

NOTA DE PRENSA

Informe 'El viaje del comprador en España' – datos Cataluña

La vivienda en propiedad y de obra nueva, la opción favorita del 41% de los catalanes en su proceso de búsqueda

- Culmia presenta un nuevo informe en el que pulsa la opinión y analiza la experiencia del comprador de vivienda en Cataluña desde el momento de la búsqueda hasta la firma de la propiedad.
- El 54% de los catalanes se decanta por la opción de un piso, seguido de la casa, con un 40%, el ático 24,5%, el piso en urbanización 20% y el apartamento 18,5%.
- Las personas mayores de 35 años son quienes realizan más compras de viviendas, liderado por el grupo de mayores de 65 años (66,7%).
- Para 1 de cada 2 personas, la falta de opciones en su rango de precios y la escasez de productos en la zona en la que le interesa se encuentran entre las principales dificultades en sus procesos de búsqueda de vivienda.
- De manera general, el presupuesto en Cataluña se establece entre los 100-200 mil euros (44,5%). Asimismo, el 28,5% pasaría a un presupuesto por encima de esa cantidad. Solo el 5,5% destinaría hasta 400 mil euros.
- Los científicos son el perfil más deseado de vecino para los catalanes, seguido de los empresarios y los actores.

28 de septiembre 2022.– La pandemia y el efecto del confinamiento han modificado las prioridades del comprador de vivienda en Cataluña en todas las fases del proceso, desde el inicio de la búsqueda hasta el cierre final de la compra. Así lo demuestran las conclusiones del informe 'El viaje del comprador en España' a cargo de Culmia. Elaborado por la firma demoscópica Sigmados,

NOTA DE PRENSA

ofrece una radiografía actual del perfil del demandante de vivienda en nuestro país y en sus comunidades autónomas.

El informe revela que más un 40% de los catalanes reconoce estar planteándose en la actualidad un cambio de vivienda y en el que, en líneas generales, prioriza espacios más grandes, disponibilidad de terraza o jardín o incluso la posibilidad de disfrutar de una zona más tranquila.

Esta búsqueda de espacios más amplios responde principalmente al perfil medio del actual comprador de vivienda que en su mayoría, un 60,5%, cuenta con 3 o más integrantes en el hogar, seguido de las parejas, el 30,7%. Por el contrario, sólo un 8,7% de las personas que actualmente se encuentra en proceso de búsqueda viven solas.

Según los datos del informe, el 64,7% de los encuestados reconoce haber realizado alguna vez una búsqueda para adquirir vivienda y de ellos el 49% terminó adquiriéndola. En general son las personas mayores de 35 años quienes realizan más compras de viviendas, liderados por el grupo de mayores de 65 años, un 66,7%.

En su mayoría, las personas que están buscando una nueva vivienda cuentan ya con una residencia propia. Más de la mitad, 54,5%, viven en propiedad y sólo un 14% se encuentra buscando mientras reside en la vivienda familiar. Destaca en este punto el 31,5% de personas que viven actualmente en régimen de alquiler y que buscan un activo en propiedad, en línea con la actual tendencia del mercado residencial.

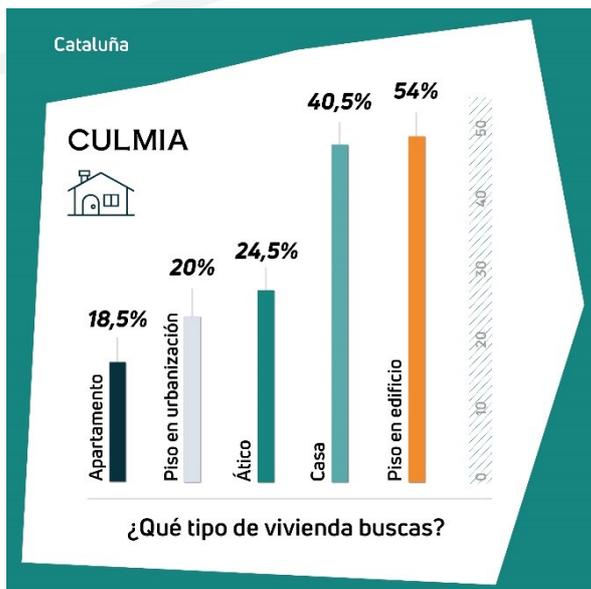
¿Qué vivienda demandan los catalanes?

La búsqueda de vivienda en la Cataluña se basa principalmente en viviendas en propiedad, sin embargo, dentro de esta categoría existe una distinción entre la búsqueda de viviendas de nueva construcción (41%) y viviendas de segunda mano (34,5%).

Por grupos de edad, puede observarse como mayores de 65 años se decantan en mayor medida por las nuevas construcciones en régimen de propiedad, al igual que el grupo de 46-64 años, aunque empatando prácticamente con la 2ª

NOTA DE PRENSA

mano en propiedad. El piso es la opción más demandada, con un 54%, seguido de la casa 40,5%, el ático 24,5%, el piso en urbanización 20% y el apartamento 18,5%. Y entre sus preferencias prevalecen los espacios amplios donde las 3 habitaciones son las más solicitadas, por el 57%, seguidas de 4 o más con un 23%, y de la opción de dos habitaciones, con un 19,5%.



