

NOTA DE PRENSA

II Informe 'El viaje del comprador en España' – datos de Andalucía

El 60,2% de los andaluces afirma haber considerado acceder a una vivienda asequible o con algún tipo de subvención pública

- Culmia presenta la segunda edición de su informe 'El viaje del comprador en España' donde analiza el panorama actual y futuro del comprador de vivienda en España, y de varias comunidades, y explora las tendencias del mercado.
- El 17% de los andaluces no ha solicitado ayudas al considerar que no les corresponde, mientras que sólo un 4,6% dice haber pedido el aval del ICO, y un 4,8% han optado a las ayudas dirigidas a la adquisición en el entorno rural contempladas en el Plan Estatal de Vivienda.
- El 53,4% de los encuestados considera que las opciones de vivienda en el mercado actual no se ajustan a sus expectativas económicas y un 18,5% dice que no se adecúan a sus intereses de espacio y diseño.
- Aunque la opción de vivienda en propiedad es mayoritaria en todas las edades, comienzan a aparecer otras alternativas entre las más demandadas, como el alquiler asequible (15,5%), o la Vivienda de Protección Oficial (11,1%).
- El 33,6% de los usuarios afirma que la condición de vivienda saludable determina su compra. Por franjas de edad son los mayores de 65 años los que se muestran más condicionados a esta variable.
- Preguntados por cómo será la casa del futuro, el 23%, la relacionan estrechamente con la domótica y la inteligencia.
- Esta edición del informe ha contado con las opiniones de los niños respecto a la vivienda del futuro. Para ellos los robots e IA serán una realidad en el hogar. Y esperan espacio amplios, flexibles y luminosos donde vivir.

20 de noviembre de 2024 - Culmia, la plataforma inmobiliaria que concentra íntegramente las soluciones de vivienda del mercado, ha presentado la segunda edición del informe 'Viaje del comprador en España', en este caso con datos focalizados en Andalucía.

Se trata de un elaborado junto a la firma demoscópica Sigmados, en el que se ofrece una visión actualizada y detallada del perfil del comprador de vivienda en España

NOTA DE PRENSA

basada en encuestas realizadas a una muestra representativa de más de 2.000 ciudadanos mayores de 26 años repartidos entre Andalucía, Comunidad de Madrid, Cataluña, Comunidad Valenciana, País Vasco y Galicia.

Además de compartir una radiografía general del panorama residencial en España, y Andalucía, y del perfil del demandante de vivienda en particular, el informe examina las tendencias emergentes relativas al hogar del futuro y explora la relevancia de ciertos aspectos como la digitalización, la sostenibilidad, la eficiencia energética y las nuevas formas de interacción en este escenario.

En el informe se revela que el 73% de los andaluces que han buscado vivienda en el último año no han solicitado ninguna de las ayudas económicas de las ofrecidas por la Administración para iniciar el proceso de compra. De ellos el 17% no lo ha hecho al considerar que no le corresponden. Sin embargo, el 4,6% ha solicitado un aval del ICO y el 4,8% las ayudas del Plan Estatal de Vivienda.

Entre aquellos que han solicitado algún tipo de ayuda se observa que esta opción prevalece en los grupos de edad jóvenes, entre las edades 30 y 44 años, con una media de 5,7% habiendo solicitado.

¿Has solicitado alguna ayuda económica de las ofrecidas por la Administración para iniciar la compra de una vivienda?



Durante la búsqueda: La vivienda asequible, una tendencia en alza

En relación con el precio, el 53,9% de los andaluces considera que las opciones de vivienda en el mercado actual no cumplen sus expectativas económicas.

Este dato confirma la tendencia expuesta en el informe anterior, que señalaba que todos los grupos de edad coinciden en la necesidad de contar con más viviendas con precios y condiciones más asequibles.

