

# EXCLAMA



# Introducción

A continuación se presentan los **resultados y conclusiones** más destacados del research realizado para AQ Acentor durante el mes de septiembre de 2023.

Este research se ha realizado utilizando distintos **canales** (redes sociales, alertas, newsletters, blogs, medios especializados...) a partir del **sector** al que pertenece la empresa (Inmobiliario) y sus **competidores** (tales como Aedas, Neinor, Kronos...)

# 01.

## Insights producto

Destacamos los insights más relevantes de producto en las ubicaciones en las que está presente la compañía (Barcelona, Málaga, Valencia, Murcia y Sevilla)



# Málaga

Con un total de 15.337 viviendas vendidas hasta mayo de 2023, Málaga ha demostrado un gran dinamismo en el mercado inmobiliario y se posicionó como la **quinta provincia con mayor número de compraventas**, quedando detrás únicamente de Madrid, Barcelona, Alicante y Valencia.

La venta de viviendas de obra nueva en Málaga ha mostrado un **crecimiento constante** desde 2018 hasta 2021, alcanzando su punto máximo en 2022 con 4.134 unidades vendidas. Aunque hubo una disminución del 24% respecto al mismo periodo del año anterior, las ventas de 2023 (3.108 viviendas) aún superan las cifras de los años anteriores, sugiriendo una **tendencia de crecimiento a largo plazo**.

Fuente:

<https://activum.es/2023/08/14/malaga-presente-y-futuro-inmobiliario/>



# Málaga

## Aedas en Málaga

**Oficina multiproducto para promocionar toda su cartera de Málaga:**

[https://www.malagahoy.es/malaga/Aedas-Homes-oficina-Costa-Sol\\_0\\_1665135404.html](https://www.malagahoy.es/malaga/Aedas-Homes-oficina-Costa-Sol_0_1665135404.html)

Aedas Homes, promotora de viviendas a nivel nacional, ha presentado una oficina multiproducto en la Costa del Sol, en Fuengirola, desde donde los clientes podrán acceder a toda la cartera de productos que ofrece en la provincia. Una oferta de cientos de casas en más de una decena de promociones en **Estepona, Rincón de la Victoria, Marbella, Málaga** y Fuengirola.

La promotora presentó en sociedad esta oficina en un evento que contó con la alcaldesa de Fuengirola, Ana María Mula, quien agradeció “la apuesta y la fidelidad que vuelven a demostrar los responsables de Aedas Homes con Fuengirola por medio de esta nueva inversión en nuestra ciudad” y, al mismo tiempo, destacó “el esfuerzo enorme y constante por parte del Ayuntamiento y el apoyo de nuestros vecinos y de las empresas que han apostado por el municipio para situar a Fuengirola como el referente nacional e internacional en calidad de vida que todos reconocemos en la Marca Fuengirola”. Al acto asistieron más de 100 personas entre otras personalidades institucionales, clientes, agentes internacionales, constructores y arquitectos de la Costa del Sol.

**Se trata de un gran espacio de 300 metros cuadrados con estancias actuales y lo último en tecnología pensado para el cliente y los agentes (zona de estar, varios puntos de atención al público, sala de reuniones para agencias, espacios Select y Ecoliving y un completo piso piloto de más de 100 metros cuadrados).**

Además, se encuentra en un enclave estratégico de la oferta de vivienda de obra nueva, El Higuerón, que aglutina decenas de proyectos en marcha.



<https://www.youtube.com/watch?v=pC3fCK28-ME>

# Málaga

Aedas Homes lanza su quinta promoción en Estepona:

<https://observatorioinmobiliario.es/noticias/empresas-y-organizaciones/aedas-homes-lanza-su-quinta-promocion-en-las-mesas-de-estepona/>

'South Sand', está conformado por 74 viviendas plurifamiliares de uno, dos, tres y cuatro dormitorios con amplias terrazas y vistas al mar.

Hicieron un evento de presentación del proyecto a agencias:

<https://www.youtube.com/watch?si=qurXKqF1kWDEhHfp&v=KgBGiDjasNM&feature=youtu.be>

Para otro proyecto de Estepona también hicieron un evento de presentación, podemos discernir que es su 'modus operandi' cuando empiezan a comercializar un proyecto.



Botanik Homes en Málaga Capital by Neinor

[https://www.elespanol.com/malaga/malaga-ciudad/20230910/ultima-gran-pieza-residencial-neinor-transformacion-quindos-oeste-malaga/792170934\\_0.html](https://www.elespanol.com/malaga/malaga-ciudad/20230910/ultima-gran-pieza-residencial-neinor-transformacion-quindos-oeste-malaga/792170934_0.html)

El proyecto otorga especial importancia a la sostenibilidad ambiental, de manera que todas sus instalaciones están enfocadas a lograr el mayor ahorro energético. El conjunto cuenta con zonas de esparcimiento y piscina comunitaria con vistas al mar en la planta cubierta del edificio.