Principales motivos del cambio de vivienda

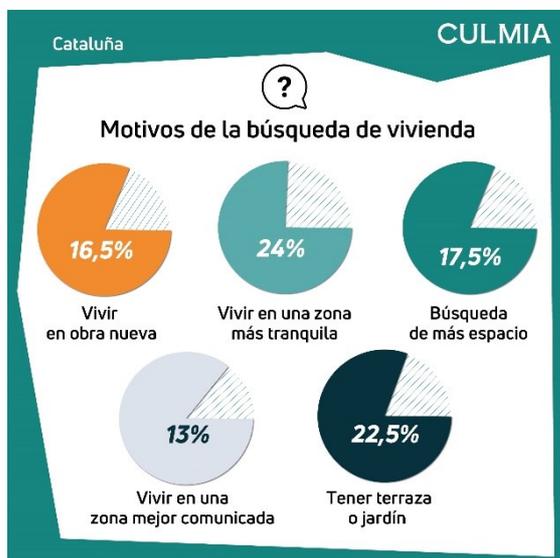
La pandemia ha modificado las prioridades del perfil tipo del comprador y junto con las viviendas más espaciaosas se valoran ahora otros aspectos más allá del propio interior. Entre los principales motivos que han empujado a los catalanes a iniciar la búsqueda de una vivienda, el 24% reconoce la posibilidad de poder vivir en una zona más tranquila, mientras el 22% revela que desearía contar con un espacio de terraza o jardín en su vivienda. La falta de espacio, 17,5%, la posibilidad de disponer de una vivienda de obra nueva, 16,5%, o vivir en una zona mejor comunicada, 13%, son los otros motivos de búsqueda.

Sobre la localización, los potenciales compradores se muestran pocos proclives a la movilidad geográfica o los cambios que supongan grandes distancias. El 35,5% asegura que busca una vivienda en la misma ciudad e incluso el mismo barrio donde vive actualmente; un 26,5% busca vivir en la misma ciudad, pero un barrio más céntrico y, en la misma línea, un 22% querría vivir en una zona más céntrica de su misma área metropolitana. Por el contrario, el 10,3% busca una vivienda en su misma área metropolitana pero más lejos del centro, y un 17,5% más lejos del centro en su misma ciudad. No obstante, un 13,8% busca

NOTA DE PRENSA

mudarse a otra ciudad en la misma comunidad autónoma y solo un 5,4% busca cambiarse de ciudad en otra región.

El impacto de la pandemia y el cambio de necesidades también se ve reflejado entre los aspectos que más se valoran a la hora de decidir la compra de una vivienda. Además del precio y la localización, los catalanes sitúan como tercera preferencia el disponer de una vivienda de mayor tamaño y la posibilidad de contar con una terraza privada con luminosidad. La disponibilidad de aparcamiento y trastero y convivir con unos vecinos adecuados son los otros dos grandes factores de decisión.



Proceso de búsqueda: influencia de familia y amigos y mayor peso digital

Los catalanes son dados a dejarse aconsejar y acompañar por las personas que consideran más cercanas. Un 64% reconocen que son los familiares y amigos de los que más valoran un consejo para tomar la decisión y un 38% asegura que valora más un consejo de algún profesional del sector.

Sobre los métodos más utilizados para iniciar la búsqueda de vivienda están los canales digitales y, en concreto, los más especializados en el sector inmobiliario ganan cada vez más terreno. Un 68% asegura que realiza estas búsquedas a través de portales inmobiliarios, el 30% hace uso del buscador Google para encontrar opciones y un 26,6% visita la web de los propios promotores para analizar su oferta y/o consulta a un agente inmobiliario. Llama la atención el 19% que realiza la consulta directa a *amistades para hacer su búsqueda*.

NOTA DE PRENSA

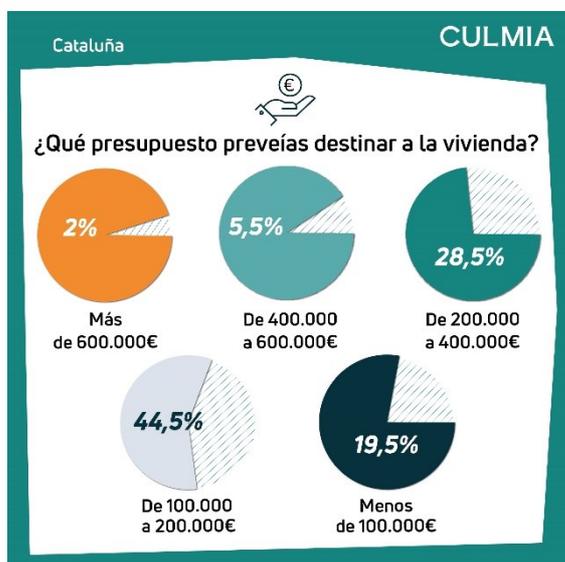
Por último, canales como redes sociales y publicidad exterior lo utilizan el 18,5% y 7%, respectivamente.