Por su parte, el 18,5% de los andaluces afirma que las opciones del mercado no cumplen en la actualidad con sus intereses de espacio y distribución, el 7,6% asegura

NOTA DE PRENSA

que no cumplen con lo que esperan de las zonas comunes y un 6,4% asegura que la oferta actual no completa lo que espera de servicios complementarios. Sólo el 13,9% de los encuestados declara que las opciones de vivienda en el mercado actual cumplen con sus expectativas.

¿Cuál de las siguientes frases describe mejor el grado en que la oferta de vivienda actual se adapta a tus necesidades y expectativas?



El informe pone de manifiesto que el contexto normativo, como la Ley de Vivienda, ha provocado la paralización indefinida de la compra para más del 37% de los andaluces, con un mayor impacto entre los jóvenes de 26 a 29 años, un 67,3%. El informe destaca que, entre los andaluces que han barajado la opción de comprar una vivienda en el último año pero finalmente no lo han hecho, el 57,1% de ellos ha tomado esta decisión a raíz de la aparición de la Ley de Vivienda y su efecto normativo.

También revela que, aunque la opción de vivienda en propiedad es mayoritaria en todas las edades, con un 70,2% de los encuestados que se plantea esta opción como posible encaje en el futuro, ésta desciende a menor edad. El contexto actual del mercado está generando la aparición de nuevas fórmulas de vivienda anteriormente menos demandadas. En este sentido, el 15,5% de los andaluces considera el alquiler asequible como su principal opción, seguido del 11,1% que se plantea como posible encaje futuro una Vivienda de Protección Oficial (VPO), un 2,1% el coliving y el 1,1% el alquiler flexible.

Los más jóvenes, los menores de 30 años, 65,5%, son quienes en menor medida ven la fórmula de vivienda en propiedad como posible encaje en el futuro, mientras que aquellas personas de más de 65 años, 75,1%, son quienes más optan por la fórmula de vivienda en propiedad.

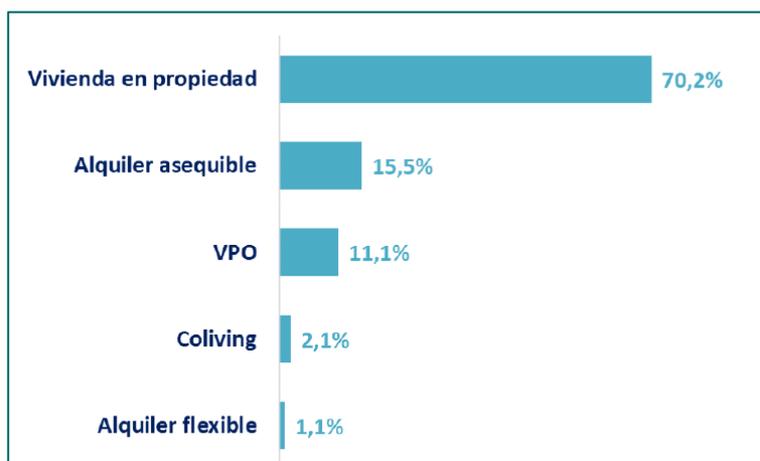
Además, el 60,2% de los andaluces afirma haber considerado acceder a una vivienda asequible o con algún tipo de subvención pública. Por rango de edad, los jóvenes, las personas comprendidas entre los 30 y 44 años, son quienes de forma más amplia,

NOTA DE PRENSA

17,6%, encuentran la vivienda en alquiler asequible como su opción preferencial de cara al futuro.

Estos porcentajes refrendan las conclusiones del informe que Culmia presentó el pasado julio en Andalucía referente a las necesidades de vivienda asequible de la comunidad. En su estudio 'Acceso a la Vivienda en España: Objetivo Andalucía' la promotora mostraba que la región precisa de un total de 160.000 viviendas, divididas entre viviendas asequibles y viviendas públicas, sumadas a otras 39.000 viviendas que requerirían ayudas de cara a fomentar la incorporación al mercado Build to Sell. Y que para satisfacer esta demanda, se necesitaría una inversión pública de 7.731 millones de euros, lo que implica un gasto anual de 386,5 millones de euros en un programa a 20 años, equivalente al 0,21% del PIB de Andalucía.

