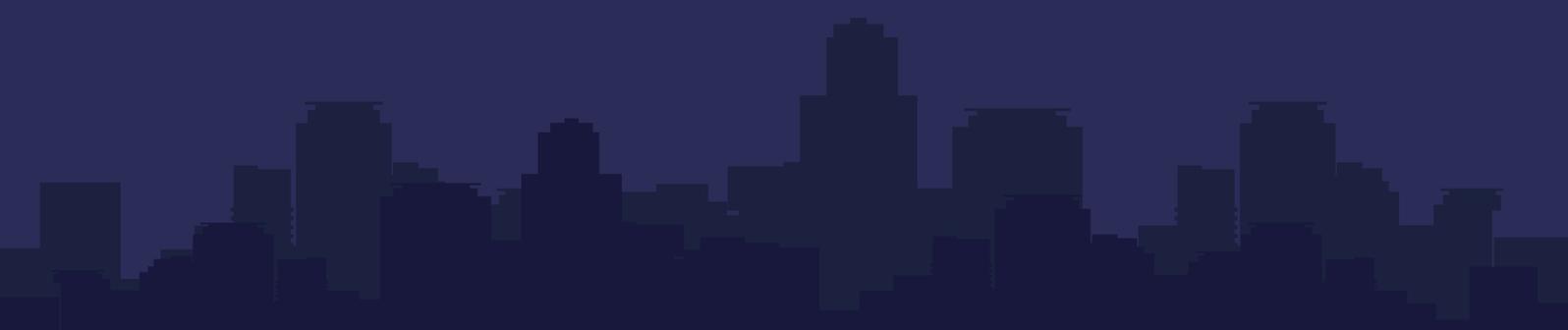


Experiencia
de **compra**
y venta de
vivienda en
el último año



fotocasa

Indice

01	Prólogo	03
02	Contexto y perfil sociodemográfico	04
03	Uso al que se destina la vivienda	08
04	Motivos de la compra o venta de vivienda	11
05	Características de la vivienda	13
06	Proceso de compra y venta	17
07	¿Cuántos perfiles de compradores hay en el mercado?	20
08	Presupuesto	24
09	Motivos de comprar versus alquilar	29
10	Visión de los precios y su futuro	32
11	Conclusiones	34
12	Metodología	35

01

Prólogo

Hay prácticamente unanimidad en que 2017 ha sido el año de la recuperación. El sector inmobiliario ha dado claras señales de buena salud y se han despejado gran parte de los nubarrones que aún acechaban a este mercado después del fuerte ajuste que ha sufrido durante ocho años. Y esto ha sido posible gracias a que, por fin, las piezas del puzzle han encajado: la mejora económica, del empleo, las altas rentabilidades que ofrece el alquiler en un contexto de bajos tipos de interés y la consolidación de la financiación, han hecho que el mercado registre niveles de actividad que contrastan con los números rojos a los que nos tenía acostumbrados hasta hace poco.

En un año tan crucial para el sector, fotocasa ha lanzado un ambicioso plan de investigación del mercado de la vivienda, un análisis de 360 grados, en el que se engloba este informe *Experiencia de compra y venta de vivienda en el último año*. Una publicación que da continuidad al análisis *Radiografía del mercado de la vivienda 2016-2017*, del pasado mes de mayo, y al que le seguirá otro informe de similar calado sobre el alquiler en un intento por comprender más y mejor hacia dónde se mueve este sector clave para la economía y nuestro futuro como país.

El principal valor de este informe, y lo que le diferencia de otros estudios del sector, radica en la metodología con la que ha sido realizado y que la información que aporta se focaliza en la demanda y oferta de vivienda del ciudadano de a pie, del comprador y vendedor particular. Quién ha comprado y vendido vivienda en nuestro país en el último año, por qué, para qué, cuáles son los factores que más pesan a la hora de realizar una inversión tan elevada, con qué dificultades se encuentran, etc.. son algunas de las preguntas a las que responde *Experiencia de compra y venta de vivienda en el último año*.

Los estudios de fotocasa son una pieza fundamental para detectar los cambios y tendencias del mercado. Y en este sentido, en esta edición del informe *Experiencia de compra y venta de vivienda en el último año* se observa el protagonismo que adquiere la compra como inversión entre los particulares, casi igualada con la adquisición de vivienda como segunda residencia. ¿La razón? La fuerza del mercado del alquiler. Un 85% de los particulares que compraron para invertir aseguran que destinarán esa vivienda al alquiler, en busca de las altas rentabilidades que ofrece este mercado.

Una tendencia que también se observa entre quienes compraron como segunda residencia, donde casi un 40% de los compradores piensa poner dicha vivienda en alquiler por cortos periodos de tiempo y un 7% en alquiler de larga duración. Y entre los vendedores, la rentabilidad del alquiler es uno de los principales motivos por los que tenían arrendada dicha vivienda antes de ponerla en venta.

Esta estrecha relación entre el mercado de la compraventa y el alquiler que pone en evidencia este informe también la detectamos mes a mes a través de los datos de precios del Índice Inmobiliario fotocasa de venta y alquiler. El precio de los arrendamientos se mueve a un ritmo interanual del 10% y el de la compraventa de vivienda de segunda mano al 5%, que se eleva al 10 y 20% en determinados distritos de grandes ciudades como Madrid y Barcelona, los dos grandes polos de la inversión inmobiliaria.

Beatriz Toribio
Directora de Estudios y Asuntos Públicos

02

Contexto y perfil
sociodemográfico

Tal y como se vio en el informe **"Radiografía del mercado de la vivienda"**, presentado por fotocasa el pasado mes de mayo, un 10% de la población española mayor de 18 años, ha estado activa en el mercado de la compra y un 6% lo ha hecho en el de la venta.

ACCIONES DE LOS
ÚLTIMOS 12 MESES

4% Ha comprado vivienda

2% Ha vendido vivienda

6% Ha buscado vivienda para comprar (no lo ha conseguido)

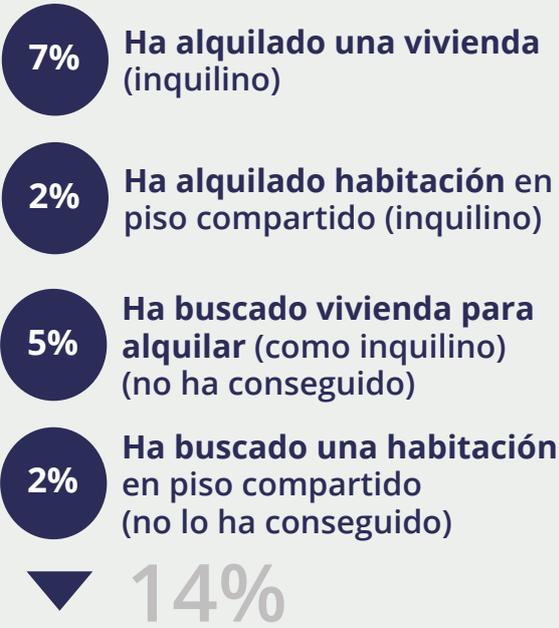
4% Ha tratado de vender vivienda (no lo ha conseguido)

▼ 10%

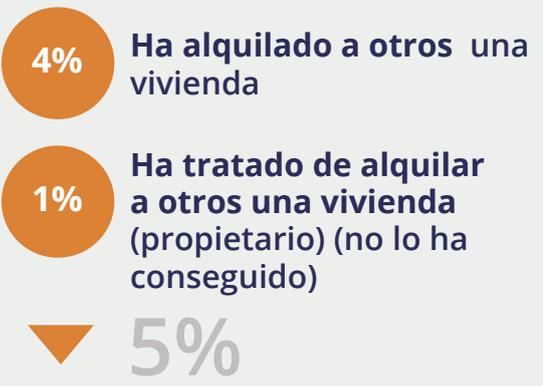
▼ 6%

Población española de 18 a 70 años

BASE: 5.027



Ha alquilado o ha tratado de alquilar vivienda para vivir

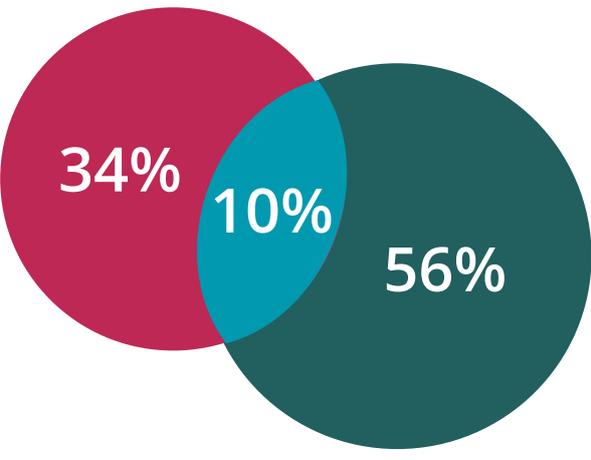


Ha alquilado o ha tratado de alquilar una vivienda a otros

Población española de 18 a 70 años
BASE: 5.027



Ha realizado alguna acción relacionada con el mercado de la vivienda



- 34% del mercado de la compra / venta particular está relacionado exclusivamente con la venta de vivienda
- 10% ha participado en ambos mercados
- 56% del mercado de la compra / venta particular está relacionado exclusivamente con la compra

Así, al igual que pasa en el cómputo global del mercado inmobiliario, en el de la compra y venta de vivienda se ve claramente que existen sinergias destacables:



De entre quienes tuvieron relación con el mercado de la compraventa el año pasado, un 56% lo hizo exclusivamente con la compra de vivienda frente a un 34% que solo participó en la venta.