Vídeo proyecto: <https://www.youtube.com/watch?v=5v6FU1ZFcCs>

# Málaga

## Distrito Zeta

Web Distrito Zeta: <https://somosdistritozeta.com/>

AQ Acentor no tiene su proyecto publicado en la web.

### Caso Aedas

Zeta Avenue y Zeta Valley.

Después de la gran acogida de Zeta Valley, **con un ritmo de comercialización vertiginoso que alcanzó la venta de una vivienda al día**, Zeta Avenue llega para seguir dando respuesta a una fuerte demanda de vivienda de obra nueva.

→ ya han vendido Zeta Valley y ahora lanzan su segundo proyecto.

Presentación Zeta Valley (un evento, modus operandi de Aedas):

<https://www.youtube.com/watch?v=NtaYs8Qn8eq>

### Show office en Distrito Zeta

Una oficina para conocer las promociones

AEDAS Homes ha puesto a disposición de sus clientes un show office en el mismo Distrito Zeta. Este espacio incluye un piso piloto a escala real y una decoración cuidada. Además, se encuentra ubicado en el "barrio piloto" del distrito, lo que permite a los visitantes conocer de cerca las características y ventajas del ámbito. "Esta visita es obligatoria para aquellos que buscan una vivienda en Málaga", concluye Roque Ballesteros.



# Málaga Distrito Zeta

## Caso Aedas

¿Cómo comunican?

The image shows a collection of marketing materials from AEDAS Homes for the Zeta Valley development in Málaga. It includes:

- A large photograph of a modern apartment building at dusk, with a swimming pool in the foreground. Text overlay: "Zeta Valley Málaga" and "AEDAS HOMES".
- A graphic titled "Tu futura casa en Distrito Zeta" showing a stylized building silhouette.
- A graphic titled "Zeta Avenue Málaga" showing a stylized building silhouette.
- A small text box: "Viviendas de 1, 2 y 3 dormitorios con piscina, garaje y trastero".
- A small text box: "Próximo lanzamiento en julio de la promoción Zeta Avenue".
- A small text box: "Show office Avda. Ortiz y Gasset, s/n. Distrito Zeta 29006 Málaga. T. +34 609 282 102".
- A small logo: "aedashomes.com".

Three screenshots of LinkedIn posts from the AEDAS Homes public account, all sharing the same post template:

**Post 1:** "¡Descubre Zeta Valley, nueva promoción en Málaga capital! Pisos de obra nueva con garaje, amplias terrazas y piscina en una ubicación privilegiada con todo tipo de servicios..."

**Post 2:** "¡Estás buscando una segunda vivienda cerca de la playa? ¡Descubre Zeta Valley, nueva promoción en Málaga capital! Pisos de obra nueva con garaje, amplias terrazas y piscina en una ubicación privilegiada con todo tipo de servicios..."

**Post 3:** "Tu nueva casa 336.160 € Viviendas de 1, 2 y 3 dormitorios con parking, trastero, piscina y zonas comunes ajardinadas" (with a price tag of 336.160 €).

No hay conceptualización creativa, únicamente guidelines de marca, imagen de producto y destacar las características principales.

Mensaje destacado: Distrito Zeta, se alimentan y nutren de las propias ventajas del barrio.  
AQ Acentor no quiere destacar Distrito Zeta, consideran que es 'hacer publicidad a la competencia'.

# Barcelona

**Habitat Inmobiliaria adquiere suelo en Terrassa para una promoción de 85 viviendas.**

<https://www.lavanguardia.com/vida/20230906/9209752/habitat-inmobiliaria-adquiere-suelo-t-errassa-promocion-85-viviendas.html>

Nueva promoción de Aedas en Barcelona “Leblich”

<https://www.lavanguardia.com/economia/20230904/9203694/aedas-homes-atteriza-barcelon-a-promocion-sagrera.html>

<https://www.aedashomes.com/promo-leblich-pisos-obra-nueva-barcelona>

Puede que el naming venga de aquí: Catalina Leblich Mestres, barcelonesa de ascendencia flamenca.

De momento solo han promocionado este post (que es el mismo orgánico). En RRSS lo han anunciado: <https://www.instagram.com/p/Cw5tbfbtfQT/?igshid=MTc4MmM1Yml2Ng==>



# Sevilla

## Entrenúcleos

**Insur ha comenzado la comercialización de su promoción N° 14 en Entrenúcleos, Dos Hermanas (Sevilla)**

<https://brainsre.news/insur-invierte-promocion-128-viviendas-entrencleos/>

Nombres de las 14 promociones:

- Insur Creta II (Entrenúcleos, Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Ática (Entrenúcleos, Dos Hermanas, Sevilla)
- Insur Atenea (Dos Hermanas, Sevilla)
- Insur Ares III (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Creta (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Ares II (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Rodas (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Arquímedes (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Atenas (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Olimpia (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Mykonos (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Apolo (Dos Hermanas, Sevilla)
- Jardines de Santa Ana 3<sup>a</sup> Fase (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Hermes (Dos Hermanas, Sevilla)
- Selecta Ares (Dos Hermanas, Sevilla)

*Nombres de la mitología griega*

Su nueva promoción se llama INSUR ATENEA y  
la están promocionando bajo el concepto:  
**El privilegio de vivir a lo grande**



<https://www.youtube.com/watch?v=qshywQ2rEoE>

# Sevilla Entrenúcleos

Otras creatividades de Insur en Entrenúcleos:



Se posicionan en un concepto muy similar al de AQ Nobuh: vivir a lo grande, tener tu espacio... es decir, mejorar calidad de vida con respecto a vivir en Sevilla.

