

NOTA DE PRENSA

Informe 'El viaje del comprador de vivienda en España' – Galicia

Contar con hogares más amplios y disfrutar de jardín o terraza, principales motivos que lideran el cambio de vivienda de los gallegos

- Culmia presenta un nuevo informe en el que pulsa la opinión y analiza la experiencia del comprador de vivienda en Galicia desde el momento de la búsqueda hasta la firma de la propiedad.
- El 53,8% de los gallegos se decanta por la opción de un piso, seguido de la casa, con un 48,7%, el ático 17,4%, el piso en urbanización 10,8% y el apartamento 13,8%.
- Las personas mayores de 35 años son quienes realizan más compras de viviendas, liderado por el grupo de 46 a 64 años (57,5%).
- 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 Galicia se establece entre los 100-200 mil euros (39%). Asimismo, el 20% pasaría a un presupuesto por encima de esa cantidad. Solo el 2,3% destinaría más de 400 mil euros.
- Los empresarios son el perfil más deseado de vecino para los gallegos, seguido de los científicos y los actores.

28 de noviembre de 2022.– La pandemia y el efecto del confinamiento han modificado las prioridades del comprador de vivienda en Galicia 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, ofrece una radiografía actual del perfil del demandante de vivienda en nuestro país y en sus comunidades autónomas.

NOTA DE PRENSA

El informe revela que un 37,9% de los gallegos reconoce estar planteándose en la actualidad un cambio de vivienda. En líneas generales, aquellos que están valorando el cambio de residencia priorizan la disponibilidad de terraza o jardín, espacios más grandes o la posibilidad de vivir en una vivienda de obra nueva.

Esta búsqueda de espacios más amplios responde principalmente al perfil tipo del actual comprador de vivienda que, en su mayoría, un 60,4%, cuenta con 3 o más integrantes en el hogar; seguido de las parejas, el 28,3%. Por el contrario, sólo un 8,7% de las personas que actualmente se encuentra en proceso de búsqueda viven solas.

En esta línea, y según los datos del informe, el 64,7% de los encuestados reconoce haber realizado alguna vez una búsqueda para adquirir una vivienda, y de ellos, el 45,6% terminó comprándola. En general son las personas mayores de 35 años quienes realizan más compras de viviendas, lideradas por el grupo de mayores de 46 a 64 años, un 57,5%.

En su mayoría, las personas que están buscando una nueva vivienda cuentan ya con una residencia propia. Un 40,3% vive en propiedad y sólo un 26,6% se encuentra buscando mientras reside en la vivienda familiar. Destaca en este punto el 33,1% 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 gallegos?

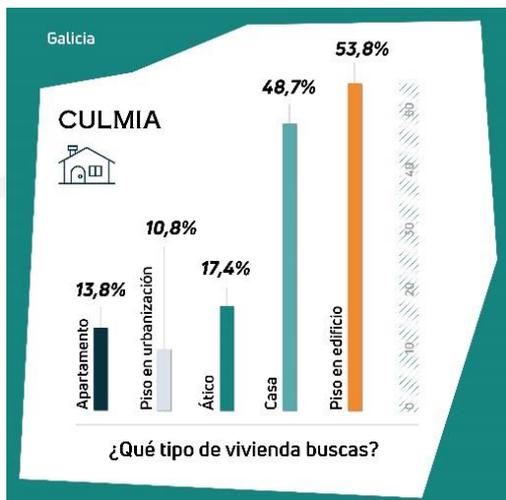
La búsqueda de vivienda en Galicia se basa principalmente en viviendas en propiedad, sin embargo, dentro de esta categoría existe una distinción entre la búsqueda de viviendas de nueva construcción (42,1%) y viviendas de segunda mano (30,8%).

Por grupos de edad, puede observarse que el grupo de 36 a 64 años se decanta en mayor medida por las nuevas construcciones en régimen en propiedad (55,45%), frente a las personas con edades comprendidas entre 26 y 35 años, que muestran cierta inclinación por las viviendas de segunda mano en propiedad.

