El inversor que cruza la frontera antes que su dinero

Antes de preguntar por un apartamento, el brasileño que mira el real estate de Ciudad del Este pudo haber viajado, investigado, comparado, hablado con conocidos y construido —o no— confianza en Paraguay.

Por **Gonzalo Martínez Vargas**



Antes de apostar a un desarrollo fuera del país, el inversor inmobiliario analiza el contexto.

Hay una pregunta que el **mercado inmobiliario** casi nunca hace: ¿cuándo comenzó realmente una compra? La respuesta habitual parece sencilla. Cuando llegó la consulta. Cuando alguien pidió información por WhatsApp. Cuando preguntó el precio o visitó un showroom. Pero para un **inversor brasileño** que considera comprar en **Ciudad del Este**, probablemente haya comenzado bastante antes.

Antes de interesarse por un proyecto pudo haber conocido **Paraguay**, cruzado la frontera, mantenido relaciones comerciales o personales, hablado con amigos, investigado por internet, observado cómo evolucionaba Ciudad del Este o comparado esa inversión con otras alternativas. **La escritura registra cuándo compró. No registra cuándo empezó a comprar.**

El inversor llega antes que el lead

Ese fue uno de los puntos que quisimos investigar en **Moebius**. No solamente qué puede comprar un brasileño en Ciudad del Este, cuánto está dispuesto a pagar o qué rentabilidad espera. Nos interesaba reconstruir algo menos visible: qué ocurrió antes de que apareciera como **potencial cliente** de un proyecto inmobiliario.

Trabajamos sobre perfiles con diferentes grados de familiaridad con Paraguay y esa variable cambia considerablemente la lectura. No es igual quien conoce Ciudad del Este, viajó varias veces y mantiene vínculos con Paraguay que quien está evaluando el país desde una ciudad brasileña sin haberlo visitado. Ambos son inversores extranjeros, pero inmobiliariamente no están a la misma distancia. **En una inversión transfronteriza, los kilómetros pueden explicar menos que la familiaridad.**

Aquí aparece una particularidad extraordinaria para el real estate de Ciudad del Este: el mercado no necesariamente tiene que comenzar consiguiendo que Brasil descubra la ciudad.

La Receita Federal brasileña define al **paso Foz do Iguazú–Ciudad del Este** como la frontera terrestre más transitada de Brasil y estima un movimiento promedio de unas 103.000 personas por día. Paraguay, a su vez, otorgó durante 2025 unas 23.526 residencias a ciudadanos brasileños, equivalentes al 58% de todas las residencias concedidas a extranjeros durante ese año.

Naturalmente, **una residencia no equivale a una inversión inmobiliaria** y cruzar una frontera tampoco convierte a nadie en comprador. Pero ambos números permiten entender el territorio sobre el cual puede comenzar a construirse una decisión patrimonial.

Ciudad del Este no parte de cero frente a Brasil. Parte de algo posiblemente más valioso: ya existe en su mapa mental.

Cuando pregunta el precio, la decisión ya empezó

Buena parte de la comercialización inmobiliaria comienza explicando el producto: metros cuadrados, amenities, precio, forma de pago, rentabilidad esperada, ubicación y fecha de entrega. Todo es necesario. Pero cuando se busca captar a un inversor extranjero existe una instancia anterior. Antes de decidir qué apartamento comprar, debe decidir si quiere tener una parte de su **patrimonio** allí. La diferencia parece pequeña. No lo es.

Un proyecto puede competir perfectamente contra otro edificio de Ciudad del Este y perder igualmente al inversor porque la verdadera comparación estaba ocurriendo contra Brasil, otro mercado, otro activo o simplemente contra la posibilidad de mantener el dinero donde estaba. Por eso conocer qué proyectos visitó, el cliente es solamente una parte del análisis. Hay que intentar descubrir qué **otras alternativas** consideró antes de llegar al proyecto.