# Sevilla Entrenúcleos

## Otras creatividades de Insur en Entrenúcleos:



Al ser una de las promotoras con más presencia en la zona de Entrenúcleos y Dos Hermanas, hacen mucho hincapié en promover también la zona y las ventajas y amenities de esta y no solo de sus promociones.

# Valencia

## Vinival Patacona - Ecobarrio sostenible en Valencia

<https://vinivalpatacona.com/>

[https://www.instagram.com/vinival\\_patacona/](https://www.instagram.com/vinival_patacona/)

Web propia e Instagram propio para dotarle de más personalidad.

Construcción sostenible:

- Sistemas constructivos y materiales reciclados y renovables con baja emisión de CO<sub>2</sub>
- Minimización de plásticos, barnices y pinturas. Empleo de materiales saludables.
- Uso de materiales de proximidad. Fomento de la artesanía y las tradiciones locales.
- Sistemas pasivos: aislamientos naturales, ventilación cruzada y control radiación solar.



La imagen de marca se basa en los colores del proyecto y en la forma del edificio más representativo del barrio. Es una imagen argumentada aunque el resultado no es muy estético.

# Valencia

## Vinival Patacona - Ecobarrio sostenible en Valencia

No está teniendo muy buena acogida en la zona.

V La Vanguardia

### La campaña de los vecinos de la Patacona en contra de un complejo de 1.042 viviendas

Vestidos de amarillo y portando globos y pancartas, miembros de la Asociación de Vecinos y Vecinas de la Patacona hacen también campaña...

23 may 2023



Hortanoticias.com

### Vecinos de la Patacona presentan un proyecto alternativo "al despropósito del equipo de Gobierno para Vinival"

Los vecinos de la Patacona han presentado una propuesta alternativa al proyecto urbanístico del equipo de Gobierno y Metrovacesa para la...

11 oct 2022



## "Estrategia de gentrificación encubierta"

La asociación ha criticado la "**estrategia de gentrificación encubierta detrás de aparentes planes de recuperación y revitalización**" y ha acusado al **Ayuntamiento de Alboraya** de permitir "el deterioro deliberado de la zona Vinival, lo que ha dado paso al aumento de delitos y a la inseguridad. El proyecto de Metrovacesa ha sido respaldado por el alcalde", a pesar de las alegaciones presentadas por los vecinos en 2022 y la oposición de vecinos y de diversos partidos políticos con representación en el ayuntamiento de Alboraya.

## Menos viviendas y más espacio verde

La respuesta de la asociación ha sido contundente, **rechazando el proyecto urbanístico presentado por Metrovacesa debido a su magnitud** y a la percepción de que podría afectar negativamente la calidad de vida en La Patacona. La AVV ha exigido, una vez más, una **reducción en el número de viviendas propuestas** y han solicitado la creación de un espacio verde amplio, junto con instalaciones y servicios públicos que satisfagan las necesidades de la comunidad.

# 02.

## Insights marca

Destacamos los insights más relevantes vinculados a acciones o estrategias que realiza la competencia a nivel corporativo o de marca.



# Responsabilidad Social Corporativa

Hemos detectado muchas **acciones de RSC** que realiza la competencia. Acciones tanto a **nivel estructural** de la compañía como más **locales** de ubicaciones concretas. Estas acciones de RSC tienen una **repercusión** importante en los medios, así como en la población a la que afecta, creando un **impacto positivo** y fortaleciendo su imagen de marca.

AQ Acentor realiza muy pocas acciones de RSC. Y lo poco que hace no tiene la relevancia suficiente como para tener un alcance destacable.

*El 47% de las empresas cuenta con un presupuesto específico para la realización de su programa de RSE. En cuanto a la inversión en acciones de RSE en 2021, el 29% de las empresas encuestadas afirmó destinar un importe superior a los 50.000 euros, el 20% entre 10.000 y 50.000 y el 33% menos de 10.000.*

*La **educación medioambiental** (64%), el apoyo a colectivos en riesgo de exclusión (47%), la colaboración con actividades deportivas (47%), el voluntariado corporativo (40%) y la inclusión laboral (40%) son los ámbitos de actuación preferente de los proyectos de impacto social financiados por las empresas de la muestra. Es sintomático de la nueva realidad del sector que el ámbito de actuación más frecuente (la pregunta admitía una respuesta múltiple) sea precisamente el de la educación medioambiental (64%), en línea con sus **esfuerzos por mejorar la eficiencia energética de las actuaciones inmobiliarias y por extender la sostenibilidad a su cadena de valor**.*



Fuente:

<https://elinmobiliariomesames.com/noticias-inmobiliarias/el-sector-inmobiliario-avanza-en-su-apuesta-por-la-responsabilidad-social-empresarial/>

# Sostenibilidad

## Think global

### **Neinor Homes, ACR, Cocircular, y ROCKWOOL se unen para alcanzar residuo cero**

Estas cuatro empresas líderes se alían para implementar, por primera vez en España, el innovador servicio Rockcycle en la promoción San Andrés Homes que permitirá la recogida y reciclaje de lana de roca.

