Observatorio de la reputación inmobiliaria

8ª EDICIÓN

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

Septiembre 2025

PLANNEREXHIBITIONS

ÍNDICE

1. Presentación
2. Resumen ejecutivo
3. La reputación de las empresas
   - 3.1 Indicador global y por atributos
   - 3.2 Balance reputacional
   - 3.3. Cruces por sexo, edad y perfil del visitante
4. La reputación de los profesionales
   - 4.1 Indicador global y por atributos
   - 4.2 Balance reputacional
   - 4.3 Cruces por sexo, edad y perfil del visitante

1 PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN

Por octavo año consecutivo, presentamos el informe **La reputación de las empresas promotoras**. Como en las ocasiones anteriores, los resultados están basados en las encuestas realizadas al público general visitante de la última edición de **SIMA.**

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 octava 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 tanto para la construcción como la gestión de la marca de una compañía del sector.

La reputación de los profesionales del sector

Tras incorporarlo como novedad en el informe del año pasado, el de este año vuelve a desarrollar con 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.

Ficha técnica de la encuesta

UNIVERSO: Visitante no profesional de SIMA 2024 mayor de 25 años.
MUESTRA: 569 entrevistas, presenciales y online.
ERROR MUESTRAL: +/-4,19% 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%.

PRESENTACIÓN

LOS CINCO ATRIBUTOS DE LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS

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 la escala "Totalmente", "Bastante", "Algo", "Poco" o "Nada de acuerdo".

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

CONFIANZA
Son empresas en las que se puede confiar.

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

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.

PRESENTACIÓN

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 con la misma escala que para las empresas ("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

PRESENTACIÓN

FORMATO DE PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

A partir de las respuestas de los entrevistados se han elaborado los siguientes indicadores, tanto para los atributos referidos a las empresas como para los atributos referidos a los profesionales:

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 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.

CRUCES POR SEXO, EDAD Y PERFIL DEL VISITANTE, que analiza el impacto de dichas tres variables sobre la percepción de la reputación de empresas y profesionales.

2
RESUMEN EJECUTIVO

RESUMEN EJECUTIVO

INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS

El **Indicador Global de Reputación se sitúa en 5,5 puntos, tres décimas menos** que en 2024**,** volviendo a registros similares a los del periodo 2021-2023.

ATRIBUTOS REPUTACIONALES DE LAS EMPRESAS

Los cinco atributos reputacionales reducen su puntuación entre una y seis décimas frente a 2024.

Responsabilidad y **Confianza**, se dejan una y tres décimas, respectivamente. Los atributos que más pierden son **Honestidad** (seis décimas) y **Transparencia** (cinco décimas). **Profesionalidad**, con 6,3 puntos, baja cuatro décimas, pero aún así continúa siendo con bastante diferencia el atributo mejor valorado.

BALANCE REPUTACIONAL DE LAS EMPRESAS

El Balance Reputacional Global se mantiene holgadamente en terreno positivo (+14%), pero pierde nueve puntos, es decir, la ganancia experimentada en la oleada correspondiente a 2024.

Todos los atributos, excepto **Transparencia** (-5%), mantienen su Balance Reputacional en positivo, es decir, que cuentan con más opiniones favorables que desfavorables.

LAS MUJERES Y LOS NO INVERSORES, DETRÁS DE LA BAJADA DE LAS VALORACIONES

A diferencia de los resultados registrados en anteriores encuestas, en las que apenas se daban **diferencias entre hombres y mujeres**, en la de este año estas últimas son notablemente más críticas y puntúan entre 5 y 7 décimas por debajo de los hombres, lo que se refleja en el indicador global (5,2 las mujeres y 5,7 los hombres).

Los resultados vuelven a constatar, como en años anteriores, que **el perfil Inversor tiende a evaluar más positivamente a las empresas que el perfil No Inversor**, con diferencias notables en la valoración de los distintos atributos de entre siete décimas y un punto.

Además, el Indicador Global del perfil Inversor solo cae dos décimas con respecto a 2024, en tanto que el del público No Inversor baja cuatro.

RESUMEN EJECUTIVO

INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN DE LOS PROFESIONALES

El Indicador Global de Reputación de los Profesionales se sitúa en 6,6 puntos, tres décimas menos que en 2024, mostrando una evolución similar a la de los resultados de los indicadores referidos a las empresas.

Cabe señalar, como ya ocurría en ediciones previas de este informe, que **el Indicador Global de los Profesionales supera ampliamente al de las empresas** (6,6 frente a 5,5).

ATRIBUTOS REPUTACIONALES DE LOS PROFESIONALES

En el análisis de cada atributo se observa, en general, la misma tendencia a la baja que en el Indicador Global y en línea con el resto de los resultados del informe de este año.

No obstante, cabe distinguir entre dos grupos de atributos. Por un lado, los que superan los 7 puntos o se sitúan muy cerca de esa cifra: **Profesionalidad** (7,1), **Confianza** (6,8), **Amabilidad y empatía** (7,3) y **Colaboración** (7,2). Por otro, los que se quedan con valoraciones en torno a los seis puntos: **Información Completa** (6,0), **Claridad** (6,1) y **Transparencia** (6,0).

Además, 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

BALANCE REPUTACIONAL DE LOS PROFESIONALES

El Balance Reputacional Global de los profesionales se mantiene claramente en terreno positivo y muy por encima del de las empresas (44 frente 14), si bien acusa un ligero descenso siguiendo la tendencia general de los resultados de 2024.

MUJERES, NO INVERSORES Y MAYORES DE 60 AÑOS, LOS MÁS CRÍTICOS

Como ya ocurría en la valoración de las empresas, las **mujeres** y los **No Inversores** son los responsables principales de la bajada de los indicadores.

En el caso de hombres y mujeres, las diferencias en los distintos atributos oscilan entre las tres y las ocho décimas, lo que se traduce en un Indicador Global de 6,9 para los hombres y de 6,3 para las mujeres, exactamente los mismos resultados de Inversores y No Inversores.

A lo anterior se añade que el Indicador Global de los **mayores de 60 años** se reduce en nueve décimas, una bajada muy superior a la del resto de los tramos.

3
LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS

3.2
INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

EMPRESAS - INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico 1
INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN

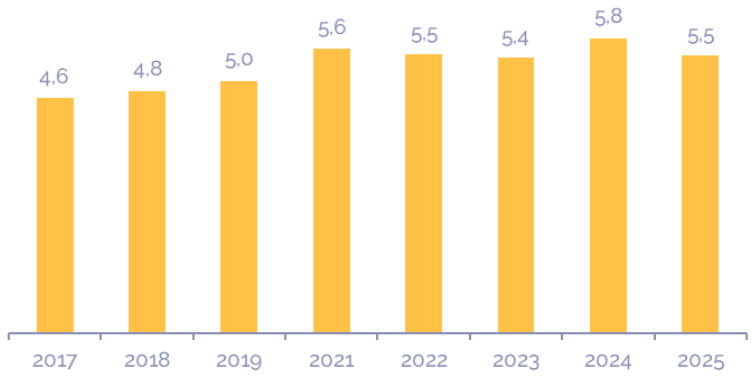
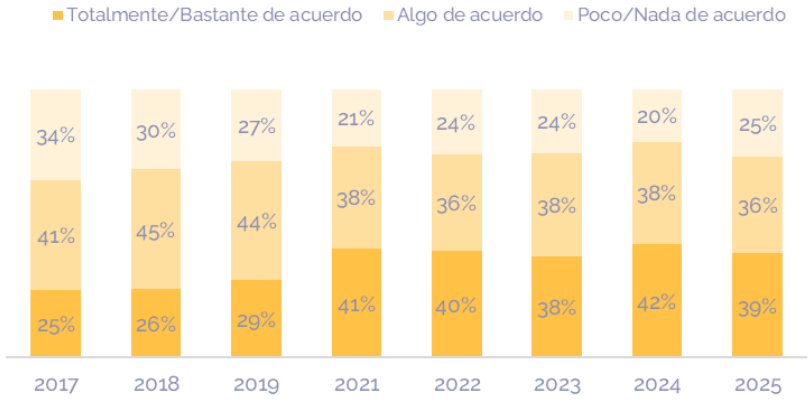


Gráfico 1B
Indicador global de reputación



INDICADOR GLOBAL DE REPUTACIÓN

El Indicador Global de Reputación **se sitúa en 5,5 puntos, tres décimas menos que en 2024**, volviendo a registros similares a los del periodo 2021-2023.

El descenso de este año revierte el crecimiento del indicador de la anterior edición del informe y pone de manifiesto que la visión de la vivienda como un grave problema social implica una pérdida de reputación de los principales actores privados relacionados con su producción, como son los promotores inmobiliarios.

Con todo, el indicador se mantiene por encima del aprobado.

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

EMPRESAS - INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico 2
CONFIANZA

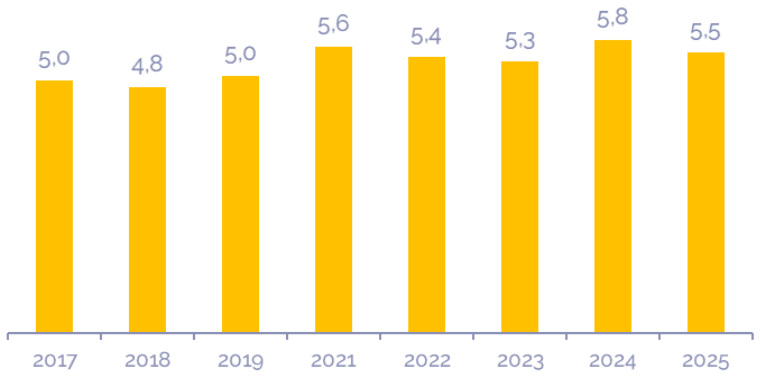
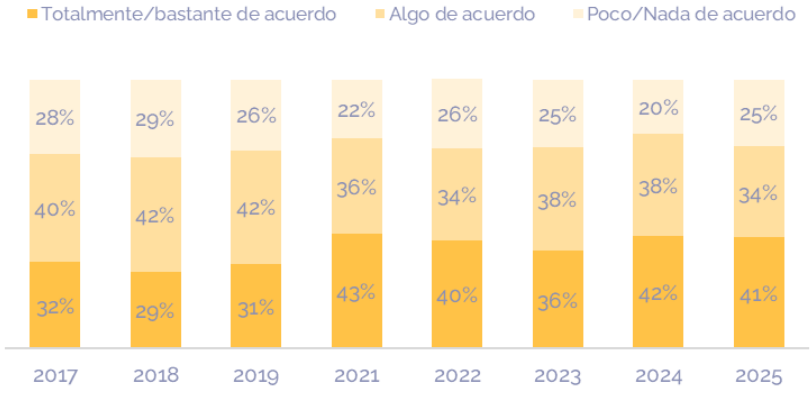


Gráfico 2B
Confianza



CONFIANZA

Confianza, que responde a la afirmación "Son empresas en las que se puede confiar", desciende 0,3 puntos con respecto a 2024 para situarse en 5,5 sobre 10. Con este resultado, **Confianza** se mantiene como el segundo atributo con mejor valoración (junto con Responsabilidad) tras Profesionalidad.