Si se analizan los datos por comunidades autónomas se observa que el mercado de la compra tiene un peso notable en la Comunidad de Madrid, con un 25% de los compradores a nivel nacional en el último año, seguida de Cataluña, con un 18% del total y Andalucía, con un 14% del total.

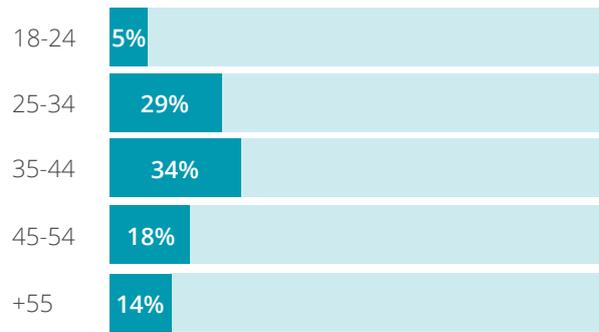
Por el lado de la oferta particular, Cataluña y Andalucía ocupan la primera posición con un 18%, seguidas de la Comunidad de Madrid con un 16%.

Respecto al perfil sociodemográfico, entre **los compradores** se observa un equilibrio a nivel de género.

En cuanto a la edad, predominan los individuos de **25 a 44 años (63%) de clase media (48%) y media-alta (27%)**.

La mayoría de los compradores viven en pareja (74%) y un 43% de hecho vive con la pareja y sus hijos.

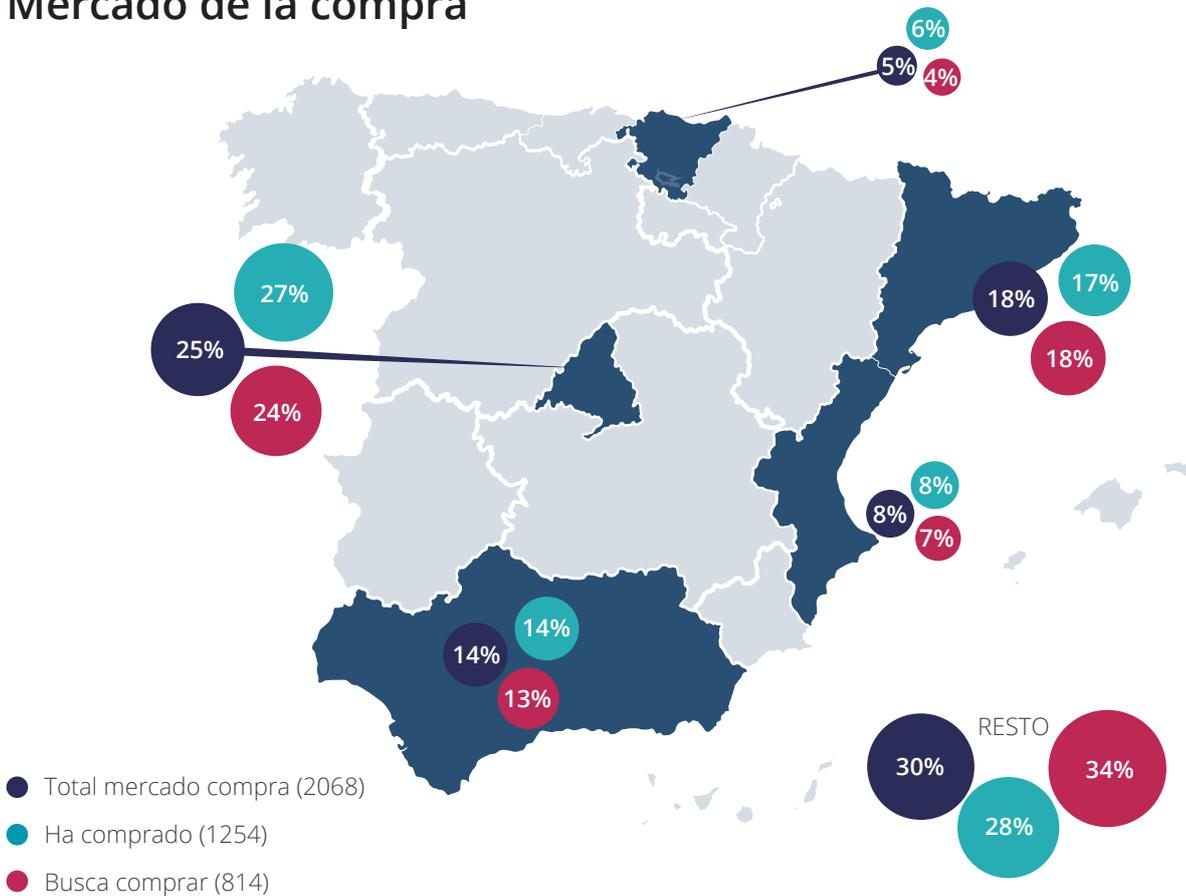
Edad Mercado Compra



MEDIA: 41 años

Base Total Mercado compra (2068)

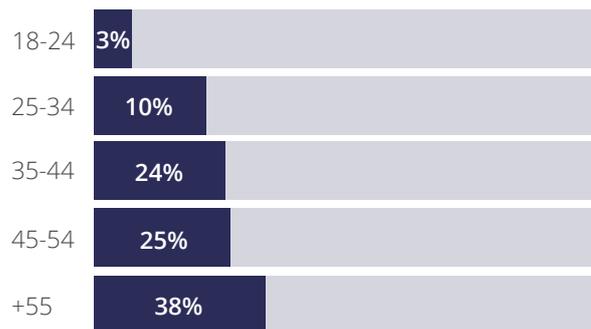
Mercado de la compra



Por su parte, **los vendedores** presentan un perfil algo más senior, con la mayoría de individuos a partir de los 45 años (63%).

Son de clase social media (43%) y media-alta (24%) y viven mayoritariamente en pareja (75%) y un 52% tienen hijos a su cargo.

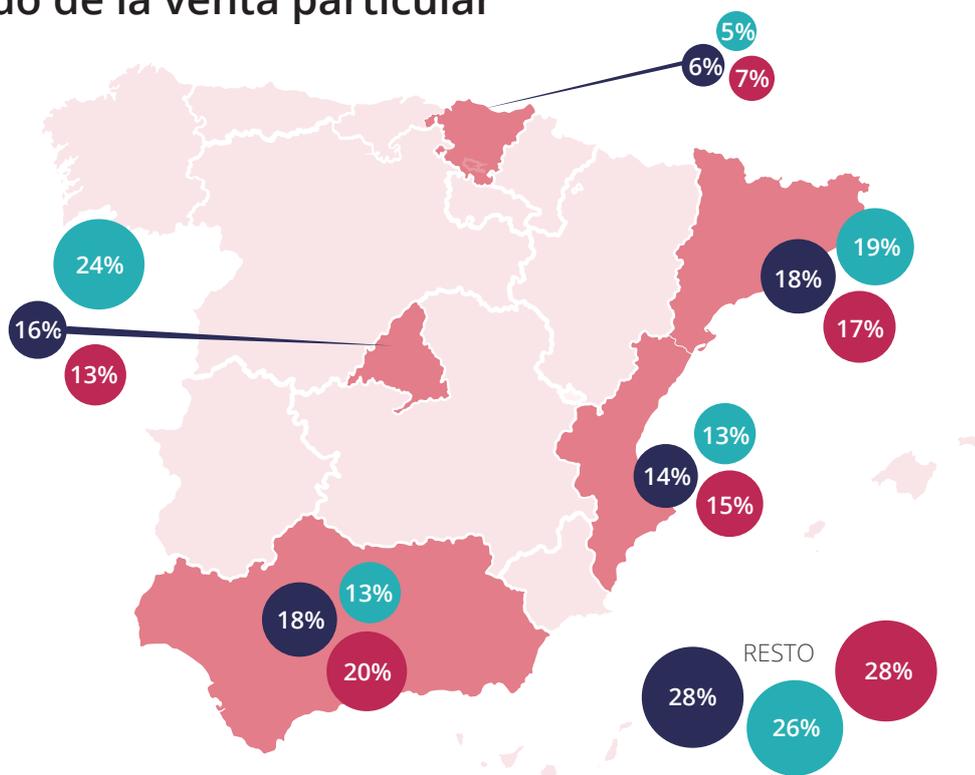
Edad Mercado Venta



MEDIA: 49 años

Base Total Mercado venta particular (1053)

Mercado de la venta particular



● Total mercado venta particular (1053)

● Ha vendido (497)

● Busca vender (556)

14%

de la población estuvo involucrada en el mercado de la compraventa particular en el último año.

