

NOTA DE PRENSA

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

La vivienda en propiedad y de obra nueva, la opción favorita del 42% de los andaluces 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 Andalucía desde el momento de la búsqueda hasta la firma de la propiedad.
- El 50% de los andaluces se decanta por la opción de una casa, seguido de un piso en edificio, con un 39%, el piso en urbanización, 27%, el ático, 18,5%, y el apartamento, un 14%.
- Las personas mayores de 30 años son quienes realizan más compras de viviendas, liderado por el grupo comprendido entre los 46 y 64 años (59,4%).
- 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 Andalucía se establece entre los 100-200 mil euros (42,5%). Asimismo, el 36,5% pasaría a un presupuesto por debajo de esa cantidad. Solo un 18% destinaría hasta 400 mil euros.
- Los científicos son el perfil más deseado de vecino para los andaluces, seguido de los empresarios y los humoristas.

23 de enero de 2023. – La pandemia y el efecto del confinamiento han modificado las prioridades del comprador de vivienda en Andalucía 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 34% de los andaluces reconoce estar planteándose en la actualidad un cambio de vivienda y en el que, en líneas generales, prioriza la disponibilidad de terraza o jardín o la posibilidad de habitar 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 64,7%, cuenta con 3 o más integrantes en el hogar, seguido de las parejas, el 29%. Por el contrario, sólo un 6,3% de las personas que actualmente se encuentra en proceso de búsqueda viven solas.

Según los datos del informe, el 66,7% de los encuestados reconoce haber realizado alguna vez una búsqueda para adquirir vivienda y de ellos el 59,5% terminó adquiriéndola. En general son las personas mayores de 30 años quienes realizan más compras de viviendas, liderados por el grupo comprendido entre los 46 y los 64 años, un 59,4%.

En su mayoría, las personas que están buscando una nueva vivienda cuentan ya con una residencia propia. Más de la mitad, 53%, vive en propiedad y sólo un 22,3% se encuentra buscando mientras reside en régimen de alquiler. Destaca en este punto un 24,7% que vive actualmente en casa de un familiar y donde el sector más joven de la sociedad resalta por encima del resto: el 42% de los andaluces con edades comprendidas entre 26 y 35 años viven en casa de un familiar, frente al 8,1% de los mayores de 35 años que también viven en este régimen.

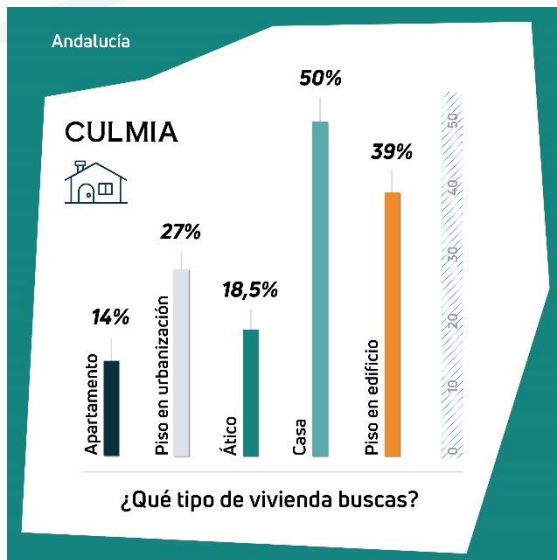
¿Qué vivienda demandan los andaluces?

La búsqueda de vivienda en Andalucía 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%) y viviendas de segunda mano (31%).

Por grupos de edad, puede observarse como los mayores de 30 años se decantan en mayor medida por las nuevas construcciones en régimen de propiedad. Sin embargo, la vivienda de segunda mano supone la primera opción de compra para los jóvenes (38%). Destaca también como los datos de jóvenes para vivienda en alquiler aumentan considerablemente, en comparación, con el resto de grupos, superando el 12% para los dos tipos de inmuebles.

NOTA DE PRENSA

La casa es la opción más demandada, con un 50%, seguido del piso en edificio 39%, el piso en urbanización 27%, el ático 18,5% y el apartamento 14%. Y entre sus preferencias prevalecen los espacios amplios donde las 3 habitaciones son las más solicitadas, por el 54%, seguidas de 2 habitaciones con un 24,5%, y de la opción de cuatro o más, con un 19,5%.

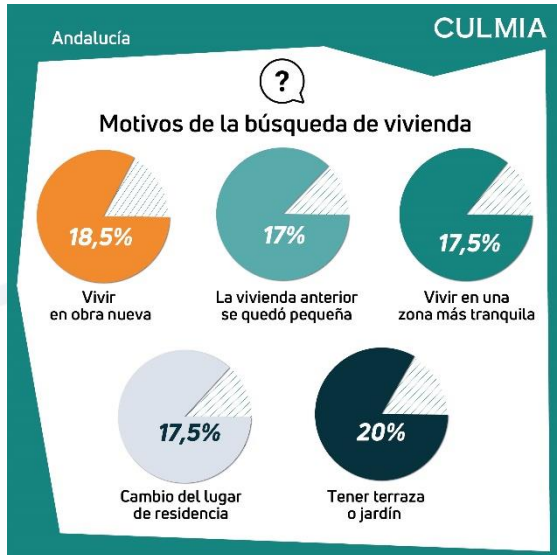


Principales motivos del cambio de vivienda

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 andaluces a iniciar la búsqueda de una vivienda, el 20% reconoce la posibilidad de poder contar con un espacio de terraza o jardín en su vivienda, mientras el 18,5% apunta que desearía contar con una vivienda de obra nueva. El cambio del lugar de residencia, 17,5%, la posibilidad de vivir en una zona más tranquila, 17,5%, o la necesidad de contar con más espacio, porque la vivienda anterior se quedó pequeña, 17%, 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 34% asegura que busca una vivienda en la misma ciudad e incluso el mismo barrio donde vive actualmente; un 30% busca vivir en la misma ciudad, pero un barrio más céntrico, mientras que un 20,5% querría vivir en la misma ciudad, pero en un barrio más lejos del centro.