Las opiniones más positivas, correspondientes a aquellos que afirman estar "Totalmente de acuerdo" o "Bastante de acuerdo", se mantienen en niveles altos (41%), muy cerca del máximo de 2021 (43%).

Por otro lado, las opiniones más críticas ("Poco/Nada de acuerdo") aumentan en 5 puntos porcentuales, pasando del 20% al 25%, lo que explica la bajada de este indicador.

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

EMPRESAS - INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico 3
TRANSPARENCIA

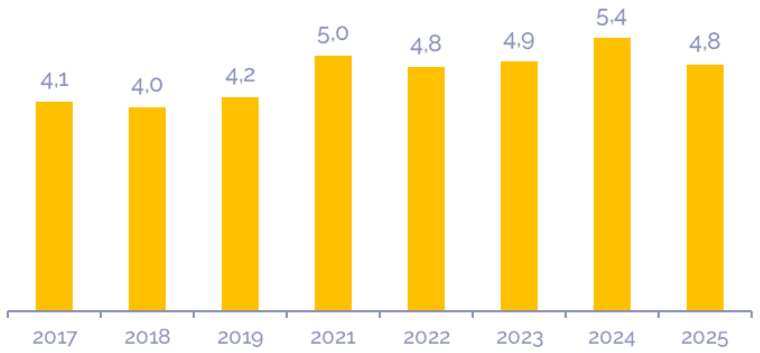
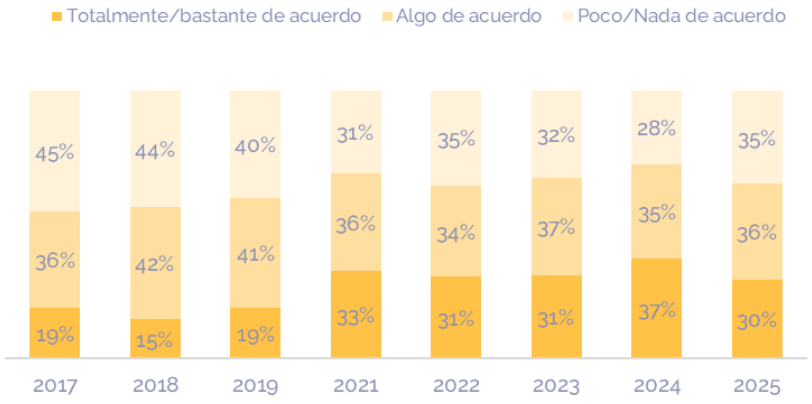


Gráfico 3B
Transparencia



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 lastra los resultados a nivel global.

Este año no es una excepción y vuelve a situarse, con 4,8 puntos, en la última posición, a una distancia de siete décimas del Indicador Global de Reputación. Es también el indicador que más baja (seis décimas) con respecto a 2024.

La distribución de las valoraciones, con el incremento de los más críticos ("Poco" o "Nada de acuerdo"), que aumentan 7 puntos porcentuales con respecto a 2024, del 28% al 35, y el retroceso de los más favorables ("Totalmente" o "Bastante de acuerdo") que disminuyen en igual cifra, explica la bajada del indicador.

EMPRESAS - INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico 4
HONESTIDAD

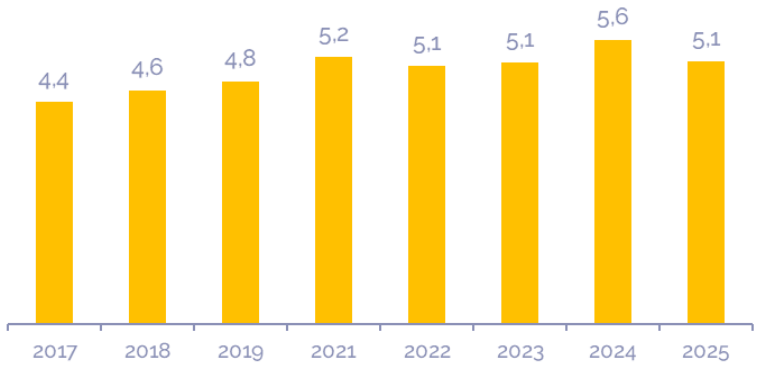
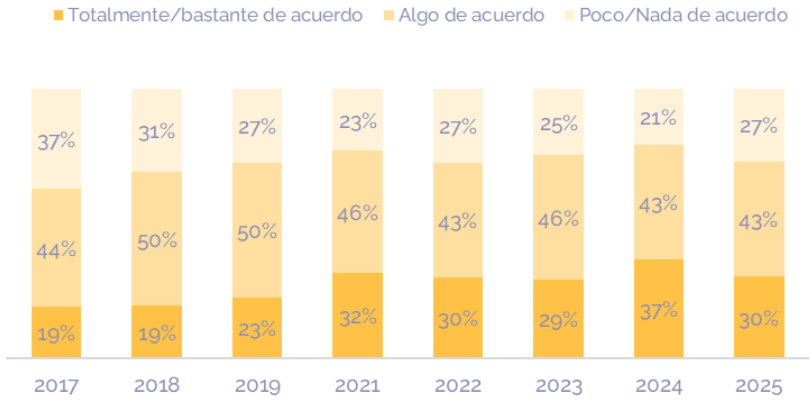


Gráfico 4B
Honestidad



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 5.1 puntos, cinco décimas menos que en el 2024, y se coloca en línea con los resultados obtenidos en el periodo 2021-2023.

Como en el atributo anterior, la distribución de las valoraciones explica la bajada del indicador. Crecen los más críticos 6 puntos porcentuales con respecto a 2024, del 21% al 27%, y retroceden las puntuaciones más favorables ("Totalmente" o "Bastante de acuerdo") del 37% al 30%.

EMPRESAS - INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico 5
RESPONSABILIDAD

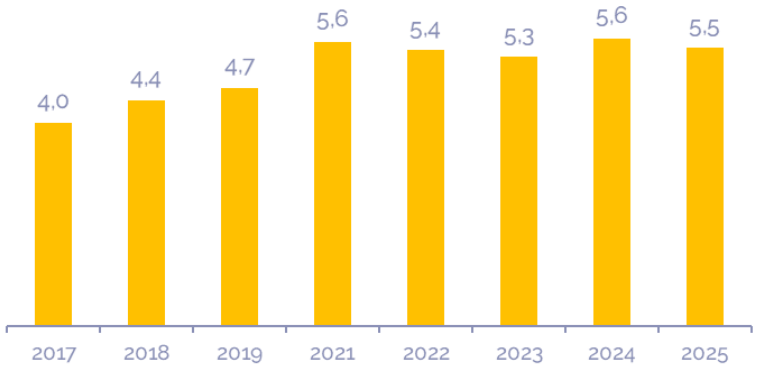
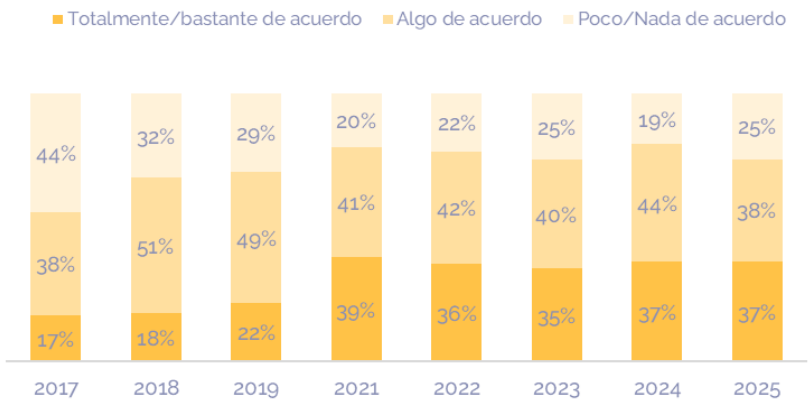


Gráfico 5B
Responsabilidad



RESPONSABILIDAD

A diferencia del resto de indicadores, Responsabilidad ("Empresas respetuosas con la sociedad, sus trabajadores y el medio ambiente, que además participan en acciones solidarias") mantiene su puntuación en 5,5 puntos, solo una décima inferior a los 5,6 puntos registrados en 2024 y muy cerca de ese máximo histórico.

Responsabilidad escala a la segunda posición, compartida con Confianza, como atributo mejor valorado.

Al analizar de forma más detallada las respuestas sobre este atributo, se observa que las opiniones más favorables se mantienen en el 37%, mismo registro que en 2024. La ligera caída del indicador se explica por el incremente de las valoraciones negativas, que pasan del 19% al 25%, cediendo el terreno ganado el año pasado.

EMPRESAS - INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico 6
PROFESIONALIDAD

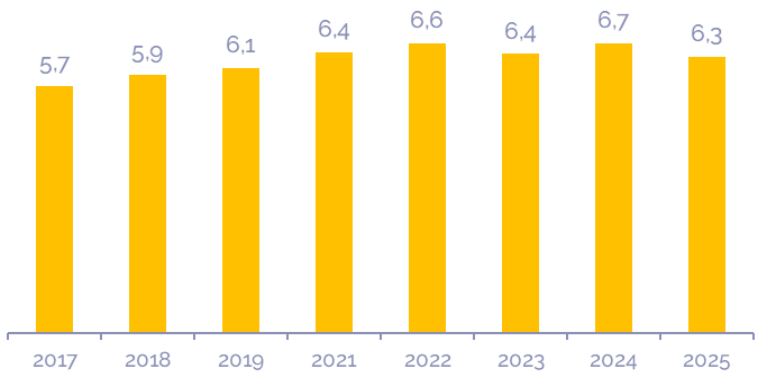
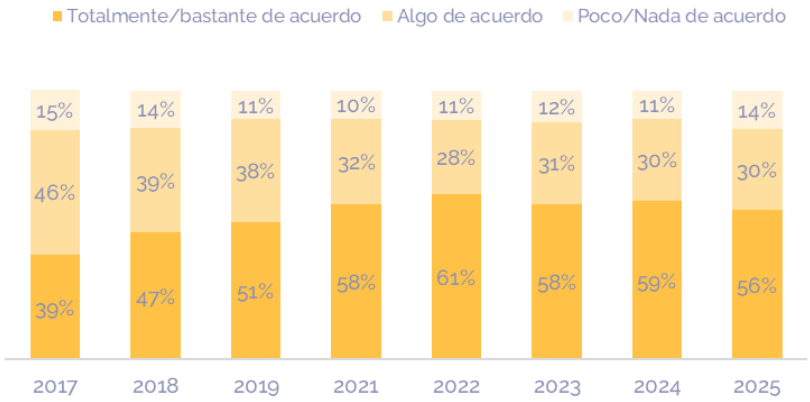


Gráfico 6B
Profesionalidad



PROFESIONALIDAD

Profesionalidad ("Empresas que dominan el servicio que ofrecen y lo ejecutan de manera correcta y eficiente") sigue siendo el atributo líder en valoración, si bien este año, como es la tónica habitual observada en los indicadores anteriores, pierde lo ganado en 2024.