10%

de los que participaron en el mercado de la compraventa, estuvieron activos en las dos facetas: es decir comprando y vendiendo.

03

Uso al que se destina la vivienda

La mayoría de las personas involucradas en el mercado de compra en el último año tenían como objetivo la compra de una vivienda para utilizar como residencia habitual (75%).

Aunque cabe destacar que un 24% de las personas que han participado en el mercado de la compra no pretendían cubrir esta necesidad. De hecho, un 13% piensa utilizar la vivienda como segunda residencia y un 11% dice que su objetivo es comprar como inversión.

Si se analiza esta información por comunidades autónomas, **en Cataluña y en la Comunidad de Madrid aquellos que interactúan en el mercado de la compra como primera residencia**, adquieren mayor peso que en el resto de zonas, con un 80% y un 79%, respectivamente.

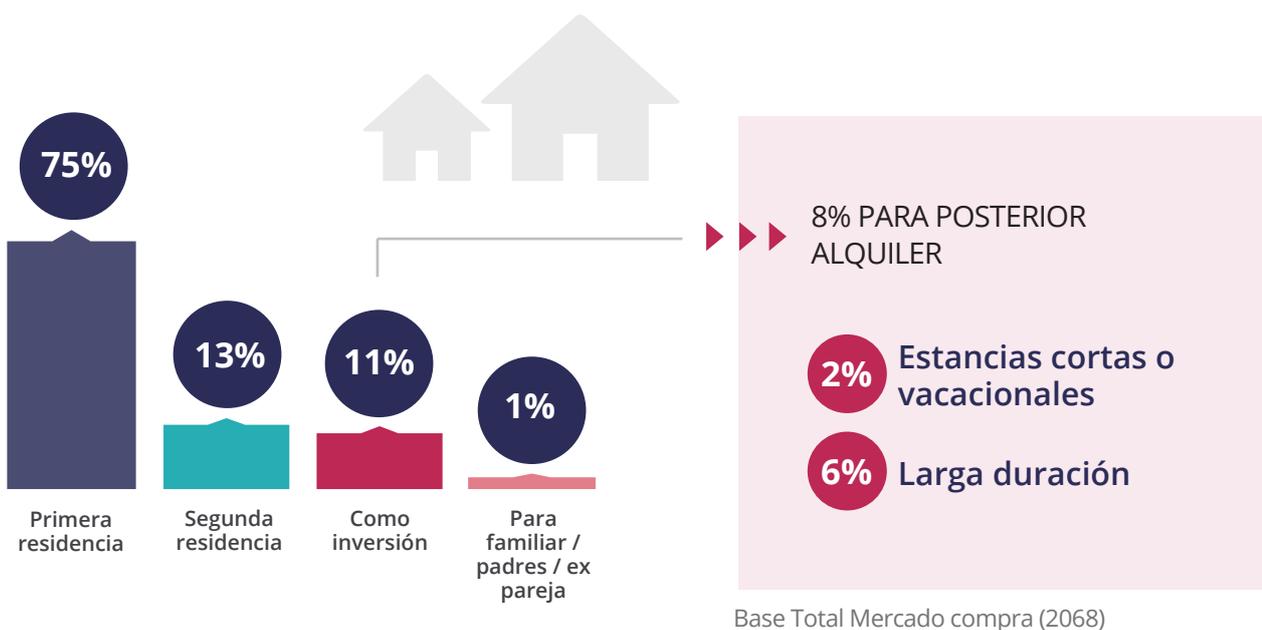
En general, **se observa una relación entre la edad y el uso que le van a dar a la**

vivienda los compradores, mientras que hasta los 44 años el objetivo de primera residencia adquiere mayor proporción que para el global de compradores (25-34 años con un 89% versus el 75% del total; 35-44 años con un 81% versus al 75% del total).

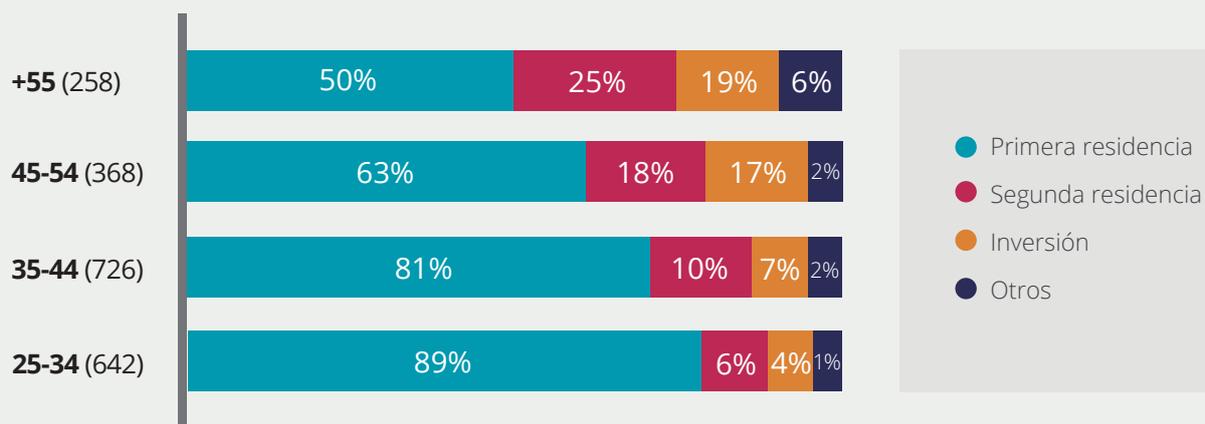
A partir de los 45 años se observa menos porcentaje de compradores que tienen como objetivo la primera residencia (pese a mantenerse como primer objetivo) y adquiere peso la segunda residencia y la inversión.

Así, entre los mayores de 55 años el porcentaje de compradores de primera residencia (50%) casi se equipara con los que compran como segunda residencia (25%) e inversión (19%).

También se observa que la compra como primera residencia adquiere mayor peso entre aquellos que prefieren comprar obra nueva (83% versus el 75% del global).



Uso de la vivienda por edad (% compradores)



Por otro lado, según indican aquellos activos en el mercado de la compra en el último año, la mayoría de las viviendas adquiridas como inversión por parte de particulares entrarán posteriormente en el mercado del alquiler. De hecho, así lo expresa el 85% de los que indican que han comprado como inversión (que supone que un 8% de aquellos que han participado en el mercado de la compra).

Entre quienes compran como inversión para destinar esa vivienda a alquiler, un 2% asegura que sería alquiler de estancias cortas o vacacionales frente a un 6% de larga duración.

También la compra destinada a segunda residencia acaba influyendo en el futuro mercado del alquiler, tal y como se mostró en el informe de fotocasa **“Perfil del comprador de segunda residencia en España”** del pasado mes de agosto: mientras que el 59% de los que compran como segunda residencia no piensa alquilarla, el 34% piensa ponerla en alquiler para cortos periodos de tiempo y sólo un 7% la destinará alquiler de larga duración.



25%

de los vendedores particulares han puesto a la venta viviendas a las que no se les daba un uso concreto y un 13% de los vendedores particulares que anteriormente la alquilaban.

