

NOTA DE PRENSA

Culmia lanza “Culmia Escape”, el primer reality inmobiliario para acercar la vivienda a su público objetivo

Culmia Escape se basa en el entretenimiento, la gamificación y el marketing experiencial para acercar la vivienda a nuevos públicos

La promotora inmobiliaria apuesta por un formato innovador de *branded content*, desarrollado junto a la agencia Be a Lion, para conectar con nuevos perfiles de compradores a través del entretenimiento digital.

La acción contará con la participación de rostros conocidos. Xuso Jones o Ale Agulló, como amplificadores de visibilidad de la campaña y el presentador Joaquín Prat como conductor de la acción.

15 de julio de 2025 – Culmia, la plataforma inmobiliaria que concentra íntegramente las soluciones de vivienda del mercado, presenta ‘Culmia Escape – La llave de tu destino’, una original acción de *brand entertainment* que transforma una vivienda en el escenario de un concurso tipo *reality show*. El objetivo: dar visibilidad a sus promociones de vivienda de una forma diferencial y conectada con nuevos públicos, especialmente jóvenes.

La acción ha sido ideada por la agencia especializada en contenido de entretenimiento Be a Lion, y representa una apuesta decidida de la promotora por formatos innovadores en el ámbito del marketing experiencial y la generación de contenido audiovisual.

Culmia Escape se desarrollará en tres fases. En la primera, que acaba de iniciarse, se ha lanzado una convocatoria abierta para encontrar a las parejas participantes, que deberán inscribirse a través de la [web](#) del concurso y subir un vídeo de presentación antes del 31 de julio. Entre todas las candidaturas recibidas se seleccionarán 9 parejas, que pasarán a una fase de pruebas y desafíos eliminatorios. Las 3 finalistas participarán en una prueba final: escapar de una vivienda superando retos, enigmas y acertijos, a modo de *escape room*, para ganar un premio de 10.000€, y las dos parejas finalistas 1.000€.

Con una estrategia de amplificación digital centrada en redes sociales y creadores de contenido como Xuso Jones o Ale Agulló, la acción también contará con un profesional de la televisión muy popular como es Joaquín Prat, que actuará como guía de la experiencia.

La campaña, que combina entretenimiento, UGC y co-creación, se enmarca en la voluntad de Culmia de acercar el acceso a la vivienda al público joven y, al mismo

NOTA DE PRENSA

tiempo, visibilizar su amplia oferta de promociones mediante nuevos formatos más cercanos, ágiles y emocionales.

Con esta iniciativa, Culmia consolida su posición como una promotora innovadora también en el ámbito de la comunicación, explorando los límites del *storytelling* inmobiliario y apostando por contenidos participativos como palanca de conexión y notoriedad.

Para Cristina Ontoso, Directora Comercial y de Marketing de Culmia, “en Culmia llevamos tiempo explorando nuevos territorios de comunicación que nos permitan conectar con las personas desde formatos más emocionales, participativos y relevantes, a la vez que damos a conocer nuestro producto de manera distinta. Nuestra apuesta por el entretenimiento y los contenidos experienciales, como Culmia Escape, es una evolución natural de una estrategia que siempre ha buscado ir más allá del mensaje comercial, acercándonos a nuestros clientes allí donde están y en el lenguaje que consumen. Esta acción representa una nueva forma de entender cómo una marca puede aportar valor desde la innovación, la cercanía y el entretenimiento”.

El proyecto acaba de iniciar su primera fase, abriendo el casting de parejas participantes. Durante agosto se escogerán a los finalistas y en septiembre se desarrollará la fase final de retos. Todos los capítulos y los ganadores de este reto se darán a conocer desde los canales propios de Culmia entre los meses de septiembre y octubre.

Descubre un adelanto de lo que está por venir. No te pierdas [el teaser de Culmia Escape](#).

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

NOTA DE PRENSA

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 221 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