



Observatorio de la  
reputación inmobiliaria

**7ª EDICIÓN**

# **LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS**

SEPTIEMBRE 2024

**PLANNER**  
EXHIBITIONS

[plannerexhibitions.com](http://plannerexhibitions.com)



# ÍNDICE

---

1. PRESENTACIÓN	2
2. LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS	4
2.1. INTRODUCCIÓN	5
2.2. RESUMEN EJECUTIVO	8
2.3. INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS	10
2.4. BALANCE REPUTACIONAL	17
2.5. OPINIONES NEUTRAS	20
2.6. INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO	23
3. LA REPUTACIÓN DE LOS PROFESIONALES DEL SECTOR	31
3.1. INTRODUCCIÓN	32
3.2. RESUMEN EJECUTIVO	34
3.3. INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS	36
3.4. BALANCE REPUTACIONAL	41
3.5. OPINIONES NEUTRAS	43
3.6. INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO	45

1

PRESENTACIÓN

# PRESENTACIÓN

Por séptimo año consecutivo, presentamos el informe **La reputación de las empresas promotoras**. Sus resultados están basados en las encuestas realizadas a los visitantes de cada edición de SIMA, que se caracterizan por encontrarse en el proceso de búsqueda activa de una vivienda.

A través de este análisis, proporcionamos a los directivos del sector información relevante acerca de un activo intangible fundamental como es la reputación y contribuimos a concienciar a estos mismos directivos de la necesidad de entenderlo y gestionarlo adecuadamente.

Este informe es valioso por varias razones. En primer lugar, **la relevancia de la muestra** es significativa, ya que los datos recopilados provienen de personas con una intención real de adquirir una vivienda, ya sea como residencia habitual, vacacional o como inversión, en un plazo de tiempo relativamente corto.

Además, al tratarse de una séptima edición, permite **la identificación precisa de tendencias** y otros aspectos destacados de la reputación del sector promotor. Gracias a su enfoque integral y su estructura, este informe es una **herramienta esencial para tanto para la construcción como la gestión de la marca de una compañía del sector**.

## La reputación de los profesionales del sector

Como novedad, en el informe de este año se desarrolla con mayor detalle el conjunto de métricas que evalúan **la reputación de los profesionales del sector**, siguiendo una metodología de análisis y una estructura de presentación de resultados similar a la utilizada para la reputación de las empresas.

Entendemos que así, analizando la percepción que tienen los encuestados tanto sobre las empresas como sobre los profesionales con los que han mantenido una relación directa, podemos ofrecer una visión más completa de la reputación del sector.

## Observatorio de la Reputación Inmobiliaria

Este trabajo se enmarca en el programa de actividades del **Observatorio de la Reputación Inmobiliaria**, una iniciativa de PLANNER EXHIBITIONS.

El Observatorio cuenta en la actualidad con la participación de 27 de las principales empresas del sector, que forman su Comité de Expertos, y trabaja en el conocimiento de la reputación en general y de la reputación del inmobiliario en particular.

Entre los objetivos del Observatorio destacan **fomentar la necesidad de gestionar este intangible, compartir experiencias y buenas prácticas en torno a la reputación, y elaborar estudios, organizar eventos y otras iniciativas** que arrojen más luz sobre el ámbito de la reputación.

## FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

**UNIVERSO:** Visitante no profesional de SIMA 2024 mayor de 25 años.

**MUESTRA:** 680 entrevistas, presenciales y online.

**ERROR MUESTRAL:** +/-3,83% para el conjunto de la muestra en el caso de mayor **incertidumbre posible** ( $p=q=50\%$ ) y con un margen de confianza del 95,5%.



2

LA REPUTACIÓN  
DE LAS EMPRESAS

2.1.

INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

## EMPRESAS

### LOS CINCO ATRIBUTOS DE LA REPUTACIÓN

El concepto de reputación, entendido como la percepción que un tercero tiene de una empresa o de un sector, se organiza en esta parte del informe en torno a cinco atributos clave. A los encuestados se les pide que expresen su grado de acuerdo con cada uno de estos atributos utilizando una escala que va desde "Totalmente" hasta "Nada".

Los atributos reputacionales evaluados, junto con sus respectivas definiciones, son los siguientes:



#### TRANSPARENCIA

Son empresas que informan a sus clientes tanto de los aspectos positivos como negativos del producto ofrecido, sin ocultar detalles importantes.



#### CONFIANZA

Son empresas en las que se puede confiar.



#### HONESTIDAD

Son empresas que cumplen con los compromisos adquiridos y, en caso de incidencias, las asumen y resuelven.



#### RESPONSABILIDAD

Son empresas respetuosas con la sociedad, sus trabajadores y el medio ambiente, que además participan en acciones solidarias.



#### PROFESIONALIDAD

Son empresas que dominan el servicio que ofrecen y lo ejecutan de manera correcta y eficiente.

# INTRODUCCIÓN

## EMPRESAS

### FORMATO DE PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A partir de las respuestas de los entrevistados se han elaborado los siguientes indicadores:

**INDICADOR PARA CADA ATRIBUTO**, que es la media aritmética resultante de asignar los siguientes valores a las cinco posibles respuestas:

- Totalmente de acuerdo = 10
- Bastante de acuerdo = 7,5
- Algo de acuerdo = 5
- Poco de acuerdo = 2,5
- Nada de acuerdo = 0

**INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN**, que es la media aritmética de los indicadores resultantes para cada uno de los cinco atributos.

**BALANCE REPUTACIONAL**, que en el informe se expresa como la diferencia entre el porcentaje de opiniones favorables ("Totalmente" y "Bastante de acuerdo") y el porcentaje de opiniones desfavorables ("Poco" y "Nada de acuerdo"), para cada atributo y para el conjunto de los cinco.

**% DE OPINIONES NEUTRAS**, que equivale al de los encuestados que manifiestan estar "Algo de acuerdo" con la verbalización de cada atributo.

Además, el informe analiza el impacto de tres variables concretas sobre la percepción de la reputación de las empresas del sector: el **sexo**, la **edad** y el **perfil del encuestado**, distinguiendo si tiene intención de comprar una vivienda para vivir en ella o como inversión.



2.2.

RESUMEN EJECUTIVO

# RESUMEN EJECUTIVO

## EMPRESAS

### INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN EMPRESAS

El Indicador Global de Reputación de las empresas se sitúa en **5,8 puntos, cuatro décimas más que en 2023 y nuevo máximo de la serie histórica**. El resultado constata una notable mejora en la percepción del sector promotor e interrumpe la tendencia a la estabilización de los años 2022 y 2023.

El hecho de que este resultado se produzca en un momento en el que la vivienda está muy presente en el debate público le concede aún más valor.

### ATRIBUTOS REPUTACIONALES

Los cinco atributos reputacionales mejoran su puntuación frente a 2023, se sitúan en máximos de la serie histórica y todos, por primera vez, holgadamente por encima del aprobado. Así:

**Transparencia**, que se ha mantenido invariablemente en el 5 o por debajo, escala cinco décimas respecto a 2023 hasta alcanzar los 5,4 puntos.

**Confianza** y **Honestidad** suben también cinco décimas y se sitúan en 5,8 y 5,6 puntos, respectivamente. También crece la valoración de aquellos atributos que habían experimentado ligeros descensos en años anteriores: **Responsabilidad** (5,6) sube tres décimas, lo mismo que **Profesionalidad** (6,7), que continúa siendo con bastante diferencia el atributo mejor valorado.

El ascenso de los cinco indicadores y el hecho de que se reduzca la diferencia entre el mejor y el peor valorado a tan solo 1,3 puntos (en 2021 llegó a ser de 2,3 puntos) **sugiere que la mejora tiene bases sólidas**.

### BALANCE REPUTACIONAL

El Balance Reputacional de los cinco atributos vuelve a terreno positivo (la primera vez fue en 2021), es decir, hay más encuestados con opiniones favorables que desfavorables, otro dato que hace pensar en la solidez del crecimiento de los indicadores de reputación.

### OPINIONES NEUTRAS

El porcentaje de Opiniones Neutras es el único indicador que se resiste a mejorar, manteniéndose, a nivel global, en el 38% (mismo resultado que en 2023), y sin variaciones importantes en ninguno de los atributos.

### LOS GRUPOS DE EDAD MÁS JÓVENES Y LOS NO INVERSORES, DETRÁS DE LA MEJORA DE LAS VALORACIONES

Uno de los hallazgos del informe de este año es que el crecimiento de los indicadores de reputación de las empresas se debe a la mejora de las valoraciones de los grupos de edad más jóvenes (25-35 años y 36-45 años), de los que tienen intención de compra de una vivienda habitual o de una segunda residencia ("No inversores").

2.3.

INDICADOR GLOBAL  
Y POR ATRIBUTOS

# INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

EMPRESAS

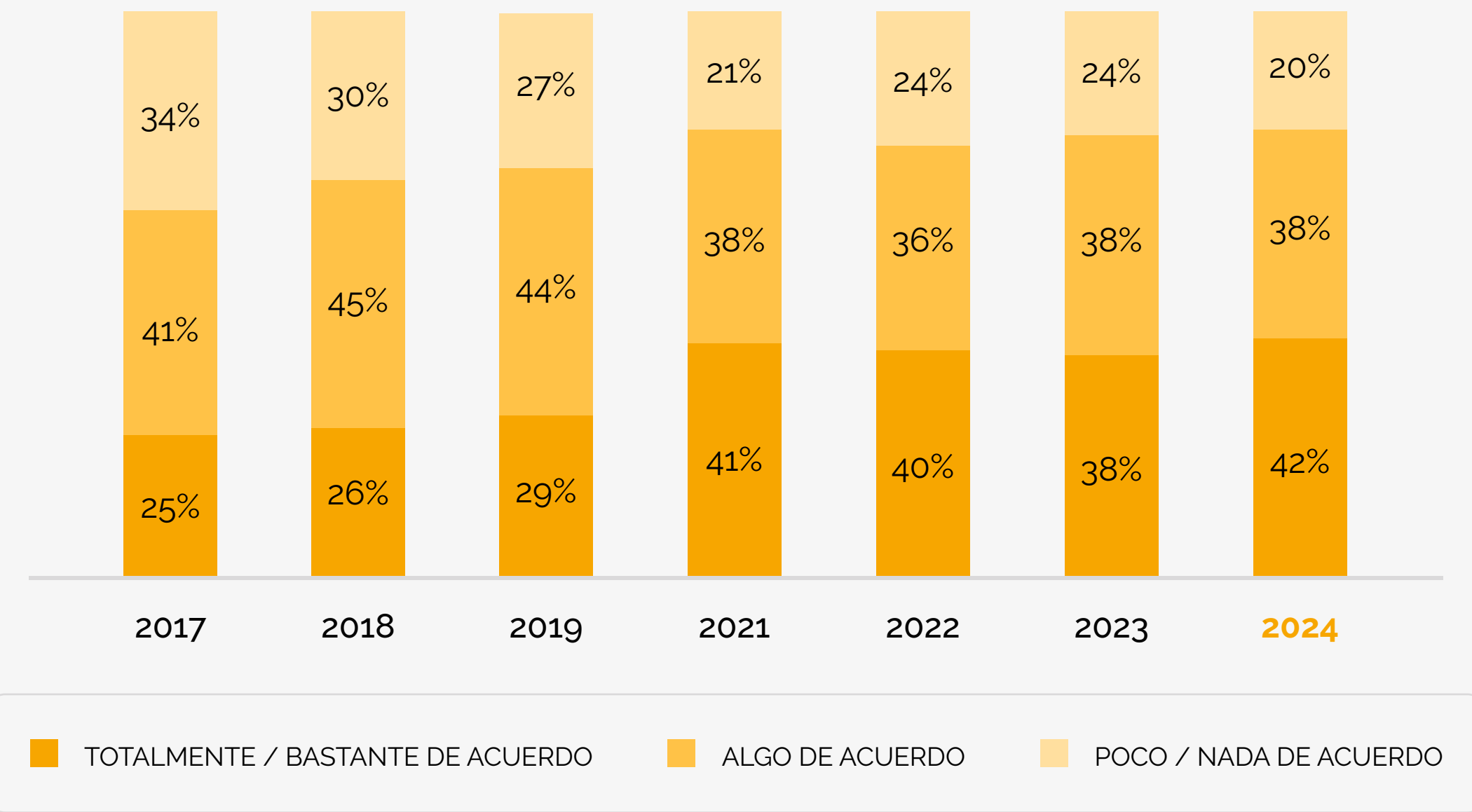
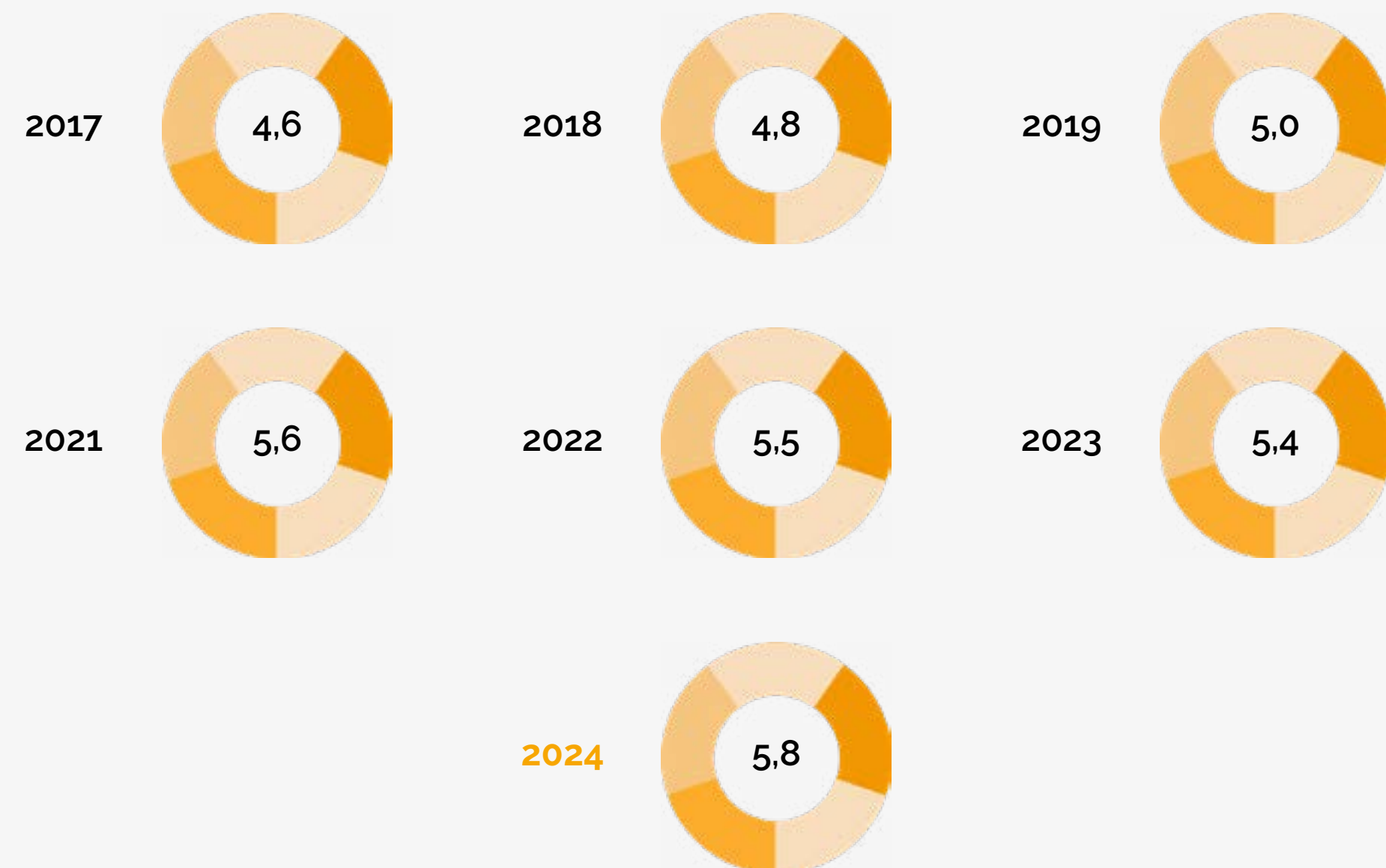
## INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN

El Indicador Global de Reputación **se sitúa en 5,8 puntos, cuatro décimas más que en 2023 y nuevo máximo de la serie histórica**, por encima de los 5,6 puntos del anterior máximo alcanzado en 2021.

Este resultado pone de manifiesto una notable mejora en la percepción del sector promotor e interrumpe la tendencia a la estabilización de los años 2022 y 2023.

Si bien 5,8 puntos sobre 10 equivale a una valoración solo levemente por encima del aprobado, lo que indica que existe un claro margen de mejora, no es menos cierto que la evolución del **Indicador Global de Reputación** muestra una senda inequívocamente alcista desde los 4,6 puntos que arrojaba en la primera edición del informe en 2017.

Al mismo tiempo, no hay que olvidar el hecho de que este notable crecimiento se produce en un momento en el que la vivienda (en particular, la falta de oferta y las dificultades de acceso) está en el centro del debate público, lo que le otorgaría aún más valor al resultado.



# INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

## EMPRESAS

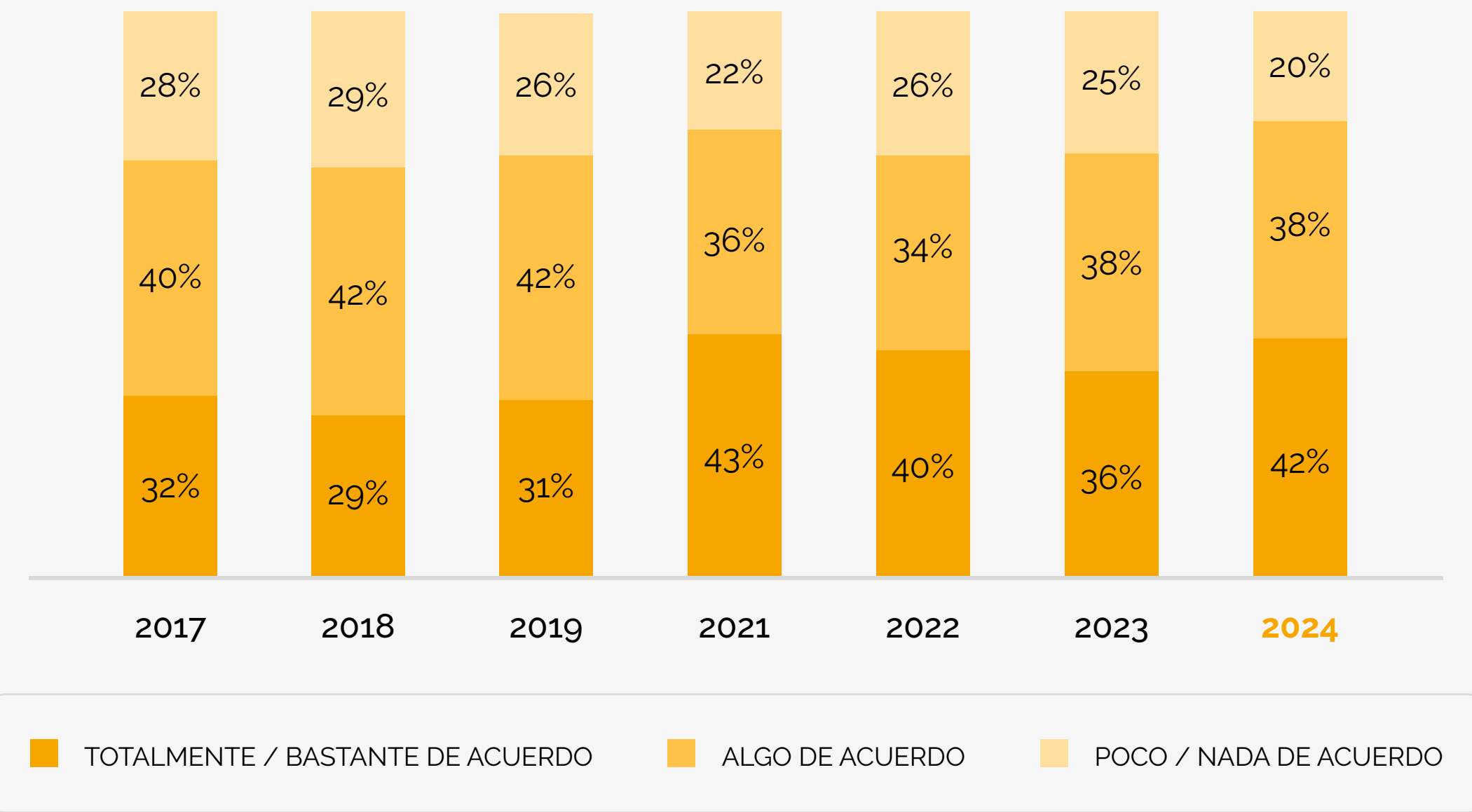
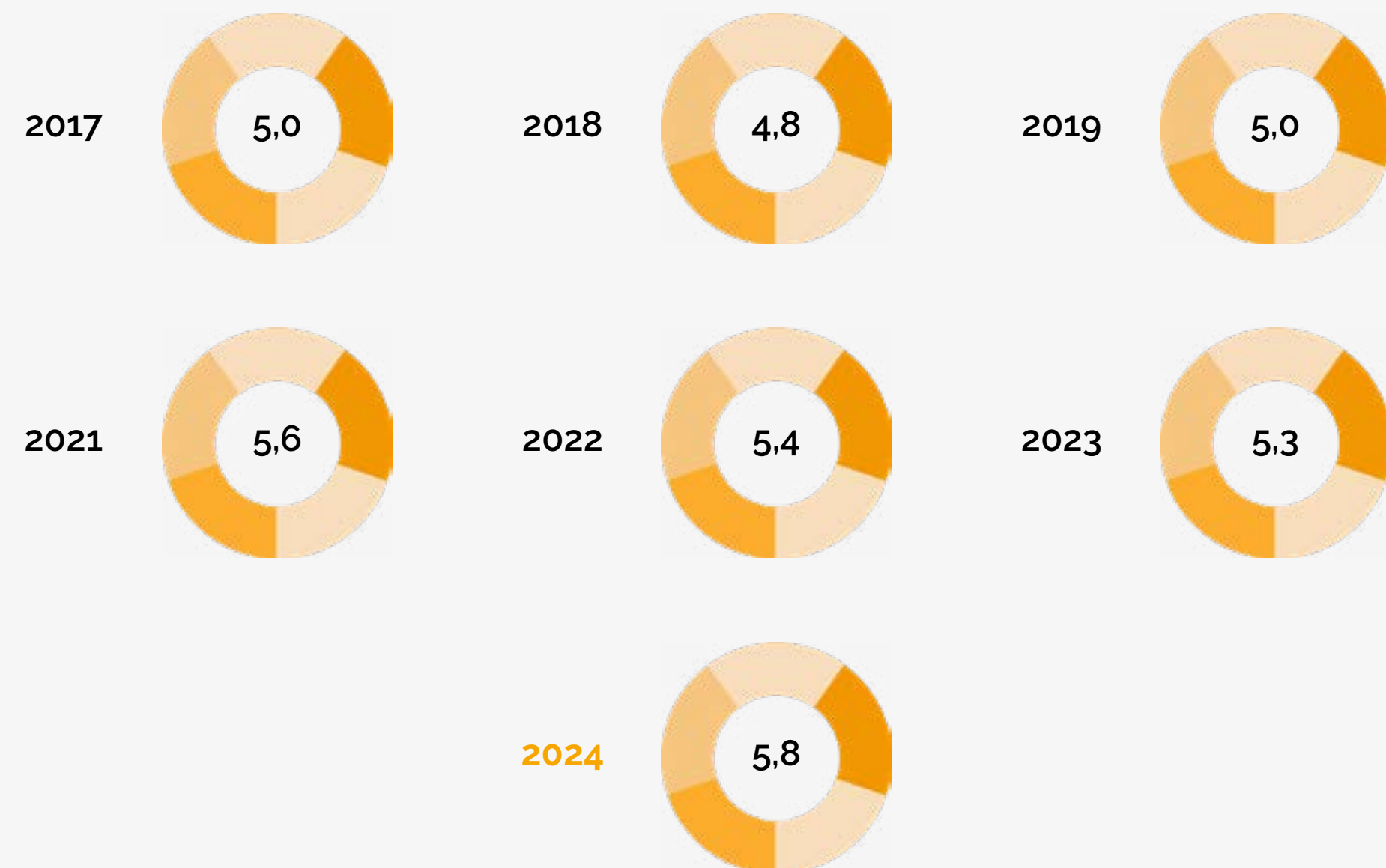
### CONFIANZA

Confianza, que responde a la afirmación "Son empresas en las que se puede confiar", sube 0,5 puntos con respecto a 2023 hasta alcanzar los 5,8, máximo de la serie histórica. Con este resultado, **Confianza** se mantiene como el segundo atributo con mejor valoración tras Profesionalidad.

