

NOTA DE PRENSA

Culmia desafía a un grupo de celebrities con una serie de retos en varias de sus promociones

- Jorge Fernández, Fran Perea y Miki Nadal, guiados por Luján Argüelles, realizan una serie de pruebas centradas en el ámbito de la gastronomía, decoración y el humor.
- ‘Culmia Challenges’ es ya la tercera acción especial que organiza la promotora con personalidades para posicionar la marca como referente en acciones disruptivas en el sector inmobiliario, vinculando celebrities y experiencias en torno a sus activos.
- La acción se presentó ayer por la tarde en los madrileños Teatros Luchana, en un formato experiencial simulando una premier cinematográfica.

29 de febrero de 2024 – Culmia, la plataforma inmobiliaria que concentra íntegramente las soluciones de vivienda del mercado, presentó ayer ‘Culmia Challenges’ una nueva acción especial organizada por la compañía que tiene por objetivo vincular a *celebrities* con experiencias alrededor de sus promociones.

Jorge Fernández, Fran Perea y Miki Nadal, guiados por Luján Argüelles, fueron los protagonistas de estas acciones que tuvieron lugar en las promociones Culmia Essència Sarrià de Barcelona, Culmia Ciencias Park en Sevilla y Culmia Atalía Urban, ubicada en Gijón. Los *celebrities* desarrollaron tres retos en cada una de estas localizaciones que han permitido conocer en un tono distendido cuáles son las características de las viviendas, zonas comunes y entorno que ofrecen estas promociones.

Luján Argüelles, maestra de ceremonias, fue la persona encargada de recibir a cada *celebrity* y de presentarle la prueba a la que debía enfrentarse en cada una de las promociones Culmia. Tras llevar a cabo los retos, un jurado de Culmia los valoró.

La primera de las pruebas fue el Challenge de Gastronomía. Jorge Fernández, conocido ex jugador de baloncesto, modelo, actor y presentador del programa La Ruleta de la Suerte, tuvo que realizar un plato con ingredientes elegidos tras girar una ruleta. La experiencia culinaria se llevó a cabo en la promoción Culmia Essència Sarrià, ubicada en la zona alta de Barcelona, que cuenta con 12 exclusivas viviendas de dos a cinco dormitorios, con terrazas, áticos con solárium y piscina comunitaria.

NOTA DE PRENSA

La segunda prueba fue el Challenge de Decoración. Fran Perea, actor y cantante, tuvo que decorar el salón de una de las viviendas con el hándicap de que el estilo había sido previamente escogido por usuarios de redes y con un presupuesto de 2.000€ para comprar todo lo necesario en el barrio de Sevilla Este, donde está ubicada la promoción Culmia Ciencias Park. Este desarrollo está formado por 239 viviendas de uno a cuatro dormitorios, con viviendas que disponen de plaza de garaje y trastero. Además, la promoción cuenta con espacio Club Social, Espacio Kids, Espacio Coworking, piscina comunitaria, zona infantil y espacio Cardioprotegido. Y ha sido diseñado pensando en un residencial moderno y comprometido con el ahorro energético.

Miki Nadal, comediante, presentador y actor, se enfrentó al Challenge de Humor. En él tuvo que preparar un monólogo inspirado en todas las experiencias vividas en una casa y defenderlo en un pequeño escenario creado en el piso piloto de las viviendas de la promoción Culmia Atalía Urban, ubicada en Gijón, muy cercana a las playas de Poniente y del Arbeyal, donde Culmia tiene otra promoción con este mismo nombre. Esta promoción, formada por 53 viviendas distribuidas en cuatro plantas y bajos con terraza a patio interior, dispone de tipologías de tres dormitorios y calificación energética A, la más alta.

En palabras de Cristina Ontoso, directora Comercial y de Marketing de Culmia, "Culmia Challenges se suma a las ya diferenciadas acciones especiales que realizamos para dar visibilidad y continuar posicionando a la marca y a la compañía. Desde Culmia nos gusta innovar, crear experiencias y contar con los mejores embajadores para ampliar nuestras audiencias y dar a conocer nuestro producto."

La acción se presentó ayer en los Teatros de Luchana de Madrid, a la que acudieron los protagonistas de los retos y personalidades del sector inmobiliario. En un formato experiencial, simulando una premier cinematográfica, la presentadora Luján Argüelles entrevistó a cada uno de los protagonistas y tuvo la oportunidad de compartir experiencias con ellos. El evento continuó con una dinámica en la que se dio visibilidad a cada reto a través de concursos y experiencias.

'Culmia Challenges' persigue el objetivo de generar visibilidad de marca y mantener el posicionamiento ya adquirido de la compañía. Para ello se ha trabajado en un ambicioso plan de difusión para dar a conocer cada reto.

Esta representa la tercera acción especial que organiza Culmia para posicionar su marca. Las dos anteriores fueron 'Vitamina Home', un proyecto junto con la interiorista VG Living en el marco de Casa Decor, siendo la primera promotora en conseguir este hito. Y donde se plasmó en un apartamento dos tendencias actuales del interiorismo: la identificación del hogar como espacio de felicidad y la racionalización adecuada del espacio, todo ello con el sello de los atributos de Culmia. Y la segunda acción fue 'Culmia Fest', un ciclo de experiencias musicales que comprendió conciertos acústicos protagonizados por Carlos Baute, Antonio Carmona, Chenoa, Manu Tenorio y Mikel Erentxun, y organizados en sus pisos pilotos y oficinas de ventas.

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 100 promociones. A cierre de 2022, en el segmento de la vivienda de compraventa (BTS), dispone de 89 promociones activas -de las cuales más de 50 se encuentran en fase de comercialización- que comprenden más de 6.000 viviendas repartidas por Cataluña, Centro-Norte, Baleares, Este y Andalucía.

En el segmento *build to rent*, Culmia está desarrollando alrededor de 700 viviendas y cuenta con proyectos para añadir otras 1.300. Y en vivienda asequible destaca la adjudicación del lote 3 del Plan Vive de la Comunidad de Madrid, compuesto de 12 promociones y 1.763 viviendas que se encuentran en construcción; el Plan Vive II, formado por 1.137 viviendas en 3 municipios, y dos lotes del Plan de Alquiler Asequible del Ayuntamiento de Madrid formado por más de 860 viviendas.

Culmia cuenta con un equipo de casi 150 profesionales, sólido, experimentado y repartido por 10 delegaciones 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, 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

Ana Portalo
Roman

a.portalo@romanrm.com
(+34) 689 572 095