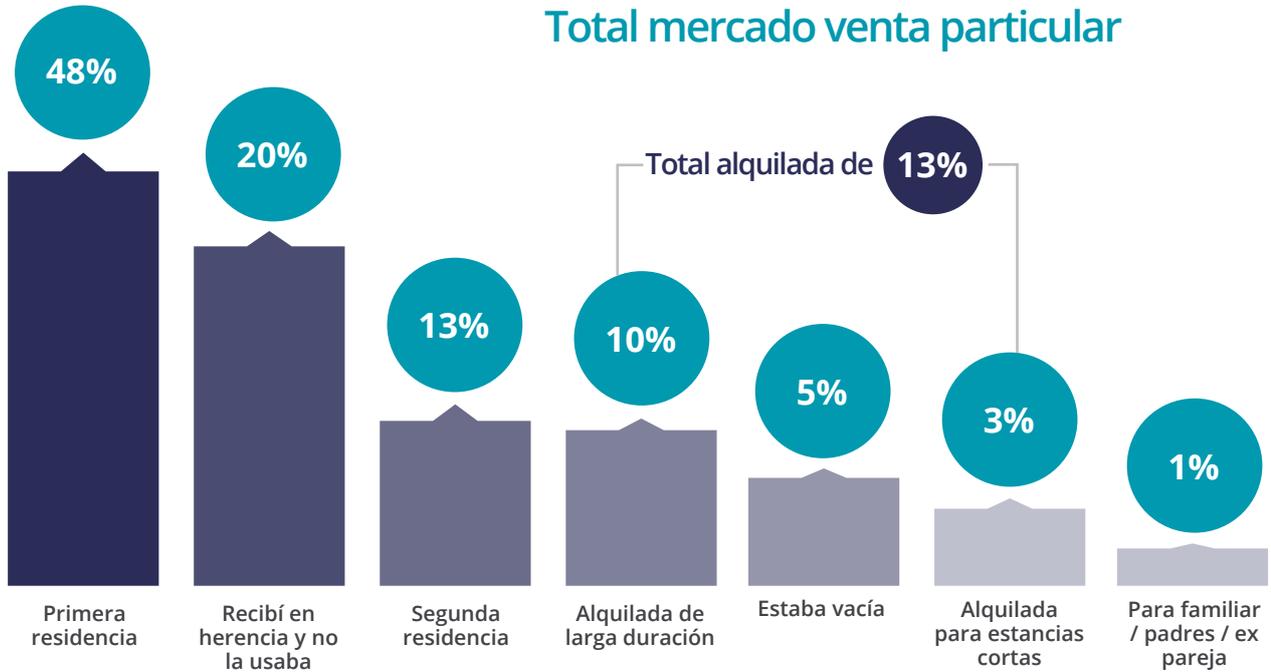
Por el lado de la oferta, destacan los vendedores particulares que indican como principal **“uso anterior”** la primera residencia (48%), especialmente entre las edades comprendidas de los 35 a los 44 años donde llegan al 65% de los vendedores particulares.

Cabe también destacar que un 20% de los vendedores particulares declaran que la vivienda que venden es una herencia recibida a la que no se le daba ni se pretendía dar uso, y un 5% indican que la vivienda que han puesto en venta estaba anteriormente vacía. Por lo tanto si agregamos estos dos grupos,

podemos concluir que un 25% de los vendedores particulares han puesto a la venta viviendas a las que no se les daba un uso concreto. De hecho, el principal motivo de no darle un uso es precisamente porque la están intentando vender (46%).

Por otro lado, un 13% de los vendedores particulares indican que tenían anteriormente la vivienda alquilada principalmente por la rentabilidad que el alquiler les ofrecía (36%) o por estar esperando a que los precios subieran para ponerla a la venta (36%).

Total mercado venta particular



Base Total Mercado venta particular (1053)

A nivel de zonas geográficas, destaca que son más los vendedores particulares de la Comunidad de Madrid que han puesto a la venta una vivienda que anteriormente tenían bajo un alquiler de larga duración (17% versus 10% de la media nacional).

Es la Comunidad Valenciana donde mayor porcentaje de vendedores particulares indican que anteriormente la vivienda estaba vacía (10% versus 5% de la media española)

11%

de los españoles que compraron vivienda el año pasado lo hicieron como inversión. De ellos, un 85% asegura que destinará esas viviendas a alquiler

13%

de los vendedores particulares, tenían anteriormente la vivienda alquilada. Principalmente por su rentabilidad o por esperar a un incremento de su valor

24%

de las personas que han participado en el mercado de la compra indican que el objetivo de la vivienda no era el uso como residencia habitual

El porcentaje de compradores que destinaran la vivienda comprada a usos distintos de primera residencia incrementa con la edad.

04

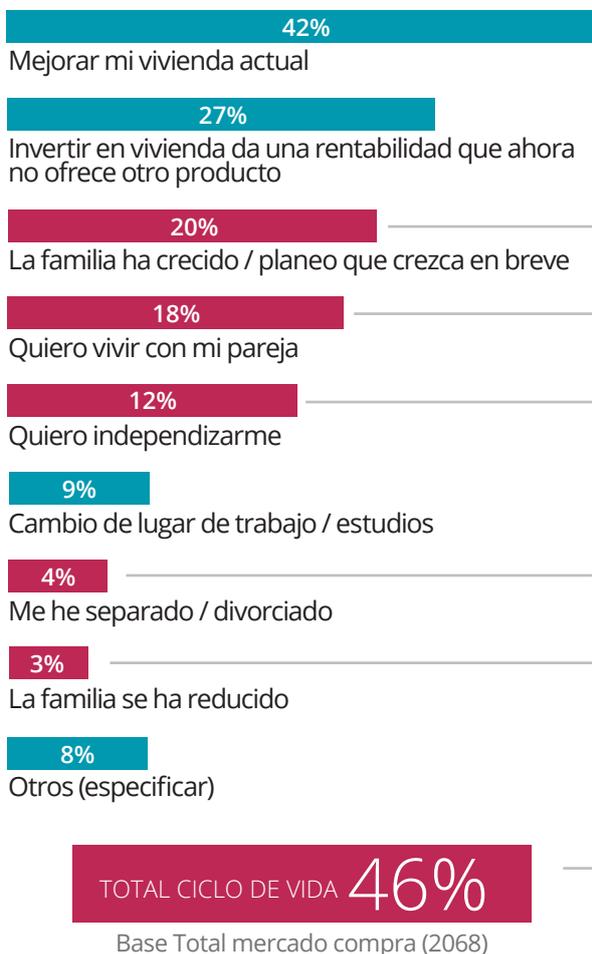
Motivos de la compra o venta de vivienda

Entre los motivos que han llevado a aquellos que han participado en el mercado de la compra o venta a nivel particular, destacan por el lado de la demanda los motivos relacionados con el ciclo de vida. Y es que para el 46% de los compradores son circunstancias relativas a su momento en la vida las que le llevan a comprar una vivienda (20% la familia ha crecido, 18% quiero vivir con mi pareja, 12% quiero independizarme,

4% me he separado/divorciado, 3% la familia se ha reducido). Casi en igual medida, la otra motivación gira en torno a aspirar a vivir en una vivienda mejor, mencionado por el 42% de los compradores.

En tercer lugar, también adquiere cierta importancia la inversión, motivo activador para el 27% de los que han participado en el mercado de la compra.

Motivos compra personales



Tanto los motivos relativos al ciclo de vida como los motivos relativos a la mejora de la vivienda actual, pierden peso para aquellos que compran una segunda residencia o una vivienda destinada concretamente a la inversión.

En estos casos, los aspectos más 'personales' quedan en segundo plano adquiriendo relevancia la rentabilidad que ofrece la inversión en vivienda (compra como segunda residencia 49% compra como inversión 78% versus 20% del global).

En el otro extremo, entre aquellos que compran como primera residencia, tanto la mejora de la vivienda actual como los motivos relativos al ciclo de vida activan a uno de cada dos compradores, aunque incluso en primera residencia la rentabilidad es un buen motivo para el 16%.

Motivos personales

Compra según uso de la vivienda



- Total mercado de compra (2068)
- La quiero comprar / he comprado como inversión (178)
- Segunda residencia (244)
- Vivienda habitual / primera residencia (1591)

Como se ha comentado anteriormente, la división por edad presenta una gran relación con el uso que se le da o se le va a dar a la vivienda que se compra y por ello, no es de extrañar que para los más mayores coja relevancia el hecho de considerar la vivienda como un buen producto de inversión (45-54 años 35% y +55 años 42% versus al 27% de la media nacional)

Para el comprador, la mejora de la vivienda actual responde a mayor espacio (casa más grande 53%, más habitaciones 36% o habitaciones más grandes 27%), para un 43% disponer de extras como jardín, piscina o gimnasio y un 36% por mejor zona. Y es que, como se verá más adelante, el comprador se muestra exigente en cuanto a los factores que son para él importantes al decidir su compra, más allá de las propias características de la vivienda.

Desde el punto de vista del vendedor particular, los detonantes se muestran más disgregados y los principales detonantes son: para el 27% mejorar la vivienda actual, el 25% haberla recibido como herencia y decidir venderla o el 16% necesidades económicas.

46%

de los compradores son circunstancias relativas a su momento en la vida las que activan la compra, aunque para aquellos que compran como segunda residencia o inversión la rentabilidad que ofrece la inversión en vivienda pasa a ser el factor principal.

Entre los compradores de primera residencia el factor rentabilidad mantiene cierto peso (16%) aunque en mucha menor medida que para aquellos que compran como inversión o como segunda residencia.