El piso es la opción más demandada, con un 53,8%, seguido de la casa, 48,7%, el ático 17,4%, el piso en urbanización 10,8% y el apartamento 13,8%. Y entre sus preferencias prevalecen los espacios amplios donde las 3 habitaciones son

NOTA DE PRENSA

las más solicitadas, por el 54,4%, seguidas de dos habitaciones, 21%, y de la opción de cuatro o más, con un 17,9%.



Principales motivos del cambio de vivienda

La pandemia ha modificado las prioridades del perfil tipo del comprador y junto con las viviendas más espaciosas se valoran ahora otros aspectos más allá del propio interior. Entre los principales motivos que han empujado a los gallegos a iniciar la búsqueda de una vivienda, el 22,1% reconoce la posibilidad de poder contar con terraza o jardín, mientras el 19,1% apelan a la falta de espacio en su vivienda actual como un impulsor del cambio. La posibilidad de vivir en una vivienda de obra nueva, 18,5%, habitar en una vivienda en mal estado o anticuada, 16,9%, o el cambio de residencia por motivos familiares, 14,4%, son las otras razones de búsqueda.

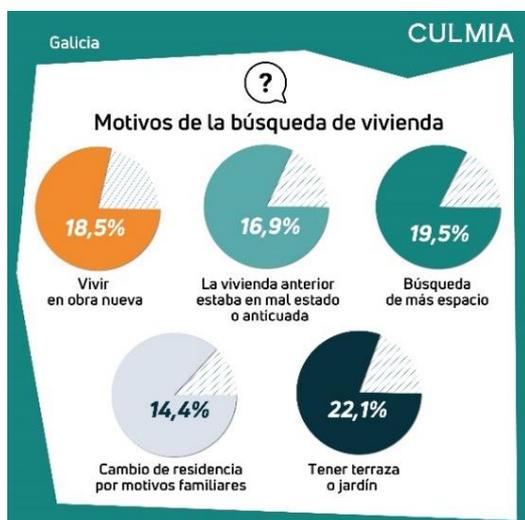
Sobre la localización, los potenciales compradores se muestran pocos proclives a la movilidad geográfica o los cambios que supongan grandes distancias. El 25,6% asegura que busca una vivienda en la misma ciudad e incluso el mismo barrio donde vive actualmente; un 23,6% busca vivir en la misma ciudad, pero un barrio más céntrico y, por el contrario, un 20% querría vivir en la misma ciudad, pero en un barrio más lejos del centro; en la misma línea que el 17,4% que busca una vivienda en su misma área metropolitana pero más lejos del centro.

Por otro lado, un 11,8% busca vivienda en una zona más céntrica en su misma área metropolitana, empatados en número con aquellos que desean vivir en otra

NOTA DE PRENSA

ciudad en la misma comunidad autónoma. Solo un 2,1% querría mudarse a una ciudad fuera de la comunidad autónoma.

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 gallegos sitúan como tercera preferencia el disponer de una vivienda de mayor tamaño y aparcamiento y/o trastero. Contar con una terraza privada y una vivienda luminosa son los otros dos grandes factores de decisión.



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

Los gallegos son dados a dejarse aconsejar y acompañar en este tipo de tomas de decisión por las personas que consideran más cercanas. Un 59,5% reconoce que son los familiares y amigos de los que más valoran un consejo para tomar la decisión y un 44,1% asegura que valora más un consejo de algún profesional del sector.

Sobre los métodos más utilizados para iniciar la búsqueda de vivienda el informe refleja que los canales digitales y, en concreto, los más especializados en el sector inmobiliario ganan cada vez más terreno. Un 73,3% asegura que realiza estas búsquedas a través de portales inmobiliarios, el 33,8% hace uso del buscador Google para encontrar opciones, un 30,8% consulta a un agente inmobiliario y un 27,7% visita la web de los propios promotores para analizar su oferta. Llama la atención el 22,6% que realiza la consulta directa a amistades para hacer su búsqueda.