Aún así, mantiene una diferencia holgada de 0,8 puntos con los atributos situados en segunda posición (Confianza y Responsabilidad).

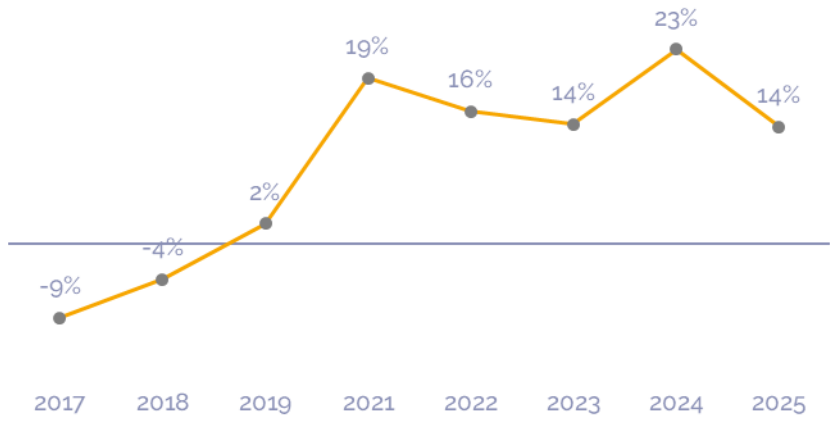
Los buenos registros de este atributo se explican tanto por el elevado porcentaje de respuestas favorables ("Totalmente" o "Bastante de acuerdo" suman el 56% del total) como por el reducido porcentaje de respuestas desfavorables ("Poco" o "Nada de acuerdo" suman solo el 14% del total).

3.2
BALANCE REPUTACIONAL

EMPRESAS - BALANCE REPUTACIONAL

El **Balance Reputacional Global** (la diferencia entre el promedio de las opiniones favorables y desfavorables) refleja lo observado al analizar los indicadores de reputación y retrocede de nuevo al 14%, el mismo registro de 2023 y perdiendo lo ganado en la oleada de 2024.

Gráfico 1C
Balance reputacional GLOBAL



EMPRESAS - BALANCE REPUTACIONAL

Gráfico 2C
Balance reputacional CONFIANZA

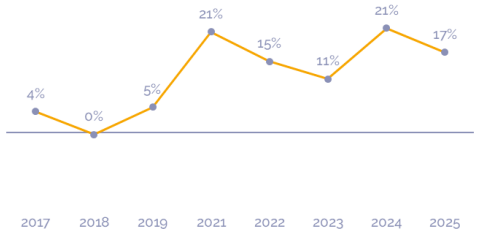


Gráfico 5C
Balance reputacional RESPONSABILIDAD

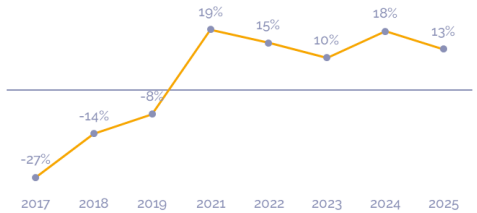


Gráfico 3C
Balance reputacional TRANSPARENCIA

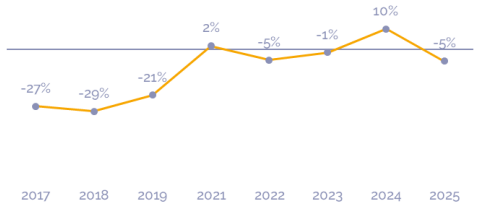


Gráfico 6C
Balance reputacional PROFESIONALIDAD

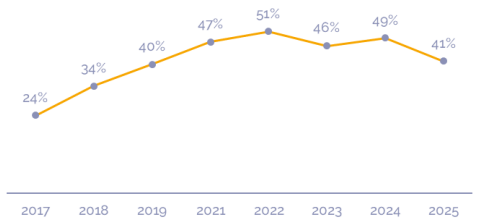
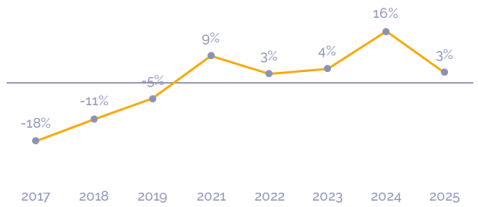


Gráfico 4C
Balance reputacional HONESTIDAD



El diente de sierra que dibuja el Balance Reputación Global es consecuencia de la evolución de los balances de cada uno de los indicadores, como se puede observar en los gráficos de la izquierda.

Confianza, Responsabilidad y, sobre todo, **Profesionalidad** se sitúan claramente en terreno positivo (17%, 13% y 41%, respectivamente), en tanto que **Honestidad** vuelve a los niveles de 2022 y 2023, pero también en terreno positivo (3%).

El atributo peor parado, como viene sucediendo en toda la serie histórica, es **Transparencia**, que vuelve a registrar un valor ligeramente negativo (-5%).

3.3 INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

EMPRESAS - INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico 7
Indicadores por sexos

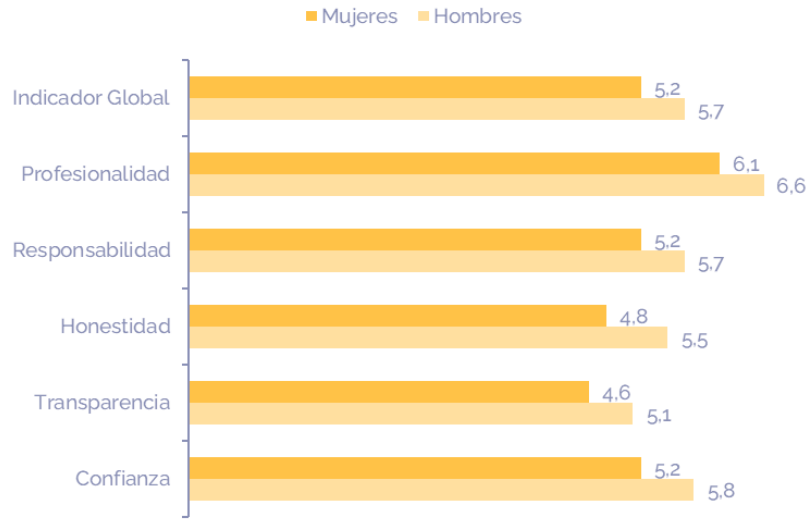
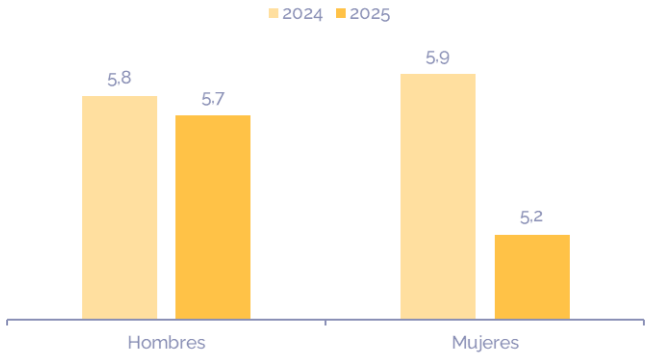


Gráfico 7B
Indicador GLOBAL por sexos



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

Así, en cuanto al **cruce por sexo**, se observa una clarísima diferencia en las puntuaciones otorgadas entre hombres y mujeres, siendo estas una de las causas principales de la reducción de los indicadores de reputación.

En contra de los resultados registrados en anteriores oleadas, en las que apenas había diferencias significativas, ahora las mujeres puntúan entre 5 y 7 décimas por debajo de los hombres, lo que se refleja en el indicador global (5,2 las mujeres y 5,7 los hombres).

De hecho, si comparamos los resultados del Indicador Global en 2024 y 2025 por sexos (gráfico 7b), se aprecia que la valoración de los hombres apenas desciende una décima (de 5,8 a 5,7), en tanto que la de las mujeres desciende siete, pasado de 5,9 en 2024 a 5,2 en 2025.

EMPRESAS - INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico 8
Indicadores por franjas de edad

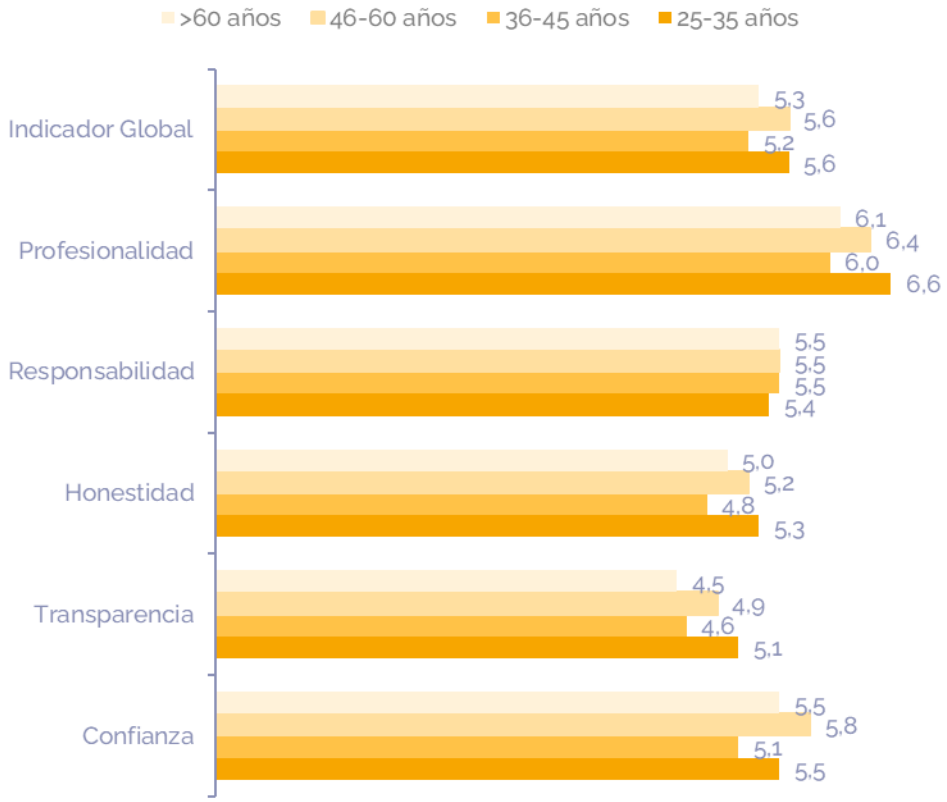
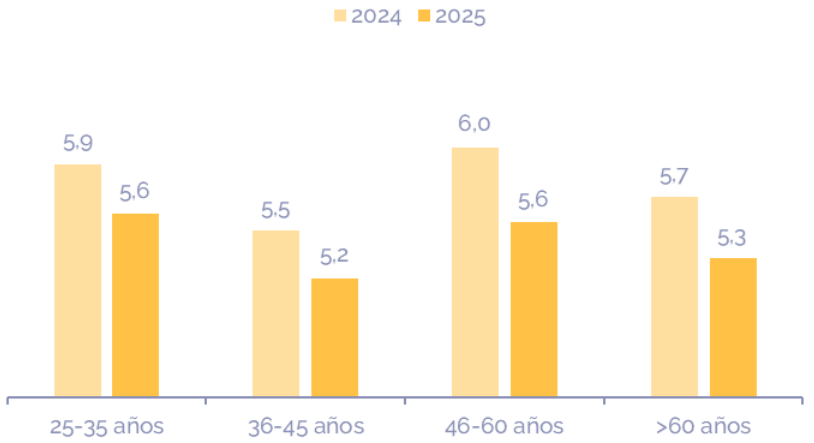


Gráfico 8B
Indicador GLOBAL por franjas de edad



En cuanto al análisis por edades, son los tramos de 25-35 años y de 46-60 años los que registran valoraciones más positivas (gráfico 8), con la excepción del atributo Responsabilidad, que registra resultados muy parejos.