Fuente: <https://www.estrategiasdeinversion.com/actualidad/noticias/empresas/neinor-homes-acr-cocircular-y-rockwool-se-unen-n-646629>

### **Neinor Homes, hormigón verde**

Dentro de su compromiso con la descarbonización, Neinor Homes ha anunciado la firma de un convenio marco con Cemex que extenderá su alianza estratégica para el suministro de cementos y hormigones "Vertua", un hormigón verde con menor huella de carbono.

Fuente: <https://www.capitalmadrid.com/2023/9/8/65777/neinor-homes-hormigon-verde.html>

### **Aedas Homes reta a los arquitectos con el concurso Show Office**

Aedas Homes lanza un pionero concurso en el que busca la caseta de ventas total bajo el nuevo concepto de Show Office. En este tiempo en el que el sector inmobiliario vive una profesionalización y perfeccionamiento, la promotora espera potenciar la modernización del mercado de la vivienda. Aedas Homes, en colaboración con el Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid (COAM), convoca el Premio Aedas Homes a la Innovación en Arquitectura y Construcción con el objetivo de poder crear un revolucionario Show Office híbrido.

Fuentes: <https://www.elmundo.es/economia/vivienda/2018/02/15/5a857deb22601ddc158b45ab.html/> /  
<https://www.aedashomes.com/blog/concurso-show-office-sostenible/>

# Responsabilidad Social Corporativa

## Act local

AEDAS Homes ha contribuido a la conmemoración de la historia de #Pamplona al inaugurar una nueva escultura llamada '1423' en honor al Privilegio de la Unión, coincidiendo con su 600 aniversario.

Esta obra fue seleccionada como la ganadora del **Concurso Internacional de Escultura Urbana de la Ciudad de Pamplona**, en colaboración con el Ayuntamiento de Pamplona - Iruñeko Udalak y AEDAS Homes como parte del [\*\*proyecto 'ConLasArtes by AEDAS Homes'\*\*](#). Este proyecto cultural forma parte del Plan ESG 2021-23 de la compañía y tiene como objetivo promover el #arte y la #cultura, fomentando la cohesión entre la sociedad y los artistas.

<https://www.pamplona.es/actualidad/noticias/tres-piezas-rectilineas-generando-un-espacio-de-encuentro-conforman-1423-obra>



[https://www.instagram.com/p/CxbSwxPNRPU/?img\\_index=1](https://www.instagram.com/p/CxbSwxPNRPU/?img_index=1)



AEDAS Homes incorpora a sus promociones el servicio de carsharing de Activacar

AEDAS Homes y Activacar sellan un acuerdo para ofrecer movilidad eléctrica y compartida en las nuevas promociones de la Costa del Sol - El proyecto Soul Marbella se convierte en uno de los primeros residenciales de España en disfrutar de este servicio de movilidad con vehículos 100 % eléctricos para residentes

- Servicio 'social' a sus clientes
- Imagen positiva
- Publicidad 'gratuita' en los vehículos

<https://www.laopinióndemálaga.es/marbella/2023/03/10/aedas-homes-incorpora-promociones-servicio-carsharing-activacar-84441456.html>

# Responsabilidad Social Corporativa

## Act local

La promotora Aedas Homes apoya la candidatura de Málaga para la Expo 2027

Javier Sánchez, director de Comunicación de la promotora AEDAS Homes, muestra el apoyo de esta empresa inmobiliaria a la candidatura de Málaga para la Expo 2027

<https://www.laopiniondemalaga.es/videos/malaga/2023/01/24/promotora-aedas-homes-apoya-candidatura-malaga-expo-2027-81446387.html>



# Marketing de contenidos

## Nesting TV

**Canal temático especializado en construcción, hogar y ciudad sostenible impulsado por el sector inmobiliario.**

Alcanzando la cifra de más de 100 millones de televisores conectados en todo el mundo.

Ofrece contenidos inmobiliarios de carácter informativo en el programa 'Infonesting'; divulgativos en 'Divulganesting' y entrevistas en 'Con voz propia'. Además, se ha convertido en el canal de influencers del sector inmobiliario y el hogar en 'Influenesting' y también en la ventana a las promociones de viviendas más relevantes en la sección 'Zona de obras'.