Con respecto al asesoramiento y acompañamiento, el papel que juegan las promotoras en todo el viaje de compra es valorado por los catalanes como relevante. Los aspectos mejor considerados en relación con las promotoras tienen que ver con el conocimiento del producto y el asesoramiento sobre arras o impuestos, ambas con un 25,6%.

Celeridad en el proceso de compra y presupuesto

El tiempo de búsqueda de vivienda se encuentra generalmente entre 1 y 12 meses, siendo la opción entre 1 y 3 meses la más frecuente y siendo el grupo más joven el que más tiempo dedica a la búsqueda.

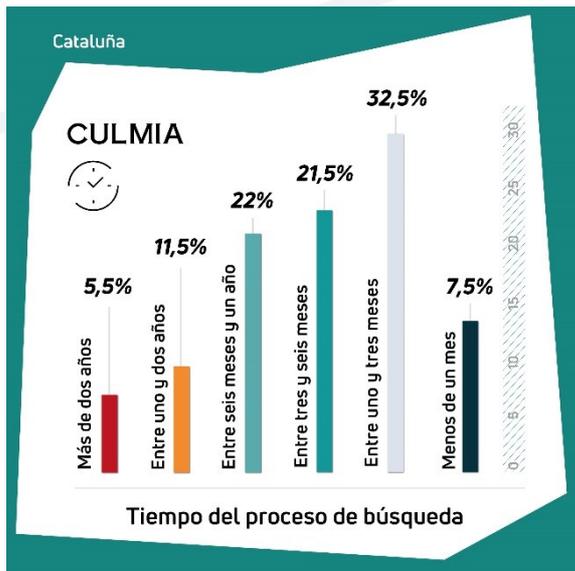
Las principales dificultades por las que pasaron en sus procesos de búsqueda fueron, para cerca de 1 de cada 2, la falta de opciones en su rango de precios y la escasez de productos en la zona que les interesaba.



De manera general, el presupuesto en Cataluña se establece entre los 100-200 mil euros para el 44,5% de los encuestados y para el 28,5%, este estaría por encima de esas cifras. Así, en un lugar intermedio se encuentran presupuestos de hasta 100 mil euros, con 19,5% y solo un 5,5% estaría dispuesto a destinar hasta 400.000 euros.

NOTA DE PRENSA

Además, para el 48% de las personas que compraron una vivienda su presupuesto se ajustó y no apreciaron desviación, un 20% afirma que la compra fue un 10-20% más barata y para el 18,4% fue hasta un 20% más costosa.



¿Qué hacen los catalanes al llegar a casa? ¿Cuál sería su vecino preferido?

El informe también refleja algunos datos curiosos con relación al comportamiento de los catalanes en casa, muchos de ellos relacionados con la nueva normalidad una vez concluida la pandemia. De hecho, el 32,7% de los encuestados asegura que lo primero que hace al llegar a casa es quitarse los zapatos. Dejar las llaves, 22,3%, y saludar a la familia, 20,1%, son la segunda y tercera opción, respectivamente.

Sobre las preferencias de los catalanes a la hora de elegir vecino, el 22,7% desearía que este fuera un científico; un 15,5%, un empresario y un 12,6%, un actor.

Sobre Culmia

Culmia es una de las principales promotoras de España cuyo plan estratégico cuenta con tres ejes de negocio: vivienda de compraventa, *build to rent* y vivienda asequible. Desde 2013 ha entregado más de 6.200 viviendas y a cierre del primer trimestre del 2022 la promotora dispone de más de 70 promociones con cerca de 6.000 viviendas en fase activa.

Cuenta con una cartera en comercialización que comprende más de 40 promociones y cerca de 2.500 viviendas repartidas por Cataluña, Madrid, Levante y Andalucía. En el segmento *build to rent*, Culmia está

NOTA DE PRENSA

desarrollando alrededor de 850 viviendas y cuenta con proyectos para añadir otras 2.000. Y en vivienda asequible destaca la adjudicación de un lote del Plan Vive de la Comunidad de Madrid de 12 promociones y 1.763 viviendas.

Su equipo de más de 150 profesionales, sólido, experimentado y repartido por 10 oficinas en toda España, desarrolla viviendas preparadas para responder a la evolución de las necesidades de sus clientes. La promotora ofrece a sus clientes hogares que van más allá de la vivienda, acompañándolos en todo el proceso de compra, el viaje con destino a su hogar.

La compañía basa su propuesta de valor en una gestión innovadora y una capacidad de desarrollo integral, desde la búsqueda de suelo a la construcción de promociones flexibles y adaptables y que cumplen además con los más altos estándares de eficiencia energética y sostenibilidad.

Para más información, www.culmia.com

Sigue a Culmia en:



Contacto para medios de comunicación

Ginés Cañabate
Roman

g.canabate@romanrm.com
+34 649 214 47

Patricia González
Roman

p.gonzalez@romanrm.com
+34 602 251 600