Las opiniones más positivas, correspondientes a aquellos que afirman estar "Totalmente de acuerdo" o "Bastante de acuerdo", han experimentado un aumento de 6 puntos porcentuales, situándose en un 42%, nuevo máximo de la serie histórica tras superar el 41% alcanzado en 2021.

Por otro lado, las opiniones más críticas han disminuido en 5 puntos porcentuales, bajando al 20%, marcando también el hito, en este caso, de ser el mínimo de la serie histórica.

Mientras tanto, "Algo de acuerdo" se mantiene con el 38% de las respuestas, en línea con el año anterior.



# INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

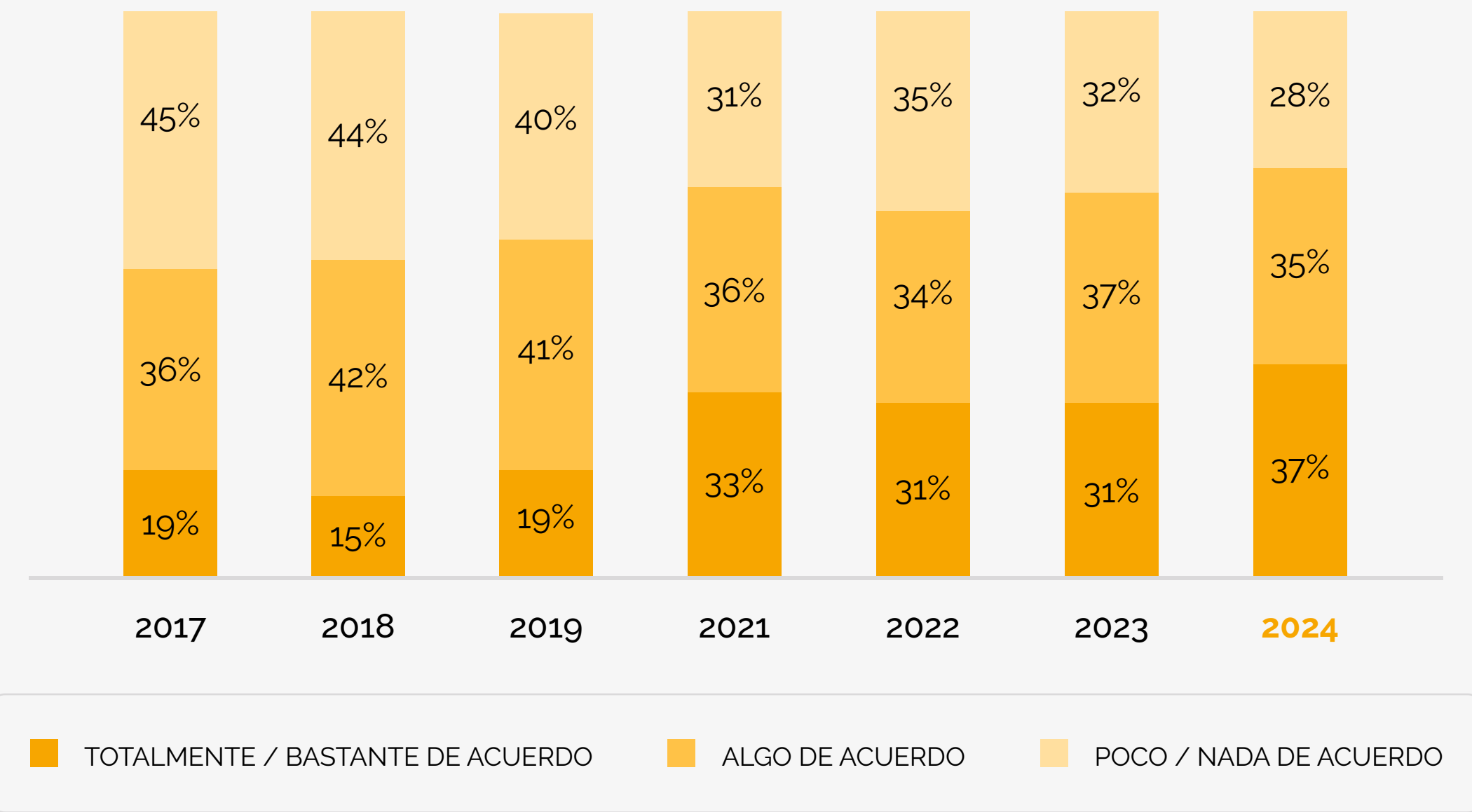
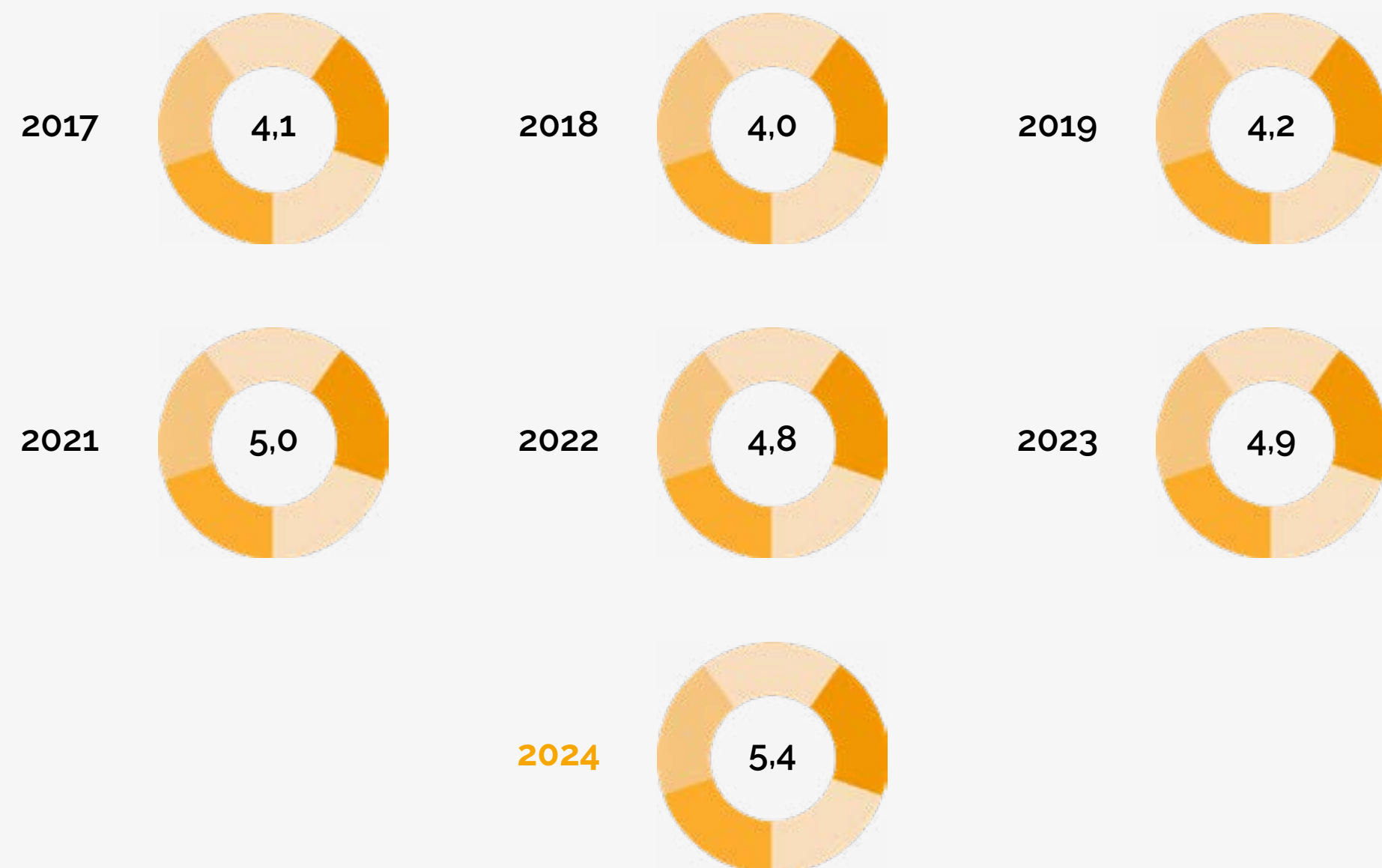
## EMPRESAS

### TRANSPARENCIA

Transparencia ("Empresas que informan a sus clientes tanto de los aspectos positivos como negativos del producto ofrecido, sin ocultar detalles importantes") ha sido históricamente el atributo peor valorado y uno de los que más lastraba los resultados a nivel global.

Este año, sin embargo, muestra una mejora notable con un aumento de medio punto, pasando de 4,9 en 2023 a 5,4 en 2024 y logrando superar el umbral del aprobado, algo que solo había ocurrido en 2021. Continúa siendo el atributo peor valorado, pero ahora a una distancia de tan solo cuatro décimas del Indicador Global de Reputación, cuando esa diferencia ha llegado a ser de hasta 1,5 puntos.

En cuanto a la distribución de las valoraciones, los más críticos ("Poco" o "Nada de acuerdo") descienden 4 puntos porcentuales, del 32% al 28%, nuevo mínimo de la serie histórica. Al mismo tiempo, la proporción de aquellos que están "Totalmente" o "Bastante de acuerdo" ha aumentado 6 puntos porcentuales, pasando del 31% al 37%, asimismo máximo de la serie. Por otro lado, la categoría de respuesta "Algo de acuerdo" se ha mantenido estable, con una ligera disminución del 37% en 2023 al 35% en 2024.



# INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

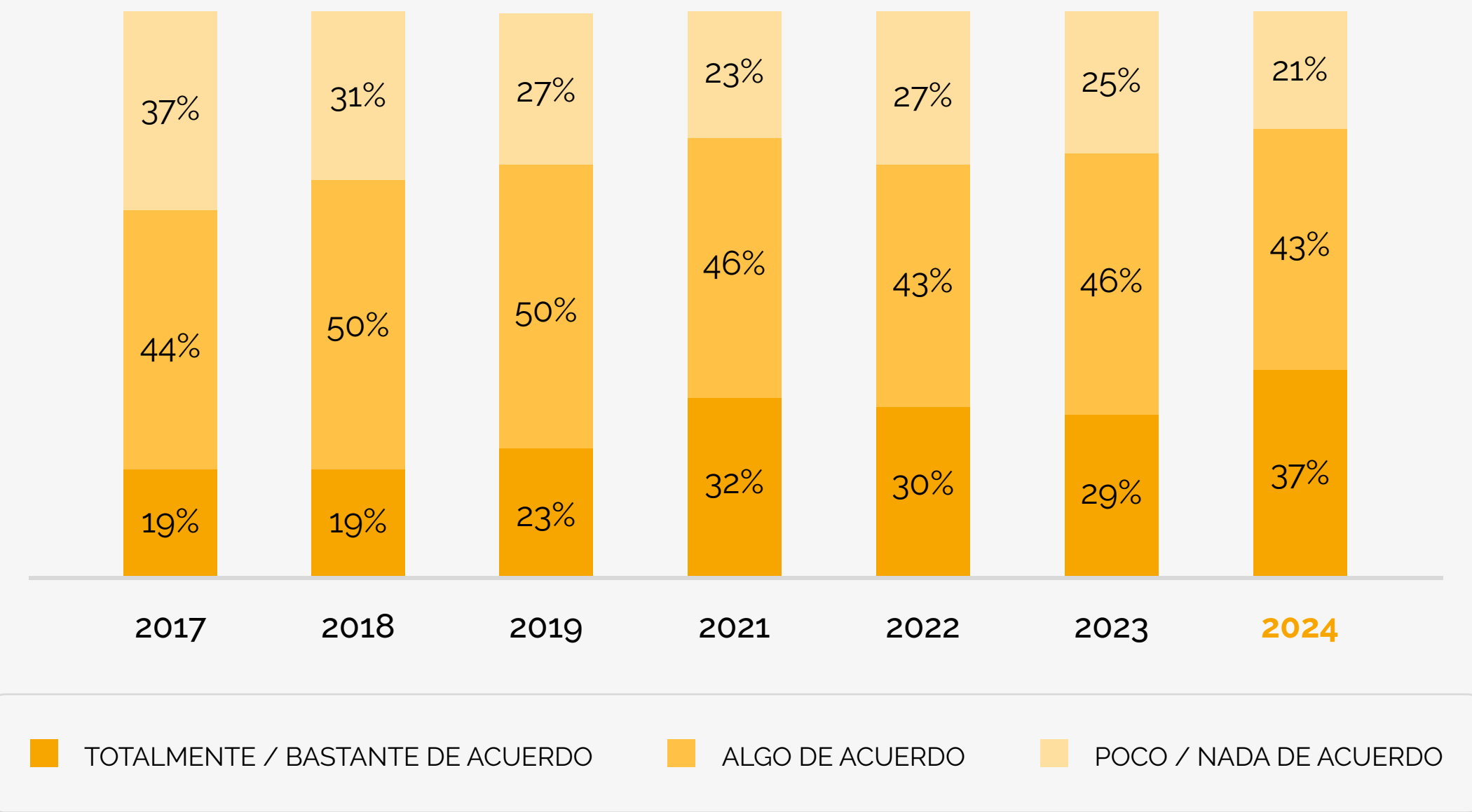
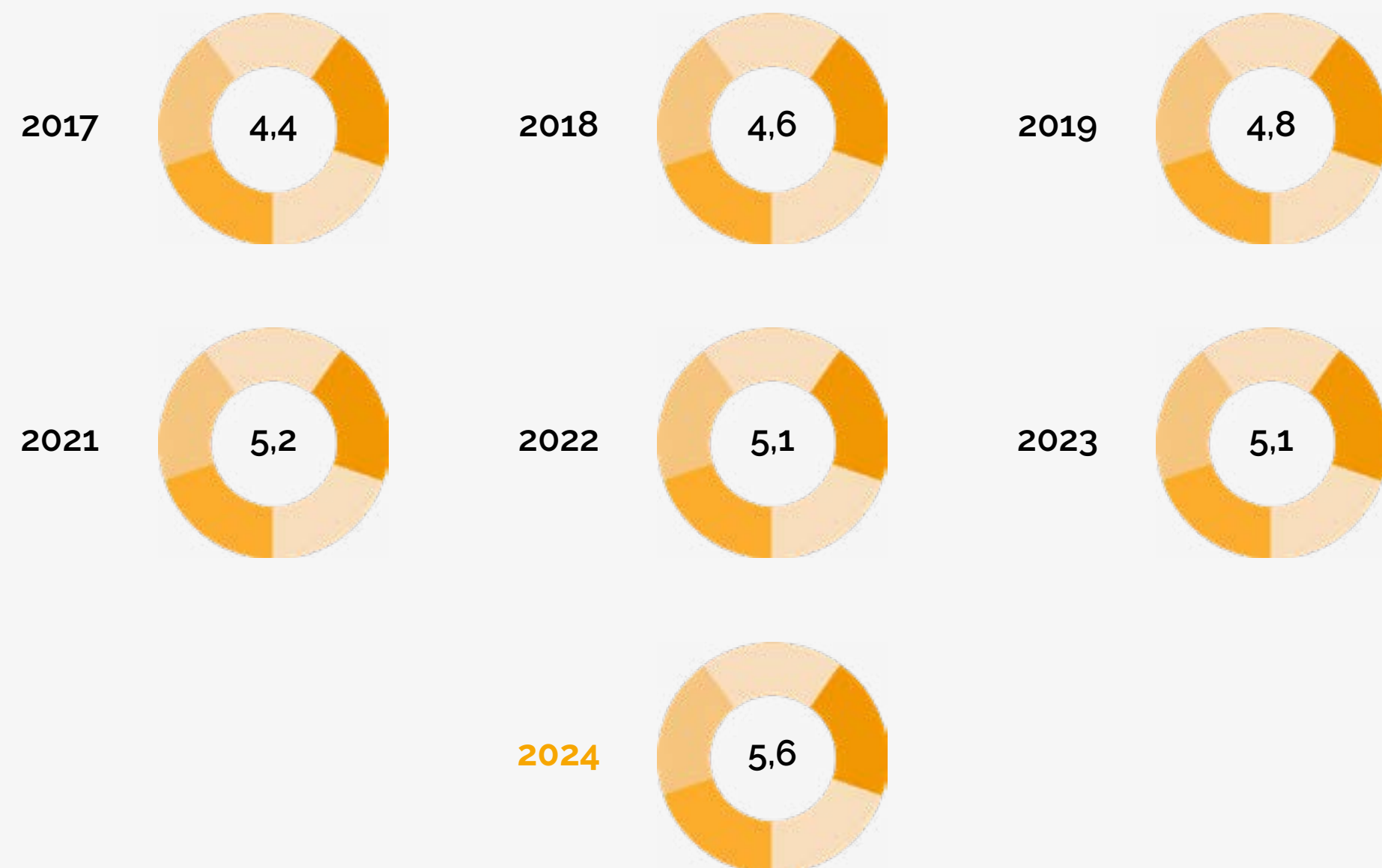
## EMPRESAS

### HONESTIDAD

Honestidad ("Cumplen los compromisos adquiridos con sus clientes y si se producen incidencias, las asumen y resuelven") no es una excepción en el comportamiento de los atributos reputacionales y su indicador se sitúa en un nuevo máximo histórico al alcanzar los 5,6 puntos, mejorando en cuatro décimas el anterior máximo.

Los encuestados que han manifestado estar "Totalmente" o "Bastante de acuerdo" aumentan ocho puntos hasta el 37%, nuevo máximo histórico. Mientras, las opiniones negativas ("Poco" o "Nada de acuerdo") se reducen al 21%, nuevo mínimo histórico de la serie.

Como en el resto de los atributos, la proporción "Algo de acuerdo" se resiste a bajar. En este caso, aunque se reduce tres puntos porcentuales (del 46% al 43%), es la segunda más alta de todos los atributos, solo por detrás de Responsabilidad.



# INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

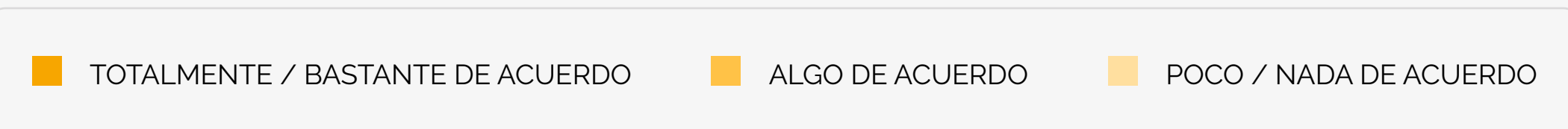
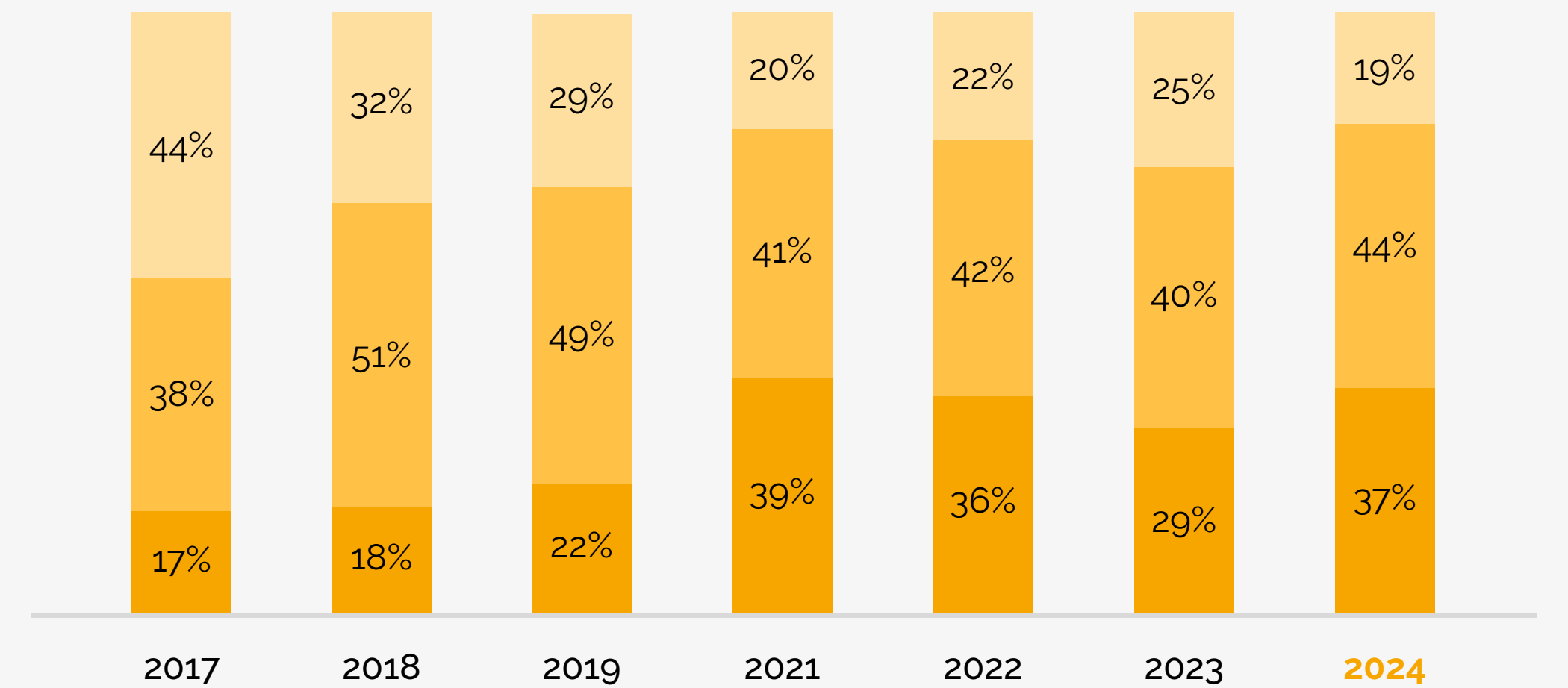
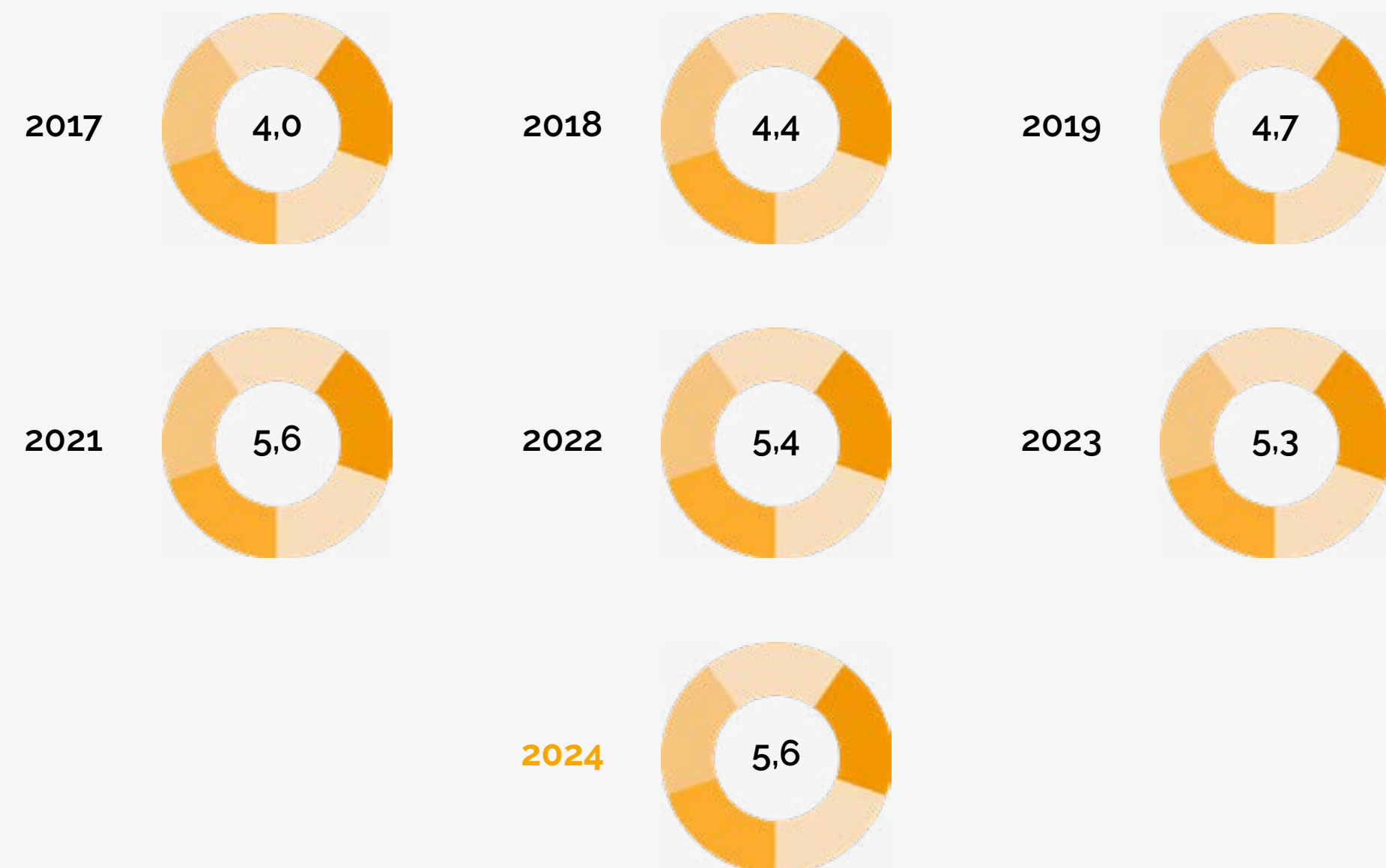
## EMPRESAS

### RESPONSABILIDAD

Responsabilidad ("Empresas respetuosas con la sociedad, sus trabajadores y el medio ambiente, que además participan en acciones solidarias") mejora tres décimas su indicador hasta los 5,6 puntos, igualando su mejor marca lograda en 2021. Se mantiene como el tercer atributo más valorado, al tiempo que destaca por ser el que más ha mejorado sus registros desde el inicio de la serie histórica, pasando de 4 puntos en 2017 a los actuales 5,6, un 40% más.

Al analizar de forma más detallada las respuestas sobre este atributo se repite el patrón que se observaba en los anteriores: una reducción de las valoraciones negativas, que pasan del 25% al 19%, en este caso nuevo mínimo histórico de la serie, y un aumento de las valoraciones positivas, que pasan del 29% al 37%, muy cerca del máximo de 2021.

El porcentaje de respuestas neutras crece cuatro puntos hasta alcanzar el 44%.





# INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

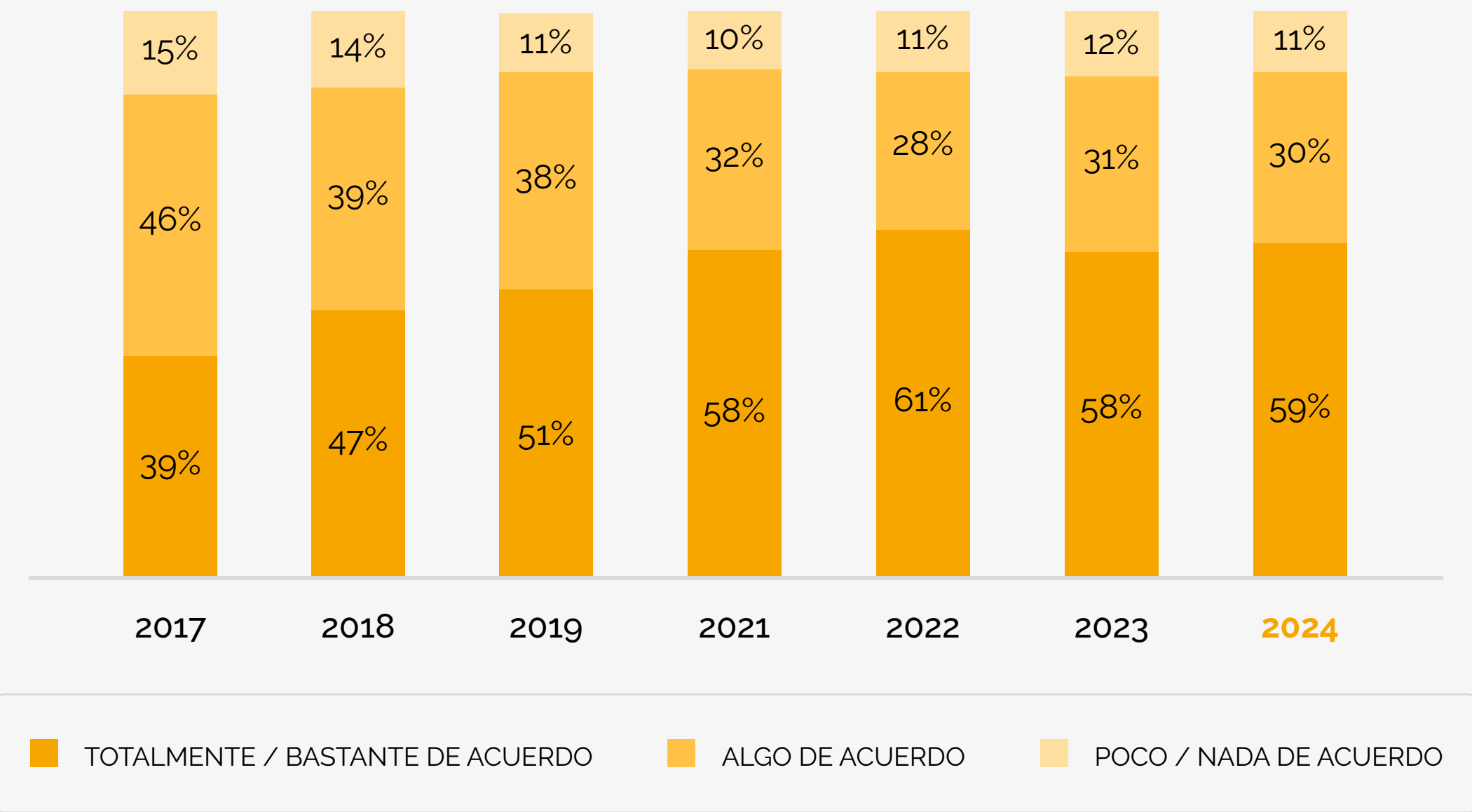
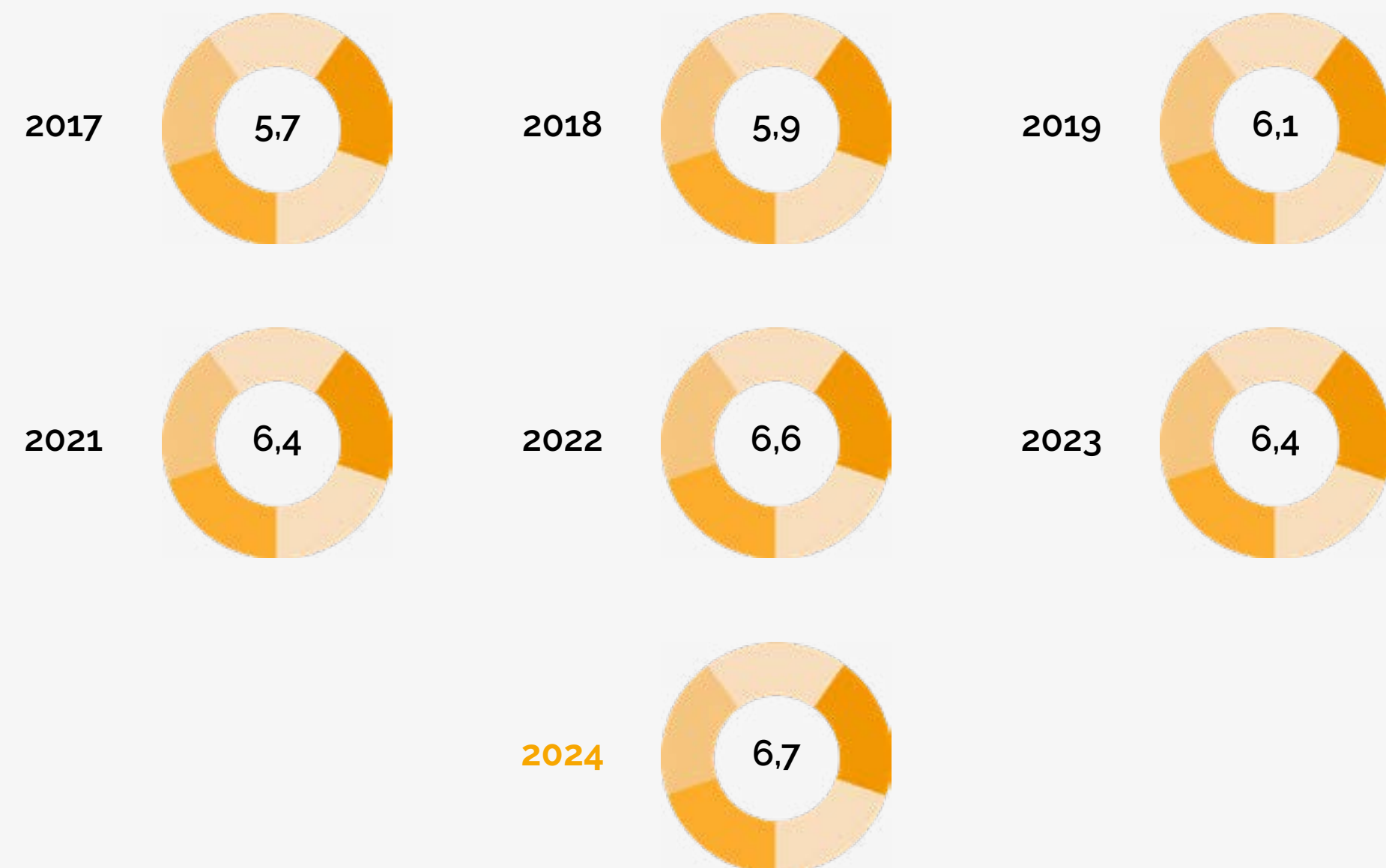
## EMPRESAS

### PROFESIONALIDAD

Profesionalidad ("Empresas que dominan el servicio que ofrecen y lo ejecutan de manera correcta y eficiente") sigue siendo el atributo líder en valoración. Este año recupera la senda alcista que se interrumpió en 2023 y alcanza el máximo de la serie histórica con 6,7 puntos, casi un punto más que Confianza, el siguiente en el ranking.

Los buenos registros de este atributo se explican tanto por el elevado porcentaje de respuestas favorables ("Totalmente" o "Bastante de acuerdo" suman el 59% del total) como por el reducido porcentaje de respuestas desfavorables ("Poco" o "Nada de acuerdo" suman solo el 11% del total).

Como en el resto de los atributos, el porcentaje de respuestas neutras ("Algo de acuerdo", con un 30%) se mantiene en valores similares a los últimos años.



2.4.

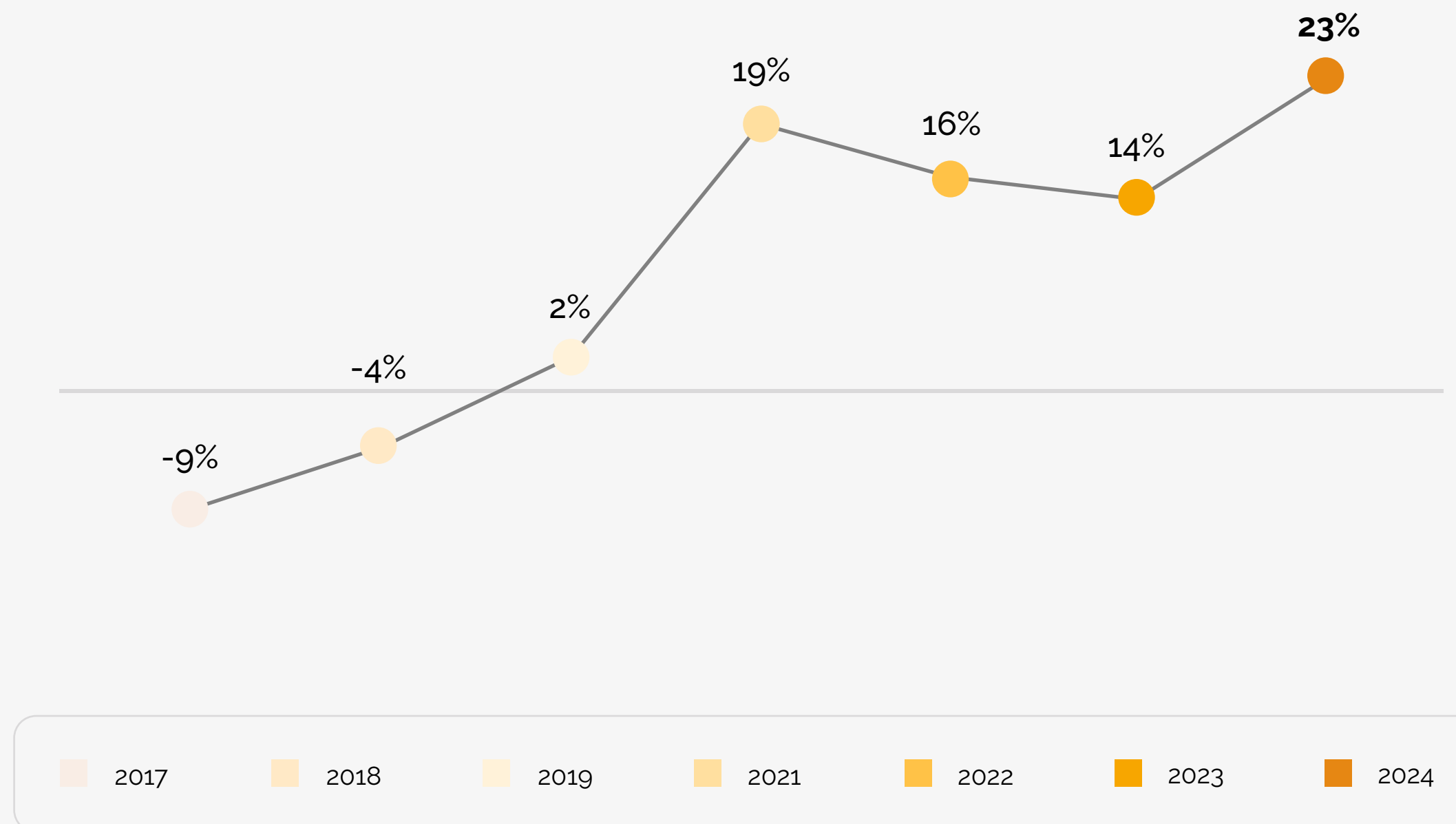
BALANCE REPUTACIONAL

# BALANCE REPUTACIONAL

EMPRESAS

El **Balance Reputacional Global** (la diferencia entre el promedio de las opiniones favorables y desfavorables) aumenta nueve puntos porcentuales hasta situarse en el 23%, cambiando la tendencia de y registrando un nuevo máximo histórico.

## BALANCE REPUTACIONAL GLOBAL

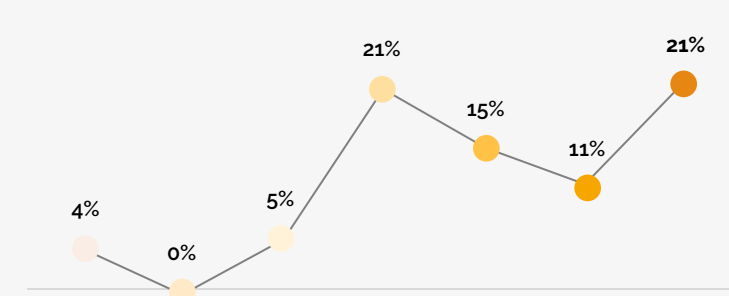


# BALANCE REPUTACIONAL

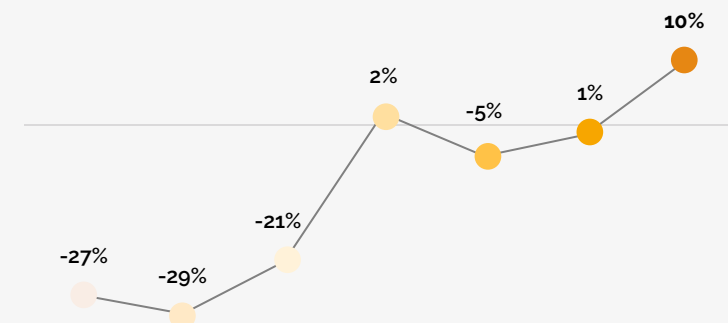
## EMPRESAS

Analizando el Balance Reputacional de cada atributo, todos se sitúan en terreno positivo, algo que solo había ocurrido en 2021, si bien ahora lo hacen con un margen mucho mayor que entonces. Con respecto a 2023, destaca la evolución de **Honestidad, Transparencia y Confianza**, con incrementos de 12, 11 y 10 puntos porcentuales, respectivamente. **Responsabilidad y Profesionalidad** también mejoran, pero menos.