Nació a principios de 2022 y cuenta con más de una veintena de empresas colaboradoras que encuentran en el canal un vehículo para la difusión de sus mensajes ya sea en forma de difusión de sus contenidos o en lenguaje publicitario. Entre sus colaboradores se encuentran **Aedas Homes**, Arquima, Cosentino, el Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Madrid, Culmia, Fotocasa, Giacomini, iAhorro, Idealista, Las Sedas, Madrid Nuevo Norte, Madrid Capital Mundial, Porcelanosa, Pryconsa, Rebuild, Rastreator, Santalucía, Schneider, Sima, ST Sociedad de Tasación, Tinsa, Uponor, Vía Ágora y Zooco.

Fuente:

[https://www.cope.es/actualidad/economia/noticias/canal-inmobiliario-nesting-suma-millones-usuarios-traves-netrangep-20230913\\_2896416](https://www.cope.es/actualidad/economia/noticias/canal-inmobiliario-nesting-suma-millones-usuarios-traves-netrangep-20230913_2896416)

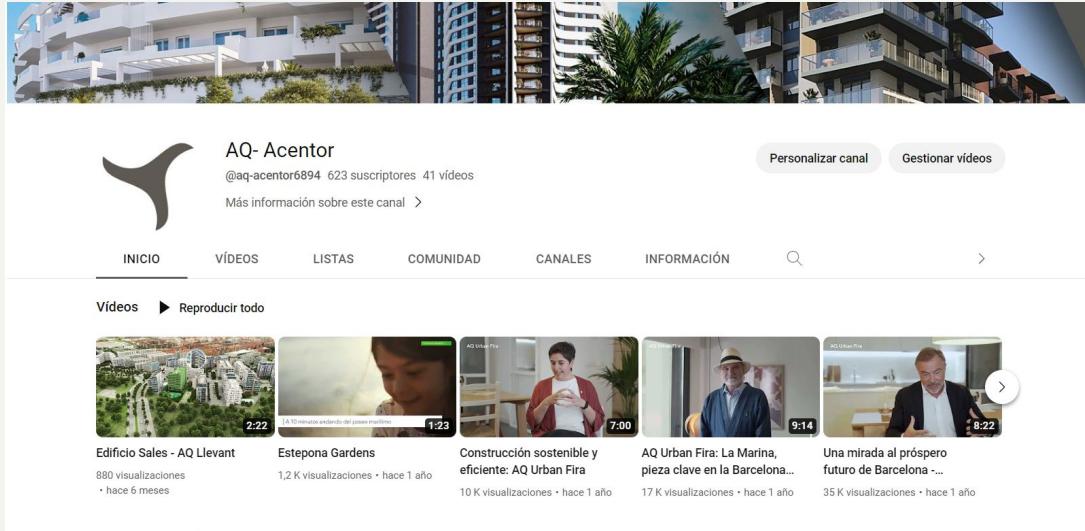


<https://nesting.tv/>

# Marketing de contenidos

## Youtube

### Aedas vs AQ Acentor



- Contenido NO organizado
- Contenido principalmente publicitario. Excepto las entrevistas y alguna campaña de branding, la mayoría son vídeos promocionales de sus proyectos.
- En definitiva: no trabajan el contenido de youtube, lo usan meramente como un repositorio.

A screenshot of the AEDAS Homes YouTube channel page. The channel has 3,06 K subscribers and 1 K videos. The main video thumbnail shows a modern building at night. Below the channel info, there's a navigation bar with links to INICIO, VÍDEOS, SHORTS, EN DIRECTO, LISTAS, COMUNIDAD, CANALES, and INFORMACIÓN. The video grid shows several thumbnails, including one for 'Así es el Show Office de Australy, en Estepona' and another for 'Oceanix Busan, la primera ciudad flotante del mundo |...'. Each video thumbnail includes its title, duration, and view count. There are also sections for 'Obra terminada' and 'AEDAS Homes Academy'.

- Contenido organizado que sigue una estrategia
- Además de vídeos publicitarios, ofrecen contenido de valor al usuario:
  - Aedas Academy
  - Podcasts
  - Testimonios de clientes

# 03.

## Insights sector

Destacamos los insights más relevantes vinculados con información destacable del sector en general, tendencias, datos...



# Target

## Cliente extranjero

Las ubicaciones más demandadas por los extranjeros son Levante, Baleares, **la Costa del Sol** y Canarias. Se buscan viviendas con amplios espacios exteriores, inmuebles sostenibles, cercanía a servicios y comodidades, como el mar, áreas de ocio, campos de golf y colegios internacionales, así como buenas conexiones a aeropuertos.

En conclusión, **el negocio inmobiliario dirigido a extranjeros en España está en crecimiento**, con promotoras inmobiliarias adaptando sus proyectos y ofreciendo servicios personalizados para satisfacer las necesidades de este segmento de mercado en constante aumento.

Aedas Homes, por ejemplo, asegura que **el conocimiento de las prioridades de sus clientes internacionales y el diseño de una oferta enfocada a ellos** en ubicaciones específicas es la clave de su éxito en ventas a este segmento. En 2022, la compañía vendió cerca de 600 viviendas a extranjeros, lo que representa aproximadamente un tercio del total de transacciones.

