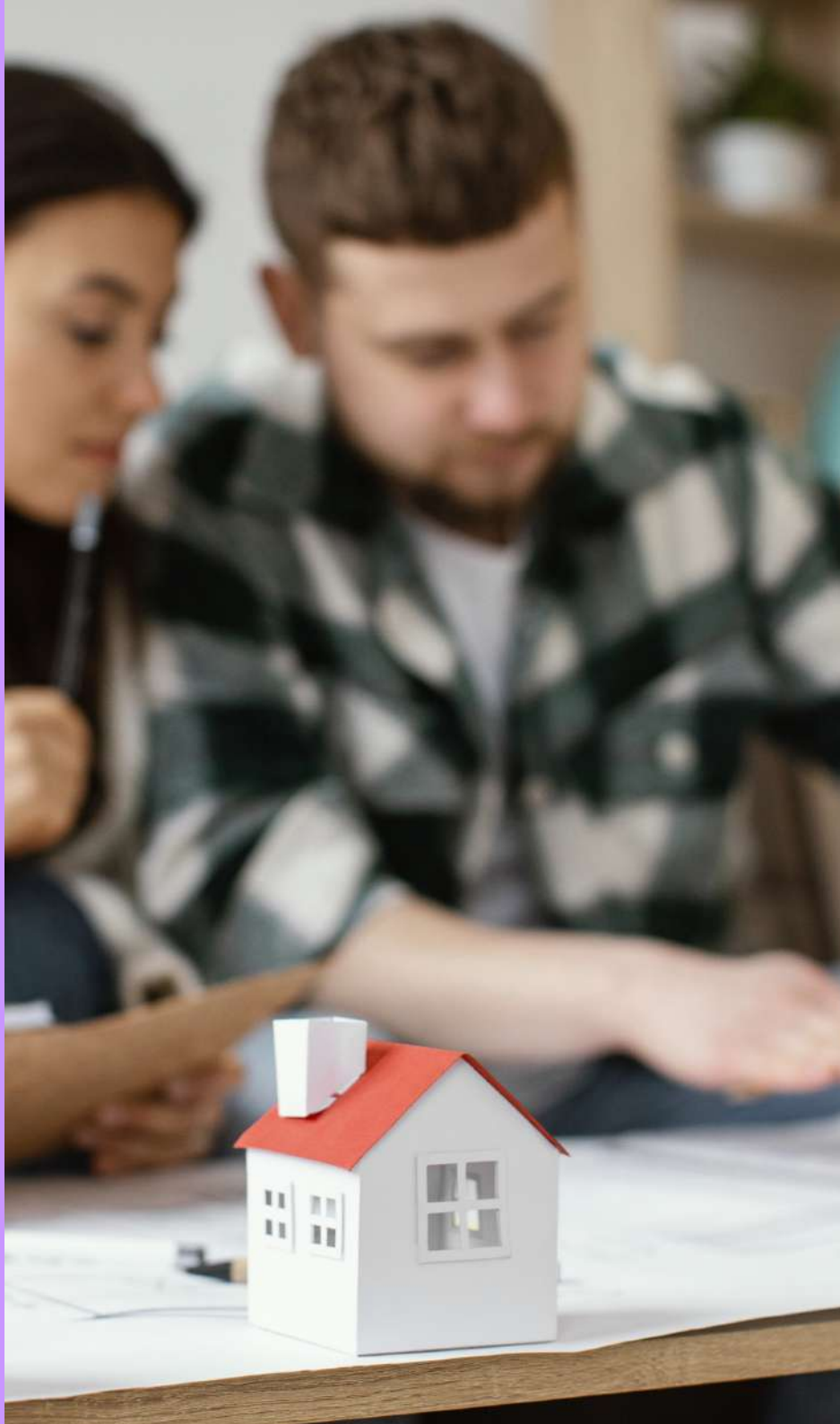


Adevinta

Caso de estudio

Proceso de contratación de una hipoteca: ¿qué soporte genera más recuerdo publicitario?





¿Cuál es el medio que genera un mayor recuerdo publicitario entre las personas que están en proceso de contratación de una hipoteca?

Este informe se centra en los usuarios que están interesados en contratar una hipoteca durante los próximos seis meses. En él se abordan cuestiones como su perfil sociodemográfico, los factores que más influyen en la elección de una hipoteca u otra o el recuerdo de la publicidad relacionada con los préstamos hipotecarios.



Universo

El universo de este informe está compuesto por aquellas personas mayores de 18 años que tienen interés por contratar una hipoteca.



Fecha

Febrero 2024



Muestra

La muestra con la que se ha trabajado para este informe está compuesta por un total de 800 entrevistas: el 50 % a personas impactadas por la campaña y el 50 % restante a personas no impactadas. El error muestral, para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50\%$, es del $\pm 3,46\%$ para 800 entrevistas.



Metodología

Este estudio se ha realizado a través de una entrevista autoadministrada online (CAWI), con cuestionario semiestructurado, de una duración aproximada de 12 minutos. Además, este trabajo se ha elaborado de acuerdo con la norma ISO 20252 y el código de conducta CCI/ESOMAR. Asimismo, se garantiza el absoluto anonimato de las respuestas de los entrevistados, que serán utilizadas únicamente para la confección de tablas estadísticas.