16%

de los vendedores quiere vender una casa por necesidades económicas

05

Características de la vivienda

Prácticamente la mitad de los compradores (46%) piensa en un piso cuando se plantea la compra, pero finalmente son algo más de la mitad de los compradores (55%) los que adquieren un piso. Ésta es, por lo tanto, la categoría más buscada en el mercado inmobiliario español y también la principal consecución para los compradores. Con menor proporción de compradores interesados, en segundo lugar, el 17% de los activos en el mercado de la compra indica que empezaron buscando una casa/chalet.

El ático es la tipología de vivienda que muestra menor ratio de éxito: mientras que un 10% empiezan buscando un ático, finalmente representa el 5% entre los que ya han cerrado la compra.

¿Qué tipo de vivienda buscan los españoles?



Base Total mercado compra (2068)

Especialmente pasa en Cataluña: mientras que el 13% están interesados en comprar un ático finalmente un 4% acaban comprando un ático. De hecho, la demanda de áticos se concentra en la ciudad de Barcelona con un 16% de interesados versus al 1% del resto de la provincia de Barcelona.

También se observan diferencias entre Madrid capital y el resto de la comunidad, cogiendo más peso el piso como objetivo inicial de la búsqueda en Madrid capital (57%) en cambio, en el resto de la comunidad podemos ver como la casa adosada o el chalet adquirirían más peso que el piso.

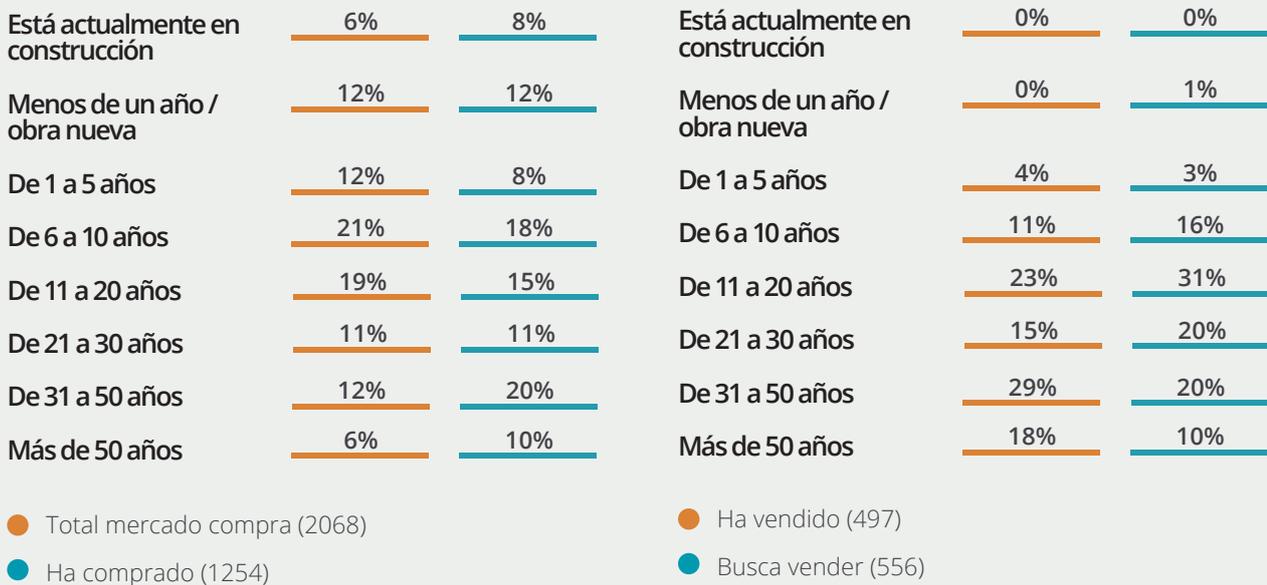
Por la parte del vendedor particular, también el piso es la tipología de vivienda más ofertada, tanto entre los que ya han vendido (50%) como entre los que siguen con la vivienda en venta (45%). También en este caso se observan diferencias a nivel de zonas: mientras que un 7% del total de los particulares que ha vendido una vivienda ha ofertado un ático, esta proporción en Catalunya asciende al 15%.

Por su parte en la Comunidad de Madrid los vendedores particulares que ofrecen un piso ascienden al 60% (versus el 50% de la media nacional)

El 40% de los compradores buscan vivienda de entre seis y 20 años de antigüedad (sumando los que buscan de 6 a 10 años y de 11 a 20 años), un 12% de entre 1 a 5 años, un 23% de entre 21 a 50 años (sumando los que buscan vivienda de 21 a 30 años y de 31 a 50 años) y en los extremos se observa un 6% que se plantea viviendas de más de 50 años de antigüedad o el 18% que piensa en viviendas de obra nueva o en construcción en el momento de la búsqueda. **Esto se traduce en una antigüedad media de 17 años.**

En cambio, se pasa a una antigüedad media de 20 años en la vivienda en la que finalmente se ha acabado adquiriendo (entre los que ya han cerrado la compra). Esta diferencia en términos de antigüedad de la vivienda es especialmente notable en Cataluña y la Comunidad de Madrid, donde se pasa de una antigüedad promedio de 18 y 17 años, respectivamente en el momento de la búsqueda a 25 y 20 años, respectivamente, sobre la vivienda finalmente adquirida.

Antigüedad de la vivienda



En el caso de la antigüedad de la vivienda, la proporción de las antigüedades de los oferentes de vivienda particular en función de su antigüedad presenta especialmente una diferencia respecto al reparto de los compradores en función de la antigüedad deseada y comprada, como es de imaginar. Los particulares ponen en venta vivienda mayoritariamente a partir de 5 años (96% para los que ya la han vendido y 97% para los que la siguen teniendo en venta).

También en las dimensiones de la vivienda se observan diferencias entre lo que inicialmente

se pretende versus a lo que se acaba adquiriendo. Así, se observa cómo se incrementa el porcentaje de aquellos que acaban adquiriendo una vivienda de máximo 80 metros cuadrados pasando del 26% que inicialmente buscaban viviendas de ese tamaño al 32% de compradores que acaban adquiriendo un piso o casa de esas dimensiones.

Es en los rangos de más de 120 metros cuadrados y en el de entre 81 y 100 metros cuadrados donde se observan unos porcentajes más estables.

Esta diferencia entre las dimensiones que se pretenden al inicio de la búsqueda versus las que se acaban adquiriendo son especialmente distantes en Cataluña, donde se pasa de un 25% de los compradores que buscan una vivienda de hasta 80 m² a un 37% entre los que adquieren finalmente una vivienda dentro de estas dimensiones.

También se observan diferencias entre las capitales y el resto de provincia en los m² que se marcan como objetivo para la vivienda que empiezan a buscar.

En concreto mientras que en Barcelona capital son un 11% los que buscan vivienda de entre 121 y 150 m², en el resto de la provincia de Barcelona ascienden hasta el 22%. Aunque en el caso de la comunidad de Madrid, a nivel general, no se observan diferencias versus a la media nacional, estas diferencias si son patentes cuando comparamos Madrid capital versus el resto de la comunidad.

Entre los ofertantes de vivienda a nivel particular también observamos cierta diferencia entre el tamaño de la vivienda vendida y la que continúa en venta. Mientras que las viviendas ya vendidas son en mayor medida de menores dimensiones, aquellos que tienen en venta una vivienda se observa mayor proporción de viviendas de mayor tamaño.

Mientras un 37% de los particulares que ha vendido su vivienda en el último año indican que ésta tenía menos de 80 m², son un 30% los particulares que indican que tienen en venta una vivienda de hasta 80 m²; en cambio en el otro extremo vemos que un 20% de los particulares que ha vendido una vivienda en el último año indican que ésta tenía más de 120 m² versus a un 31% de vendedores particulares con viviendas de más de este tamaño a la venta.

M² busca vender / ha vendido

> 150 m ²	21%	12%
121 - 150 m ²	10%	8%
101 - 120 m ²	14%	13%
81 - 100 m ²	25%	30%
61 - 80 m ²	21%	21%
41 - 60 m ²	8%	14%
Menos de 40 m ²	1%	2%

- Busca vender (556)
- Ha vendido (497)

Si trasladamos esos metros cuadrados a **espacios en la vivienda**, se observa una clara prioridad por las viviendas de tres habitaciones: un 72% de los compradores buscan viviendas de tres habitaciones quedando lejos el segundo grupo (25%) que busca vivienda de dos habitaciones. Y aunque los metros cuadrados, en cierta medida, disminuyen a nivel de número de habitaciones se mantiene la preferencia por tres.