Otra empresa que ofrece servicios personalizados a extranjeros es Neinor Homes, que cuenta con **colaboradores internacionales** y busca satisfacer las necesidades de este perfil de demanda en términos de tipología y ubicación de las viviendas.

Fuente:

<https://www.lagacetadearucas.es/noticias/a-por-el-extranjero-las-inmobiliarias-encuentran-un-filon-en-edificar-para-clientes-dispuestos-a-gastar-1me/50784/>

## Pequeño inversor

El sector inmobiliario, el preferido por los españoles para invertir.

El 82% de los ahorradores españoles quieren invertir en el inmobiliario, pero no saben cómo hacerlo.

Más de la mitad de los españoles (61%) que compra una vivienda la prefiere destinar al alquiler antes que convertirla en su vivienda principal o secundaria. Actualmente, el 17% de los españoles se encuentra en búsqueda de una oportunidad inmobiliaria para invertir y prevé comprar una en los próximos 18 meses. **A pesar del interés y de ver el sector como algo seguro, no disponen del conocimiento necesario para acometer la operación.**

Fuente: <https://www.merca2.es/2023/08/27/sector-inmobiliario-espanoles-1406675/>

# Target

## Jóvenes

Según la última Encuesta Financiera de las Familias, publicada por el Banco de España, en el año 2020 tan solo el 36% de los menores de 35 años eran propietarios de su vivienda principal. Este dato supone una tendencia descendente en la adquisición de inmuebles residenciales por parte de este colectivo. Teniendo en cuenta dicho panorama, Solvia, firma de servicios inmobiliarios, identifica las principales dificultades a las que se enfrenta la juventud a la hora de adquirir una vivienda.

1. Los precios aumentan un 3,1% interanual
2. España tiene la tasa de desempleo más alta de la Unión Europea
3. Los tipos de interés en máximos históricos

### **4. Falta de educación financiera**

La falta de experiencia y conocimiento sobre el proceso de búsqueda de su hogar, y los trámites financieros y legales involucrados, son otros de los desafíos a los que se enfrenta este colectivo. La falta de orientación y educación sobre estos temas puede dificultar su capacidad para tomar decisiones informadas y navegar por el sistema de acceso a la vivienda.

La educación financiera es fundamental para comprender conceptos como la planificación presupuestaria, el ahorro, el manejo de deudas, los tipos de préstamos y las opciones de financiación disponibles. Sin una comprensión sólida de estos temas, podrían enfrentarse a dificultades en su capacidad para ahorrar para el pago inicial de un inmueble, evaluar las opciones de préstamos hipotecarios o entender las implicaciones financieras a largo plazo.

### **5. Sostenibilidad de los inmuebles**

Los jóvenes de hoy en día tienden a valorar más la flexibilidad y la movilidad en sus vidas. La idea de establecerse en un solo lugar a través de la compra de una casa ya no es una prioridad absoluta. Prefieren tener la libertad de cambiar de ubicación según las oportunidades laborales, las conexiones personales o las preferencias de estilo de vida.

Por otro lado, según la última edición del informe La sostenibilidad en la vivienda en España, realizado por Solvia y Fotocasa, únicamente el 4% de las personas en búsqueda de casa no considera importante la sostenibilidad. Este cambio de mentalidad en la sociedad supone, generalmente, un aumento en el precio, ya que optar por inmuebles de segunda mano reduciría las posibilidades de contar con un hogar sostenible, pues estas propiedades no suelen estar adaptadas a las últimas normativas en materia energética y de sostenibilidad. Esto supondría o bien afrontar la reforma necesaria o elegir una vivienda de obra nueva o recientemente reformada.

# Tendencias

## **La multinacional JLL desarrolla su propia IA generativa**

Están desarrollando, según informan en una nota, una herramienta que han bautizado como JLL GPT y es, a decir de los responsables de la compañía, el futuro de los ChatBots. Entrará en servicio a finales de año.

Es un sistema de IA generativa capaz de proporcionar información a los clientes a partir de datos propios recogidos por JLL durante décadas y fuentes externas de inmuebles corporativos. “Utilizando JLL GPT en nuestro entorno informático seguro, nuestros expertos inmobiliarios globales podrán ofrecer información más rápida e inteligente a nuestros clientes. Hemos desarrollado JLL GPT para que nuestros empleados puedan aprovechar la IA generativa con la tranquilidad de que todo cumple plenamente los sólidos estándares de privacidad y seguridad de JLL.

Fuente: [https://www.elnacional.cat/es/tecnologia/sector-inmobiliario-echa-mano-ia\\_1082886\\_102.html](https://www.elnacional.cat/es/tecnologia/sector-inmobiliario-echa-mano-ia_1082886_102.html)

<https://www.jll.es/es/sala-de-prensa/jll-lanza-el-primer-modelo-de-inteligencia-artificial-gpt-para-el-sector-inmobiliario>

## **Open house, la estrategia que reduce el tiempo de venta de una vivienda un 20%**

Los open house tienen su origen en Estados Unidos, donde se han convertido en una práctica común en el proceso de venta de propiedades. En este tipo de eventos, la propiedad se abre durante unas horas o un día completo a los compradores interesados generando un mayor interés y logrando en la mayor parte de los casos reducir los tiempos de venta. Además, para la agencia inmobiliaria supone la posibilidad de mostrar simultáneamente la vivienda a varios potenciales interesados sin la necesidad de coordinar múltiples visitas.