En el gráfico 8B se puede apreciar que la bajada de los indicadores es bastante uniforme en los cuatro tramos en los que se divide la muestra, de entre tres y cuatro décimas, con respecto a 2024.

EMPRESAS - INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico 9
Indicadores según perfil visitante

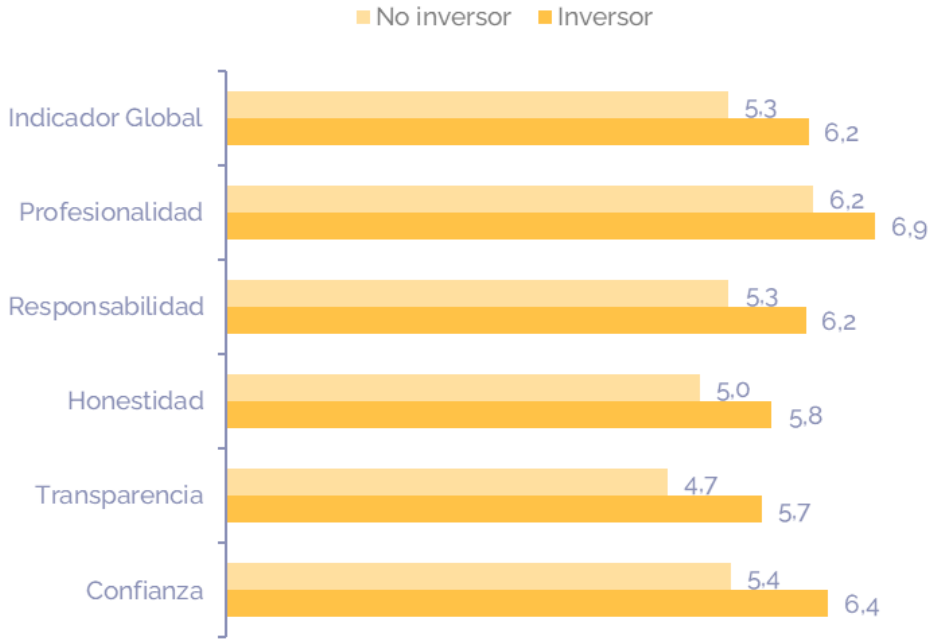
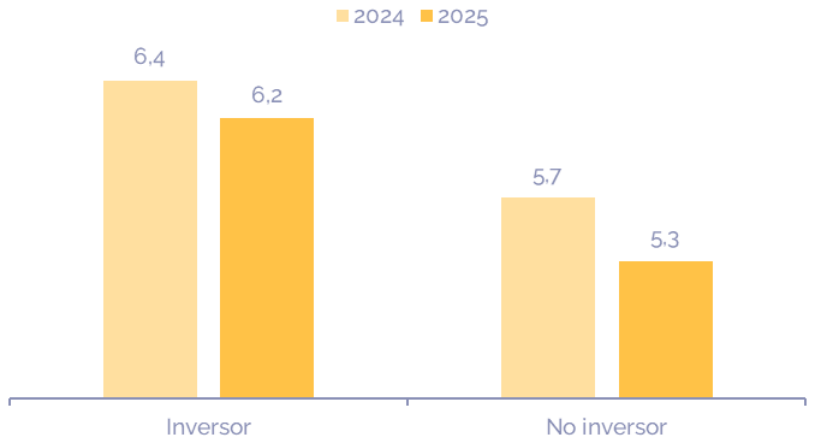


Gráfico 9B
Indicador GLOBAL según perfil visitante



El cruce de resultados en función del **perfil del visitante** vuelve a constatar, como en años anteriores, que **el perfil Inversor tiende a valorar más positivamente a las empresas que el perfil No Inversor**, con una diferencia notable entre unos y otros de entre siete décimas y un punto (gráfico 9).

Además, las valoraciones del perfil Inversor solo caen dos décimas con respecto a 2024, en tanto que las del público No Inversor bajan cuatro (gráfico 9B).

EMPRESAS - INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

En los siguientes seis gráficos (gráficos 10 a 15) se puede observar el indicador de reputación de 2025 de cada uno de los cruces anteriores y cómo se sitúan en relación con la media.

Gráfico 10
Indicadores por sexo, edad y perfil
INDICADOR GLOBAL
Media = 5,5

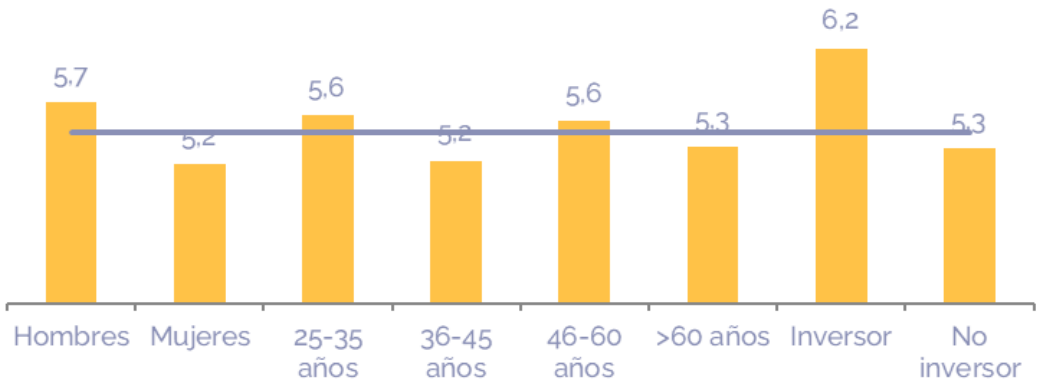
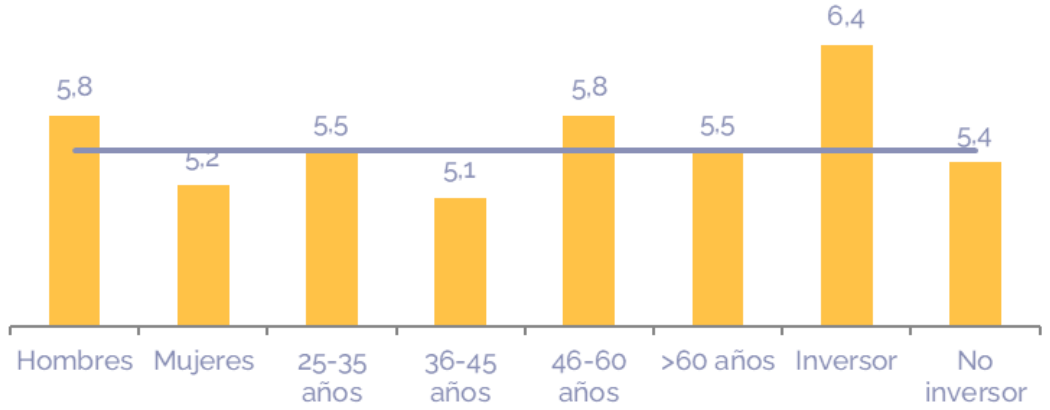


Gráfico 11
Indicadores por sexo, edad y perfil
CONFIANZA
Media = 5,5



EMPRESAS - INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico 12
Indicadores por sexo, edad y perfil
TRANSPARENCIA
Media = 4,8

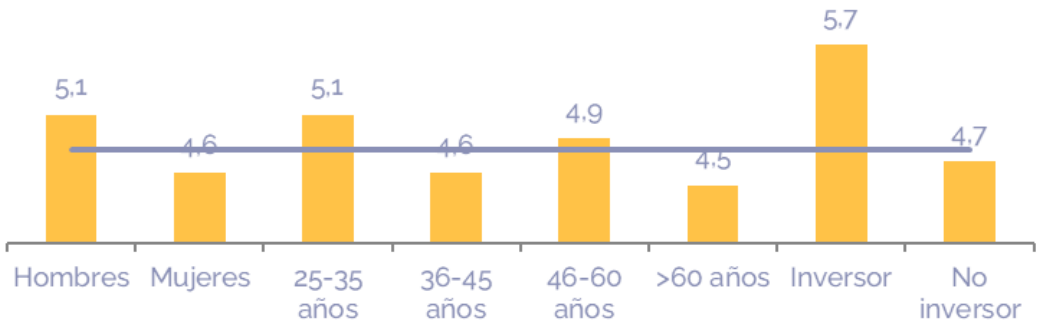
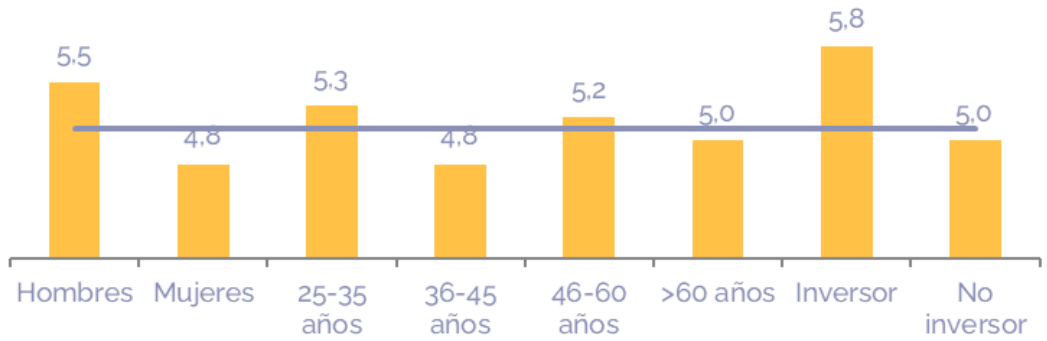


Gráfico 13
Indicadores por sexo, edad y perfil
HONESTIDAD
Media = 5,1



EMPRESAS - INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico 14
Indicadores por sexo, edad y perfil
RESPONSABILIDAD
Media = 5,5

