempo”, “no tienes prisa”, “si no la vendes en un precio no la vendes porque no quieres regalarla”, etc. Todo ello daña la realidad, y **no hay nadie que conozca mejor el mercado y el**



cómo se comporta que aquellos que nos dedicamos a este sector en cuerpo y alma.

Es justo para ti querido propietario que alguien te hable claro. Y por eso esta guía.

16. La decisión final

Esta guía no pretende venderte nada. Solo plantear una pregunta honesta: ¿prefieres decidir solo o decidir mejor?

Si esta lectura te ha hecho pensar, quizá merezca la pena una conversación privada. Sin compromiso. Sin venta. Solo claridad.

“A veces, una sola conversación evita errores que cuestan miles de euros.”

Puedes hablar conmigo directamente clicando en estos enlaces:

<https://ig.me/m/gon.inmotips>

<https://wa.me/message/LQFPNJE3FWMWP1>

o

Pinchando en <https://www.aureamginmo.com/>

o también puedes enviar un e-mail  a info@aureamginmo.com

Que tengas un feliz día

