



COLEGIO DE ECONOMISTAS DE PIURA

N°071-2024

NOTA

INFORMATIVA

03
SEP
2024

**MILLENIALS YA REPRESENTAN
EL 50% DE QUIENES HOY
ADQUIEREN VIVIENDAS**



www.cepiura.org.pe

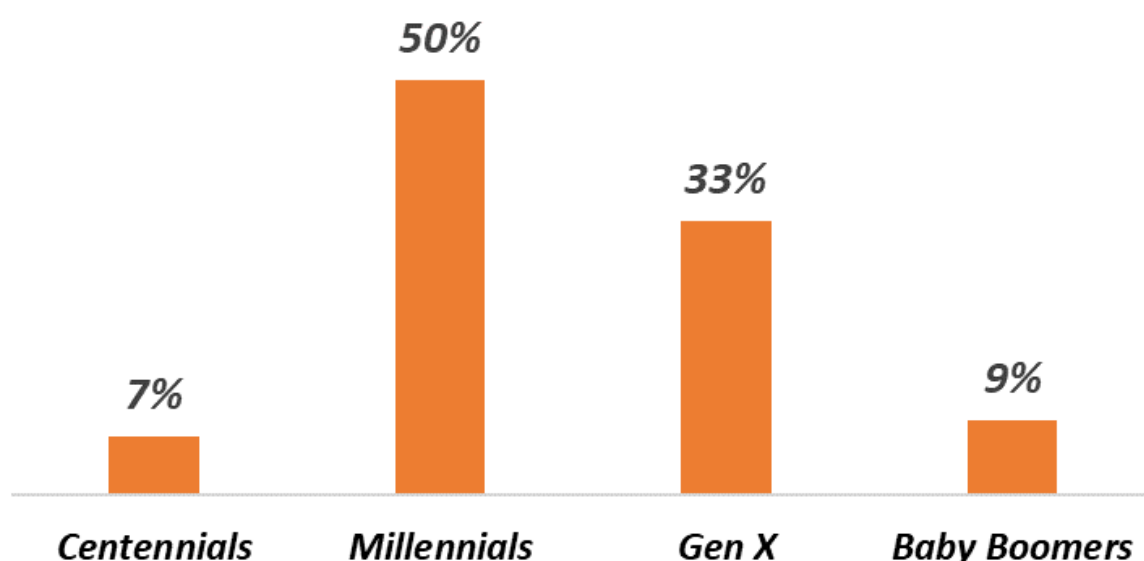


MILLENIALS YA REPRESENTAN EL 50% DE QUIENES HOY ADQUIEREN VIVIENDAS

Durante el primer semestre del año, el mercado inmobiliario de Lima Metropolitana y Callao registró un crecimiento del 20.5 % en comparación con el mismo periodo del año anterior, según datos de la Asociación de Empresas Inmobiliarias del Perú (ASEI). Este crecimiento señala una recuperación en la demanda de viviendas y un renovado interés en la compra de inmuebles, tanto como inversión como para uso residencial.

El mercado está liderado por los Millennials, que abarcan a personas de entre 28 y 40 años, quienes representan el 50% de los compradores de viviendas. Su influencia es notable no solo en el volumen de compras, sino también en las tendencias de diseño y ubicación de las propiedades. La Generación X, que incluye a personas de entre 41 y 59 años, sigue de cerca a los Millennials, constituyendo el 33% de los compradores. En conjunto, estas dos generaciones, que comprenden edades de 28 a 59 años, son los principales actores del mercado inmobiliario en Lima Metropolitana y Callao. Los Centennials, jóvenes de entre 25 y 27 años, empiezan a tener presencia en el mercado, representando el 7% de los compradores, lo que sugiere un posible aumento de su influencia en los próximos años a medida que crecen profesionalmente y aumentan sus ingresos. Por otro lado, los Baby Boomers, que incluyen a personas de 60 años o más, mantienen una participación del 9%, reflejando una presencia estable pero menos dominante en comparación con las generaciones más jóvenes.

COMPRAS POR GENERACIÓN



Fuente: Best Place to Live.