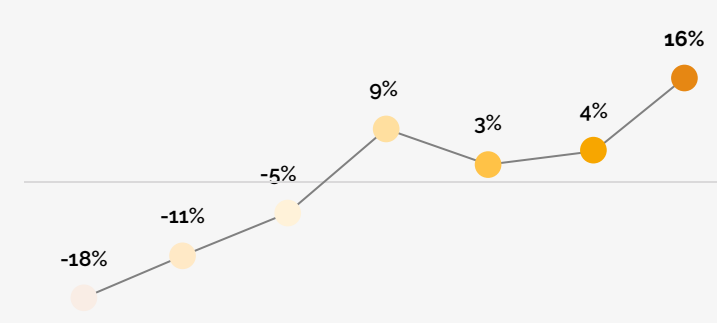
Si el análisis se amplía a la totalidad de la serie histórica, dentro de una tendencia alcista solo interrumpida, dependiendo del atributo, en 2022 y/o en 2023, destaca la evolución de Responsabilidad desde -27% a +18% (45 puntos porcentuales), Transparencia desde -27% a +10% (37 puntos) y Honestidad desde -18% a +16% (34 puntos). Profesionalidad y Confianza registran mejoras más moderadas.



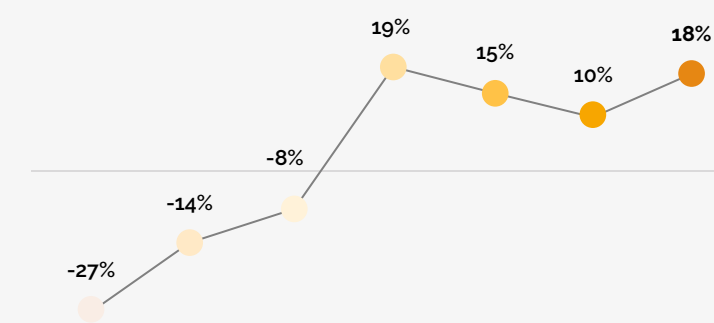
CONFIANZA



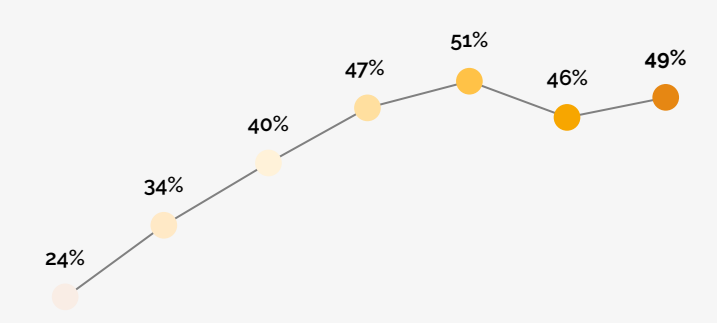
TRANSPARENCIA



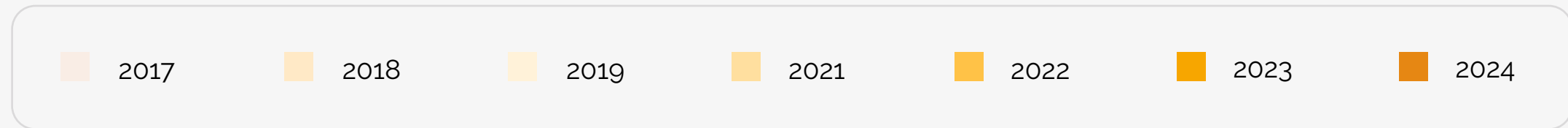
HONESTIDAD



RESPONSABILIDAD



PROFESIONALIDAD



2.5.

OPINIONES NEUTRAS

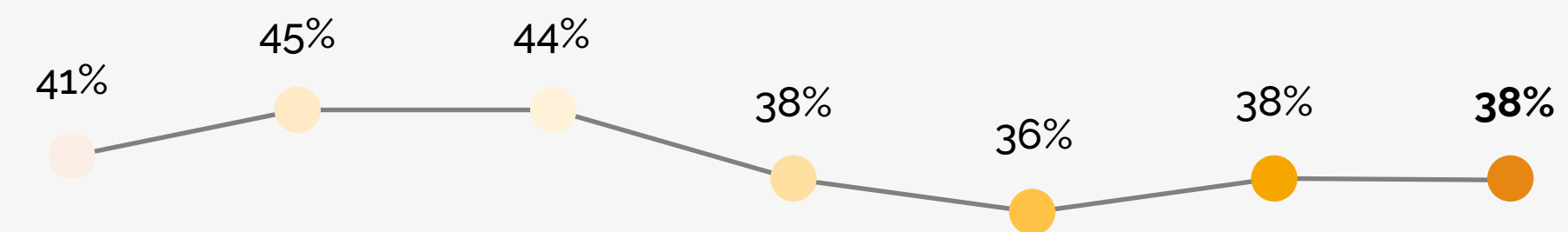
# OPINIONES NEUTRAS

## EMPRESAS

El porcentaje de **Opiniones Neutras** es el indicador más estable de todos cuantos se incluyen en este informe. En promedio, se mantiene ligeramente por debajo del 40% durante las cuatro últimas ediciones del informe.

En este porcentaje, en el que, utilizando un simil electoral, se encuadrarían los "indecisos", es donde se encuentra la oportunidad de que continúen mejorando los indicadores de reputación, en la medida en que viren a opiniones favorables, o donde está el riesgo de que empeoren, si el viraje es en sentido contrario.

## OPINIONES NEUTRAS GLOBAL

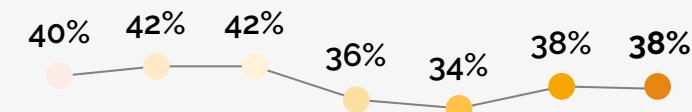


2017 2018 2019 2021 2022 2023 2024

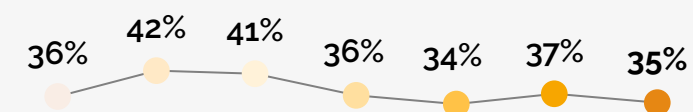
# OPINIONES NEUTRAS

## EMPRESAS

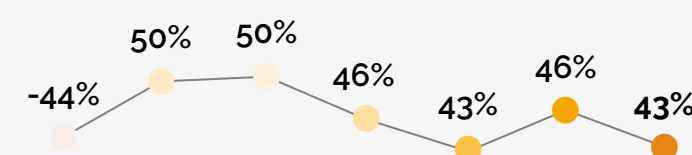
La citada estabilidad del indicador promedio tiene su reflejo en todos los atributos que apenas varían en las cuatro últimas ediciones del informe.



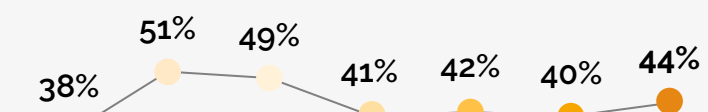
CONFIANZA



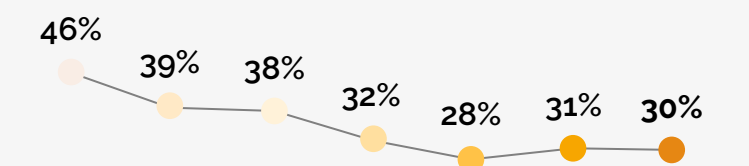
TRANSPARENCIA



HONESTIDAD



RESPONSABILIDAD



PROFESIONALIDAD



The background of the slide features dark, semi-transparent silhouettes of two people's heads and shoulders, facing each other as if in conversation. The overall color palette is dark, with a central white box containing the text.

2.6.

INDICADORES DE REPUTACIÓN  
POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL  
ENCUESTADO



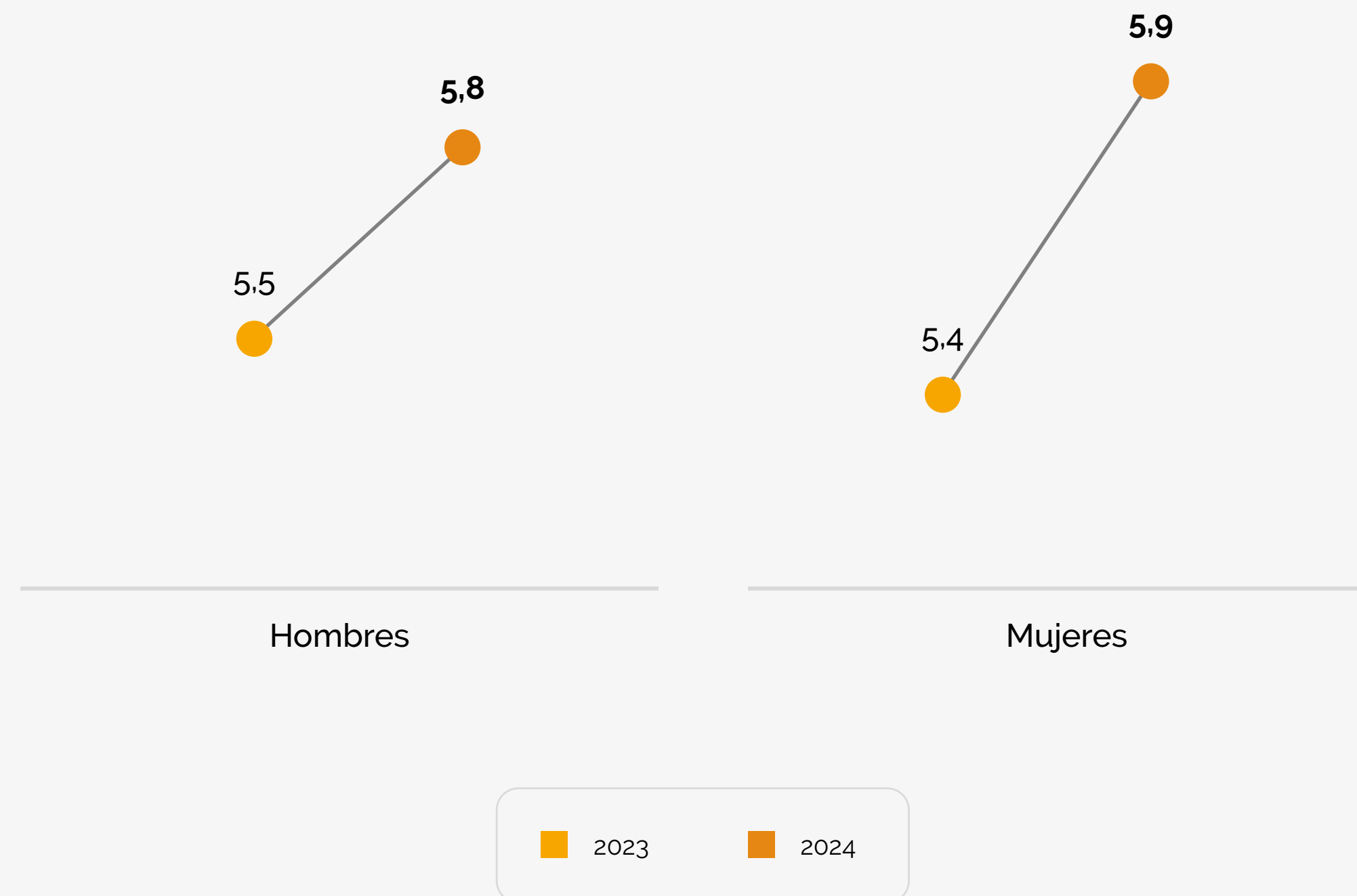
# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

## EMPRESAS

El cruce de los resultados por determinadas variables permite detectar algunas diferencias que conviene ver reflejadas en este informe.

No se observa ninguna diferencia significativa, por ejemplo, en el **cruce por sexo**. Los indicadores segmentados por hombres y mujeres apenas difieren en una o dos décimas. Tampoco se encontraron diferencias significativas con respecto a anteriores ediciones del informe, salvo que el crecimiento se produce de manera uniforme en las valoraciones entre hombres y mujeres. Si acaso, cabe indicar que la mejora en las mujeres es una décima mayor que en los hombres.

A tenor de estos resultados, se puede afirmar **que el sexo no es el factor más relevante en la construcción de la reputación de las empresas.**

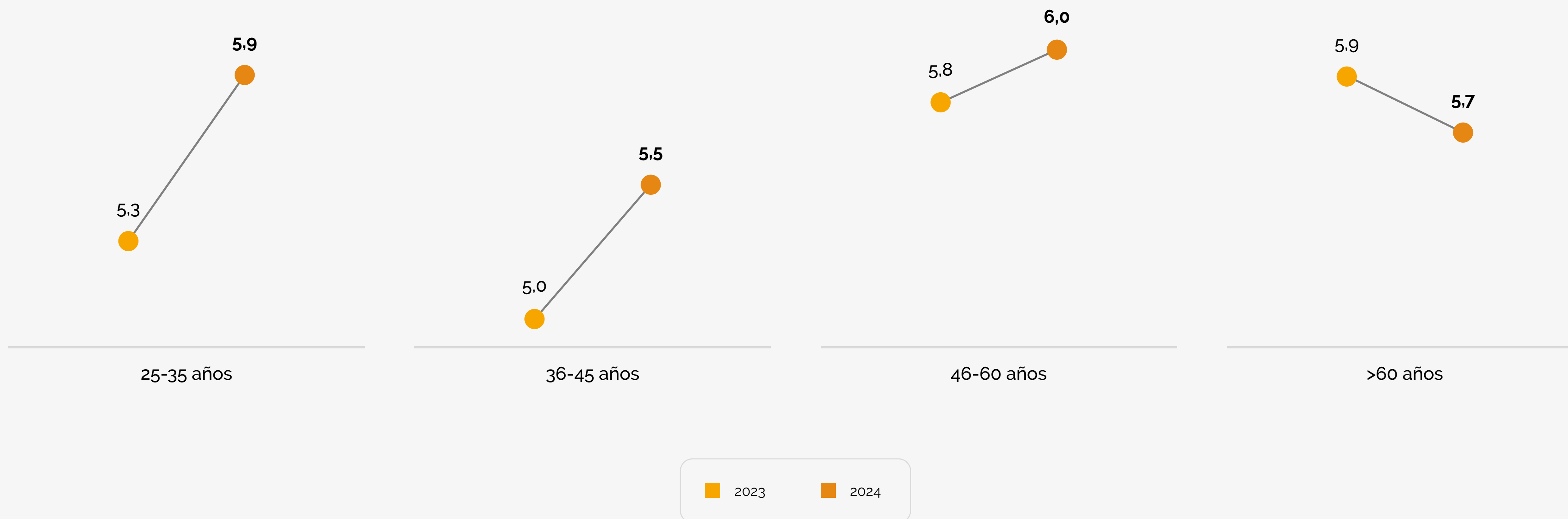


# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

## EMPRESAS

En cuanto al análisis por edades, se observa un cambio de patrón con respecto al año 2023. En 2024, las valoraciones de los distintos tramos de edad son más uniformes (solo les separan 0,5 puntos), mientras que en 2023 había más dispersión (0,9 puntos). La razón se encuentra en que las opiniones de las franjas de mayor edad se han estabilizado mientras que las de los más jóvenes crecen con fuerza: seis décimas en el tramo 25-35 años hasta los 5,9 puntos, y cinco en el tramo 36-45 años hasta los 5,5 puntos.

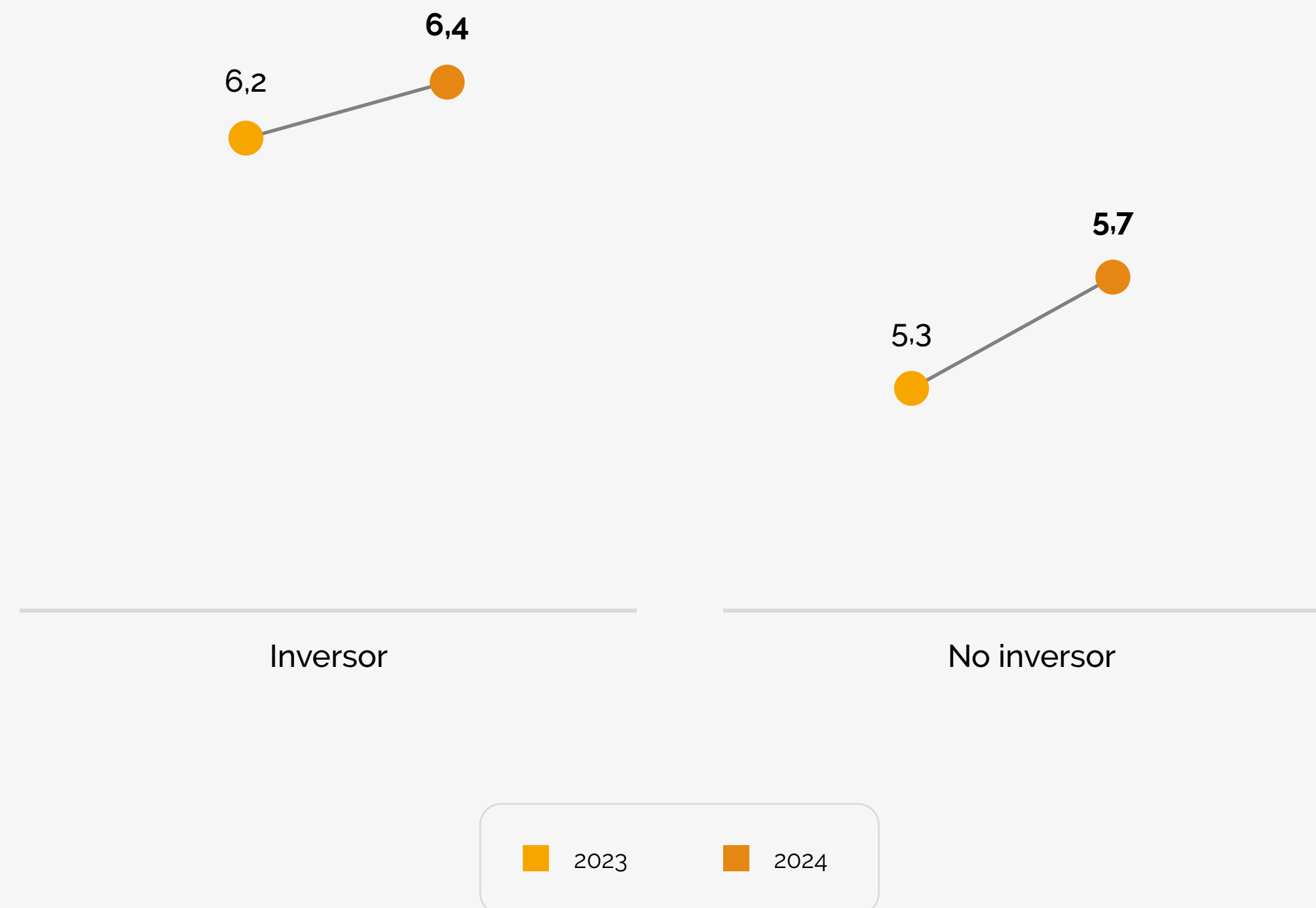
Estos resultados son una buena noticia por dos razones: la primera, porque la percepción de las empresas mejora entre un colectivo a priori difícil. La segunda, porque el incremento de los indicadores a nivel global se produce con una mayor uniformidad en las opiniones de los encuestados.



# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

## EMPRESAS

El cruce de resultados en función del perfil del encuestado vuelve a constatar, como en 2023, que **el perfil Inversor tiende a valorar más positivamente a las empresas que el perfil No Inversor**. La novedad con respecto a la edición anterior es que, como en el caso de las franjas de edad, hay una mayor uniformidad en las respuestas. La buena noticia es que ello es debido a la importante mejora de las valoraciones del **No Inversor**, que en promedio escalan cuatro décimas hasta los 5,7 puntos. Esta mejora se produce en todos los atributos.