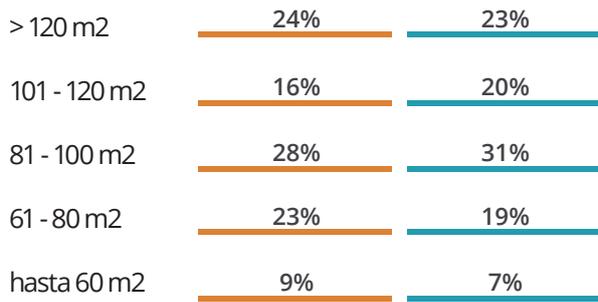
De hecho, se observa que el comprador confiere más importancia al número de habitaciones que a los metros cuadrados de la vivienda: un 48% de los compradores indican como muy importante el número de habitaciones versus el 36% que define como muy importante los metros cuadrados.

Otro de los aspectos que tiene en cuenta el comprador es **la ubicación** de la vivienda. En este sentido un 77% de los compradores buscan en la misma ciudad en la que residen. De hecho, el 40% incluso en el mismo barrio, mientras que finalmente son el 70% de los que han comprado los que acaban adquiriendo en la misma ciudad y 32% en el mismo barrio.

En este sentido se observan claras diferencias entre Cataluña y la Comunidad de Madrid. Dado que en Cataluña los que parten de buscar vivienda en la misma ciudad tienen menos peso sobre el global (65%) esta proporción se mantiene relativamente estable en el momento de la compra: son un 66% entre los que han acabado comprando vivienda. En cambio, en la comunidad de Madrid se parte de una mayor proporción de compradores que buscan vivienda en la misma ciudad 81% y acaban siendo un 77% entre los que han comprado vivienda.

Por parte del vendedor se observa una mayor dispersión en cuanto a la localización de la vivienda que ha puesto en venta. El 58% tiene en venta una vivienda en su misma ciudad, un 22% en una ciudad distinta a la suya, aunque en su misma provincia, y un 20% fuera de su provincia.

M² compra vs busca



- Compra (1254)
- Busca (2068)

Cerca de uno de cada dos compradores se plantea comprar un piso cuando arranca la búsqueda. El ático es la tipología de vivienda que muestra menor ratio de éxito, mientras que un 10% empiezan buscando un ático, este tipo de vivienda únicamente representa un 5% cuando ya han cerrado la compra.

La antigüedad de la vivienda incrementa en el paso de la búsqueda a la compra, pasando de 17 años en promedio, cuando se plantea la antigüedad en el momento de la búsqueda, a 20 años de antigüedad en promedio para la vivienda comprada.

26%

de los compradores se plantea una vivienda de máximo 80 metros cuadrados, pero finalmente son un 32% lo que acaban comprando pisos de ese tamaño

06

El proceso de compra y de venta

Además de todas estas características más concretas, la mayoría de los compradores se muestran exigentes con la lista de básicos que quieren para su nueva vivienda. En este sentido los aspectos que el comprador señala como muy importantes serían el número de habitaciones (secundado por el 48% de los encuestados), que tenga plaza de garaje (39%), en un barrio de mi agrado (38%), que tenga los metros cuadrados que necesito (36%), que tenga la distribución que quiero (36%), con terraza (35%), con materiales y acabados de calidad (33%), buena orientación (32%).

Muestra de esta exigencia es que el 94% de los compradores ha cumplido los requisitos valorados como muy importantes. A nivel de zonas, se observan diferencias en el peso que adquieren los diferentes elementos en la decisión final de compra.

En Cataluña adquiere relevancia la terraza, que es importante para el 46% (versus el 35% de la media española) o el barrio (importante para el 43% versus 38% del global) mientras que en la Comunidad de Madrid cobran relevancia las buenas conexiones (40% versus el 31% de la media nacional), la piscina (17% versus 11% del global) o el barrio (41% versus 31% del global).

La exigencia del comprador es claramente superior si la vivienda constituye su residencia habitual. Por su parte, el vendedor particular también es consciente de la importancia que ciertos aspectos tienen en la venta. En este sentido coincide con el comprador al identificar como aspecto clave para la venta el número de habitaciones (35%). En segundo lugar, estarían los metros cuadrados (33%) y aspectos como el barrio, la distribución y que no necesite reformas con un 30%.

Tanto comprador como vendedor particular coinciden poniendo el presupuesto en la cabecera de la lista, aunque los vendedores particulares lo relativizan algo más.

	TOTAL MERCADO COMPRA	TOTAL MERCADO VENTA PARTICULAR
Precio dentro de mi presupuesto inicial	63%	48%
Nº habitaciones que quiero	48%	35%
Con plaza de garaje	39%	29%
En un barrio de mi agrado	38%	30%
Nº de m2 que quiero	36%	33%
Buena distribución	36%	30%
Con terraza	35%	22%
Con materiales de calidad	33%	24%
Buena orientación	32%	25%
No necesita reforma	32%	30%
Buenas conexiones con transporte público	31%	27%
Con servicios cerca (centro médico, farmacia...)	30%	29%
Accesos por carretera	25%	24%
Piso de una altura que yo quiero	24%	20%
Con trastero	21%	13%
Barrio cerca de mi entorno	20%	13%
Barrio residencial	18%	17%
Cerca del trabajo / estudios	18%	18%
Con zonas comunes	16%	15%
Zona con buenos colegios	14%	15%
Zona con mucha actividad / ocio	12%	14%
Vivienda de nueva construcción	12%	
Con piscina	11%	11%
Zona de crecimiento	10%	12%
	Base (2068)	(1053)

● Compra ● Venta

El precio es muy importante para el 63% de los compradores y para el 48% de los vendedores particulares. Y es que, el precio es un aspecto clave tanto en la lista de requisitos como en las dificultades identificadas para la compra. En este sentido, un **48% de los compradores identifican el precio como la principal dificultad en el momento de compra**, lejos del segundo motivo señalado, la cantidad de oferta de vivienda, mencionada por un 17% de los compradores. El precio también marca los motivos de seguir en fase de búsqueda entre los que no han comprado todavía.

Teniendo en cuenta los requisitos del comprador y la importancia del precio, se observa que el proceso de búsqueda es un proceso complejo y no especialmente corto para muchos. El 16% de aquellos que han estado activos en el último año y ya han comprado vivienda han tardado más de un año, un 34% entre 4 meses y un año y el 26% entre dos y cuatro meses. En cambio entre los que han estado buscando y no han comprado, el tiempo de búsqueda parece alargarse siendo un 25% los que indican llevar más de un año y un 43% los que llevan entre 4 meses y un año.

En base a estas diferencias, no sorprende que para el 43% de los que han comprado el tiempo es más o menos el que esperaban que iban a tardar y para un 34% es menor de lo esperado, mientras que para un mismo 34% de los que buscan el tiempo es mayor de lo esperado. Es decir, entre los que ya han comprado existe un mayor grado de conformidad con el tiempo transcurrido en el proceso de compra frente a los que siguen buscando. De nuevo el precio y el nivel de exigencia aparecen como claves del proceso. Y es que un 50% de los que no han comprado indican que el motivo es que los precios se alejan de su presupuesto. En segundo lugar el 48% indica que “no hay vivienda adaptada a sus necesidades”, reflejando de nuevo la exigencia de su lista de imprescindibles.

En el caso del vendedor particular el precio adquiere mayor relevancia, siendo el principal motivo por el que no se ha cerrado la venta para el 46% de los vendedores particulares (alineado con la importancia que muestran los compradores) y a mayor distancia del segundo motivo y tercer motivos, la ubicación

Tiempo empleado en comprar...

	HA COMPRADO	BUSCAR COMPRAR
Menos de un mes	7%	6%
Entre uno y dos meses	17%	11%
Entre dos y cuatro meses	26%	15%
Entre cuatro y seis meses	17%	17%
Entre seis meses y un año	17%	26%
Entre uno y dos años	10%	16%
Más de dos años	6%	9%
Base	(1254)	(814)

Tiempo estimado/ como esperaba...

	HA COMPRADO	BUSCAR COMPRAR
Mucho menos del que esperaba	17%	7%
Algo menos de lo que esperaba	17%	8%
Más o menos lo que esperaba	43%	51%
Algo más de lo que esperaba	17%	19%
Mucho más de lo que esperaba	6%	15%
Base	(1254)	(814)

17% y el hecho de que necesite una reforma 16%. Por lo tanto, además del precio el vendedor particular pone en relevancia las condiciones físicas de la vivienda como aspecto relevante en el cierre de la venta. Por ejemplo, para el 30% de los vendedores particulares es muy importante que la vivienda “no necesite reforma” y el 24% destaca la importancia de los materiales de calidad.

Por parte de los compradores, aunque estos aspectos quizá no ocupan las primeras posiciones también están dentro de sus imprescindibles. Teniendo en cuenta la importancia que le dan ambas partes y que es uno de los factores sobre el que el vendedor particular puede influir, no es de extrañar que parte de los vendedores particulares se planteen una reforma o mejora de la vivienda antes de ponerla a la venta.

