

Observatorio Vía Célere de la vivienda en España

Dos tercios de los españoles entre 25 y 34 años digitalizarían todo o parte del proceso de compra de una vivienda

- El segmento con las rentas más altas también apuesta por la compra online, con un 66% del total, mientras que el porcentaje se reduce al 55% para las rentas medias y al 50% para las bajas.
- Los hombres son más propensos a emplear las herramientas digitales durante el proceso de compra, con un 57%, frente al 50% de las mujeres.
- La marca de la promotora es importante o muy importante para el 75% de las rentas más altas, mientras que el porcentaje se reduce hasta el 66% para las rentas más bajas.

Madrid, 16 de marzo de 2021.- El Observatorio Vía Célere de la vivienda en España, promotora especializada en el desarrollo, inversión y gestión de activos inmobiliarios, ha detectado que un 66% de los españoles de entre 25 y 34 años realizaría el proceso de compra de una vivienda total o parcialmente de forma online. Este dato es el más alto de entre todas las horquillas de edad analizadas, muy por encima de la situada entre los 35 y los 44 años, que con un 57% se sitúa en segundo lugar. Los mayores de 35 y menores de 44 años estarían dispuestos a incluir un proceso digital de compra en el 57% de los casos, mientras que entre los 45 y los 54 este porcentaje se reduce al 54%. Los más jóvenes, por debajo de los 24 años, declararon que realizarían la adquisición de una vivienda de forma online en un 56% de los casos, mientras que los mayores de 55 años se muestran como los más reticentes, con un 46%.

Más allá de la edad, el Observatorio Vía Célere de la vivienda en España también pone en relieve que la predilección por digitalizar el proceso de compra se incrementa a medida que aumenta la renta de la población. De esta forma, el segmento con mayor poder adquisitivo declaró, en un 66% de los casos, que realizaría toda o parte de la compra de una vivienda de forma online, mientras que el porcentaje se reduce al 55% para las rentas medias y hasta el 50% para las más bajas.

Asimismo, según el estudio, los hombres y las unidades familiares con niños también se mostraron más abiertos a las nuevas tecnologías en la compra de la vivienda, en ambos casos con un 57% de las respuestas, frente al 50% de las mujeres y de los hogares sin menores a cargo.

Las rentas más altas, las que más importancia conceden a la marca de la promotora

El Observatorio Vía Célere de la vivienda también ha señalado que la marca de la promotora es más relevante para el sector de la población con las rentas más altas, ya que un 75% de las personas dentro de ese segmento declaró que es un factor importante o muy importante a la hora de comprar una vivienda. Este porcentaje se reduce en las rentas medias hasta el 73%, y en las bajas hasta el 66%.

De la misma forma, el estudio también detectó que este elemento cobra una mayor relevancia para las mujeres (73%) frente a los hombres (70%) y en las unidades familiares compuestas por una pareja (72%) más que en las personas solteras (69%).

Los más jóvenes, los que más perciben la apuesta sostenible de las promotoras

Los menores de 24 años son los que más perciben el esfuerzo de las promotoras por cuidar del medio ambiente, ya que un 38% aseguró que estas compañías fomentan la sostenibilidad con su actividad. Este porcentaje es del 36% para los mayores de 55 años, del 35% para la horquilla de 25 a 34 años, del 33% para los mayores de 45 y menores de 54 y, finalmente, del 32% para el segmento situado entre los 35 y los 44 años.

El Observatorio Vía Célere de la vivienda en España también observó ligeras diferencias en esta área en función de los ingresos obtenidos. En este sentido, las personas con rentas más altas son las que más perciben la actividad sostenible de las promotoras, con un 37% del total, mientras que el porcentaje es del 36% para las rentas medias y del 35% para las más bajas.

Por otro lado, sí que se percibe una diferencia más significativa entre las familias con niños, que declararon, en un 37% de los casos, que las promotoras inmobiliarias fomentan la sostenibilidad, por un 33% de las respuestas de entre las unidades familiares sin menores.

Sobre el Observatorio Vía Célere de la vivienda en España

El Observatorio Vía Célere de la vivienda en España ha sido realizado por YouGov, entre el día 2 de octubre y el día 4 de octubre, en el ámbito nacional sobre una muestra de 1.098 personas siguiendo la distribución representativa nacional según el método de cuotas por edad, género y áreas geográficas.

Sobre Vía Célere

Vía Célere es una compañía inmobiliaria especializada en el desarrollo, inversión y gestión de activos residenciales. Gracias a su innovador modelo de negocio y equipo de profesionales, Vía Célere es hoy la empresa de referencia en el nuevo entorno y ciclo inmobiliario.

La compañía apuesta por la innovación y sostenibilidad como los pilares fundamentales de sus proyectos, a la vez que muestra su compromiso permanente con la satisfacción de sus clientes, accionistas y con el desarrollo profesional de sus empleados.

Vía Célere está a la vanguardia del sector residencial español a través de la introducción e implementación pionera de 45 innovaciones entre las que se encuentran procesos y conceptos como MagicHouse, el Building Information Modeling (BIM), el Last Planner System (LPS) o las zonas comunes disruptivas. Además, la compañía cuenta con 14 certificados de I+D, expedidos por la compañía acreditada ENAC. Estos certificados le otorgan el reconocimiento a su compromiso por implementar y desarrollar nuevas técnicas.

Puedes seguirnos en:



Visita la sala de prensa de Vía Célere en: <http://viacelere.com/prensa>

Contacto de prensa

Daniel Santiago
dsantiago@kreab.com
917027170

Sara González
sgonzalez@kreab.com
635585817