Según tu actual situación, ¿cuál de estas fórmulas de vivienda te planteas como posible encaje en el futuro?



Proceso de búsqueda y compra: ¿asesoramiento o no?

A medida que evoluciona el sector, también cambian las preferencias respecto al asesoramiento antes, durante y después de la compra de una vivienda.

Más del 70% de los andaluces encuestados identifican áreas en las que una comercializadora o inmobiliaria puede brindarles apoyo en el proceso de compra, un dato que se alinea con los hallazgos de la primera edición este informe donde el acompañamiento de la promotora fue uno de los aspectos que más ayudaron al cliente durante este proceso.

En particular, más del 23% considera que una comercializadora o inmobiliaria ayuda por su mejor conocimiento del mercado y el propio asesoramiento, seguido por quienes piensan que el asistirse por una comercializadora permite conocer más ofertas de viviendas, 20,2%.

NOTA DE PRENSA

Por segmentos de edad, a medida que avanza la edad de los andaluces, aumenta la preferencia a realizar la búsqueda de vivienda sin asesoramiento externo. Mientras que esta preferencia es del 36,1% para los encuestados de entre 45 y 64 años, esta cifra se reduce a 8,3% en el caso de las personas menores de 30 años.

Por su parte, a la hora de iniciar las conversaciones para la compra de la vivienda, el informe señala que más del 66% de las personas encuestadas prefieren el contacto personal con un profesional para relacionarse con el vendedor y llevar a cabo el proceso de compra.

Durante la compra: El diseño y la sostenibilidad caracterizan las viviendas más buscadas

La posibilidad de personalizar la vivienda es un factor importante para más del 70% de los andaluces, aunque no es un factor determinante en el proceso de compra. El diseño de la vivienda representa un aspecto clave entre los encuestados, imponiéndose en mayor medida entre los más jóvenes, en un 74,4%.

La amplitud y el espacio son los elementos a los que los andaluces le dan más importancia en la vivienda, en un 71,2%. Les siguen la luminosidad 64,5% y, en tercer lugar, la distribución de las estancias 53,5%, seguido por la orientación de la vivienda.

Indica los elementos de la vivienda a los que das más importancia.



En el proceso de búsqueda de viviendas también, cerca del 33,6% de los usuarios afirman que la condición de vivienda saludable determina su compra. El 51,4% de las personas mayores de 65 años asegura que la vivienda sea saludable condiciona la compra de vivienda, una cifra que se reduce en el caso de las personas entre 26 y 29 años, que afirman que la vivienda sea saludable es relevante pero no condiciona la compra.

NOTA DE PRENSA

Los contaminantes químicos, 28,8%, son los aspectos relativos a la salud del hogar que más preocupan, seguidos por los contaminantes biológicos, 22,3% y los contaminantes físicos 21,3%.

Además, el 18,1% de los andaluces prioriza la sostenibilidad en el proceso de construcción de la vivienda y lo considera un factor imprescindible en el proceso de compra, siendo este factor de mayor importancia para los mayores de 65 años.

Esto se ve reforzado por el hecho de que el 75,5% de los andaluces destaca que la certificación energética es determinante al comprar una vivienda, si bien el 51,5% no están dispuestos a pagar por ello. La razón principal que explica la preferencia de los compradores por viviendas con un alto certificado energético es el ahorro de coste en energía, en un 65,3%.