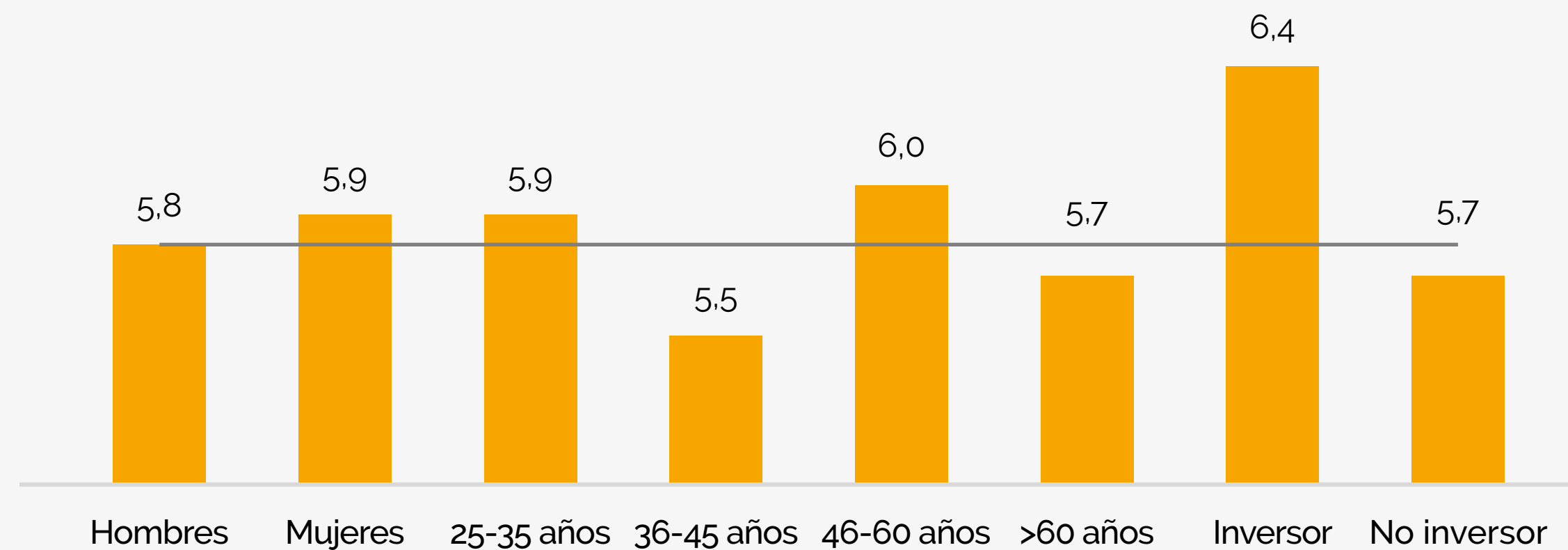
# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

EMPRESAS

En los siguientes gráficos se puede observar, para cada atributo, el indicador de reputación de 2024 de cada uno de los cruces anteriores y cómo se sitúan en relación con la media de dicho atributo.

## INDICADOR GLOBAL

Media - 5,8

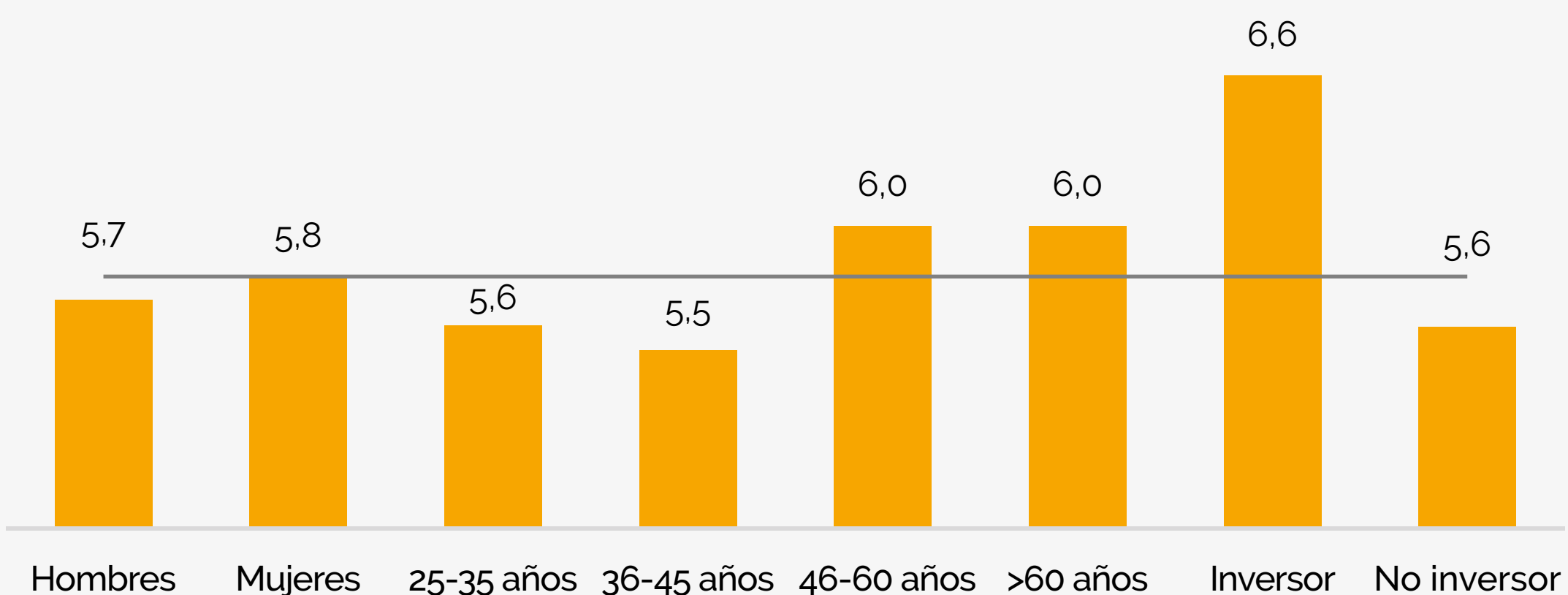


# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

EMPRESAS

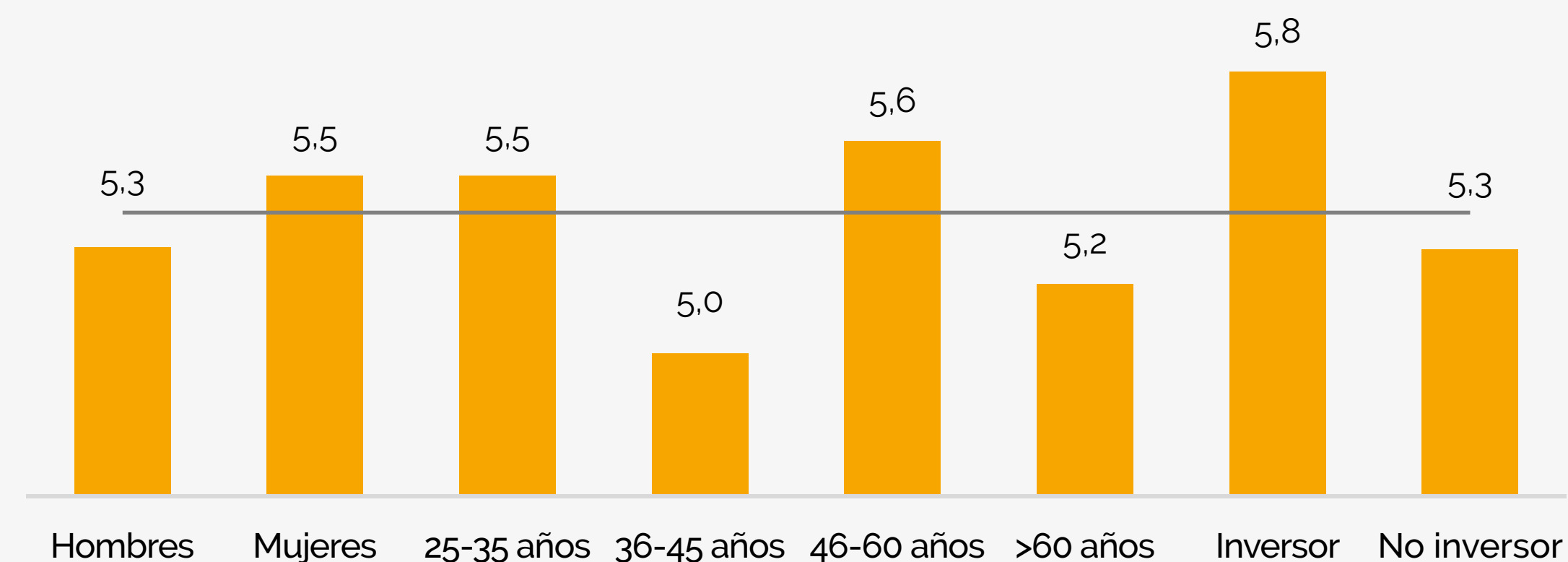
## CONFIANZA

Media - 5,8



## TRANSPARENCIA

Media - 5,4

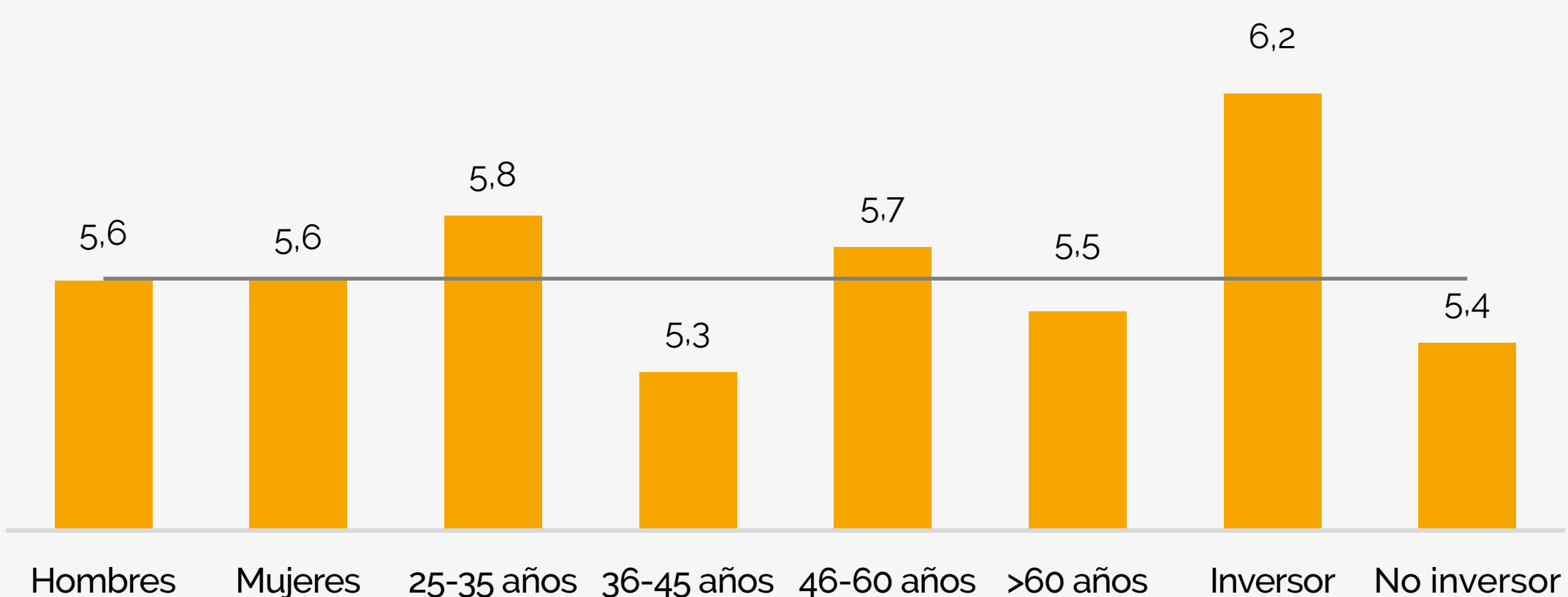


# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

EMPRESAS

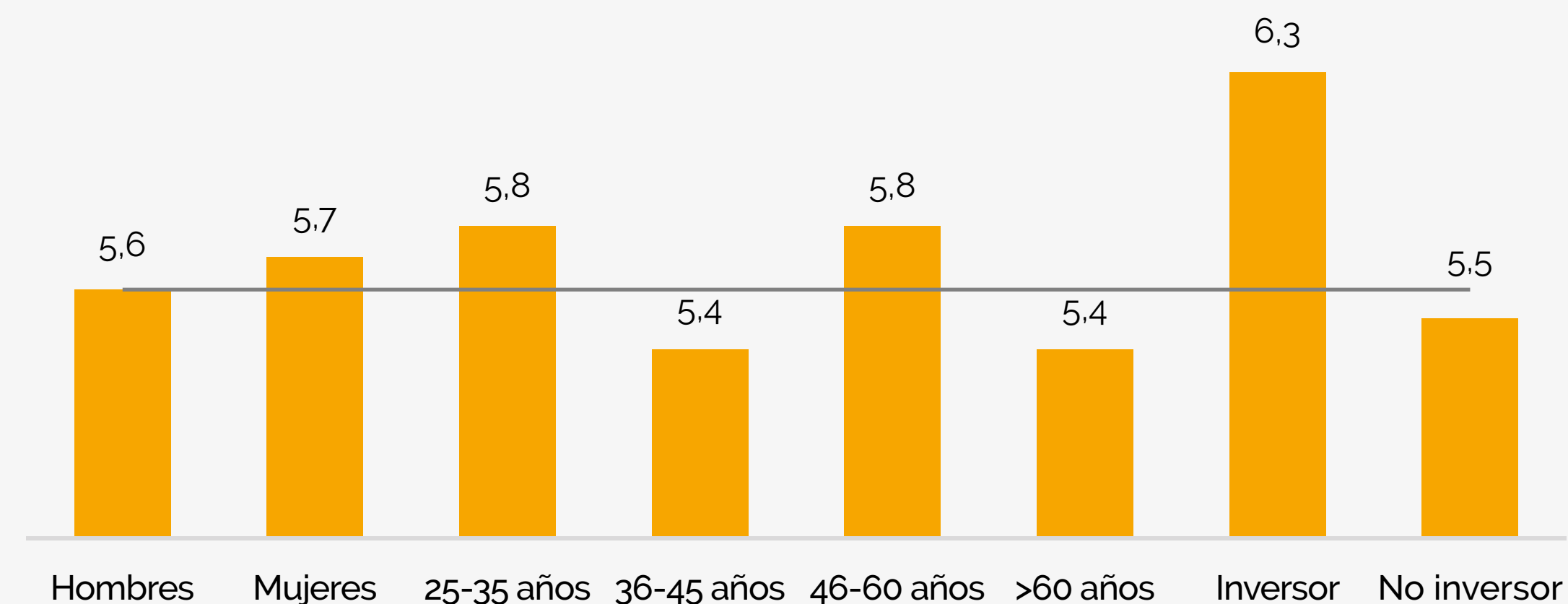
## HONESTIDAD

Media - 5,6



## RESPONSABILIDAD

Media - 5,6

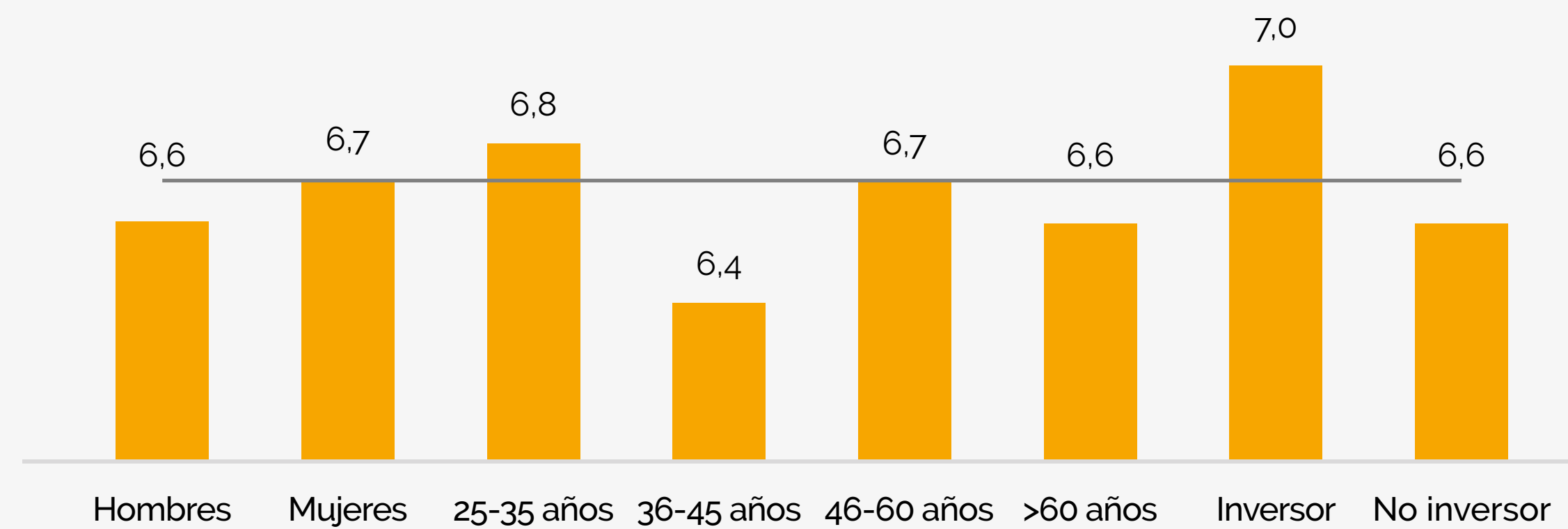


# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

EMPRESAS

## PROFESIONALIDAD

MEDIA - 6,7



# 3

## LA REPUTACIÓN DE LOS PROFESIONALES DEL SECTOR



3.1.

INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

## PROFESIONALES

### LOS SIETE ATRIBUTOS DE LA REPUTACIÓN DE LOS PROFESIONALES

A los efectos de este informe, el concepto de reputación aplicado a los profesionales del sector se concreta en siete atributos sobre los que se pide a los encuestados que manifiesten su grado de acuerdo ("Totalmente", "Bastante", "Algo", "Poco", "Nada").

Los siete atributos reputacionales analizados, con sus correspondientes verbalizaciones, son los siguientes:

**PROFESIONALIDAD** ("Conocen el servicio que prestan y saben hacerlo correctamente, es decir, son profesionales").

**CONFIANZA** ("Transmiten confianza en su empresa y en los productos que comercializan").

**AMABILIDAD Y EMPATÍA** ("Son amables y saben ponerse en la piel del cliente").

**COLABORACIÓN** ("Atienden con profesionalidad todas las dudas y preguntas del cliente").

**INFORMACIÓN COMPLETA** ("Disponen de información completa, con todos los detalles para tomar una decisión").

**CLARIDAD** ("Disponen de información clara, que no genera dudas").

**TRANSPARENCIA** ("Disponen de información sincera y transparente, explicando lo bueno y lo malo").

### FORMATO DE PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A partir de las respuestas de los entrevistados se han elaborado los siguientes indicadores.

**INDICADOR PARA CADA ATRIBUTO**, que es la media aritmética resultante de asignar los siguientes valores a las cinco posibles respuestas:

- Totalmente de acuerdo = 10
- Bastante de acuerdo = 7,5
- Algo de acuerdo = 5
- Poco de acuerdo = 2,5
- Nada de acuerdo = 0

**INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN**, que es la media aritmética de los indicadores resultantes para cada uno de los siete atributos.

**BALANCE REPUTACIONAL**, que en el informe se expresa como la diferencia entre el porcentaje de opiniones favorables ("Totalmente" y "Bastante de acuerdo") y el porcentaje de opiniones desfavorables ("Poco" y "Nada de acuerdo"), para cada atributo y para el conjunto de los siete.

**% DE OPINIONES NEUTRAS**, que equivale al de los encuestados que manifiestan estar "Algo de acuerdo" con la verbalización de cada atributo.

Además, el informe analiza el impacto de tres variables concretas sobre la percepción de la reputación de los profesionales del sector: el **sexo**, la **edad** y el **perfil del encuestado**, distinguiendo si tiene intención de comprar una vivienda para vivir en ella o como inversión.

3.2.

RESUMEN EJECUTIVO

# RESUMEN EJECUTIVO

## PROFESIONALES

### INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN PROFESIONALES

El Indicador Global de Reputación de los profesionales se sitúa en 6,9 puntos, una décima más que en 2023, confirmando la tendencia continuista mostrada en las olas anteriores del informe y manteniendo una diferencia considerable (1,1 puntos) sobre el Indicador Global de Reputación de las empresas.

### ATRIBUTOS REPUTACIONALES

Los siete atributos reputacionales referidos a los profesionales del sector repiten el comportamiento del Indicador Global, mostrando bien el mismo resultado que en la edición anterior (Colaboración, Claridad, Transparencia), bien subidas de una o dos décimas (Profesionalidad, Confianza, Amabilidad y empatía, Información completa).

Cabe señalar que de las puntuaciones resultantes para cada atributo se distinguen dos grupos: aquellos que superan los siete puntos (Profesionalidad, Confianza, Amabilidad y empatía y Colaboración), frente los que se dan más próximos a los seis (Información Completa, Claridad y Transparencia).

### BALANCE REPUTACIONAL

El Balance Reputacional Global de los profesionales se mantiene claramente en terreno positivo y estable en comparación con 2023. Como ocurre con otros indicadores referidos a profesionales, el resultado se encuentra muy por encima del Balance Global de las empresas.