Internet profundizó este fenómeno. El comprador que finalmente escribe al desarrollador no llega necesariamente desinformado. Puede haber visto proyectos, precios, ubicaciones, videos, redes sociales y antecedentes del desarrollador. Puede incluso haber construido una

primera opinión sobre el proyecto sin haber hablado todavía con nadie.

Eso modifica el papel del equipo comercial. El vendedor ya no recibe necesariamente a alguien que comienza una búsqueda. Puede recibir a alguien que llega con una investigación avanzada y necesita resolver determinadas dudas para continuar.

Cuando el inversor pregunta el precio, probablemente ya haya tomado varias decisiones que el vendedor nunca vio.

Ahí aparece uno de los grandes puntos ciegos de la venta inmobiliaria: **el CRM registra el lead, pero no registra su historia anterior.**

La confianza también tiene arquitectura

En una inversión realizada dentro del propio país existen referencias que muchas veces damos por supuestas. En otro mercado deben reconstruirse. Quién desarrolla. Qué hizo antes. Quién construye. Qué ocurre después de comprar. Cómo funciona el alquiler. Qué información está documentada. Qué sucede si aparece un problema. Quién estará del otro lado cuando la operación haya terminado.

Por eso la confianza no debería considerarse simplemente una cualidad subjetiva del comprador. **La confianza también tiene arquitectura.**

Un proyecto que comprende al inversor extranjero puede construir una secuencia de evidencias que reduzca progresivamente su **incertidumbre**. Y en ese recorrido el precio es solamente una variable.

Existe un antecedente regional interesante, aunque las ciudades y sus mercados sean muy diferentes. Durante décadas, muchos argentinos conocieron **Punta del Este** primero como visitantes, después como usuarios recurrentes de la ciudad y finalmente como propietarios.

Ciudad del Este tiene otra historia y otra lógica, pero ambos casos permiten observar algo semejante: **una ciudad puede entrar en la vida del futuro inversor mucho antes de entrar en su patrimonio.**

Para Ciudad del Este la pregunta es propia: ¿puede convertir la familiaridad que una parte de Brasil ya tiene con la ciudad en confianza inmobiliaria?

El mercado que todavía no construimos

Quizás estemos midiendo demasiado el final del proceso. El mercado inmobiliario cuenta unidades vendidas, precios, metros cuadrados y escrituras. Son datos imprescindibles, pero explican principalmente lo que ya ocurrió.

Para entender lo que puede ocurrir después también habría que estudiar a quien preguntó y no compró; a quien investigó Paraguay, pero nunca consultó; a quien estuvo cerca de invertir y eligió otra alternativa; y a quien abandonó una operación porque una duda nunca encontró respuesta.

Las ventas muestran el mercado que existe. Las ventas perdidas pueden revelar el mercado que todavía no construimos.

Cada conversación que termina sin una operación contiene información. La pregunta es si esa información desaparece con el cliente o regresa al desarrollador, al proyecto, al marketing y al equipo comercial convertida en conocimiento.

Y esta cuestión adquiere especial importancia cuando se intenta captar demanda extranjera. Si diez brasileños preguntan por un proyecto y ninguno compra, conocer solamente el resultado —cero ventas— aporta muy poco. Saber qué preguntaron, dónde dudaron, qué compararon y por qué abandonaron puede valer bastante más.

Del mapa mental a la cartera

Ciudad del Este tiene delante un desafío singular. No necesita solamente vender más departamentos a brasileños. Necesita comprender **cómo un brasileño se convierte en inversor inmobiliario de Ciudad del Este**.

Dónde comienza su recorrido. Qué investiga. Qué compara. A quién escucha. Qué le genera confianza. Qué lo detiene. Y qué evidencia necesita para finalmente avanzar.

Ahí probablemente exista una oportunidad bastante mayor que la de simplemente promocionar propiedades del otro lado de la frontera.

Ciudad del Este ya está en el mapa mental de muchos brasileños. El desafío del real estate es pasar del mapa a la cartera. Porque el capital puede cruzar una frontera en minutos. **La decisión inmobiliaria empieza a cruzarla mucho antes.**