En este sentido un 20% de los vendedores particulares se han planteado realizar alguna mejora en la vivienda antes de sacarla al mercado, aunque finalmente han sido el 15% los que realmente la han llevado a cabo.

Y es que un 61% de los vendedores particulares considera que lo que hoy en día se conoce como *Home staging* (arreglar la vivienda antes de sacarla al mercado) acelera el proceso de venta y el 59% se muestra positivo ante un posible resultado en el precio tras una acción de estas características. Por lo tanto, se puede decir que son aspectos que se miden teniendo en cuenta la posible repercusión en el precio.

Respecto al tiempo que llevan activos en el mercado los vendedores particulares que han participado en el mercado en el último año, se observa una mayor lentitud que en el mercado de la compra y es que un 42% lleva más de un año con la vivienda en venta. Si se diferencia entre los que ya han vendido y los que mantienen su vivienda en venta, se observa que los particulares que siguen con su vivienda en venta llevan mayor tiempo activos que aquellos que ya la han vendido.

De este modo, un 31% de los que ya han vendido han estado más de un año activos versus el 48% de los que no han vendido que ya llevan más de un año con la vivienda en venta.

En Madrid los vendedores particulares tienen algo menos de tiempo la vivienda en el

mercado, pasando de un 7% del global que lleva menos de un mes a nivel global a un 12% en Madrid. Lo opuesto ocurre en Valencia, donde un 38% de los vendedores particulares indican que llevan más de dos años, versus el 23% del total de vendedores particulares.

Las diferencias en ese tiempo empleado entre el particular que ya ha vendido y el particular que tiene aún en venta, se reflejan en la valoración de ese tiempo empleado. Mientras que un 25% de los que ya han vendido valoran el tiempo como "mucho menos de lo que esperaban", el 32% los que tienen la vivienda en venta consideran que están tardando "mucho más de lo que esperaban".

Tiempo empleado en vender

	TOTAL MERCADO VENDE	HA VENDIDO	BUSCA VENDER
MADRID 12% ▲			
< 1 mes	7%	11% ▲	5%
1 - 2 meses	8%	10%	7%
2 - 4 meses	13%	18% ▲	11%
4 - 6 meses	11%	12%	11%
6 meses - 1 año	18%	18%	18%
Entre 1 y 2 años	19%	13%	22% ▲
> 2 años	23%	18%	26% ▲
VALENCIA 38% ▲	(1053)	(497)	(556)

El comprador se muestra exigente con su lista de exigencias, alcanzando con ello un éxito de un 94% entre los aspectos que define como muy importantes.

El precio, un factor clave, muy importante para el 63% de los compradores y para el 48% de los vendedores particulares pero es también la principal dificultad en el proceso de compra para el 48% de compradores.

Además del precio, el número de habitaciones, la ubicación, que disponga de plaza de garaje, la distribución, que disponga de terraza o los acabados son aspectos relevantes para el comprador.

17%

de los que han comprado tardaron entre seis meses y 1 año, mientras que el 26% de los que sigue buscando ya lleva este margen de tiempo empleado sin haber conseguido todavía su objetivo.

07

¿Cuántos perfiles de compradores hay en el mercado?

Aunque a nivel general, como hemos visto, se observa un perfil de comprador exigente, teniendo en cuenta los requisitos mencionados podemos identificar 3 perfiles de compradores ligados precisamente a su nivel de exigencia.

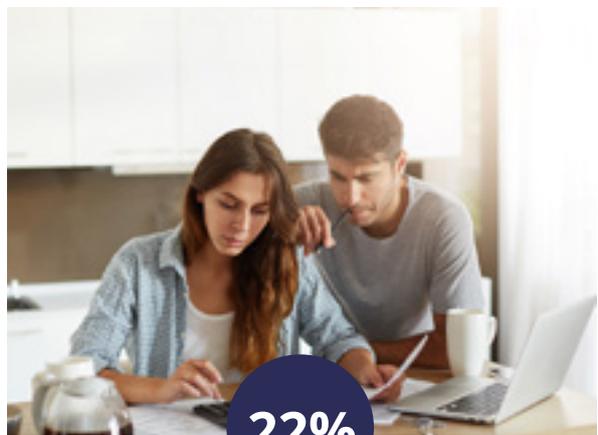
EXIGENTE



35%

Son los compradores con el mayor nivel de exigencia en relación a las características que componen la vivienda

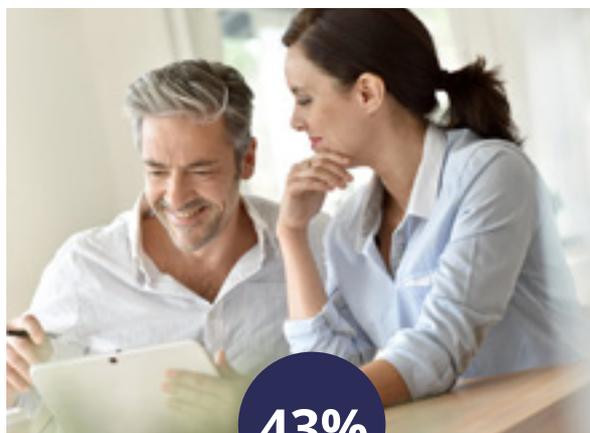
AUSTERO



22%

Son los compradores que valoran las particularidades de la vivienda en menor grado de importancia

PRAGMÁTICO



43%

Compradores con un nivel de exigencia medio que valora aspectos prácticos como plaza de garaje, trastero...



El comprador exigente:

Vive principalmente en pareja 82% (versus el 74% del global de los compradores), con más presencia de los que viven en pareja y tienen hijos que en el resto de perfiles (51%). El 70% se encuentra entre los 25 y los 34 años (versus 63% del global de compradores). Además, para el 81% de este segmento el uso de la vivienda será como vivienda principal, frente al 75% del total de compradores.

Tanto la mejora de la vivienda (46% versus 42% del global) como el momento de la vida en el que se encuentran (52% versus 46% del global) cobran especial relevancia para este perfil exigente. Además, los motivos que llevan a la compra en lugar de pensar en un alquiler se mantienen, siendo los factores relativos a la visión de futuro que ofrece la compra los más importantes.

Buscan viviendas de poca antigüedad, de hecho un 31% indica que piensa en viviendas de obra nueva versus el 18% de la media nacional y de mayor tamaño y con más habitaciones: el 82% busca vivienda de tres o más habitaciones versus el 72% del global y en la misma ciudad de residencia (81% en misma ciudad versus el 77% del global). Este perfil parte de un presupuesto más elevado que el

resto, con un 61% entre los 100.000 € y los 300.000 € (versus el 54% del global que se mueven en este rango).

En general atribuyen mayor importancia a todos los aspectos que esperan de su nueva vivienda, aunque ponen especial énfasis en aspectos que les puedan proporcionar comodidad y confort como que disponga de plaza de garaje (importante para el 66% versus el 39% del global), que tenga trastero (importante para el 44% versus el 21% del global), que los materiales de la vivienda sean de calidad (54% versus 33%), que disponga de servicios cerca 51% versus 30%) o que la vivienda cuente con terraza (55% versus 35%).

Para aquellos que no han cerrado la compra consideran que el principal motivo es el precio y la falta de oferta adaptada a sus exigencias, como ocurre para el global, aunque este perfil, además, pone de relevancia la escasez de oferta en la zona que buscan (35% versus 31% de la media española).

El comprador pragmático:

Es un perfil algo más senior que el comprador exigente. De hecho, el 57% tiene entre los 35 y los 54 años (versus el 52% del global de compradores). Principalmente viven en pareja, aunque sin diferencias destacables versus a la proporción que vemos para este perfil a nivel global (74% versus 74% a nivel global).

Aunque, como ocurre a nivel global, el uso de la vivienda será principalmente la residencia habitual para la mayoría (75% versus 75% del global), en este perfil adquiere algo más peso la compra de vivienda como segunda residencia (15% versus 13% del global).

Como su nombre indica, se trata de un perfil de exigencia "media" y este menor nivel de exigencia hacia los básicos de la vivienda también va ligado a un menor presupuesto, con mayor porcentaje de compradores en el rango de 50.000 € a 100.000 € (29% versus 25% del global) y menor en el rango de 100.000 € a 200.000 € (35% versus 37% del global).

Dentro de este perfil podemos distinguir dos tipologías de compradores que dirigirán sus requisitos y motivaciones en un sentido u otro, muy marcado por la edad y el uso que se le va a dar a la vivienda a comprar: por una parte, los pragmáticos más jóvenes viven en mayor medida con sus padres (12% versus 9% del global) y buscan en mayor medida su primera vivienda (77% versus 74% del segmento de pragmáticos). En el otro extremo, los pragmáticos más seniors buscan en mayor medida una segunda residencia (20% versus 13% del global) y han participado en mayor medida del mercado de venta.