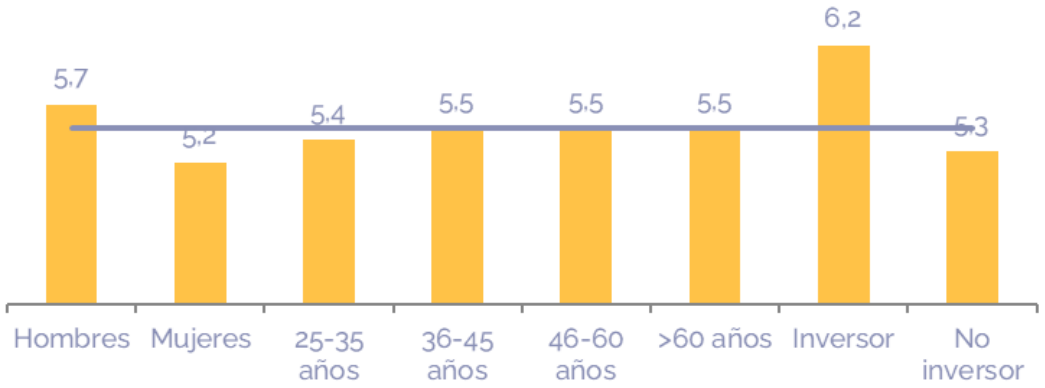
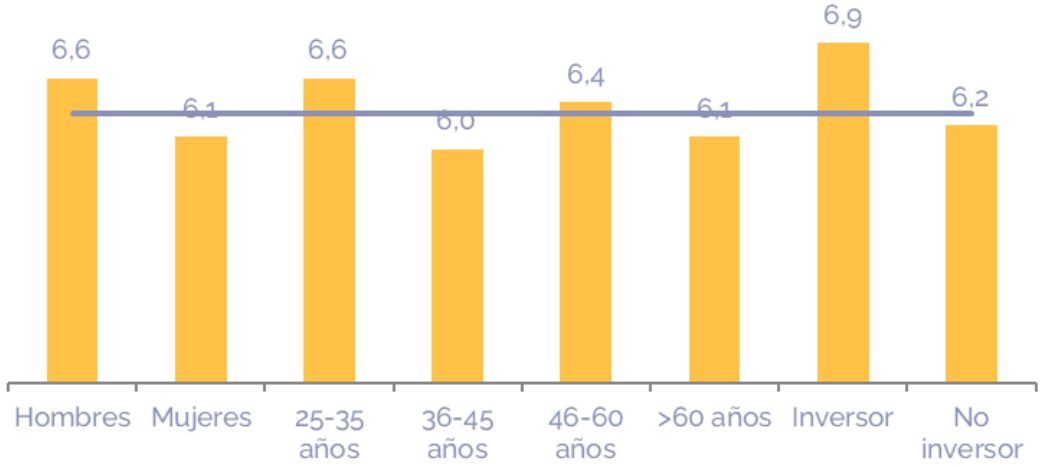


Gráfico 15
Indicadores por sexo, edad y perfil
PROFESIONALIDAD
Media = 6,3



4
LA REPUTACIÓN DE LOS PROFESIONALES

4.1 INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

PROFESIONALES – INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico PR 1
Reputación profesionales
Indicador Global

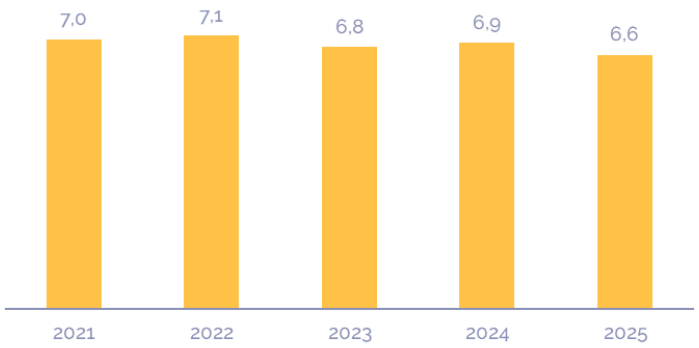
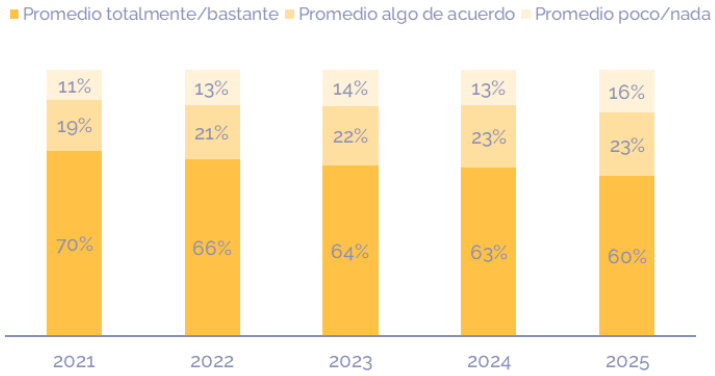


Gráfico PR 1B
Reputación profesionales (% promedio)



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 una leve caída de tres décimas del **Indicador Global** (6,6 sobre 10), en línea con lo ocurrido con los indicadores de las empresas. Cabe señalar, como ya ocurría en ediciones previas de este informe, que el Indicador Global de los Profesionales supera ampliamente al de las empresas (6,6 frente a 5,5), manteniéndose una diferencia entre ambos de 1,1 puntos.

El gráfico PR 1B, con los porcentajes favorables, neutros y desfavorables, es coherente con la estabilidad que se pone de manifiesto en el Indicador Global en las cinco ediciones analizadas, si bien en esta ocasión refleja una ligera variación en las opiniones favorables (60% frente a 63% en 2024) y en las desfavorables (16% frente a 13% en 2024).

PROFESIONALES – INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

INDICADORES POR ATRIBUTOS

En el análisis de cada atributo se observa, en general, la misma tendencia a la baja que en el Indicador Global y en línea con el resto de los resultados del informe de este año.

No obstante, cabe distinguir entre dos grupos de atributos en función de las valoraciones obtenidas. Por un lado, aquellos que superan los 7 puntos o se sitúan muy cerca de esa cifra: **Profesionalidad (7,1), Confianza (6,8), Amabilidad y empatía (7,3) y Colaboración (7,2).** Por otro, los que se quedan con valoraciones en torno a los seis puntos: **Información Completa (6,0), Claridad (6,1) y Transparencia (6,0).**

Por otro lado, como ocurre al comparar el Indicador Global 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** (7,1 frente a 6,3)
- **Confianza** (6,8 frente a 5,5)
- **Transparencia** (6,0 frente a 4,8)

En el ranking de atributos referidos a profesionales, **Transparencia** queda relegada a la última posición (junto con Información completa). 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 (Gráficos PR 2B a PR 8B) son coherentes con la estabilidad que se pone de manifiesto en los indicadores de cada atributo, reflejando, no obstante, un descenso moderado de las opiniones favorables de entre 3 y 4 puntos porcentuales, con la excepción de Información Clara, que desciende 6 puntos porcentuales.

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

PROFESIONALES – INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico PR 2
Reputación profesionales
Profesionalidad

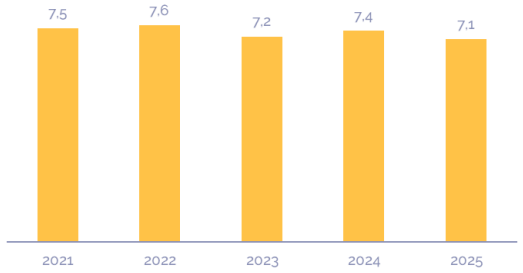


Gráfico PR 3
Reputación profesionales
Confianza

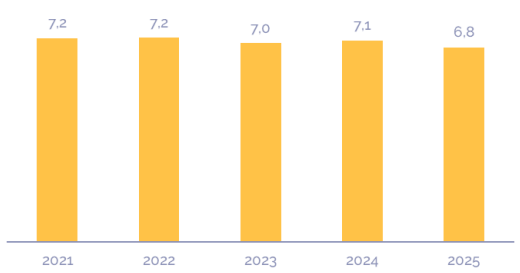


Gráfico PR 4
Reputación profesionales
Amabilidad y empatía

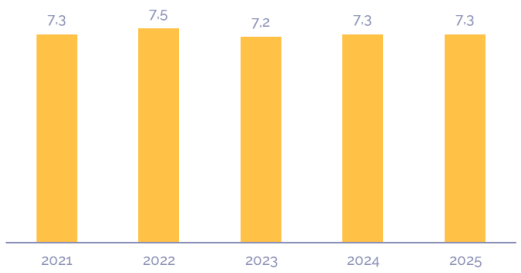


Gráfico PR 5
Reputación profesionales
Colaboración

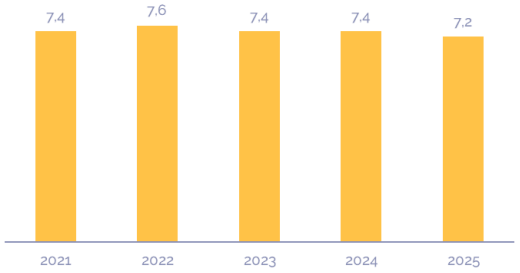


Gráfico PR 6
Reputación profesionales
Información completa

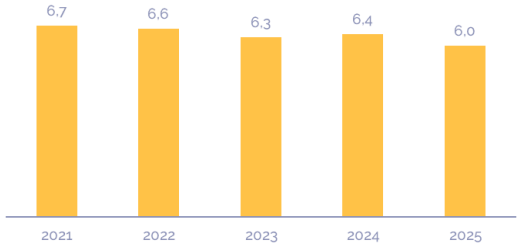


Gráfico PR 7
Reputación profesionales
Claridad

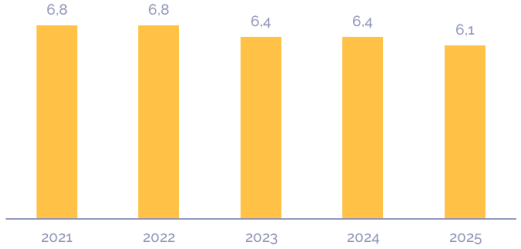
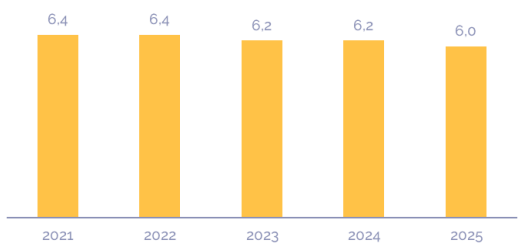


