PROVIDENT TITLE COMPANY

AUMENTA EL PORCENTAJE DE TRANSACCIONES DE COMPRA MILLENNIAL

SOURCE: https://www.thetitlereport.com/Articles/Percentage-of-millennial-purchase-transactions-inc-80338.aspx

Por segundo mes consecutivo, el porcentaje de préstamos de compra cerrados por los millennials aumentó, según el último Ellie Mae Millennial Tracker.

Ellie Mae dijo que la participación de compra del 56 por ciento entre los millennials en junio aumentó un 9 por ciento con respecto al mes anterior y marca la participación de compra más alta desde marzo de 2020.

"Los millennials representan la mayor oportunidad en el mercado de la vivienda hoy", dijo el director de operaciones de Ellie Mae, Joe Tyrrell, en un comunicado. “Según los datos del censo de EE. UU., Habrá más de 4 millones de millennials que alcanzarán la edad de 29 a 30, cada año durante los próximos años. Eso es importante, porque nuestros datos muestran que es la edad promedio en que los millennials ingresan al mercado de la compra de vivienda ".

Ellie Mae dijo que los millennials fueron responsables de más préstamos de compra cerrados que cualquier otra generación durante el segundo trimestre.

“Los millennials están emergiendo como una fuerza dominante en relación con el impulso del mercado de compras en los próximos años”, dijo Tyrrell. “Nuestros datos indican que, si bien actualmente estamos viendo un repunte en la actividad de compra de los millennials, el verdadero auge recién está comenzando. Esperamos que su entrada en el mercado, a medida que alcancen la edad de compra de vivienda principal, impulsará las transacciones de compra en 2021, 2022 y 2023 ".

Durante junio, el tiempo promedio para cerrar todos los préstamos aumentó de 43 días en mayo a 45 días en junio. Ellie Mae dijo que el tiempo de cierre por refinanciamiento aumentó cinco días, de 44 a 49 días.

“Con cada día que pasa, se hace más evidente cuán crítica es la tecnología hipotecaria digital para los prestamistas en este momento”, dijo Tyrrell. "Las capacidades como las aplicaciones en línea, las actualizaciones automáticas y el cierre electrónico ofrecen a los clientes millennials las experiencias digitales fluidas que esperan mientras liberan tiempo para la interacción humana necesaria para responder preguntas o inquietudes que puedan tener mientras navegan por el proceso de compra de vivienda por primera vez".