Fuente: <https://brainsre.news/open-house-estrategia-reduce-tiempo-venta-vivienda/>

# Tendencias

## Virtual Home Staging

Hoy en día, muchos inmuebles se comercializan a través de plataformas digitales para que lleguen a un mayor número de posibles compradores. Por esta razón, han surgido herramientas tecnológicas que destacan las cualidades visuales de la vivienda. Una de las más populares es el virtual home staging. **Se trata de una técnica de marketing inmobiliario que mejora el aspecto estético de las viviendas para facilitar su venta. El objetivo es potenciar el atractivo del inmueble para que sea más estimulante para el futuro inquilino o comprador.** En este contexto, HOGVR, una empresa de servicios de decoración online, ha desarrollado una herramienta digital que se encarga de cambiar el estilo de una estancia, aportando un diseño moderno y atractivo que resalta sus propiedades.

Fuente: <https://emprendedores.es/noticias-de-empresa/el-virtual-home-staging-de-la-mano-de-hogvr/>

## ¡POTENCIA EL ATRACTIVO DE TUS INMUEBLES Y DE TUS ANUNCIOS!

INMUEBLES VACÍOS



INMUEBLES  
REDECORAR



INMUEBLES  
SOBRECARGADOS



INMUEBLES  
EXTERIORES



# AQ-Acentor

**AQ Acentor nombra a Álvaro Marcos director comercial y de marketing**

Sustituto de Edgar. Viene de Aedas.



# Informes

## «La reputación de las empresas promotoras»

Los datos recogidos en el informe de este año consolidan la estabilidad y madurez de un sector que hasta 2021 venía registrando una tendencia al alza de manera ininterrumpida.

Fuente:

<https://elinmobiliariomesames.com/empresas/el-indicador-global-de-reputacion-de-las-empresas-promotoras-se-mantiene-por-encima-de-la-media-historica/>

## “Radiografía del mercado de la vivienda en 2023”

- De 18 a 24 años: un 38% planea comprar una propiedad en los próximos años. Un resultado que presenta un aumento significativo en comparación con el 32% registrado en 2022.
- De 25 a 34 años: la intención de comprar en los próximos cinco años de este grupo disminuye del 43% al 38%
- De 35 a 44 años: la voluntad de adquirir una propiedad permanece estable en un 24%.
- De 45 a 54 años: el interés por convertirse en propietarios disminuye de un 18% a un 16%.
- De 55 a 75 años: la intención de compra se sitúa en el 11%.
- El 19% de quienes quieren comprar se encuentra en Andalucía.
- El 15% en Cataluña.
- El 14% en Madrid.

(Informe completo en el drive)

# 04.

## Insights del 'día a día'

Destacamos los insights más relevantes vinculados a posibles propuestas de mejora para las necesidades del día a día de AQ Acentor.



# Estado de las obras

Insur comparte el estado de la obra en la página web de manera pública de cada promoción. AQ Acentor solo lo comunica en sus NL de Obras al Día gente que ya ha comprado su casa o de forma muy simple en su web. En cualquier caso es una forma muy atractiva de comunicar el estado de las obras, muy lejana de los mails que hace AQ, y fácil de plantear (eso sí, tendrán que facilitarnos esta info ellos).



# Publicidad

## Evolución publicidad Aedas.

- Eliminan los degradados para darle más fuerza a las imágenes.
- Solo información más básica, el resto en el copy.
- NO hay claim creativo, únicamente mensajes descriptivos con CTA's.

Ahora



Antes



# Publicidad

## Evolución publicidad Neinor.

- Eliminan el color rojo y evolucionan a diseños más limpios.
- Solo información más básica, el resto en el copy.
- NO hay claim creativo, únicamente mensajes descriptivos con CTA's.