3.3.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

# ANÁLISIS DE RESULTADOS

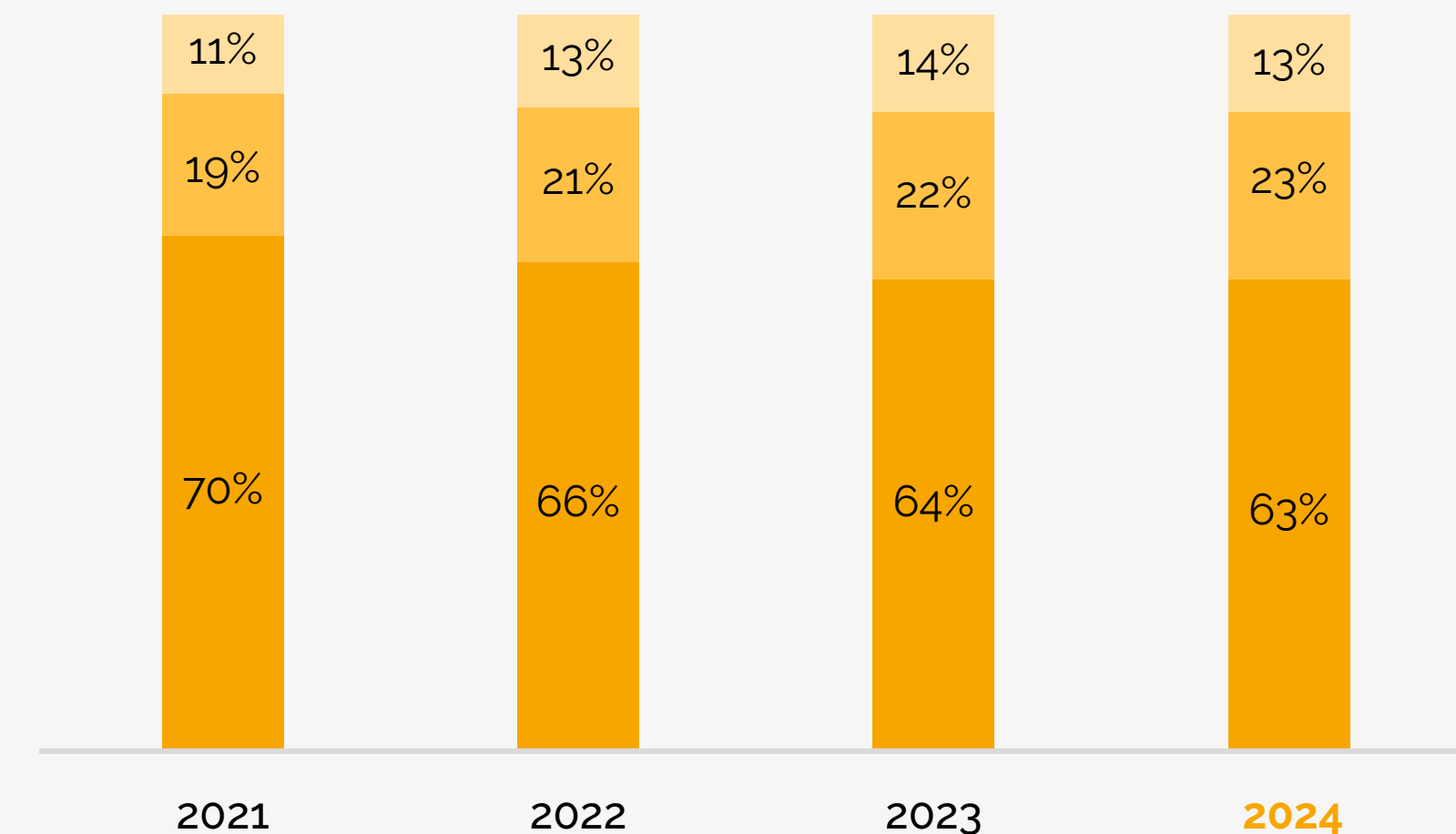
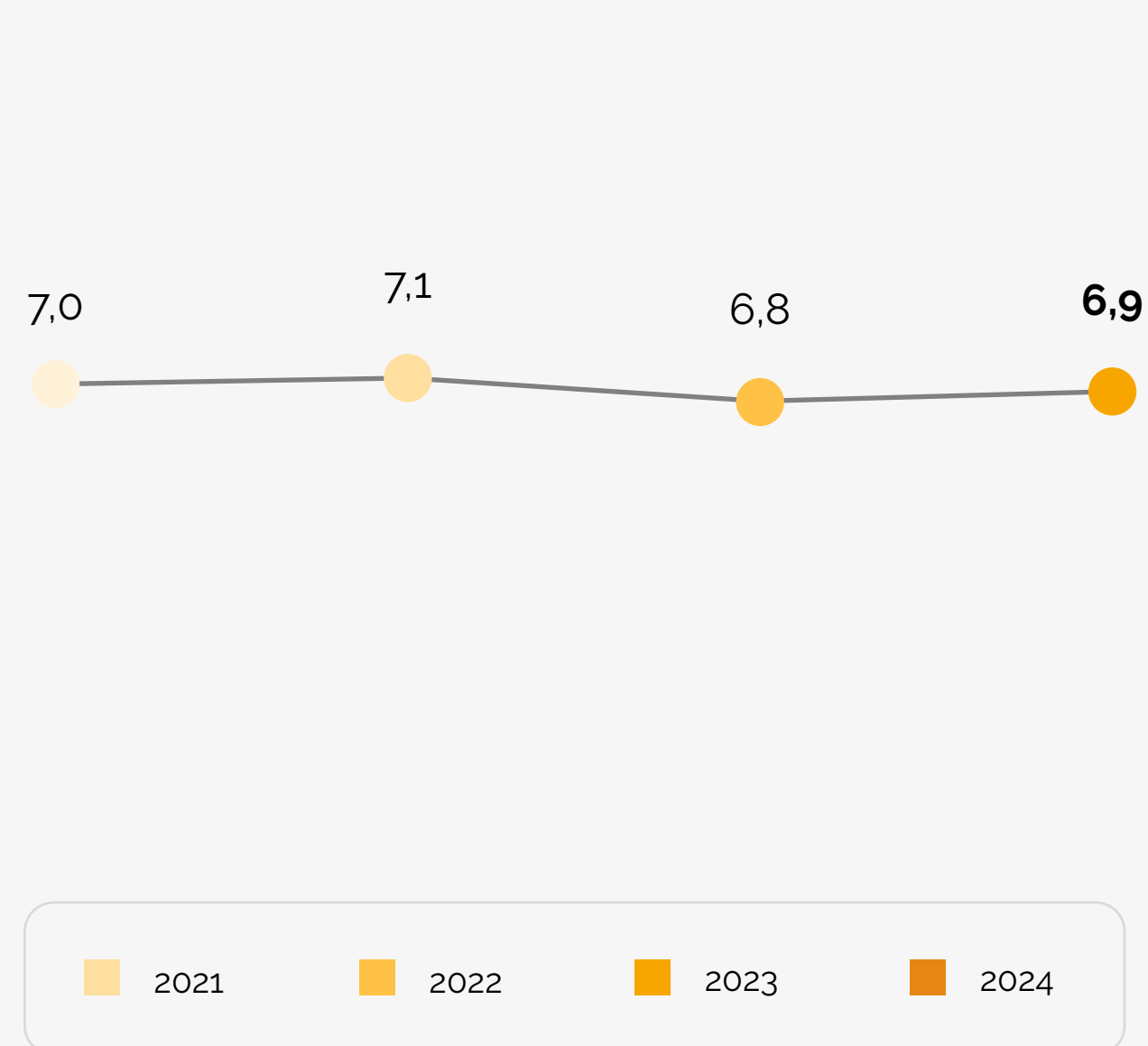
## PROFESIONALES

### INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN

Antes de desgranar los resultados de la encuesta relativos a la reputación de los profesionales, es importante realizar una aclaración de índole metodológica con relación a los atributos que tienen igual denominación (**Profesionalidad, Confianza, Transparencia**) que en la primera parte de este informe referida a las empresas. Mientras que allí tienen una dimensión corporativa, en esta segunda sección se aborda directamente el elemento humano de esta profesión, es decir, sobre los individuos reales que la ejercen, independientemente de la cultura corporativa que influye en su desempeño en la empresa.

Los resultados de esta edición reflejan un leve repunte de una décima del **Indicador Global** (6,9 sobre 10), confirmando la tendencia continuista de años anteriores. Cabe destacar, como ya ocurría en ediciones previas de este informe, que el Indicador Global de los Profesionales supera ampliamente al de las empresas (5,8 sobre 10), si bien el fuerte crecimiento de esta última, ha reducido la diferencia entre ambos a 1,1 puntos frente a 1,4 en 2023.

El gráfico de la derecha, con los porcentajes favorables, neutros y desfavorables, es coherente con la estabilidad que se pone de manifiesto en el Indicador Global en las cuatro ediciones analizadas.



# ANÁLISIS DE RESULTADOS

## PROFESIONALES

En el análisis de cada atributo se observa la misma estabilidad que en el Indicador Global, sin cambios con respecto a 2023 o con variaciones mínimas, de una o dos décimas.

Dentro de esta continuidad, cabe distinguir entre dos grupos de atributos en función de las valoraciones obtenidas. Por un lado, aquellos que superan los 7 puntos: **Profesionalidad (7,4), Confianza (7,1), Amabilidad y empatía (7,3) y Colaboración (7,4)**. Por otro, los que se quedan por debajo a una diferencia de un punto aproximadamente: **Información Completa (6,4), Claridad (6,4) y Transparencia (6,2)**.

Por otro lado, como ocurre al comparar el Indicadores Globales de profesionales y empresas, aquellos atributos que se repiten en ambas valoraciones (**Profesionalidad, Confianza, Transparencia**) obtienen mejores puntuaciones en la valoración de los profesionales. Así:

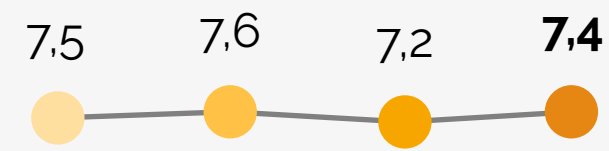
- **Profesionalidad** (7,4 frente a 6,7)
- **Confianza** (7,1 frente a 5,8)
- **Transparencia** (6,2 frente a 5,4)

En el ranking de atributos de este apartado, Transparencia queda en última posición de los siete. Curiosamente, es la misma que ocupa entre los atributos referidos a la reputación de las empresas.

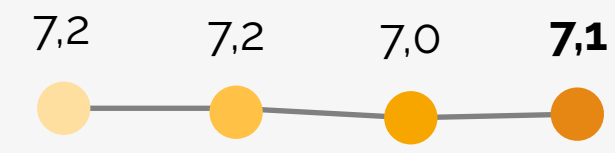
Como consideración adicional, y al igual que en el caso del Indicador Global de profesionales, los gráficos con los porcentajes favorables, neutros y desfavorables, son coherentes con la estabilidad que se pone de manifiesto en los indicadores de cada atributo.

# ANÁLISIS DE RESULTADOS

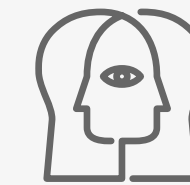
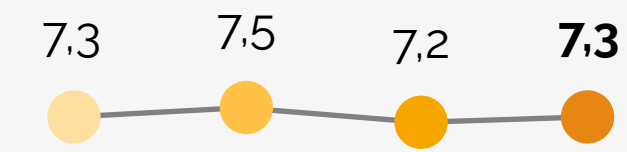
## PROFESIONALES



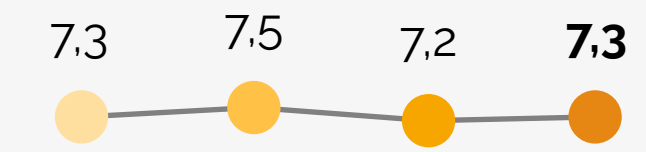
PROFESIONALIDAD



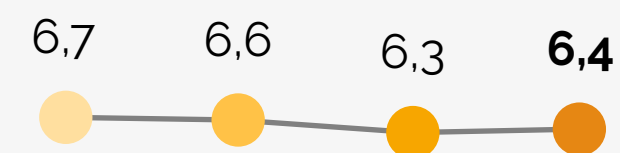
CONFIANZA



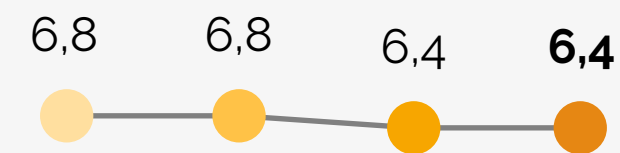
AMABILIDAD Y EMPATÍA



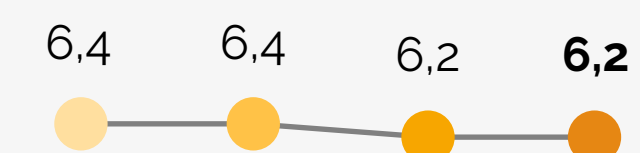
COLABORACIÓN



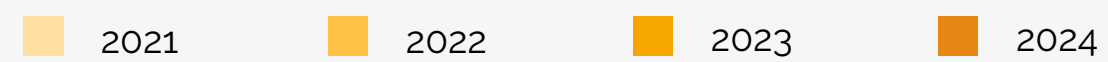
INFORMACIÓN COMPLETA



CLARIDAD



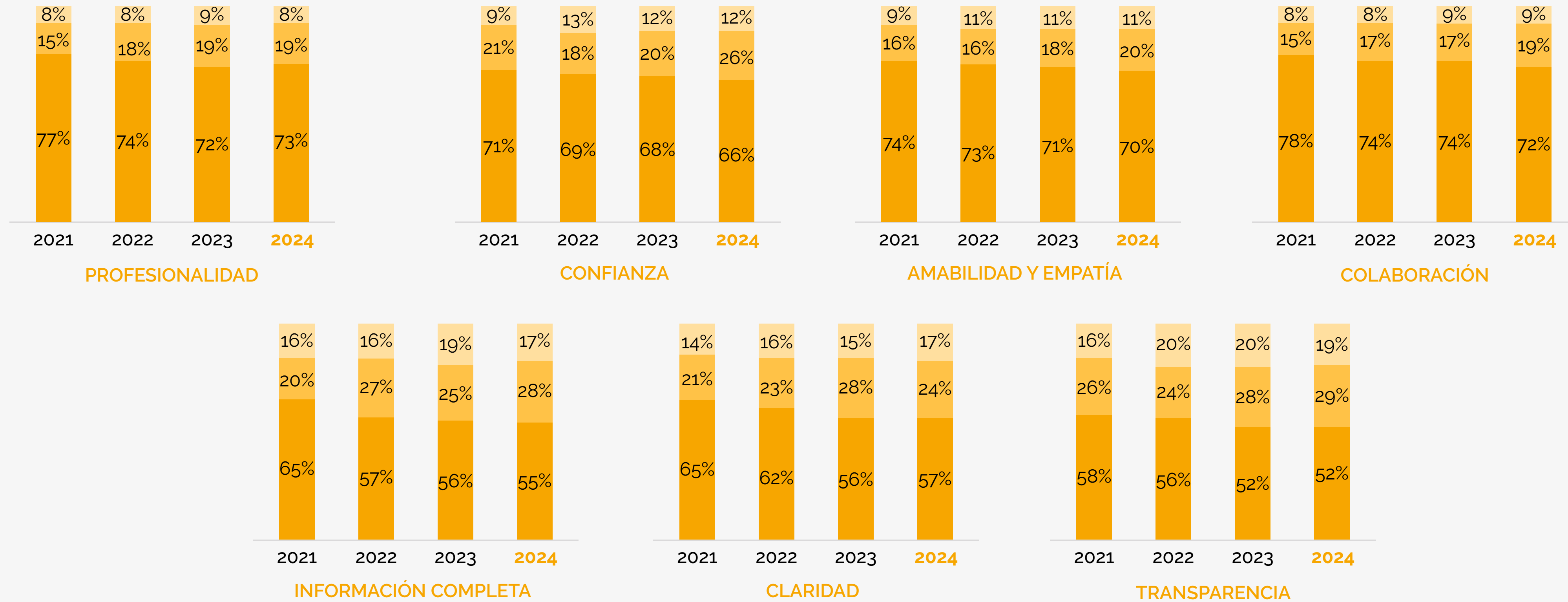
TRANSPARENCIA





# ANÁLISIS DE RESULTADOS

## PROFESIONALES



■ TOTALMENTE / BASTANTE DE ACUERDO ■ ALGO DE ACUERDO ■ POCO / NADA DE ACUERDO

3.4.

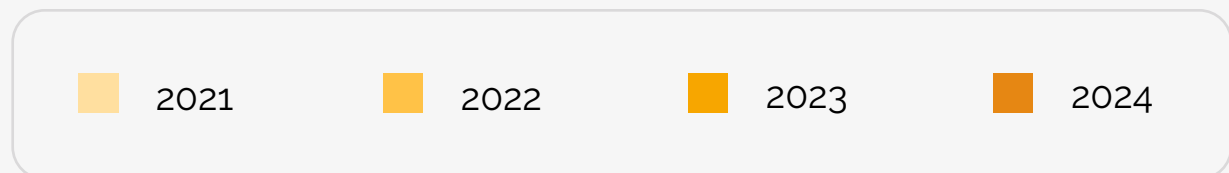
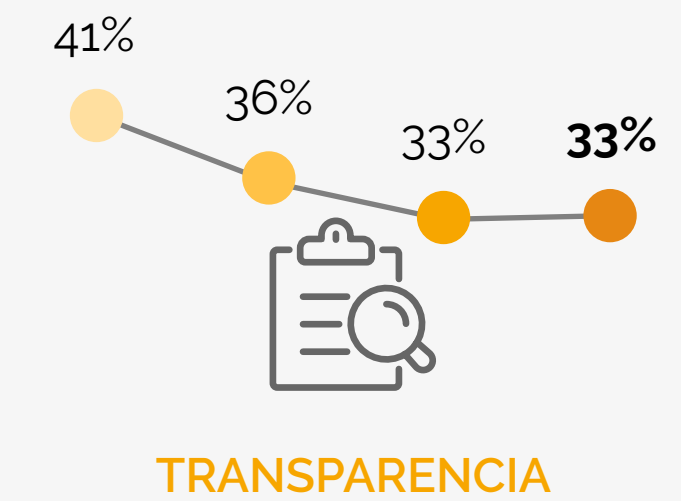
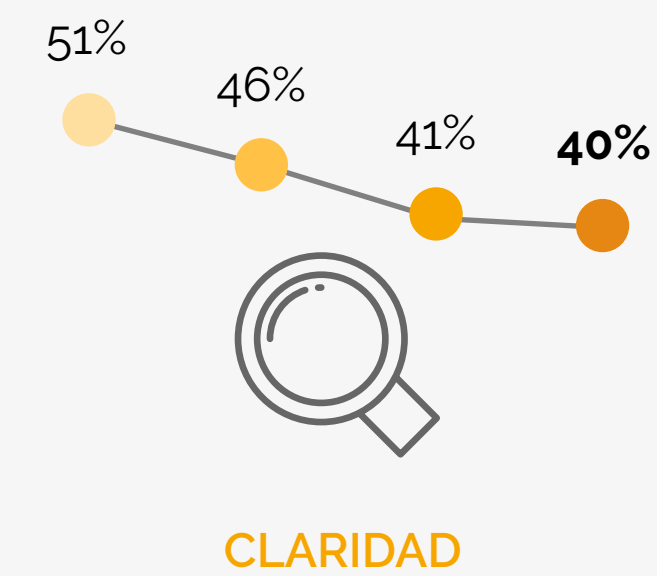
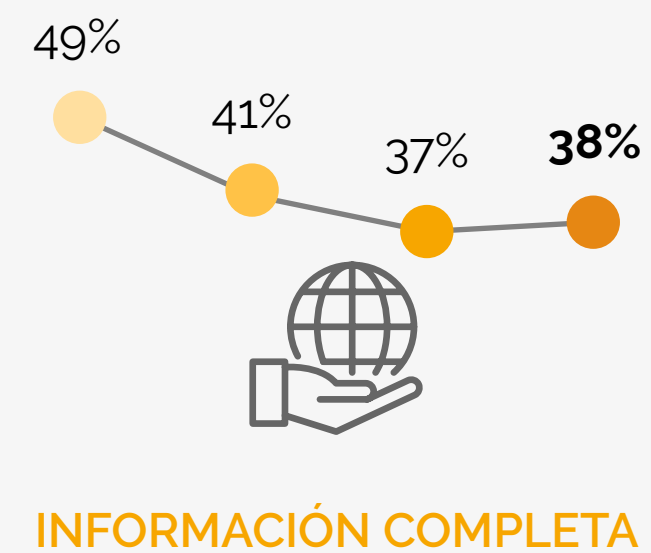
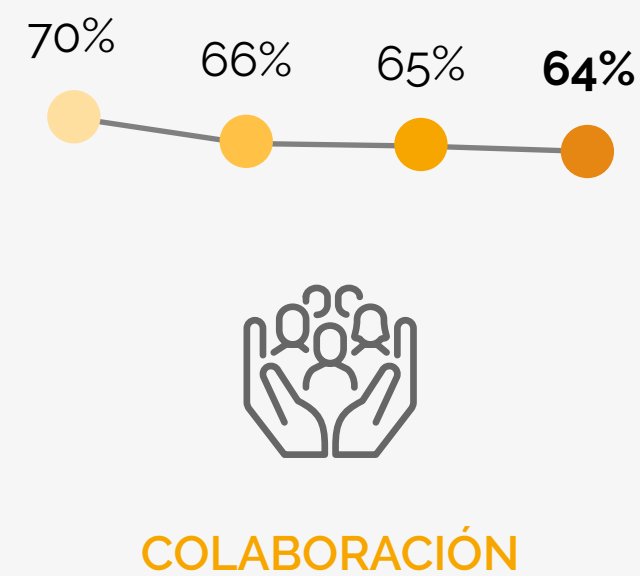
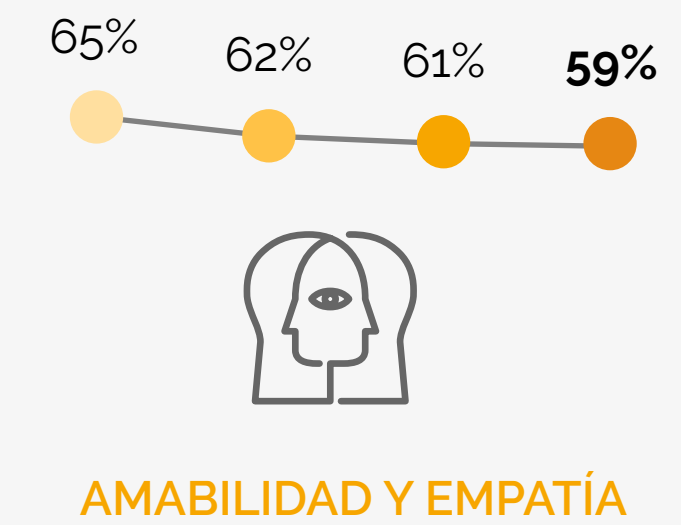
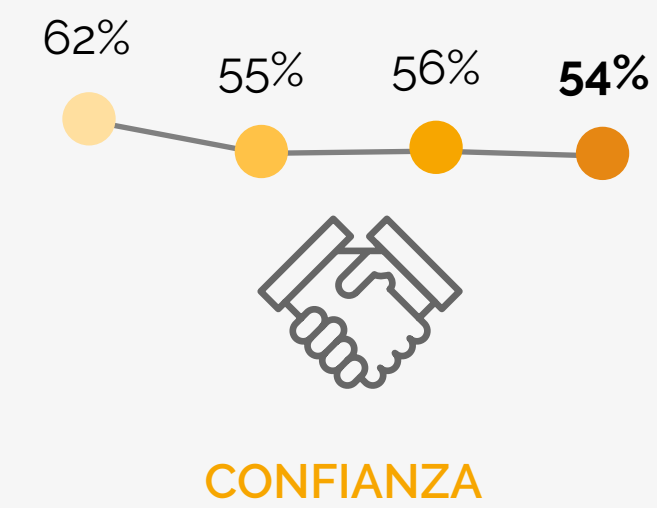
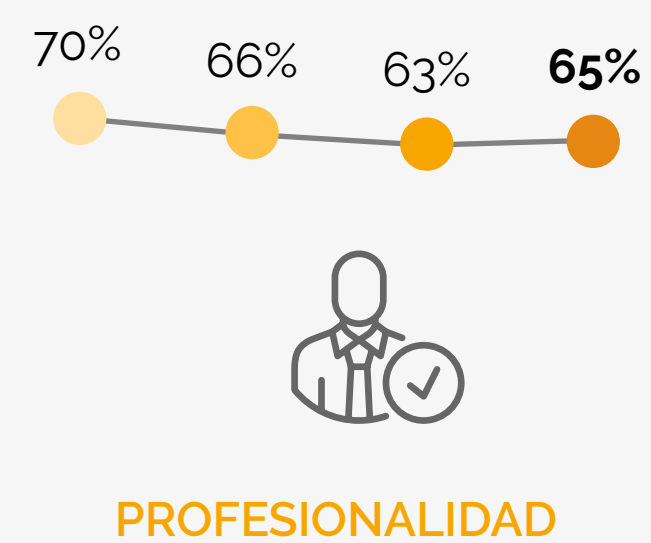
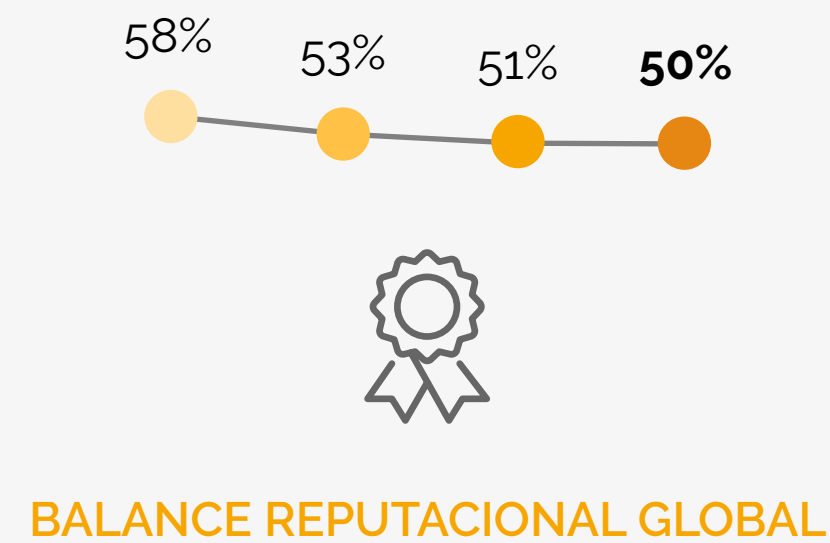
BALANCE REPUTACIONAL