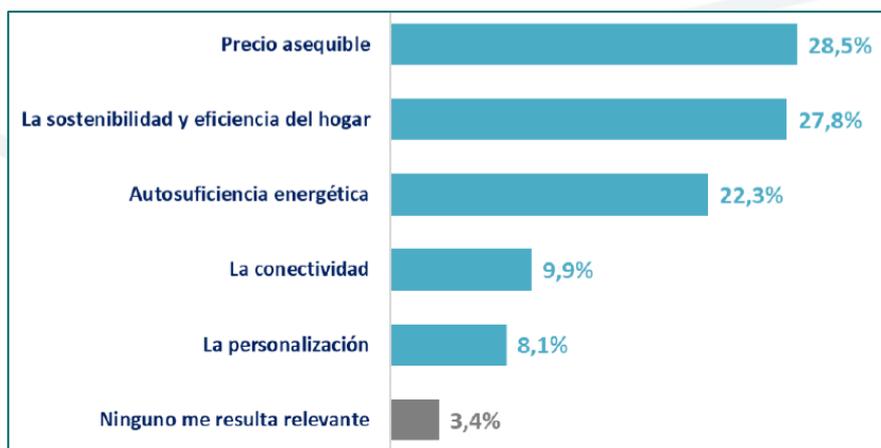
Sobre los procesos de automatización en el hogar, el informe también revela que cerca de uno de cada dos andaluces, el 48,1%, busca viviendas que incluyan medidas domóticas para una gestión eficiente en el hogar. Esta tendencia ya se observaba en la primera edición del informe, donde estas medidas supusieron el 3,1% de los aspectos más valorados para reducir los gastos fijos de una vivienda.

La vivienda del futuro: sostenible, eficiente e inteligente

La segunda edición del informe 'Viaje del comprador en España' de Culmia explora también la percepción de los andaluces respecto a la vivienda del futuro, y analiza las tendencias emergentes que moldearán los hogares en el medio y largo plazo. Las conclusiones del informe revelan que varios ideales relacionados con la casa del futuro ya se están implementando en el presente.

Entre los valores imprescindibles que los andaluces relacionan con la casa del futuro se encuentra el precio asequible, en un 28,5%, la sostenibilidad y eficiencia del hogar, 27,8%, seguido de la autosuficiencia energética, un 22,3%.

¿Qué valor consideras imprescindible en la vivienda del futuro?



NOTA DE PRENSA

Por otro lado, respecto a los materiales que se anticipa que se utilizarán en las viviendas del futuro, el informe revela que la mayoría de los andaluces creen que seguirán construyéndose con materiales tradicionales, seguido de otras opciones como la madera, en segundo lugar, y el vidrio solar, en tercer lugar.

En línea con el auge de nuevas tecnologías, más del 23% de los andaluces considera que la casa del futuro será inteligente. Por ello, el 33,5% consideran que el ordenador, el smartphone o la tablet serán los medios principales para interactuar con la casa inteligente, seguido de la comunicación a través de asistentes virtuales.

Sobre el proceso de compra de la vivienda del futuro, la encuesta avanza que será a través de una publicidad hiper personalizada, seguido de las redes sociales y de la visualización de la vivienda a través de realidad aumentada. Se plantea también la posibilidad que en este proceso puedan surgir otros canales, como la visualización a través de hologramas y el metaverso, así como los *influencers*.

En cuanto al asesoramiento, se considera que la persona física será el canal de atención al cliente más asiduo en el proceso de compra de vivienda en el futuro. Le siguen la atención telefónica y la atención vía WhatsApp.

Por último, y respecto a la financiación en la vivienda del futuro, los andaluces prevén que sea a través de financiación bancaria, frente a otros métodos de pago y financiación como el patrimonio, la permuta, la nuda propiedad, o la financiación crowdfunding o crowdlending.

¿Cómo ven los niños/as la vivienda del futuro?

Como novedad este año, el informe también ha analizado las opiniones de niños/as respecto a la vivienda del futuro, ofreciendo una nueva dimensión desde la perspectiva de los futuros compradores de vivienda en España.

Los niños/as imaginan un futuro donde las casas estarán profundamente ligadas a la inteligencia artificial, con todos los dispositivos y electrodomésticos conectados a internet. Visualizan hogares automatizados, donde la luz, los aparatos y las tareas del hogar serán gestionados por robots y controlados mediante comandos de voz o mandos a distancia. Además, asocian la inteligencia artificial no solo con la comodidad de dar instrucciones, sino también con la eficiencia y el ahorro energético que brindará en el funcionamiento de las casas inteligentes.