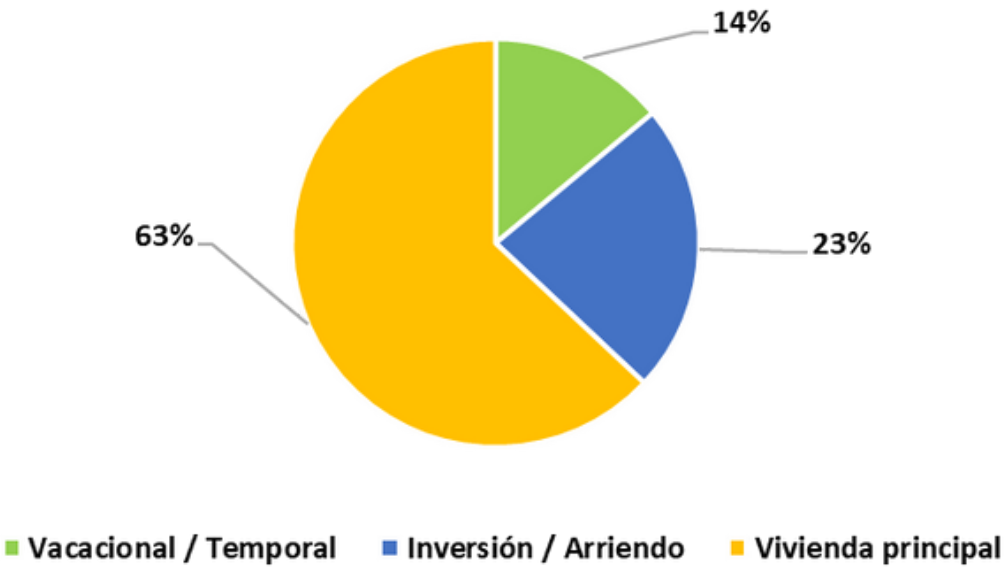
Tomás Cartagena, fundador y CEO de Best Place to Live, señaló que las tendencias observadas en Lima Metropolitana y Callao, donde los Millennials y la Generación X lideran la compra de propiedades, son similares a las de otros mercados latinoamericanos. A excepción de Chile, los Centennials aún representan un segmento pequeño en la región, aunque se espera que su influencia crezca a medida que mejoren las condiciones económicas y laborales.

El estudio también analizó aspectos demográficos entre los compradores de viviendas en Lima y Callao. El 46% de los compradores son solteros, mientras que un 33% están casados, reflejando cambios en las dinámicas familiares. Además, un 13% son convivientes y un 5% divorciados, lo que muestra una diversidad en los estados civiles de los compradores.

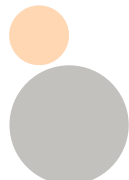
El promedio de personas por hogar es de 2.4, lo que influye en el diseño de propiedades más pequeñas y bien distribuidas, adecuadas para parejas jóvenes o personas solteras. En cuanto a las motivaciones de compra, hay un aumento en la adquisición de inmuebles como inversión, aunque el 63% de las compras se destinaron a viviendas principales, demostrando que la necesidad de un hogar sigue siendo la principal motivación.

En cuanto a la inversión, el 23% de los compradores tienen un perfil inversor, optando por adquirir propiedades para alquiler o reventa a largo plazo. Aunque el segmento de segundas viviendas, como las vacacionales, representa solo el 14% del mercado, sigue siendo relevante, mostrando el interés por propiedades que ofrezcan tanto recreación como inversión.

¿POR QUÉ COMPRAN UNA PROPIEDAD?



Fuente: Best Place to Live.





Finalmente, el estudio concluyó que, a pesar de la predominancia de los Millenials y la Generación X en el mercado inmobiliario actual, los Centennials son un grupo emergente que, en los próximos 20 años, podría cambiar las reglas del juego. Este grupo, que ya está comenzando a hacer sentir su presencia en el mercado, obligará a las empresas inmobiliarias a adaptar sus procesos y ofertas para satisfacer las necesidades y expectativas de esta nueva generación de compradores, cuyas características y hábitos de consumo podrían diferir significativamente de las generaciones anteriores. Así, se espera que el mercado inmobiliario de Lima Metropolitana y Callao siga evolucionando, impulsado por las dinámicas generacionales y los cambios en las preferencias de compra de los consumidores.

Un cambio significativo es la migración de arrendatarios a propietarios, con un 38% de los compradores haciendo esta transición, lo que indica una creciente confianza en el mercado inmobiliario.