Insights principales



El 51 % de las personas en proceso de contratación de una hipoteca son mujeres y el 49 % hombres



El 86 % de quien se plantea contratar una hipoteca en los próximos seis meses vive con otras personas



Cuatro de cada diez usuarios prefieren una hipoteca con tipo de interés fijo



El 32 % de los usuarios considera bastante o muy probable cambiar de hipoteca en un plazo de tres años



Los tipos de interés y las condiciones de la hipoteca son los factores que más influyen en la elección de la hipoteca



El 66 % de los usuarios recuerda haber visto publicidad en internet



Resumen

Este estudio pone el foco en el sector banca y, concretamente, en la contratación de hipotecas y en las personas que están interesadas en contratar una en los próximos seis meses.

Un segmento de población que está formado por un 51 % de mujeres y un 49 % de hombres que tienen, de media, 38 años.



51%

Mujeres



38 años

edad media



49%

Hombres

Base: 800

A nivel territorial, la Comunidad de Madrid concentra un mayor volumen de personas que quiere contratar un préstamo hipotecario: allí residen el 23 %. Seguidamente se posicionan Andalucía (17 %) y Cataluña (13 %).

Con respecto a su estado civil, siete de cada diez están casados/as y el 28 % solteros. Además, el 52 % cuenta con estudios superiores, desde estudios universitarios hasta másteres o doctorados.

Por lo que se refiere a la situación de convivencia, el 86 % de las personas interesadas en contratar una hipoteca vive con alguien. Prácticamente la mitad de ellos (44 % sobre el total) reside con su pareja y sus hijos.



El 23 % reside en Madrid



El 69% está casado/a



El 52 % tiene estudios superiores



El 86% convive con alguien

Base: 800

¿En qué fase del proceso de contratación se encuentran?

Si hablamos de en qué punto se encuentran los usuarios interesados en contratar una hipoteca, la amplia mayoría está valorando las distintas opciones disponibles. De hecho, es la fase en la que declaran estar cuatro de cada diez.

Seguidamente, hay un 21 % que está comparando tasas de interés y términos y condiciones de diferentes hipotecas.

En tercer lugar, el 9 % de ellos está consultando diferentes prestamistas para obtener cotizaciones. Una cifra idéntica a la de los que están reuniendo la documentación necesaria para solicitar la hipoteca.

Investigando opciones hipotecarias disponibles

42%

Comparando tasas de interés y términos de diferentes hipotecas

21%

Reuniendo la documentación requerida para la solicitud de hipoteca

9%

Consultando con diferentes prestamistas para obtener cotizaciones

9%

Esperando la aprobación de la hipoteca

6%

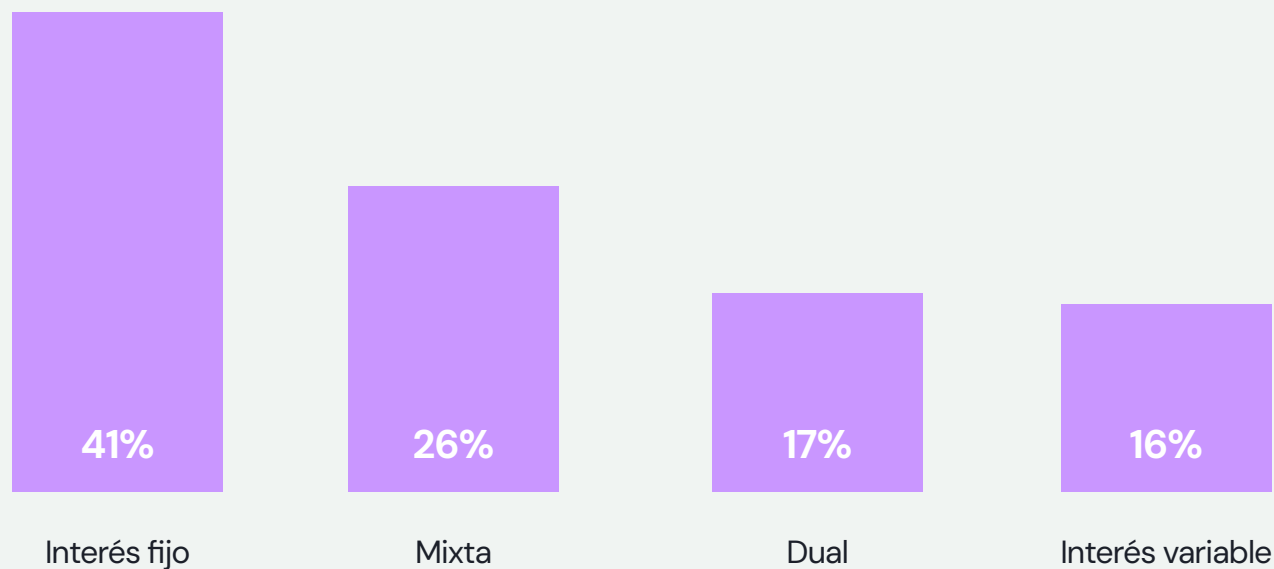
Presentando la solicitud de hipoteca

6%

Base: 399

La hipoteca con tipo de interés fijo, la opción preferida

Por lo que se refiere a la modalidad hipotecaria, la opción preferida es el que ofrece un tipo de interés fijo: el 41 % de los usuarios se decantaría por esta alternativa. En segundo lugar, la opción más interesante es la mixta, que la elegirían el 26 %. En tercer y cuarto lugar se ubican las duales (17 %) y las de interés variable (16 %).