Gráfico PR 8
Reputación profesionales
Transparencia



LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

PROFESIONALES – INDICADOR GLOBAL Y POR ATRIBUTOS

Gráfico PR 2B
Reputación profesionales
Profesionalidad

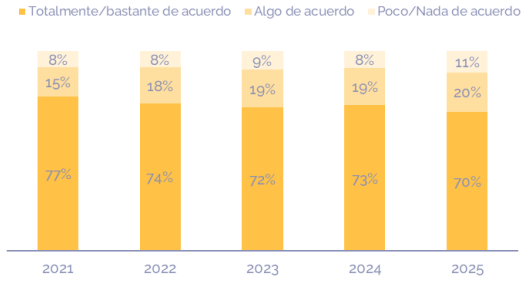


Gráfico PR 3B
Reputación profesionales
Confianza

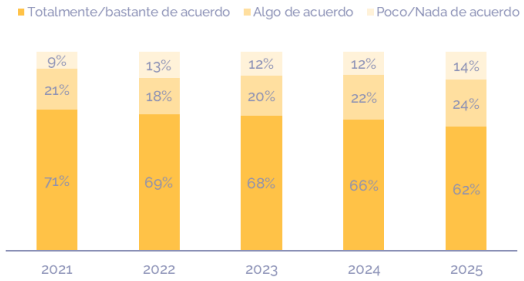


Gráfico PR 4B
Reputación profesionales
Amabilidad y empatía

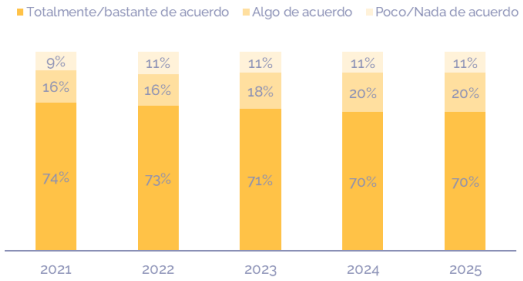


Gráfico PR 5B
Reputación profesionales
Colaboración

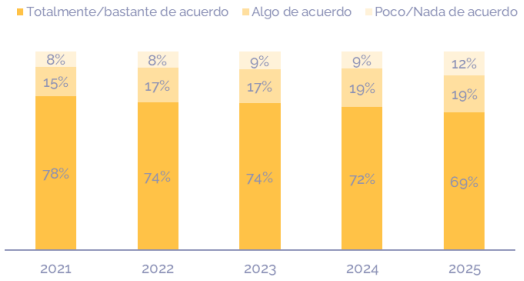


Gráfico PR 8B
Reputación profesionales
Transparencia

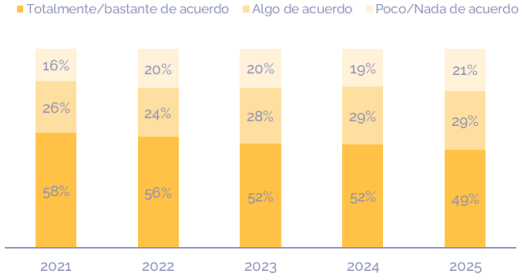


Gráfico PR 6B
Reputación profesionales
Información completa

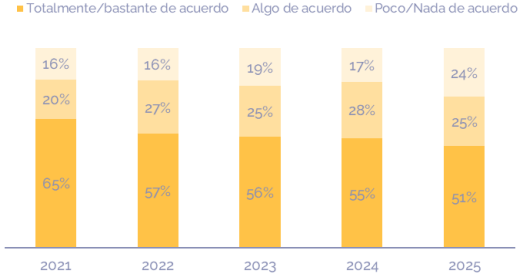
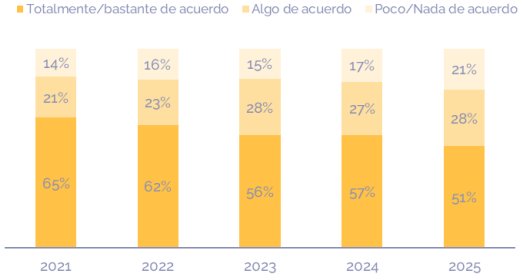


Gráfico PR 7B
Reputación profesionales
Claridad



4.2
BALANCE REPUTACIONAL

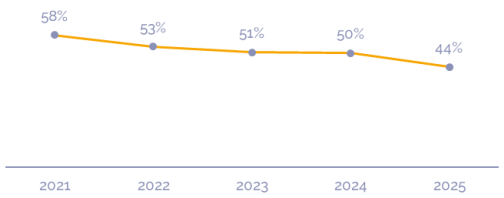
LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

PROFESIONALES – BALANCE REPUTACIONAL

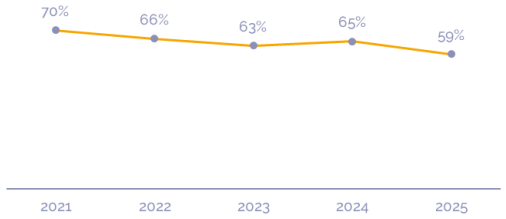
El **Balance Reputacional Global** de los profesionales (la diferencia entre el promedio de las opiniones favorables y el promedio de las desfavorables) se mantiene claramente en terreno positivo, si bien acusa el ligero descenso que ya hemos visto al analizar los indicadores. No obstante, el resultado a nivel global (44%, gráfico PR 1C) se encuentra muy por encima del Balance Global de las empresas (14%).

Por su parte, el **Balance Reputacional de cada atributo** se reduce entre cinco y seis puntos, salvo en el caso de **Amabilidad y Empatía,** que se mantiene estable, y de **Información Completa** y **Claridad**, que bajan 11 y 10 puntos, respectivamente.

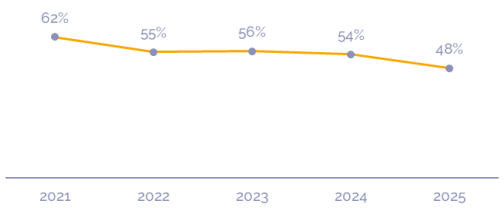
Gráfiico PR 1C
Balance reputacional Profesionales



Gráfiico PR 2C
Balance reputacional profesionales
Profesionalidad



Gráfiico PR 3C
Balance reputacional profesionales
Confianza



Gráfiico PR 4C
Balance reputacional profesionales
Amabilidad y empatía

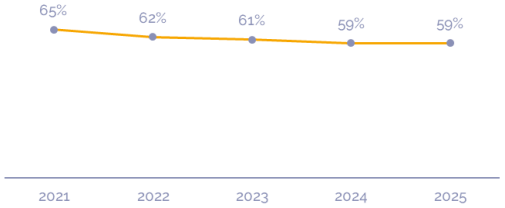
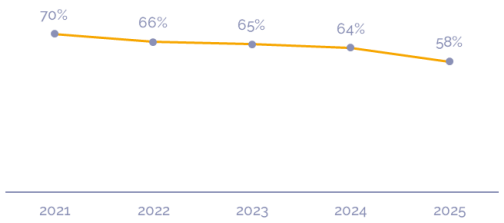
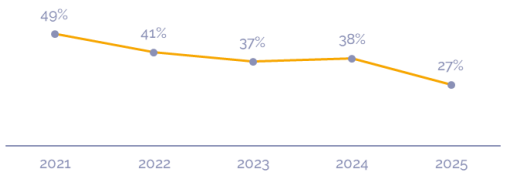


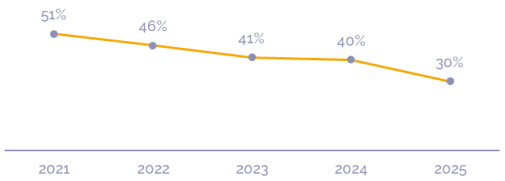
Gráfico PR 5C
Balance reputacional profesionales
Colaboración



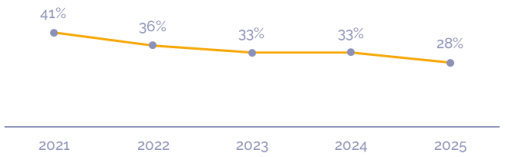
Gráfiico PR 6C
Balance reputacional profesionales
información completa



Gráfiico PR 7C
Balance reputacional profesionales
Claridad



Gráfiico PR 8C
Balance reputacional profesionales
Transparencia



4.3 INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

PROFESIONALES – INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico PR 9
indicadores por sexo

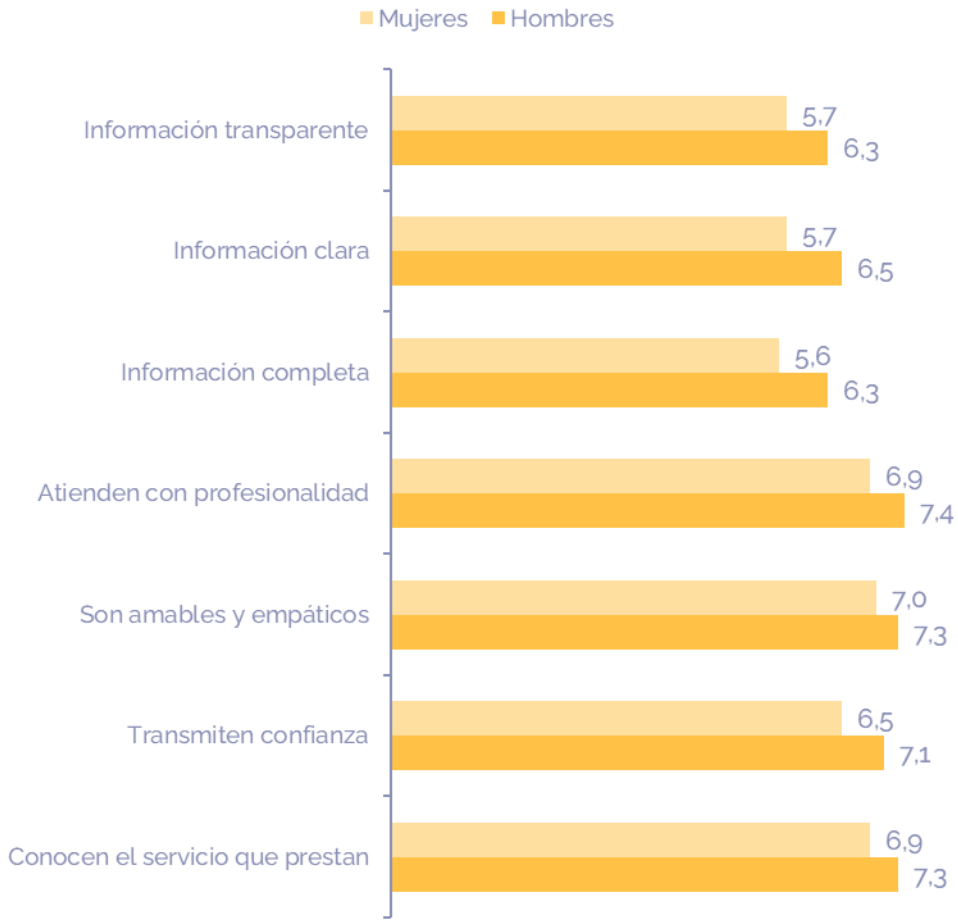
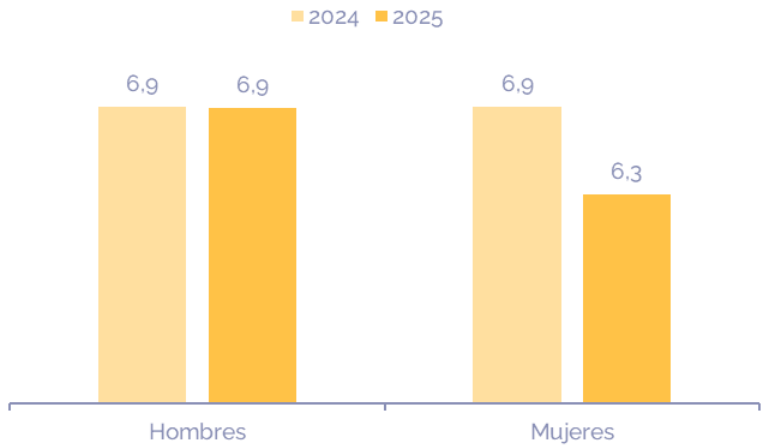


Gráfico PR 9B
indicador Global por sexo



Al igual que cuando analizábamos la reputación de las empresas, la evaluación de los profesionales arroja resultados diferentes entre hombres y mujeres, algo que no ocurría en ediciones anteriores.