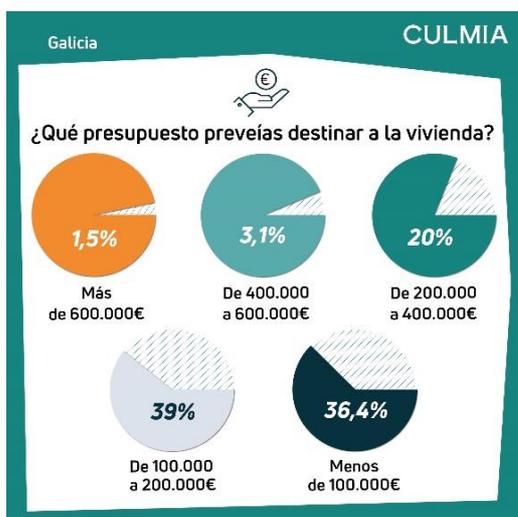
NOTA DE PRENSA

Por último, canales como redes sociales o los puntos de venta son utilizados por el 17,9% y 11,3%, respectivamente. Y con respecto al asesoramiento y acompañamiento, el papel que juegan las promotoras en todo el viaje de compra es valorado por los gallegos como relevante. Los aspectos mejor considerados en relación con las promotoras tienen que ver con el acompañamiento y el asesoramiento, 37,3%, o la visita al piso piloto, 35,3%.

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 6 y 12 meses la más frecuente, y siendo el grupo más joven el que más tiempo dedica a la búsqueda.

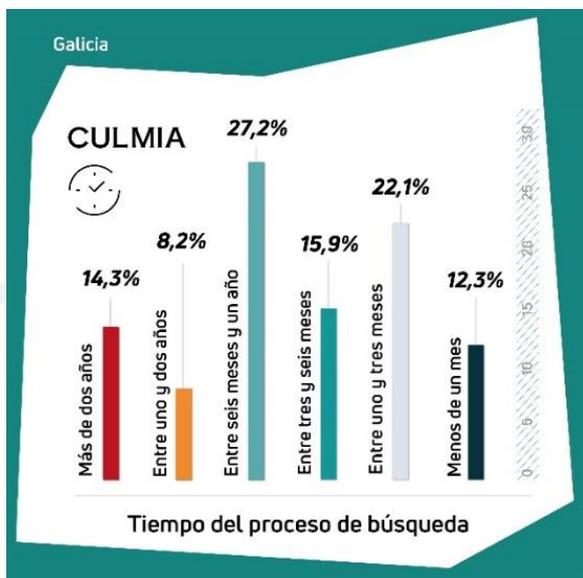
Asimismo, las principales dificultades por las que pasaron en sus procesos de búsqueda fueron, para cerca del 50%, la falta de opciones en su rango de precios y la escasez de productos en la zona que les interesaba.



Y en materia de presupuesto, de manera general, en Galicia se establece entre los 100-200 mil euros para el 39% 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 36,4%, un 20% invertiría hasta 400.000 euros y solo un 2,3% destinaría un presupuesto por encima de esa cantidad.

Además, para el 41% de las personas que compraron una vivienda su presupuesto se ajustó y no apreciaron desviación, un 33,7% afirma que la compra fue un 10-20% más cara y para el 10,1% fue hasta un 20% más barata.

NOTA DE PRENSA



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

El informe también refleja algunos datos curiosos con relación al comportamiento de los gallegos en casa, muchos de ellos relacionados con la nueva normalidad una vez concluida la pandemia. De hecho, el 44% de los encuestados asegura que lo primero que hace al llegar a casa es quitarse los zapatos. Dejar las llaves, 19,1%, y saludar a la familia, 13,7%, son la segunda y tercera opción, respectivamente.

Sobre las preferencias de los gallegos a la hora de elegir vecino, el 22,2% desearía que este fuera un empresario; un 20,8%, un científico o y un 10,2%, 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 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.

NOTA DE PRENSA

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