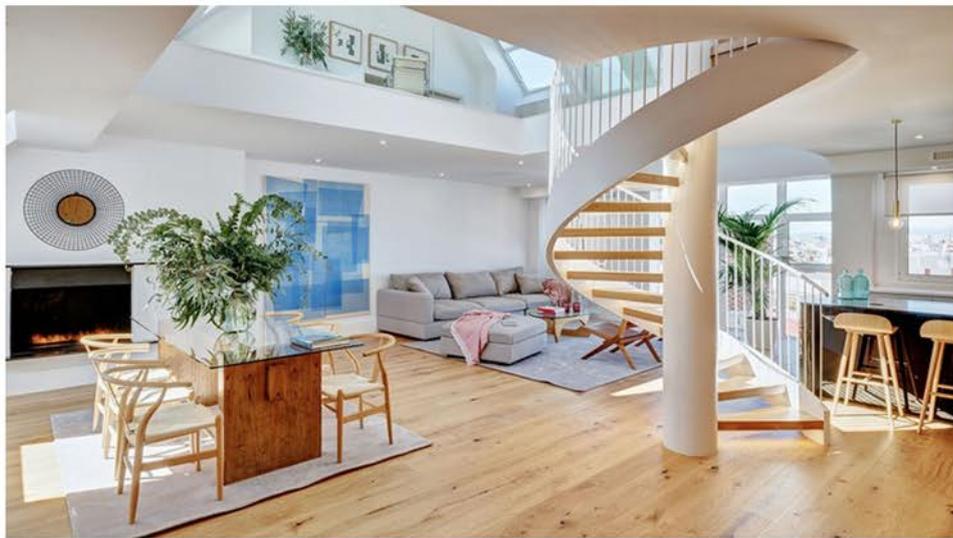


Los millennials y la Generación Z son los nuevos compradores de viviendas de lujo, según Uxban



[Comentarios: 1](#)



Uxban

Redacción

27 Octubre 2022, 11:21

Si bien el perfil más extendido de comprador de una vivienda de lujo sigue estando en una franja de edad de entre los 45 y los 65 años, **cada vez más adquisiciones tienen como protagonistas a un perfil más joven, nacidos entre 1981 y 2004: los millennials y parte de la llamada Generación Z. El número de transacciones motivadas por este grupo no supera el 20% de las que se realizan en la actualidad, pero van aumentando de forma natural y ha repuntado tras la pandemia.**

"El pasado mes de septiembre la consultora Bain & Company publicaba un informe donde cifraba en un 70% el grupo de compradores de marcas de lujo que pertenecerían a estas dos generaciones jóvenes a partir del año 2025. Este porcentaje aunque inalcanzable para el mundo inmobiliario es evidentemente muy superior a la cualquier objeto relacionado con el mundo de la moda pero sí apunta una tendencia que abarcará a todos los sectores y que atañe en la forma que buscan y toman las decisiones de compra", explica **Gonzalo Robles**, CEO de **Uxban**.

1. Seis características del comprador millennial de viviendas premium
2. Motivación
3. Financiación
4. Preferencias
5. Búsqueda
6. Tecnología
7. Inversión

Seis características del comprador millennial de viviendas premium

Los compradores más jóvenes de las viviendas de lujo tienen en común seis características. La ubicación a zonas animadas de la ciudad y transporte público es el núcleo de su motor de búsqueda y decisión. Robles nos aproxima al retrato de robot de este cliente que poco a poco tiene más peso en las operaciones de compra de viviendas con precios superiores a un millón y medio de euros.

Motivación

“El cliente millennial es predominantemente nacional, primera compra o segunda de reposición de una casa bastante más reducida; la ubicación es esencial, tanto si lo hace por fundación de una familia (cercanía de colegios) o por motivos estratégicos de su trabajo/negocio. En el caso de la Generación Z estamos hablando tanto de un público nacional como internacional, cuyo motivo único es la estabilidad durante el tiempo que duran los estudios universitarios o de posgrado en alguna escuela de negocios. Aquí **predomina la proximidad a buenas comunicaciones de transporte y áreas de ocio**. En este caso es importante también que tengan un espacio reservado dentro de la vivienda para la visita de su familia”, comenta el CEO de Uxban.

Financiación

Cerca del 80% de estas operaciones reciben ayuda financiera familiar, en forma de préstamos o aval. O directamente compran el activo los progenitores para luego dárselos en donación si fiscalmente es viable. “En el resto de los casos hablamos de personas con éxito en el mundo de los negocios, emprendimientos digitales o creadores de contenidos en línea por citar unos ejemplos. Suelen recurrir a la financiación bancaria para tener una mayor cantidad de capital disponible no inmovilizado”, asevera Robles.

Preferencias

“Este tipo de clientes son bastante prácticos respecto a la superficie que están buscando. **Buscan comodidad** ante todo, pero sin desperdiciar metros cuadrados en habitaciones que no vayan a tener un uso específico. **Les gusta invitar a la gente a su casa, son enormemente sociales**, es por ello que los áticos o las terrazas grandes son muy deseados; los espacios diáfanos, amplios; la cocina es un elemento comunitario más de la casa. Dos habitaciones, tres máximo, pero con dotación de cuarto de trabajo (limpieza, lavandería)”, afirma el CEO de Uxban.

Búsqueda

“Normalmente es difícil que un comprador de una vivienda de este tipo se lance a esta compra sin la intermediación de una agencia inmobiliaria.

Cuando eso ocurre se trata de un cliente nacional que conoce perfectamente el mercado donde va a comprar y recurre a portales inmobiliarios y redes sociales. **A pesar de ser nativos digitales el uso de agencia les permite ver más opciones de compra más rápidamente en una franja de tiempo concreta.** Un cliente internacional además requiere de un asesoramiento legal y de mercado que lo obtiene a través del bróker y de su abogado”, narra Robles.

Tecnología

Es indispensable que todas **las aplicaciones móviles (domótica)** que puedan controlar la vivienda tengan como **objetivo el ahorro y la eficiencia.** Han de poder controlar este punto desde cualquier parte del mundo. Son preferibles las **instalaciones individuales frente a las comunitarias,** especialmente si en este tipo de edificios se sigue pagando la energía entre todos los vecinos por igual. En caso de requerir plaza de garaje es generalizada la implantación de cargadores para coche eléctrico.

Inversión

El momento vital en que se adquiere la vivienda pesa mucho más sobre el momento de mercado. **“Lo hacen cuando lo necesitan, no cuando el precio pueda ser más favorable o las condiciones de financiación sean mejores.** A pesar de los vientos de crisis que azotan, no van a postergar la decisión si tienen la necesidad de sentir esa satisfacción. No compran a corto plazo para ganar plusvalías y lo hacen para vivir ellos, no tanto para poner en alquiler; excepto si se trata de una herencia y están construyendo un patrimonio inmobiliario a largo plazo”, sentencia Robles.