Las diferencias oscilan entre las tres y las ocho décimas (gráfico PR 9), lo que se traduce en un indicador global seis décimas por debajo del de los hombres (6,9 frente a 6,3) como se puede ver en el gráfico PR 9B.

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

PROFESIONALES – INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico PR 10
Indicadores por tramos de edad

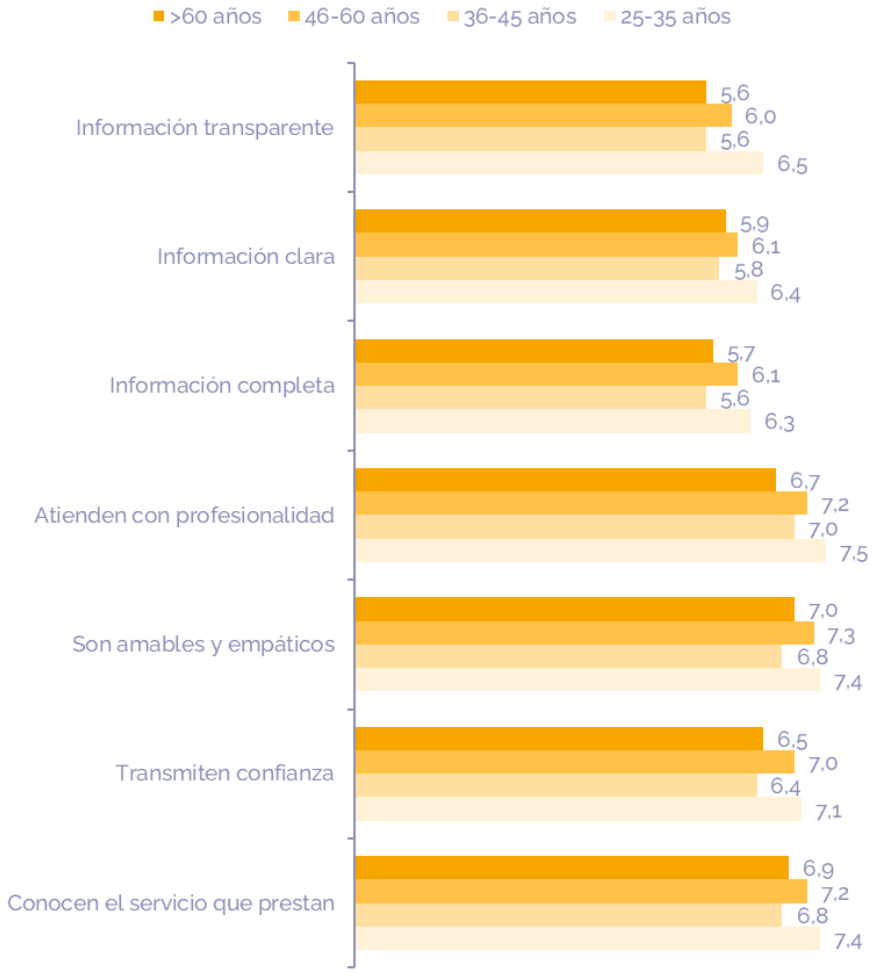
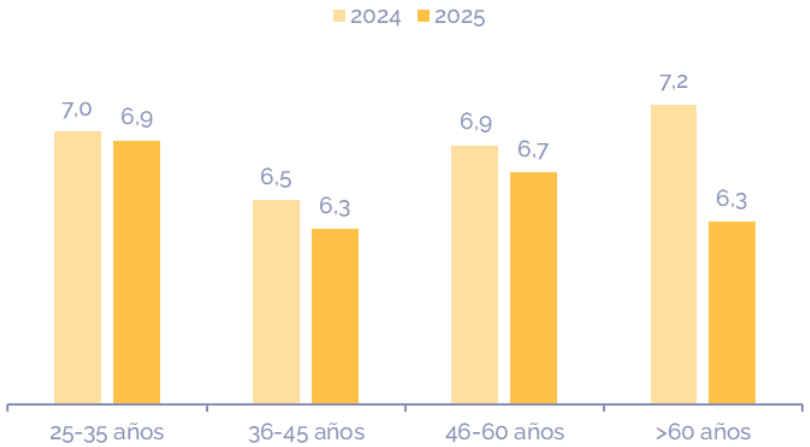


Gráfico PR 10B
Indicador Global por tramos de edad



En el análisis por franjas de edad se encuentra una segunda explicación a la bajada de los datos de reputación de los profesionales, donde vemos que las franjas de 36-45 años y >60 años arrojan una puntuación de 6,3 puntos, por debajo del dato del Indicador Global (6,6).

Es muy llamativo, en concreto, que el tramo de mayor edad (“>60 años”) reduzca de 7,2 en 2024 a 6,3 en 2025 su indicador global de reputación de los profesionales. En el resto de los tramos de edad las diferencias son de tan solo una o dos décimas.

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

PROFESIONALES – INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico PR 11
Indicadores por perfil

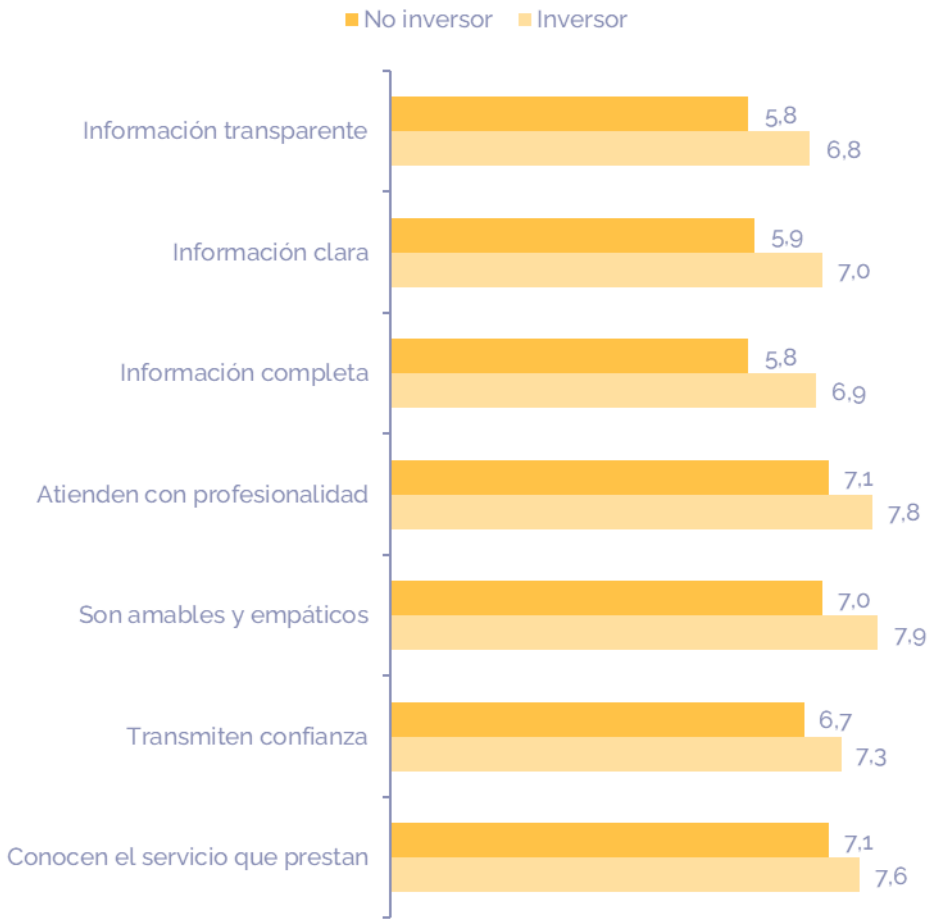
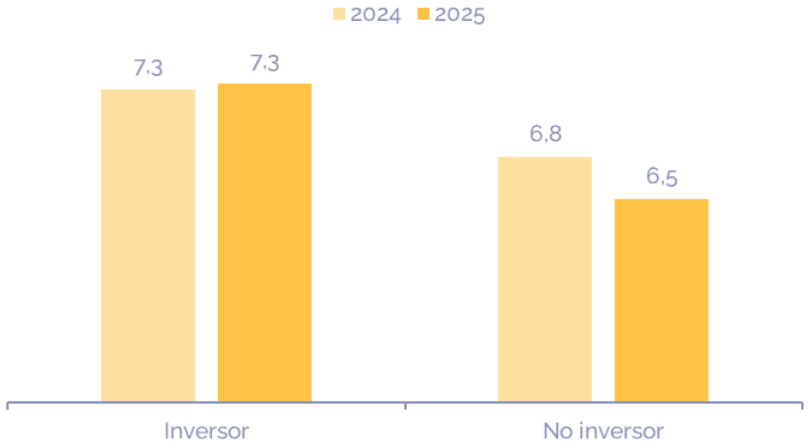


Gráfico PR 11B
Indicador Global por perfil



El cruce por el perfil del visitante también explica la evolución de los indicadores de reputación de los profesionales.

Además de que se repite el hecho de que los "No inversores" penalizan más en sus puntuaciones, llama la atención que es en este segmento de encuestados donde se produce una bajada con respecto al año anterior que repercute decisivamente en el indicador global.

LA REPUTACIÓN DE LAS EMPRESAS PROMOTORAS

PROFESIONALES – INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

En los siguientes ocho gráficos (gráficos PR 12 a PR 19) se puede observar el indicador de reputación de 2025 de cada uno de los cruces anteriores y cómo se sitúa en relación con la media.