NOTA DE PRENSA



Por otra parte, el 16% busca una vivienda en su misma área metropolitana, pero en una zona más céntrica, al contrario que el 7% que preferiría vivir en su misma área metropolitana, pero más lejos del centro. No obstante, un 7% busca mudarse a otra ciudad en la misma comunidad autónoma y solo un 2,5% 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 andaluces 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 andaluces son dados a dejarse aconsejar y acompañar por las personas que consideran más cercanas. Un 59,5% 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 57,5% asegura que realiza estas búsquedas a través de portales inmobiliarios, el 33% hace uso del buscador Google para encontrar opciones y un 29,5% visita la web de los propios promotores para analizar su oferta y/o consulta a un agente inmobiliario.

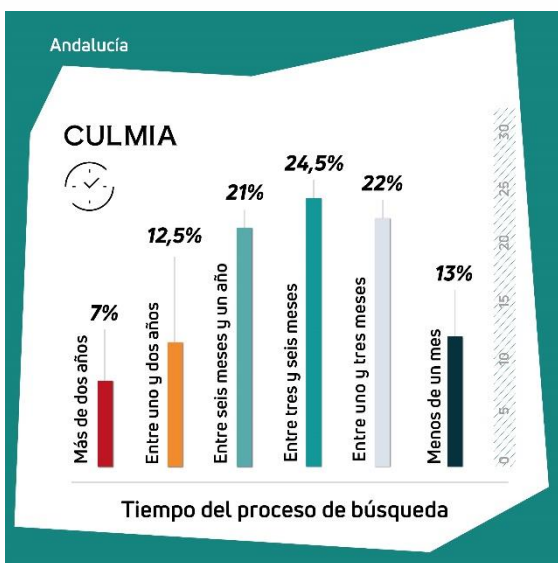
NOTA DE PRENSA

Llama la atención el 23% que realiza la consulta directa a *amistades para hacer su búsqueda*. Por último, canales como redes sociales y publicidad exterior lo utilizan el 14,5% y 10%, respectivamente.

Con respecto al asesoramiento y acompañamiento, el papel que juegan las promotoras en todo el viaje de compra es valorado por los andaluces como relevante. Los aspectos mejor considerados en relación con las promotoras tienen que ver con el conocimiento del producto y el asesoramiento en materia de financiación, con un 27,6 y un 25,9%, respectivamente.

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

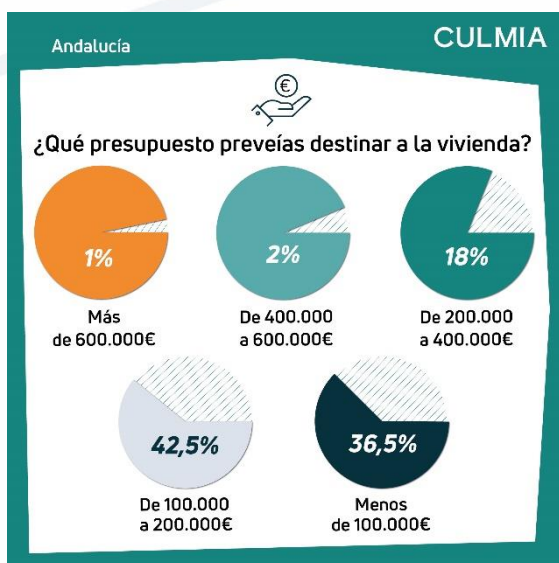


Las principales dificultades por las que pasaron en sus procesos de búsqueda fueron, para cerca de 1 de cada 2, la falta de opciones en su rango de precios y la escasez de productos en la zona que les interesaba.

De manera general, el presupuesto en Andalucía se establece entre los 100-200 mil euros para el 42,5% de los encuestados y para el 36,5%, este estaría por debajo de esas cifras. Así, en un lugar intermedio se encuentran presupuestos de hasta 400 mil euros, con 18% y solo un 1,5% estaría dispuesto a destinar un presupuesto por encima de esa cifra.

NOTA DE PRENSA

Además, para el 40,3% de las personas que compraron una vivienda su presupuesto se ajustó y no apreciaron desviación, un 20,2% afirma que la compra fue un 10-20% más barata y para otro 20,2% fue hasta un 20% más costosa.



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

El informe también refleja algunos datos curiosos con relación al comportamiento de los andaluces en casa, muchos de ellos relacionados con la nueva normalidad una vez concluida la pandemia. De hecho, el 32% de los encuestados asegura que lo primero que hace al llegar a casa es quitarse los zapatos. Dejar las llaves, 20%, y saludar a la familia, 18,3%, son la segunda y tercera opción, respectivamente.

Sobre las preferencias de los andaluces a la hora de elegir vecino, el 16% desearía que este fuera un científico; un 14%, un empresario y un 12,3%, un humorista.

NOTA DE PRENSA

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. 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) 649 214 470

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

Carla Escribano
Roman
c.escribano@romanrm.com
(+34) 602 259 100