SATISFACCIÓN POR TIPO DE COMPRA



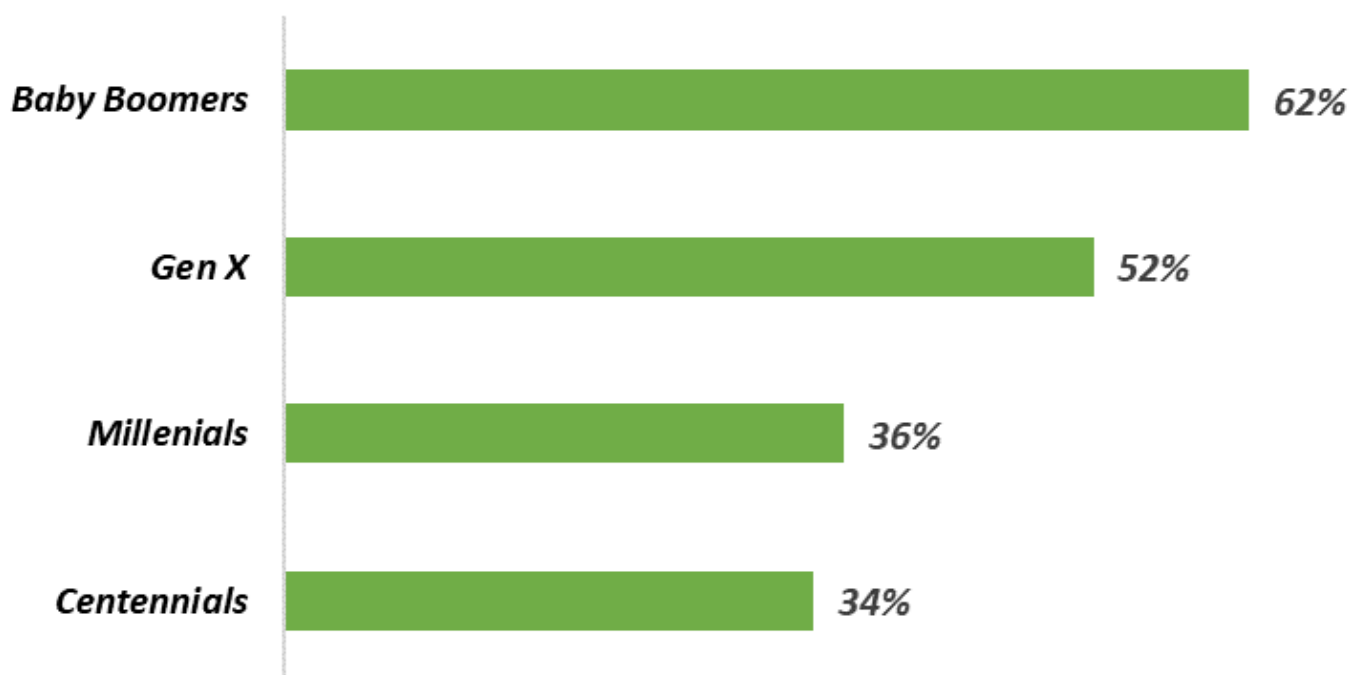
Fuente: Best Place to Live.





Las generaciones de mayor edad, como los Baby Boomers y la Generación X, muestran niveles más altos de satisfacción con sus compras inmobiliarias, alcanzando un 62% y 52% de satisfacción neta respectivamente. En contraste, las generaciones más jóvenes, como los Millenials y Centennials, presentan menores niveles de satisfacción, con un 36% y 34% respectivamente. Las principales quejas reportadas por los compradores están relacionadas con problemas en los acabados de las viviendas, como la instalación de cerámica, pisos y ventanas, así como con filtraciones y temas de humedad que aparecen después de la compra.

SATISFACCIÓN POR GENERACIÓN



Fuente: Best Place to Live.



OPINIÓN 2024

“Esto se debe a que las personas que adquieren un departamento para vivir lo utilizan todo el tiempo, por lo que se enfrenta a situaciones cotidianas. También que se registran incidentes con la misma relación con la comunidad, la administración del edificio y la misma posventa. Las características de compra de las diferentes generaciones son distintas y al ser la compra inmobiliaria, un proceso que puede durar entre 24 a 36 meses, desde la reserva hasta la entrega y post venta de la vivienda, las empresas están obligadas a actualizar sus procesos para atender a los nuevos grupos de compra”

TOMÁS CARTAGENA
FUNDADOR Y CEO DE BEST
PLACE TO LIVE



“COLEGIO DE ECONOMISTAS, CONTRIBUYENDO CON LA ECONOMÍA REGIONAL”



COLEGIO DE ECONOMISTAS DE PIURA

Correo: secretaria@cepiura.org.pe

Dirección: Calle Arequipa 642 Piso N°2 Plaza Fuerte - Piura

Director Académico y Estudios Económicos:
GUSTAVO MENDOZA RODRÍGUEZ

Análisis Económico:
DANIEL GUTIÉRREZ SILDARRIAGA

Diseño y Edición:
MANUEL CASTILLO JARA

Equipo de investigación:
BRIGITT PAOLA DUVAL AGURTO
MARTÍN GERARDO HERRERA GARCÍA

Búscanos en:

