

NOTA DE PRENSA

Culmia redefine el marketing inmobiliario con una experiencia inmersiva en el Nomad Museo

Culmia apuesta por la creatividad, la inteligencia artificial y el influencer marketing para construir una marca cercana, innovadora y conectada con las nuevas audiencias.

En “Take Off Marketing” se presentó la última apuesta de la compañía para impulsar una comunicación más emocional y transformadora en el sector inmobiliario.

Alba Renai estuvo presente gracias a un innovador formato de proyección holográfica junto a Luis Movilla, director de Branded Content & Experience en BE A LION y VIA, partners de Culmia para la creación de contenido impulsado por IA.

16 de octubre de 2025 - Culmia, plataforma inmobiliaria líder, ha celebrado “Take Off Marketing”, un evento inmersivo lleno de novedades y que refuerza lo que la marca viene haciendo desde sus inicios, apostando por el análisis del contexto y la innovación. En el Museo Nomad de Madrid, la compañía presentó las claves de su nueva estrategia de marketing y comunicación, con el objetivo de transformar la relación entre las marcas inmobiliarias y sus públicos.

El encuentro, concebido como un vuelo tripulado por el piloto y psicólogo Alfonso de Bertodano hacia el futuro del marketing, combinó creatividad, tecnología y emoción. A bordo, los asistentes participaron en ponencias y otras dinámicas sobre branded content, inteligencia artificial o el papel de los influencers en la construcción de marca.

De esta manera, profesionales de agencias de diferente índole como Keepers, Thinketers, Soy Olivia, Diza Consultores y VIA (la división de innovación de BE A LION – filial de Mediaset España) compartieron sus visiones sobre cómo las marcas pueden conectar con los consumidores desde la autenticidad y el contenido culturalmente relevante.

Durante el evento, el equipo de Culmia ha presentado *Culmia Escape*, una acción bajo la etiqueta de Brand Entertainment que acerca la marca al público desde el entretenimiento. También ha dado a conocer en detalle *Culmia Academy* - un espacio formativo digital para los compradores -, ha presentado su nueva web corporativa y vídeos institucionales como *Culmia, destino tu hogar* o *Culmia, el rey de la selva*.

Asimismo, Culmia ha dado a conocer nuevos formatos audiovisuales que amplían su narrativa de marca, como *El Viaje del Camaleón*, una serie de entrevistas a miembros del Comité de Dirección, como Nacho Pla; *Camaleones por España*, presentado por Irene Junquera y centrado en las promociones de la compañía; *Spapeleo*, un formato en tono cómico que explica de forma sencilla los conceptos y trámites del proceso de compra; o *Al día con Culmia*, un boletín mensual donde CintIA - una presentadora virtual - repasa las principales novedades de la marca.

NOTA DE PRENSA

“Take Off Marketing representa una oportunidad para dar visibilidad a la estrategia de marca de Culmia. Refuerza nuestro posicionamiento como plataforma inmobiliaria integral y demuestra nuestra capacidad de adaptarnos al entorno cambiante en el que vivimos. Siempre, alineando la comunicación con el negocio y las nuevas tendencias del sector. Queremos ser una compañía capaz de conectar con todos nuestros públicos de manera diferente”, señaló Cristina Ontoso, directora de comunicación y marketing de Culmia.

Con esta iniciativa y todas sus novedosas acciones, Culmia consolida su posicionamiento como una compañía innovadora que sitúa la comunicación y la experiencia de marca en el centro de su estrategia de crecimiento.

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, Culmia ha entregado más de 8.000 viviendas en más de 126 promociones. La compañía cuenta con una cartera de 12.400 viviendas: 7.000 se encuentran en fase de desarrollo en un total de 96 promociones, de las cuales 33 están en construcción y ascienden a 3.400 viviendas, y 46 promociones, que suman 2.600 viviendas en BtS, están en comercialización. La cartera incluye un banco de suelo ubicado en sectores estratégicos que totaliza 6.900 viviendas y donde espera desarrollar 107 promociones.

En el segmento build to rent, Culmia está desarrollando 543 viviendas que entregará en 2025. 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 en explotación, del único lote de la segunda fase del Plan VIVE, formado por 1.137 viviendas y dos lotes del Plan de Alquiler Asequible del Ayuntamiento de Madrid formado por 871 viviendas. También de dos lotes formados por 221 viviendas del plan de vivienda asequible de la Generalitat Valenciana. Y de los lotes 3, 4 y 5 del Plan Suma Vivienda del Ayuntamiento de Madrid, 757 viviendas, ubicados en los desarrollos urbanísticos de Los Berrocales y Ahijones. Todo ello supone levantar más de 4.800 viviendas asequibles a nivel nacional.

Culmia cuenta con un equipo de cerca de 140 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.

NOTA DE PRENSA

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

Berta de Arístegui
Roman

b.dearistegui@romanrm.com
+34 652 671 399

Urien Riveiro
Roman

u.riveiro@romanrm.com
+34 646 767 074