# BALANCE REPUTACIONAL

## PROFESIONALES

El **Balance Reputacional Global** de los profesionales (la diferencia entre el promedio de las opiniones favorables y el promedio de las desfavorables) se mantiene claramente en terreno positivo y estable en comparación con 2023 (50 frente a 51 puntos), aunque sin signos por ahora de remontar para acercarse a los registros de 2021. De nuevo, el resultado se encuentra muy por encima del Balance Global de las empresas (23 puntos).

Por su parte, el **Balance Reputacional de cada atributo** no experimenta variaciones importantes, y, como el Global, no se aprecian signos de remontada para acercarse a los registros de 2021. En cualquier caso, se encuentran claramente en terreno positivo y por encima del de las empresas.



3.5.

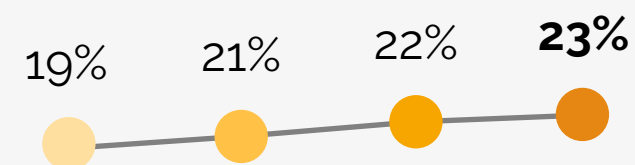
OPINIONES NEUTRAS

# OPINIONES NEUTRAS

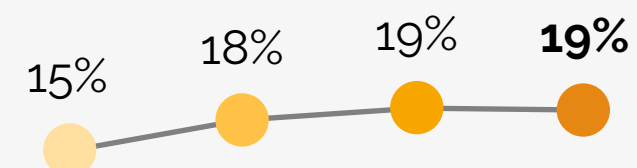
## PROFESIONALES

Las Opiniones Neutras o, como lo hemos denominado en anteriores ediciones de este informe, el "efecto limbo", mantiene la tendencia ligeramente ascendente que se inició en 2023. Si bien las diferencias son pequeñas, y muy poco o nada significativas a efectos estadísticos.

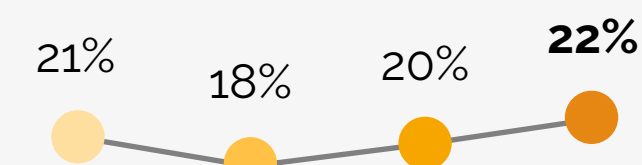
Por otro lado, es importante destacar la importante diferencia con respecto a los resultados de este mismo indicador en el caso de la valoración de las empresas (23 frente a 38), lo que es coherente con los buenos resultados que, en general, se observan en la reputación de los profesionales.



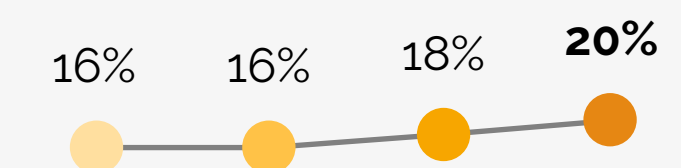
OPINIONES NEUTRAS GLOBAL



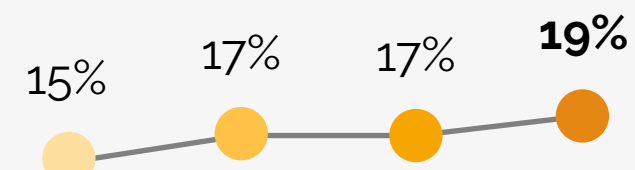
PROFESIONALIDAD



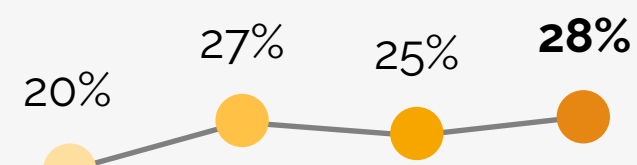
CONFIANZA



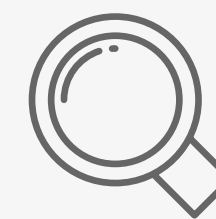
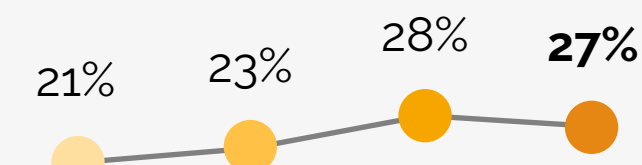
AMABILIDAD Y EMPATÍA



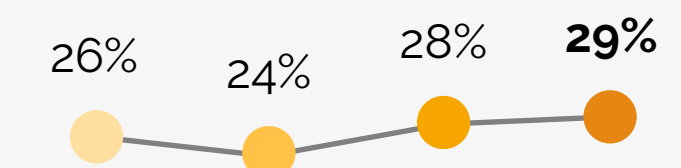
COLABORACIÓN



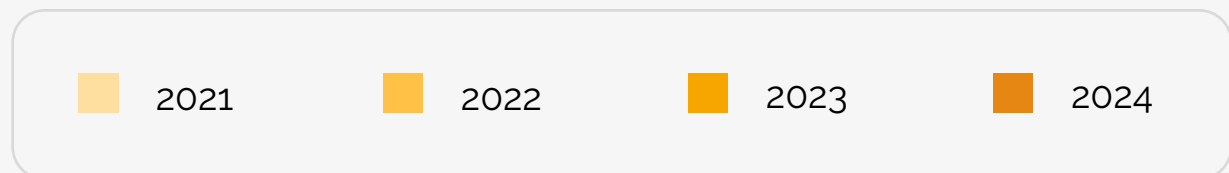
INFORMACIÓN COMPLETA



CLARIDAD



TRANSPARENCIA



# 3.6.

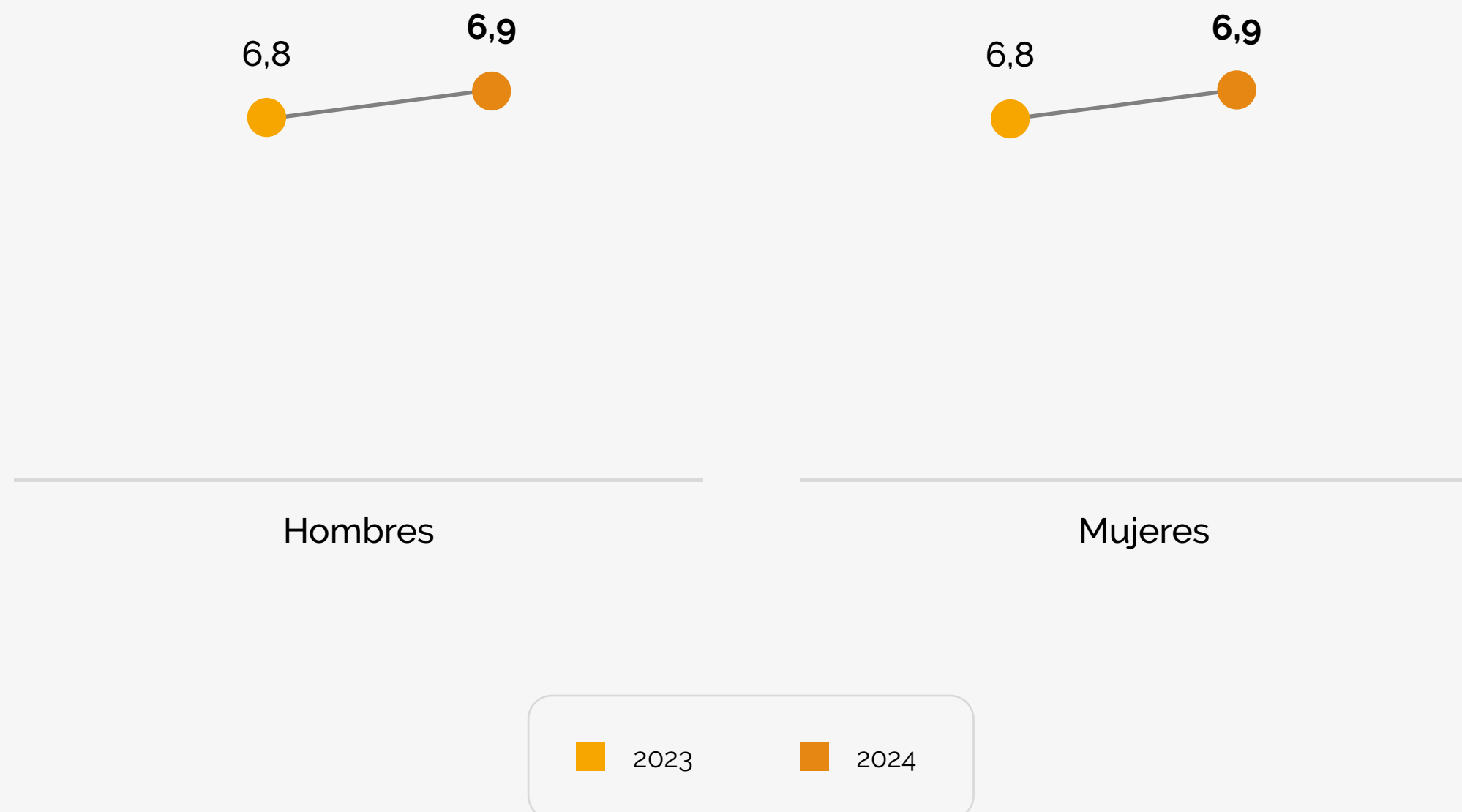
INDICADORES DE REPUTACIÓN  
POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL  
ENCUESTADO

# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

## PROFESIONALES

La variación de una décima del Indicador Global de Reputación de los profesionales no esconde sorpresas al comparar los resultados de 2023 y 2024 por sexo, edad y perfil del visitante. Todos los subgrupos se comportan de manera similar, con leves variaciones al alza o a la baja de una o dos décimas, lo que, como se ha comentado en algún análisis anterior, otorga robustez a los indicadores globales.

## PROFESIONALES POR SEXO



# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

PROFESIONALES

## PROFESIONALES POR TRAMOS DE EDAD

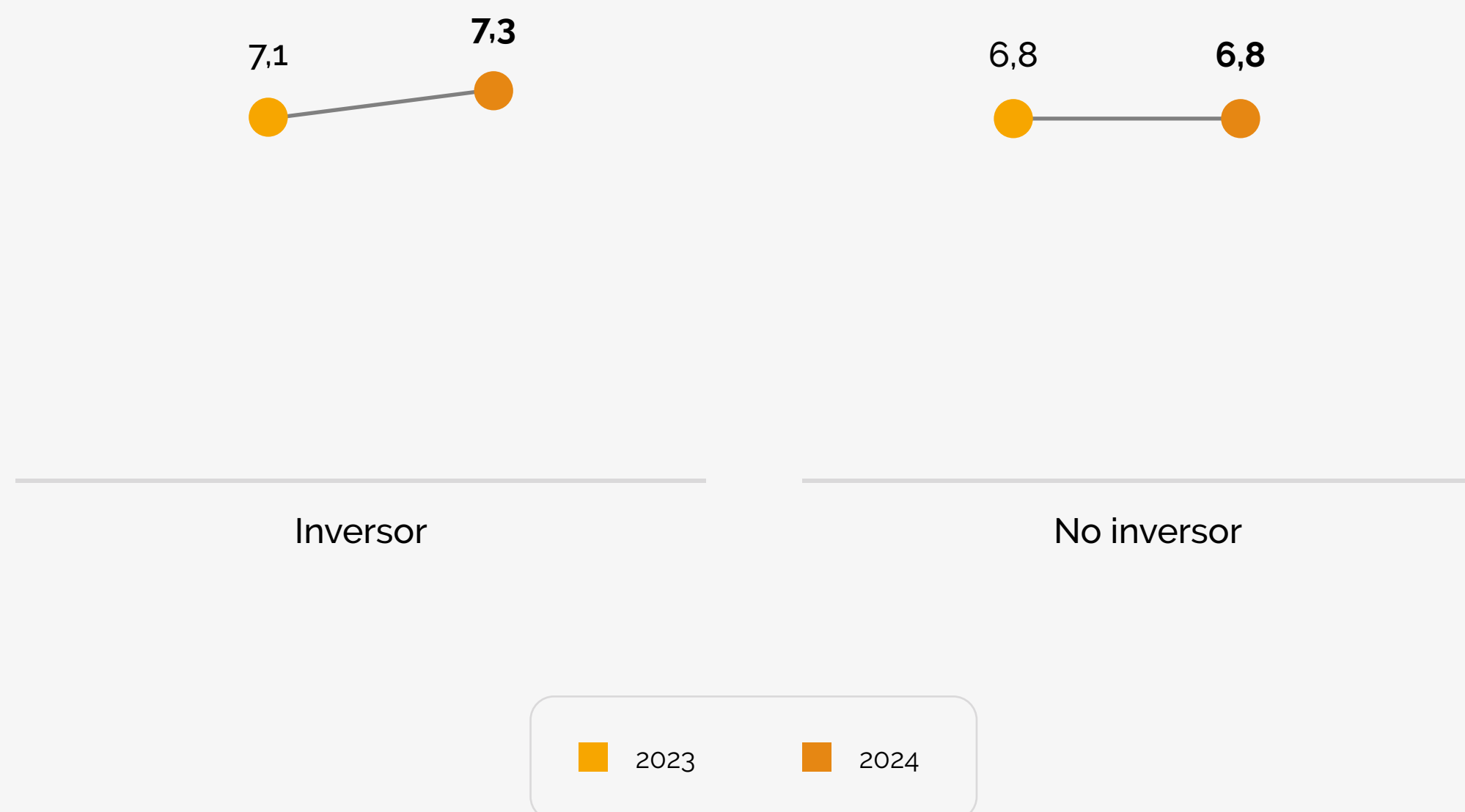




# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

PROFESIONALES

## PROFESIONALES POR PERFIL



# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

## PROFESIONALES

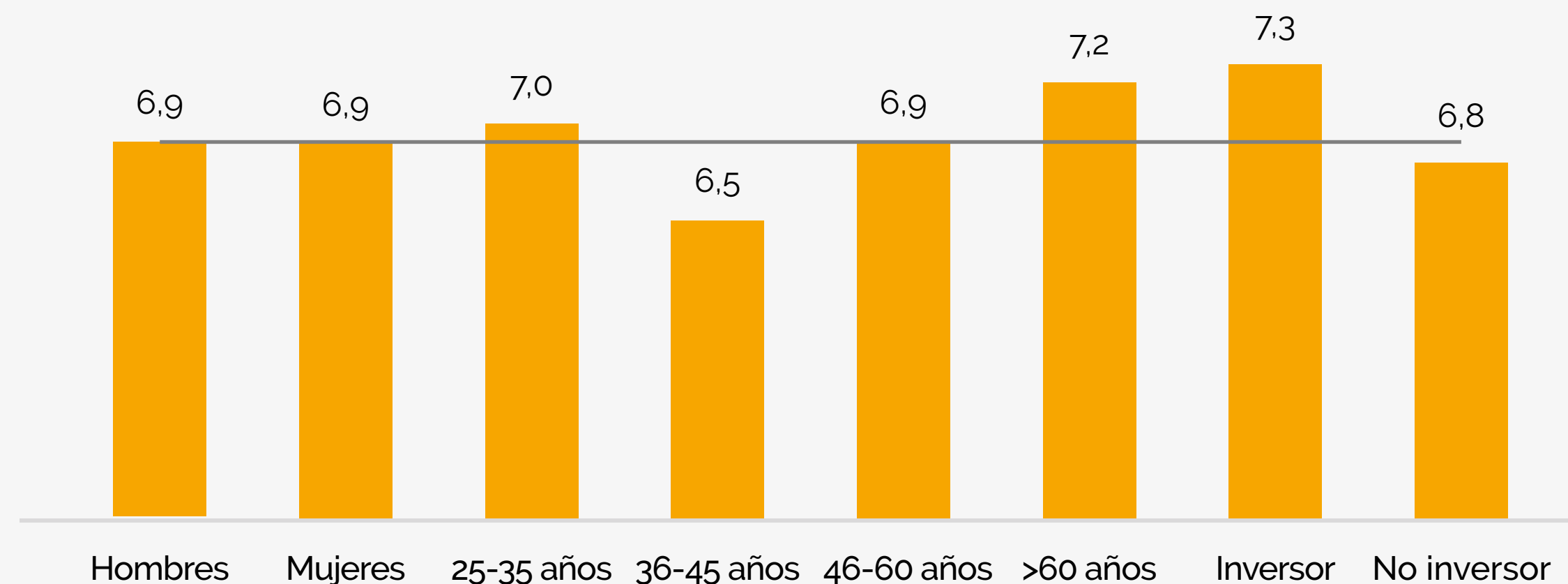
Centrándonos en el comportamiento de cada atributo en 2024, se observa que no hay diferencias significativas al comparar por sexos.

No ocurre lo mismo al comparar por edades. El colectivo de **36 a 45 años** es sin duda el más crítico (como ocurre al valorar a las empresas) y el de los **mayores de 60 años** es el que tiene opiniones más favorables. La diferencia entre ambos, en el **Indicador Global**, es de 0,7 puntos (6,5 de los primeros frente a 7,2 de los segundos). Los grupos restantes (**25 a 35 años y 46 a 60 años**), se sitúan con 7 puntos muy cerca de la media global de 6,9.

Las diferencias son también acusadas cuando se comparan las valoraciones de los encuestados que tienen como motivación comprar su vivienda habitual o de vacaciones (**No Inversor**) con las de los que tiene como objetivos rentabilizar sus ahorros (Inversor), siendo menores las de los primeros. La diferencia de 0,5 puntos en el **Indicador Global** (6,8 frente a 7,3) se repite con muy poca variación en cada uno de los atributos.