Base: 800

¿Cuáles son los factores que influyen en la contratación?

Si hablamos de los factores que más influyen a la hora de elegir una hipoteca, hay seis que mencionan el 80 % de los usuarios o más:

86%

Los tipos de interés

85%

Las condiciones de la hipoteca

82%

La negociación con el banco

81%

La confianza

81%

La facilidad para adquirirla

80%

El importe concedido

No obstante, no todos estos factores tienen la misma incidencia en la población. Por ejemplo, entre los jóvenes que tienen entre 18 y 24 años son menos relevantes los gastos de cancelación, la cantidad obligatoria a financiar y el trato humano. Se trata de cuestiones que solamente mencionan el 59 %, el 64 % y el 69 % respectivamente.



Tres de cada diez usuarios cree que cambiará de hipoteca en los próximos tres años

Además, algunas de las personas que están buscando una hipoteca se plantean que el préstamo que firmen no sea el definitivo: el 32 % de los usuarios considera bastante o muy probable cambiar de hipoteca en un plazo de tres años.

Los factores que más influyen en la idea de cambiar de hipoteca son, fundamentalmente, los cambios en los tipos de interés (39 %), los cambios en la situación laboral (34 %), unas mejores condiciones (32 %) y la reducción de la duración del préstamo (27 %).



39%

Cambios en los tipos de interés



34%

Cambios en la situación laboral



32%

Mejores condiciones



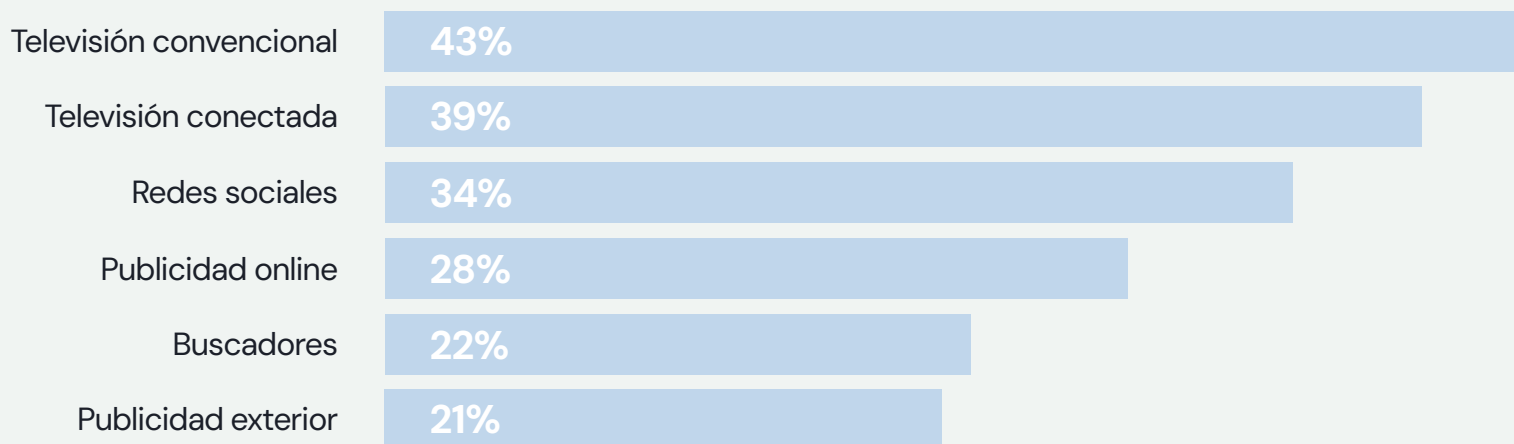
27%

Reducción de la duración del préstamo

El 66 % de los usuarios recuerda haber visto publicidad sobre hipotecas en internet

En el proceso de contratación de una hipoteca el usuario recibe impactos publicitarios a través de diferentes canales. En este sentido, la televisión convencional lidera el recuerdo publicitario (43 %) seguida de la televisión conectada (39 %).

Pese a esto, si se analizan en conjunto los diferentes canales digitales, se puede apreciar cómo el 66 % asegura haber visto publicidad en alguno de ellos. Dentro del abanico de soportes publicitarios que se alojan en internet, los que generan un mayor recuerdo publicitario son las redes sociales (34 %), la publicidad online como banners o anuncios emergentes (28 %) y la publicidad en buscadores (22 %).



Adevinta

Changing commerce *together.*