Mostrado por primera vez: 5 sept 2023

Tema (etiquetado por Google): Viajes y turismo

Mostrado por última vez: 6 sept 2023

Formato: Imagen

3 de 3 variantes



**Neinor**  
HOMES

Inmobiliaria en  
Menorca

Chalets Unifamiliares  
Obra Nueva 3 y 4  
Dormitorios Menorca

Contacto >

Ahora



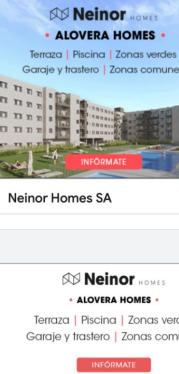
**Neinor**  
HOMES

• ALOVERA HOMES •

Terraza | Piscina | Zonas verdes  
Garaje y trastero | Zonas comunes

**INFORMATE**

Neinor Homes SA



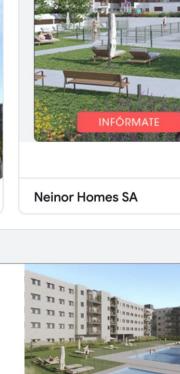
**Neinor**  
HOMES

• ALOVERA HOMES •

Terraza | Piscina | Zonas verdes  
Garaje y trastero | Zonas comunes

**INFORMATE**

Neinor Homes SA



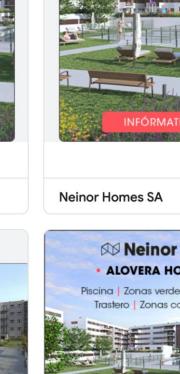
**Neinor**  
HOMES

• ALOVERA HOMES •

Terraza | Piscina | Zonas verdes  
Garaje y trastero | Zonas comunes

**INFORMATE**

Neinor Homes SA



**Neinor**  
HOMES

• ALOVERA HOMES •

Terraza | Piscina | Zonas verdes  
Garaje y trastero | Zonas comunes

**INFORMATE**

Neinor Homes SA



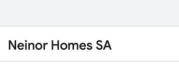
**Neinor**  
HOMES

• ALOVERA HOMES •

Terraza | Piscina | Zonas verdes  
Garaje y trastero | Zonas comunes

**INFORMATE**

Neinor Homes SA



**Neinor**  
HOMES

• ALOVERA HOMES •

Terraza | Piscina | Zonas verdes  
Garaje y trastero | Zonas comunes

**INFORMATE**

Neinor Homes SA



**Neinor**  
HOMES

• ALOVERA HOMES •

Terraza | Piscina | Zonas verdes  
Garaje y trastero | Zonas comunes

**INFORMATE**

Neinor Homes SA

Antes

# 05.

## Formación

Formaciones y cursos interesantes a valorar la  
posibilidad de realizar.



# Formación

<https://www.idealista.com/cursos/webinars/webinar/146319-digital-real-estate>

The real estate business is experiencing a genuine technological revolution.

Thanks to virtual reality, artificial intelligence, and big data, today we can manage, visit, rent or buy a property using our cell phones or laptops, without leaving home.

In this international webinar we'll have a look at all the real estate and technological tools available in the market, and how they are changing the real estate sector for better.

Our webinars are live and not recorded. Be sure to subscribe and not miss it!

jue. 28 septiembre 2023

De 11:00 a 11:45

Inscripción gratuita

<https://www.idealista.com/cursos/webinars/webinar/146751-aprende-a-hacer-planos-de-planta-para-tus-propiedades>

En este webinar aprenderás de una forma muy fácil cómo hacer el plano de planta mucho más profesional. El plano de planta es una herramienta muy importante a la hora de mostrar una propiedad.

Cuando el cliente encuentra un plano dentro del anuncio, le hace estudiar más en profundidad si la propiedad le puede encajar. Un plano crea una xilografía de cada uno de los pensamientos y ordena las imágenes y textos del anuncio.

El cliente comprador se traslada y le hace sentir como propia su futura propiedad, lo que ayuda a comparar con otras propiedades y tomar una decisión final.

Una de las grandes ventajas de poner un plano en el anuncio, es que permite estar mejor posicionado en listado de publicación.

Si deseas conocer cómo hacer planos fácilmente y las diversas ventajas que te pueden aportar para marcar la diferencia frente a tu competencia, este webinar es para ti.

jue. 5 octubre 2023

De 10:00 a 10:45

Inscripción gratuita

# 06.

## Next steps

Y ahora, ¿qué?



# Next steps

## MURCIA

Dentro de poco vamos a tener que trabajar la conceptualización creativa para los dos proyectos nuevos de AQ Acentor en Murcia. Vamos a incorporar al proceso de conceptualización una fase previa de research, analizando qué competidores existen ya en la zona, qué comunican y cómo lo hacen.

## CASO AEDAS

Está claro que Aedas es una referencia a tener en cuenta en cuanto a sus estrategias de marketing y publicidad. Vemos que ellos se enfocan mucho en PR y acciones de RSC y dan menos peso a la creatividad, a diferencia de AQ Acentor. ¿Deberíamos pivotar la estrategia proponiendo acciones similares a Aedas o lo que hacemos sirve para desmarcarnos de ellos?

## PROVEEDORES ESPECIALIZADOS

Preparar un listado de necesidades que nos suele pedir AQ Acentor y que no podemos dar servicio de forma interna y buscar proveedores de confianza para cada uno de los servicios.

Buscar también nuevas necesidades que aunque no nos hayan pedido, puedan llegar a hacer para estar preparados y tener proveedores de referencia. Ejemplo: proveedor de home staging para piso piloto.

## DISEÑO BANNERS

Incorporar al próximo informe un análisis más detallado sobre el diseño de los banners de la competencia.

## ....¿ALGO MÁS?

Empatía para una creatividad más productiva. [exclama.es](http://exclama.es)

Exclama  
creatividad.

Calle Gerda Taro, 1 bis | 28023 Madrid | T +34 917 820 387 | [www.exclama.es](http://www.exclama.es)