Imaginan un futuro donde las habitaciones de las casas estarán completamente dominadas por la electrónica y la inteligencia artificial. Visualizan espacios más amplios y funcionales, donde todo, desde la televisión y las consolas hasta las luces, será controlado por voz. Las luces, protagonistas clave, podrán cambiar de color e intensidad, e incluso apagarse automáticamente al dormirse. También esperan que la limpieza y el orden se gestionen de manera automática. Estas habitaciones inteligentes crearán entornos personalizados, adaptando la temperatura, la iluminación y el espacio a las necesidades de cada momento, todo gestionado electrónicamente mediante pantallas o comandos de voz.

NOTA DE PRENSA

Sobre Culmia

Culmia es una plataforma de gestión de proyectos inmobiliarios líder en España con una propuesta innovadora de gestión integral que aplica a todas las fases de desarrollo de una vivienda.

Su plan estratégico cuenta con cuatro grandes ejes de negocio: vivienda de compraventa (BTS), vivienda de alquiler (BTR), vivienda asequible y gestión del suelo en los desarrollos urbanísticos más relevantes del territorio nacional.

Desde sus inicios en 2013 ha entregado más de 7.400 viviendas en más de 115 promociones. En la actualidad, la compañía cuenta con una cartera de 15.500 viviendas. 8.450 se encuentran en fase de desarrollo en un total de 110 promociones, de las cuales 40 están en construcción y ascienden a 3.800 viviendas, y otras 50 promociones, que suman 2.700 viviendas, están en comercialización. La cartera incluye un banco de suelo ubicado en sectores estratégicos que totaliza 6.800 viviendas y que espera desarrollar en un total de 135 promociones.

En el segmento build to rent, Culmia está desarrollando más de 750 viviendas. Y en vivienda asequible destaca la adjudicación del lote 3 de la primera fase del Plan VIVE de la Comunidad de Madrid, compuesto por 1.763 viviendas que se encuentra en fase de entrega; el único lote de la segunda fase del Plan VIVE, formado por 1.137 viviendas. Dos lotes del Plan de Alquiler Asequible del Ayuntamiento de Madrid formado por 871 viviendas. Y recientemente ha sido adjudicatario de dos lotes formados por 169 viviendas del plan de vivienda asequible de la Generalitat Valenciana. Y de 402 viviendas asequibles en Esplugues de Llobregat. Lo que supone levantar más de 4.000 viviendas asequibles a nivel nacional.

Culmia cuenta con un equipo de casi 150 profesionales, sólido, experimentado y repartido por 3 delegaciones y 10 oficinas en toda España, que desarrolla soluciones residenciales preparadas para responder a la evolución de las necesidades de sus clientes.

La compañía basa su propuesta de valor en una gestión innovadora, comprometida socialmente, con especial atención en la sostenibilidad en los inmuebles -cumpliendo con los más altos estándares de eficiencia energética y sostenibilidad-, y una capacidad de desarrollo integral, desde la búsqueda de suelo a la construcción de promociones flexibles.

Culmia destaca por ofrecer soluciones versátiles y adaptadas a todos sus clientes y *stakeholders* acompañándolos a lo largo de todo el proceso de adquisición de una propiedad inmobiliaria, desde el momento que se tiene conciencia de esta necesidad hasta el final de la compra. Todo ello encabezado por expertos de la compañía que ofrecen un asesoramiento personalizado y que ponen a disposición de sus clientes un amplio abanico de herramientas que facilitan el proceso de compra.

Para más información, www.culmia.com

Sigue a Culmia en:



Contacto para medios de comunicación

Ginés Cañabate
Roman
g.canabate@romanrm.com
(+34) 649 214 470

Patricia González
Roman
p.gonzalez@romanrm.com
(+34) 602 25 16 00

Berta de Arístegui
Roman
b.dearistegui@romanrm.com
(+34) 652 671 399