Gráfico PR 12
Indicadores por sexo, edad y perfil
INDICADOR GLOBAL
Media = 6,6

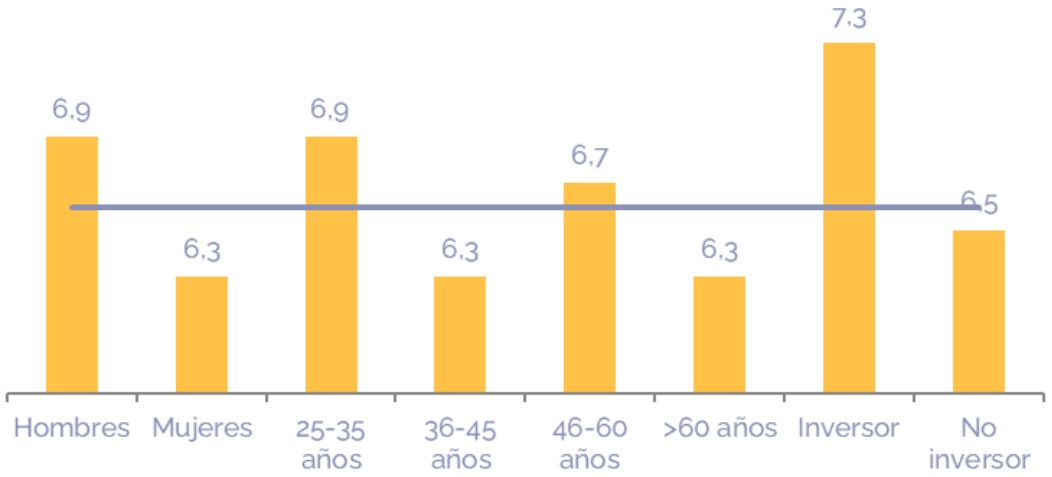
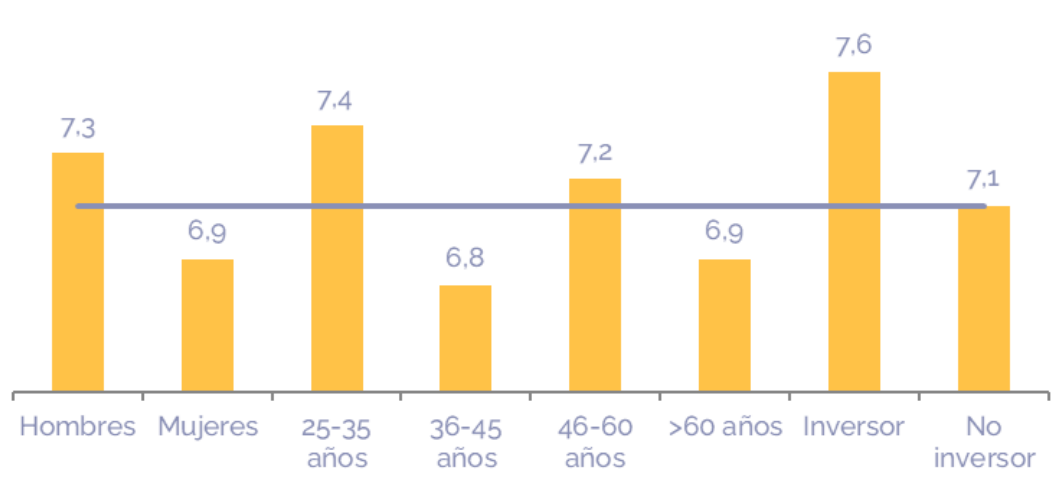


Gráfico PR 13
Indicadores por sexo, edad y perfil
Profesionalidad
Media = 7,1



PROFESIONALES – INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico PR 14
Indicadores por sexo, edad y perfil
Confianza
Media = 6,8

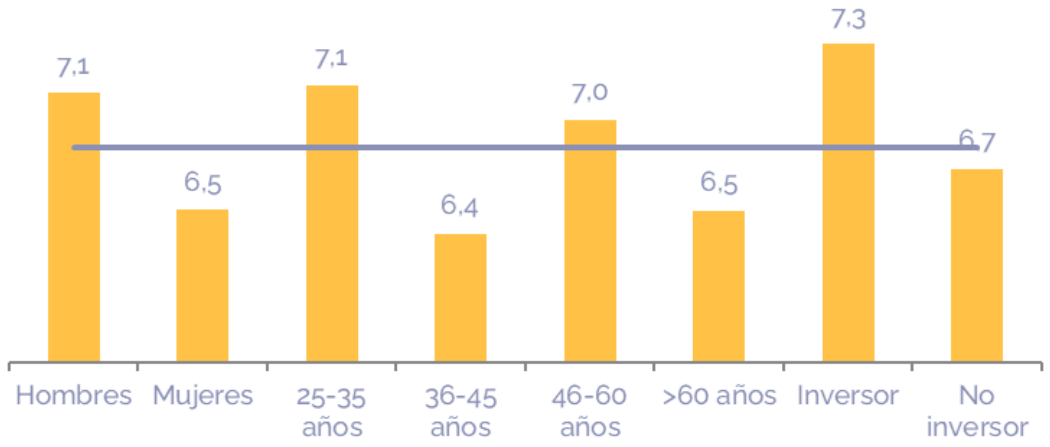
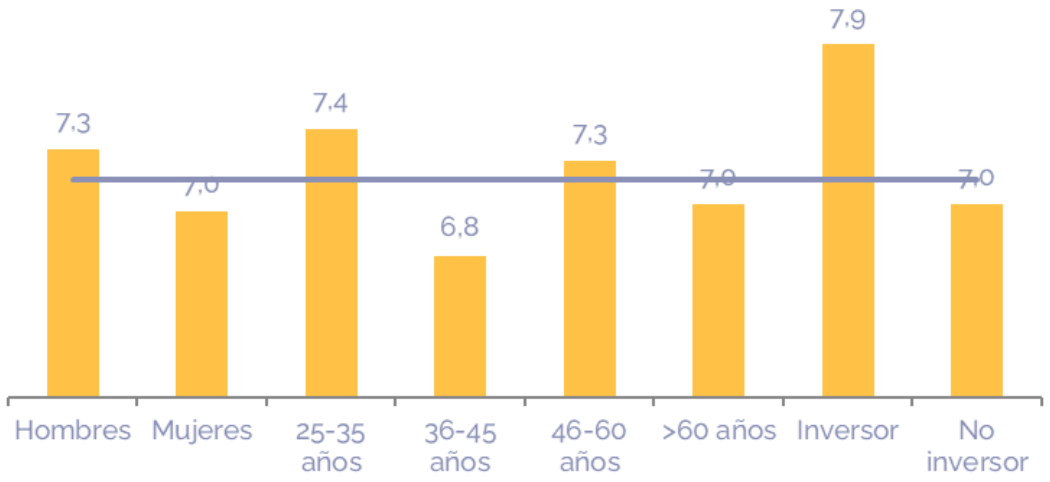


Gráfico PR 15
Indicadores por sexo, edad y perfil
Amabilidad y empatía
Media = 7,2



PROFESIONALES – INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico PR 16
Indicadores por sexo, edad y perfil
Colaboración
Media = 7,2

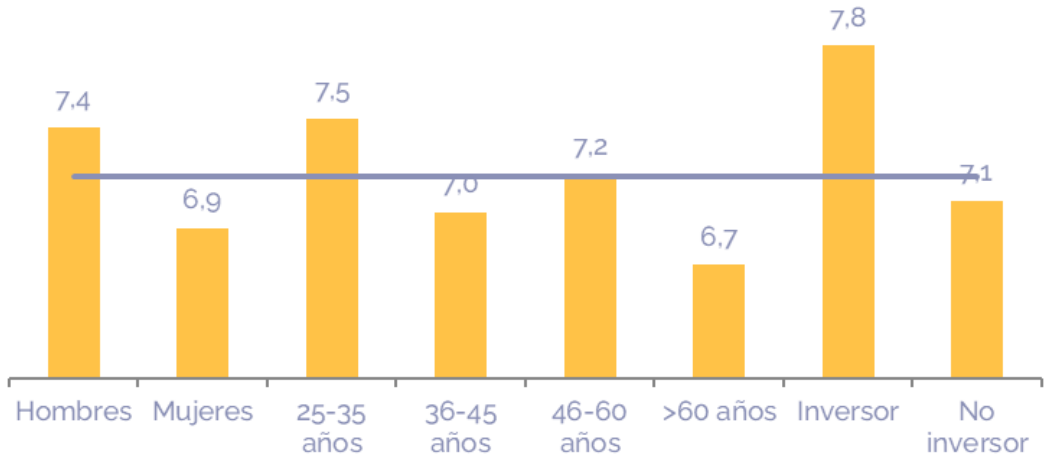
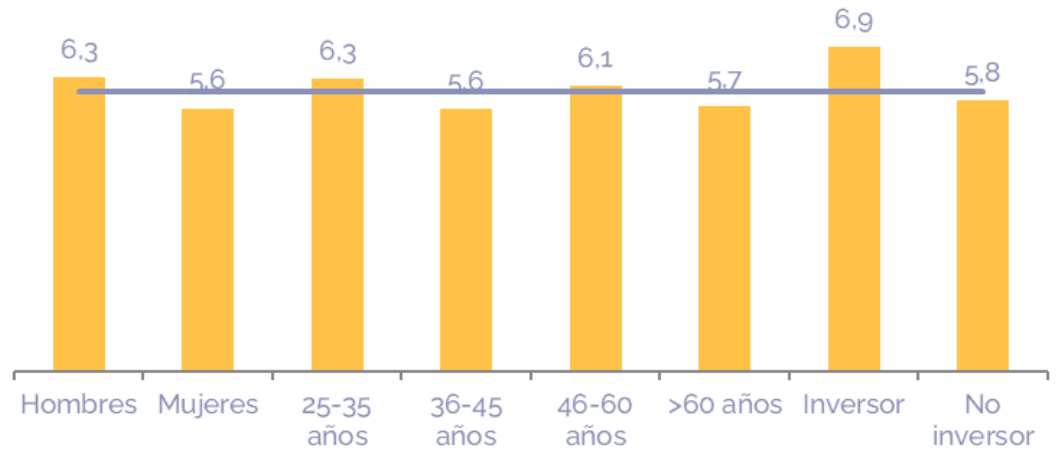


Gráfico PR 17
Indicadores por sexo, edad y perfil
información completa
Media = 6,0



PROFESIONALES – INDICADORES POR SEXO, EDAD Y PERFIL

Gráfico PR 18
Indicadores por sexo, edad y perfil
Claridad
Media = 6,1

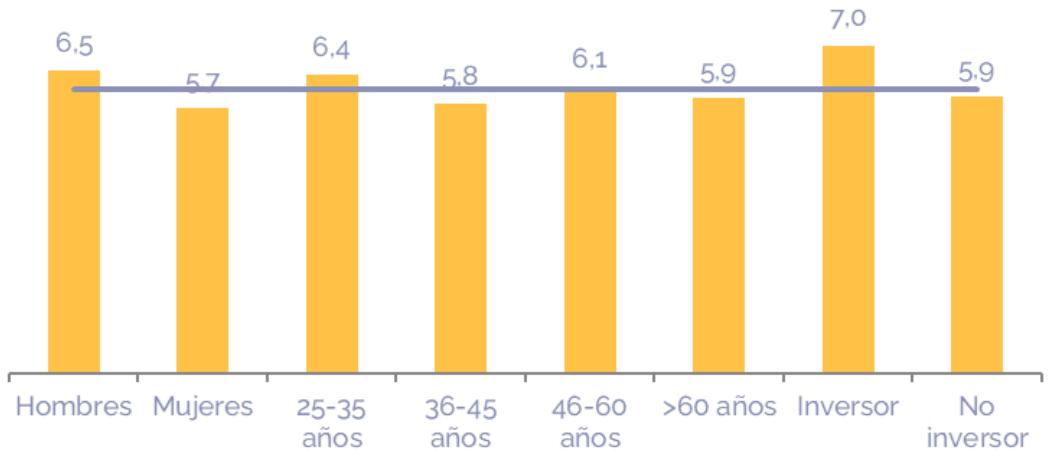


Gráfico PR 19
Indicadores por sexo, edad y perfil
Transparencia
Media = 6,0