## INDICADOR GLOBAL

Media - 6,9

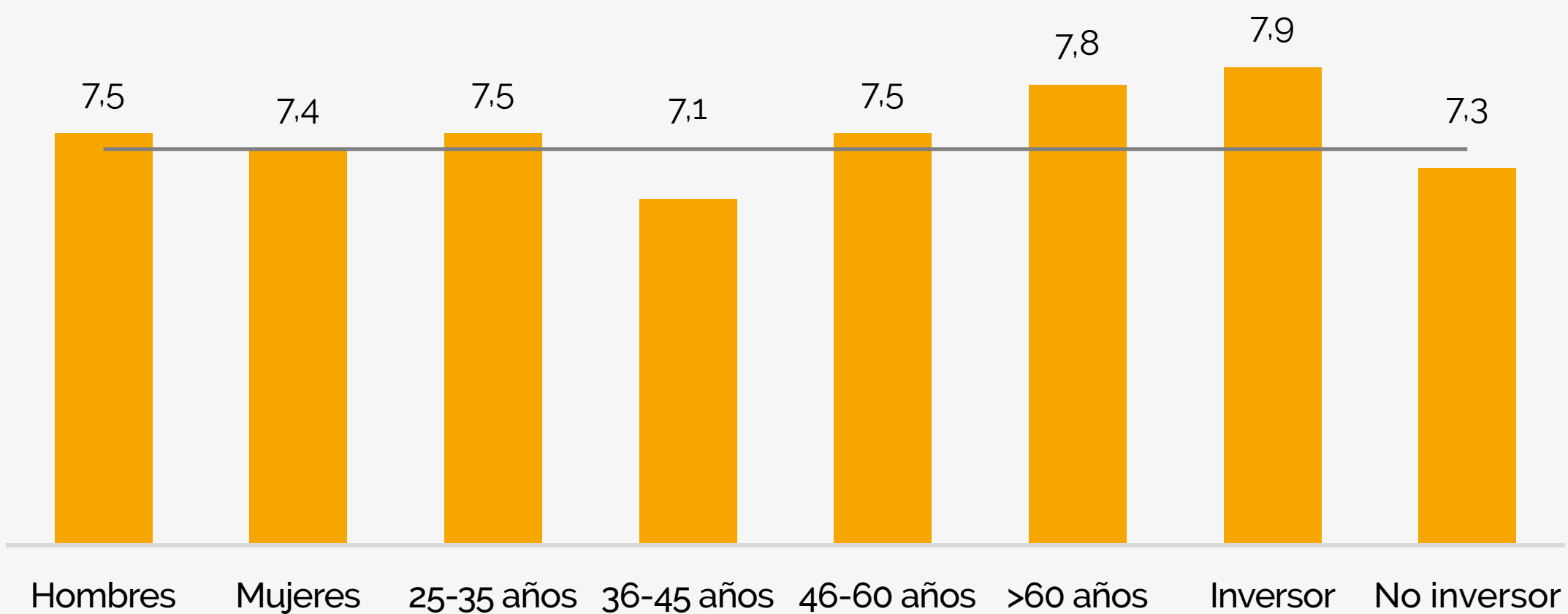


# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

PROFESIONALES

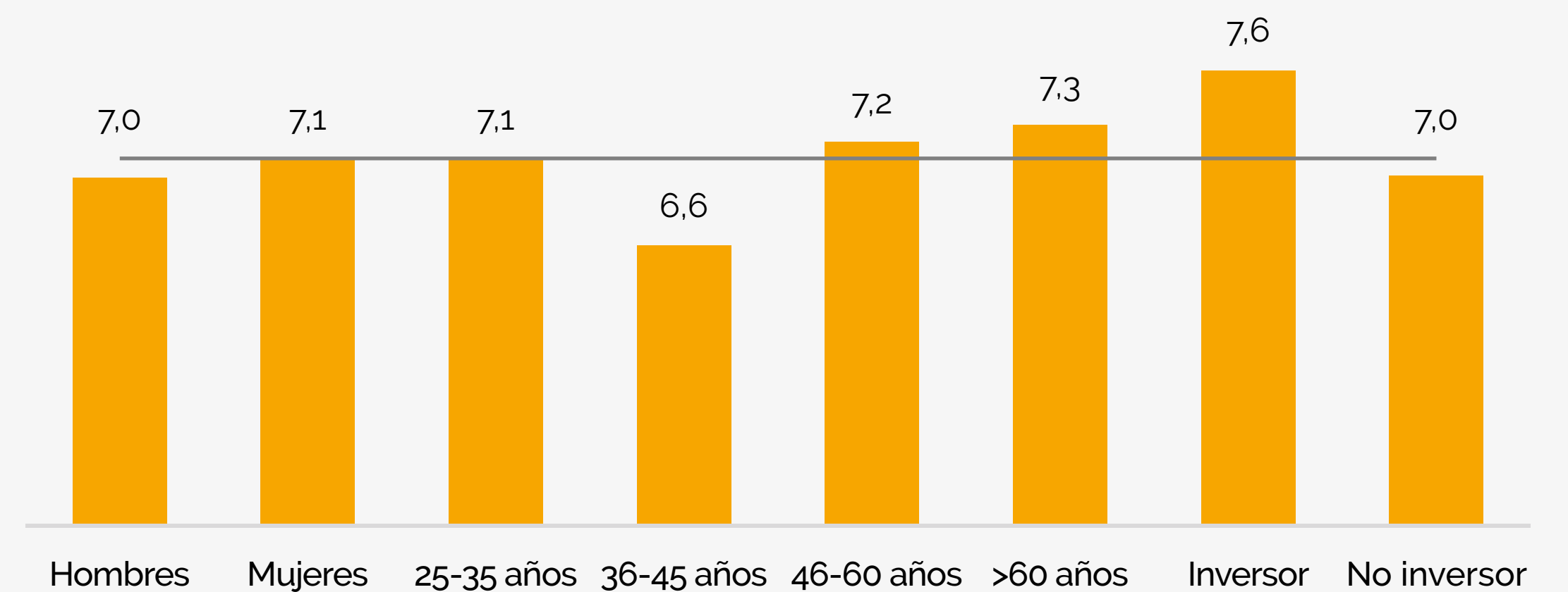
## PROFESIONALIDAD

Media - 7,4



## CONFIANZA

Media - 7,1

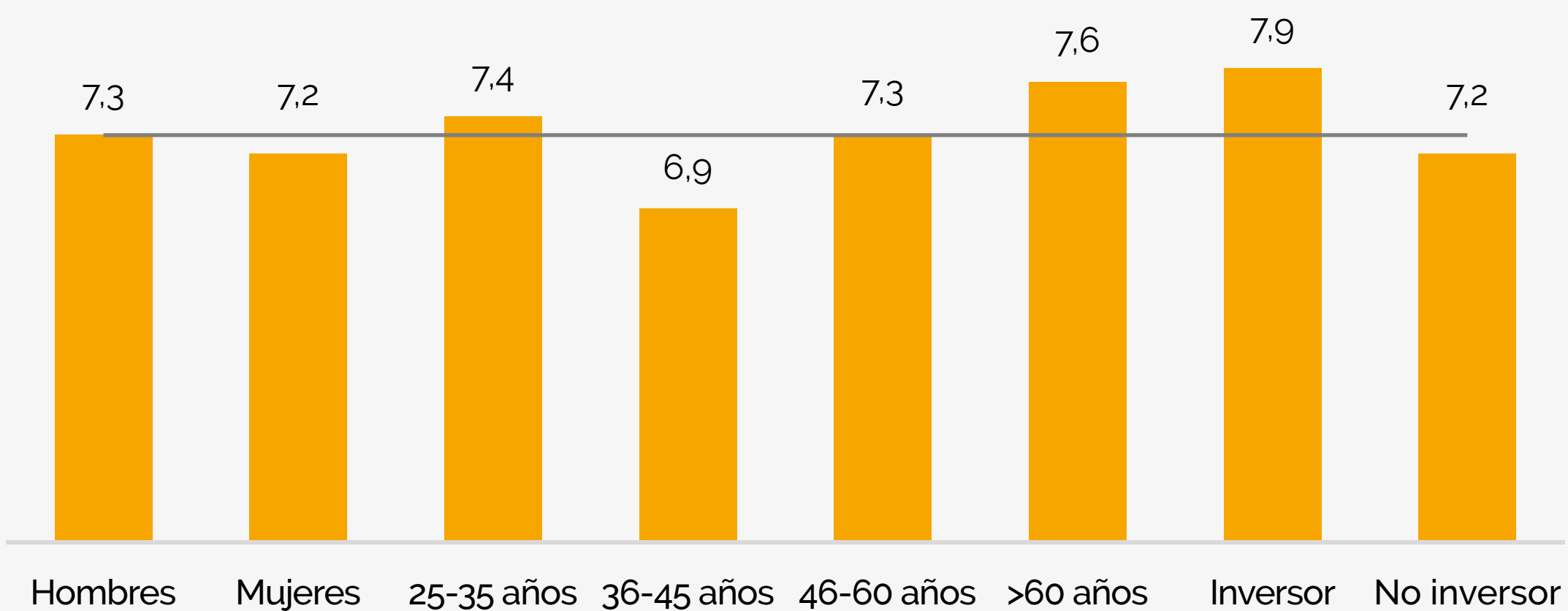


# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

PROFESIONALES

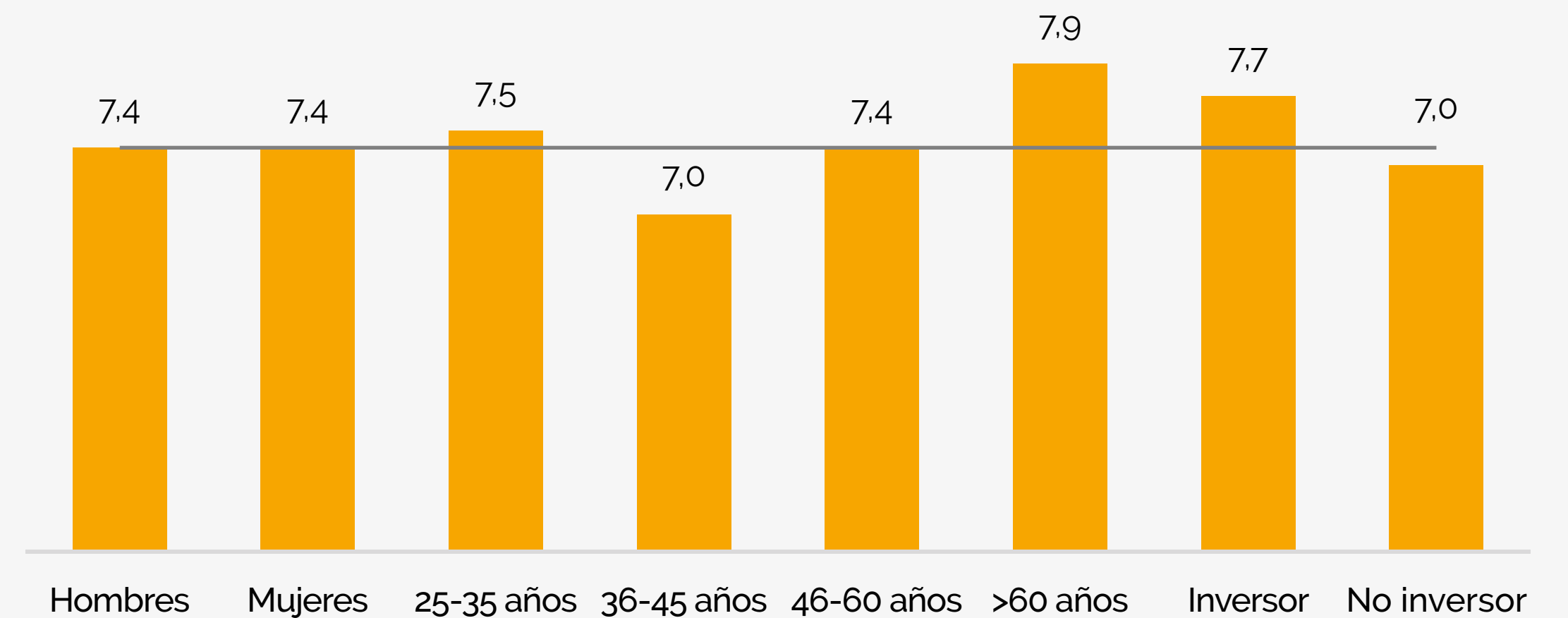
## AMABILIDAD Y EMPATÍA

Media - 7,3



## COLABORACIÓN

Media - 7,4

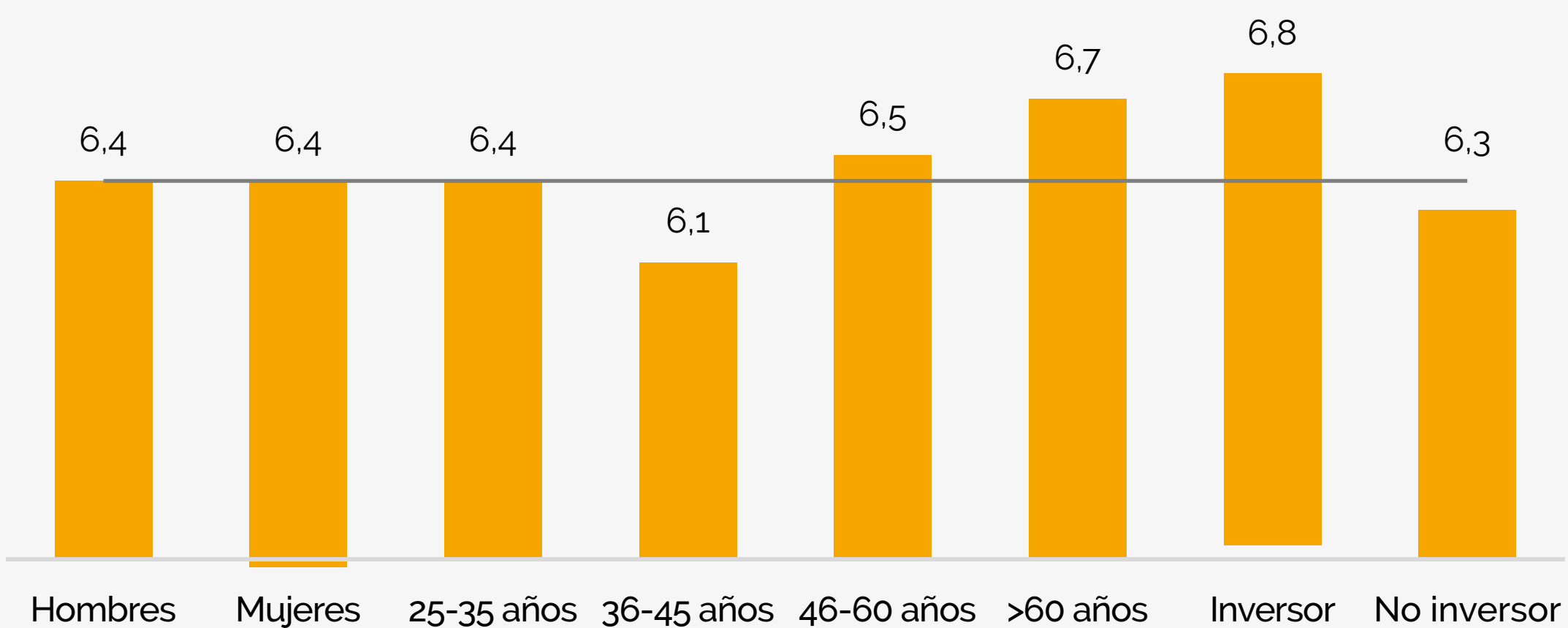


# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

PROFESIONALES

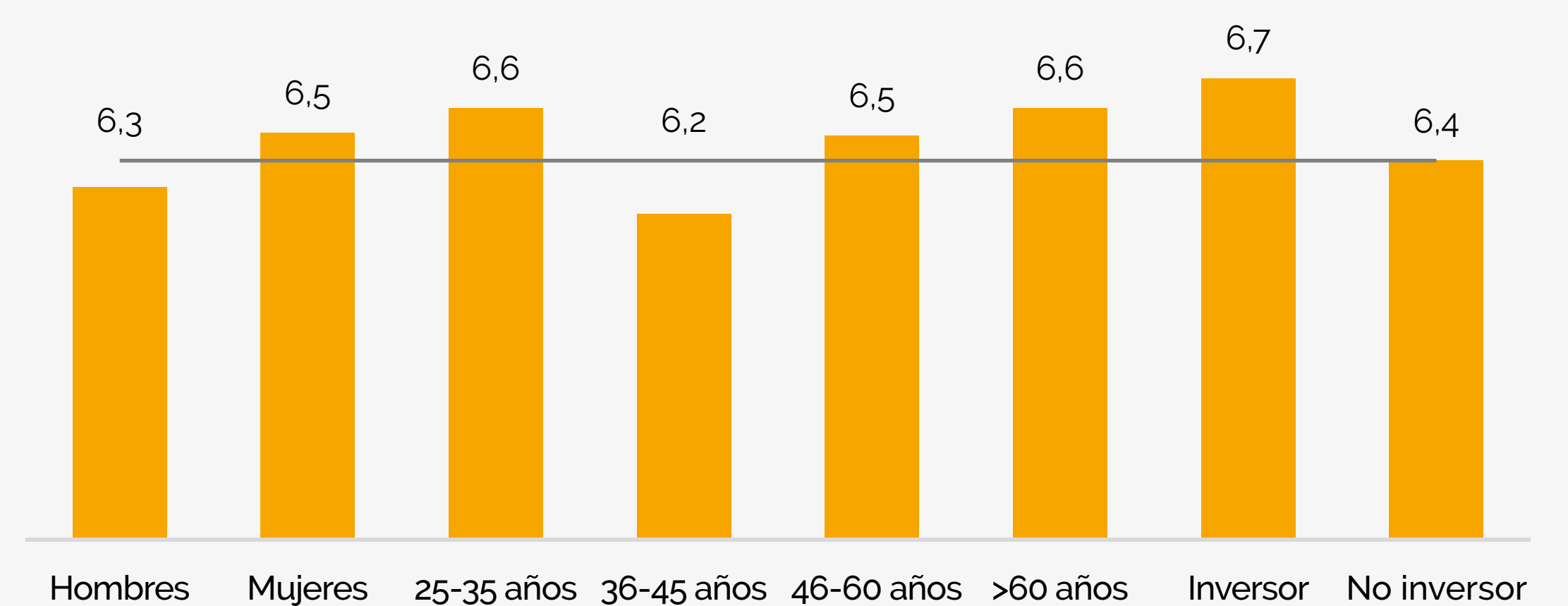
## INFORMACIÓN COMPLETA

Media - 6,4



## CLARIDAD

Media - 6,4

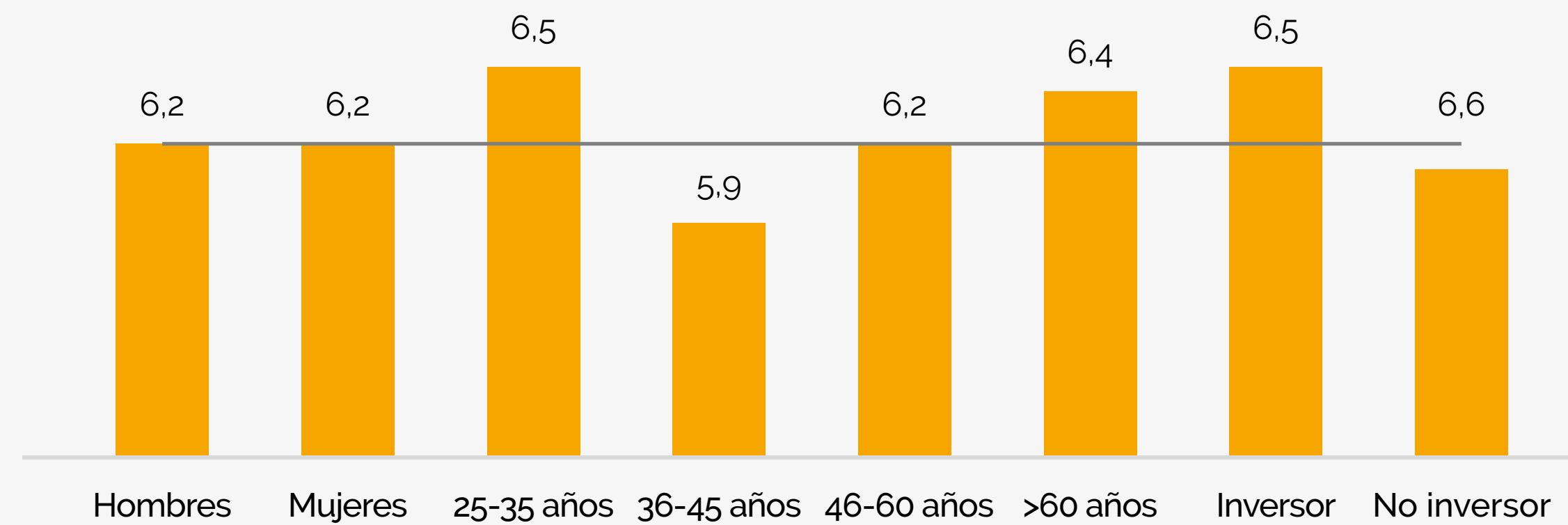


# INDICADORES DE REPUTACIÓN POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL ENCUESTADO

PROFESIONALES

## TRANSPARENCIA

Media - 6,2



# PLANNER

EXHIBITIONS

**sima**  
SALÓN INMOBILIARIO

salón del inversor  
inmobiliario

**simapro**  
THINK REAL BIG

**proptechexpo**  
BY SIMAPRO & RENT

**PREMIOS  
ASPRIMA  
SIMA**

**Real Estate  
Financing Forum**  
by **simapro**

**Family Office &  
Private Wealth  
Real Estate Forum**  
by **simapro**

**Estadios  
Summit**  
Diseño | Desarrollo | Negocio

**PREMIUM  
REAL ESTATE  
SUMMIT**

**Hospitality  
Real Estate Forum**  
by **simapro**

**Rental Housing  
Forum** by **simapro**

**Senior Living  
Forum** by **simapro**

**Lean  
Construction  
Forum**

**INMOBILIARIOS  
SOLIDARIOS**

 **Observatorio** de la  
reputación inmobiliaria

[plannerexhibitions.com](http://plannerexhibitions.com) 