La mejora de la vivienda y el momento de la vida también describen para los pragmáticos los detonantes de la activación en el mercado de la compra, aunque para los pragmáticos más jóvenes el ciclo de vida adquiere especial relevancia (50% versus 46% del global). De nuevo, los motivos que llevan a la compra en lugar de pensar en un alquiler se mantienen, siendo de nuevo los factores relativos a la visión de futuro que ofrece la compra los más

importantes. Aunque los pragmáticos más jóvenes, que como hemos visto buscan en mayor medida su primera residencia, muestran una mayor adversidad hacia el alquiler (21% versus 19% del global y 14% del perfil pragmático más senior).

Dadas las diferencias de estos dos perfiles, es de esperar que las características de las viviendas que buscan sean distintas. El 77% de los pragmáticos más jóvenes se sitúan en viviendas de entre 60 y 120 metros cuadrados, mientras que son el 62% de los más seniors los que encontramos en este rango y es ampliando hasta los 150 metros cuadrados que se alcanza el 77%. En ambos casos la preferencia es de viviendas de tres habitaciones aunque los más seniors presentan menor preferencia hacia esta opción en favor de las viviendas de dos habitaciones con un 29% de compradores interesados versus el 25% del global.

El hecho de que entre los pragmáticos más seniors el uso de la vivienda como segunda residencia tenga mayor relevancia también lleva a que busquen en mayor medida viviendas fuera de su ciudad (48% versus 24% del global de compradores). También a nivel de tipología de vivienda se observa un mayor interés por los pisos entre el perfil de pragmáticos más jóvenes que compran su primera residencia (51% versus 46% del global), mientras que para los pragmáticos más senior cobra relevancia la casa o chalet (26% versus 17% del global) bajando el pedo de los compradores interesados por un piso (27% versus 46% del global).

Los pragmáticos más jóvenes se muestran en general más flexibles, otorgando menor relevancia de lo que vemos en el global de compradores a los factores, su lista la encabezan el precio 42% y el número de habitaciones 24%, destacando aspectos como el barrio por encima de aspectos como la plaza de garaje dentro de su ranking o el hecho de que no necesite reformas por encima de la terraza. Por su parte, los pragmáticos más senior, también ponen al principio de la lista el precio y el número de habitaciones dando en cambio mayor relevancia a que tenga terraza y a que esté preparado para entrar a vivir frente a aspectos como el garaje o el barrio.



El comprador austero:

Es el perfil donde los compradores de mayor edad tienen más presencia (42% de más de 45 años versus 32% del global). Aunque la mayoría vive en pareja en este perfil tiene menor presencia que en el global de compradores (63% versus 74% del global) adquiriendo mayor relevancia el perfil de aquellos que viven solos (17% versus 4% del global).

En este segmento de compradores, pese a que el mayor uso que se le va a dar a la vivienda es primera residencia (66% versus 75%), se observa una mayor presencia de aquellos que compran como inversión (16% versus 11%). Como se ha visto en el caso de los pragmáticos, se puede diferenciar dos segmentos similares entre ellos por su menor exigencia, aunque distintos, dado que sus requisitos se relacionan con el objetivo de uso de la vivienda.

El uso que se le pretende dar a la vivienda comprada es principalmente vivienda principal aunque en menor medida que el global (66% versus 75% del global) y adquiere mayor relevancia la compra por inversión por una parte (19% versus 11% del global) y la segunda residencia para el otro segmento (21% versus 13%). En este caso el uso no va ligado a diferencias a nivel de edad, aunque sí se ve que aquellos que tienen como objetivo la compra de una segunda residencia en mayor medida que los que buscan inversión viven con su pareja e hijos (37% versus 24%). En ambos casos el presupuesto de partida es menor que a nivel global: por ejemplo un 42% con un presupuesto máximo de 100.000 € versus a un 33% del global. De hecho entre

los que buscan como segunda residencia los que están por debajo de los 100.000 € llegan al 51%. Es, además, el perfil más propenso a la negociación ya que un 56% declara haber negociado versus al 49% de la media nacional.

De nuevo precio y número de habitaciones se sitúan en los básicos de su lista de requisitos, siendo los requisitos básicos y suficientes para los que buscan segunda residencia. Por su parte, los que buscan inversión ponen por delante aspectos relativos a la zona como las conexiones a nivel de transporte (44% vs 31% del global), un barrio de su agrado (46% vs 38% del global) o los servicios de la zona (37% versus 30% del global).

Buscan viviendas de más antigüedad que el global de los compradores y, en mayor medida, buscan viviendas de más de 30 años de antigüedad (46% versus 29% del global), especialmente los que compran como inversión, que ascienden al 70%, y de menores dimensiones, 41% buscan vivienda entre 40 y 80 metros cuadrados versus 26% del global.

También se observa mayor porcentaje de compradores que buscan menos de tres habitaciones 42% versus 28% del global. En la tipología de vivienda buscada se encuentran de nuevo diferencias entre los dos perfiles. Mientras que el perfil más inversor en mayor medida busca pisos (65% versus 46% del global) y áticos (13% versus 10% del global), el perfil más cercano a la segunda residencia busca una casa o chalet (21% versus 17% del global).

08

Presupuesto

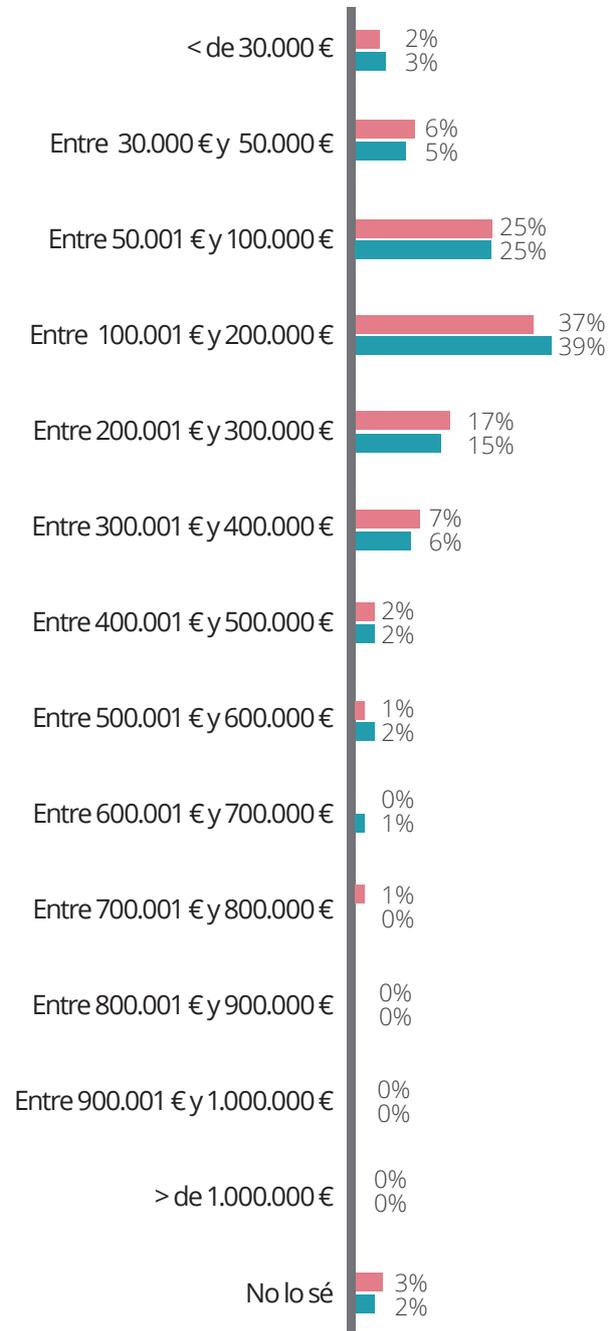
Como se ha visto anteriormente, el precio es un aspecto clave en el proceso de compra quedando claramente identificado como un factor muy importante para el 63% de los compradores y como un freno claro entre aquellos que no han realizado la compra.

En este sentido, el 79% de aquellos que han estado activos en el mercado de compra se han definido un presupuesto entre 50.000 € y 300.000 €, traduciéndose en un presupuesto medio de 173.000 €. El presupuesto del comprador particular va muy de la mano de los precios de salida marcados por los vendedores particulares, entre los que vemos que también un 79% sitúan el precio de salida en este mismo rango, aunque a nivel medio el precio promedio asciende a 180.000€.

El presupuesto varía sustancialmente para aquellos que centran su búsqueda en viviendas de obra nueva, pasando de un 37% que definen su presupuesto ente 100.000 € y 200.000 € a nivel global a un 44% para los compradores de obra nueva, y es que en promedio el presupuesto de aquellos que se centran exclusivamente en obra nueva asciende a 274.000€.

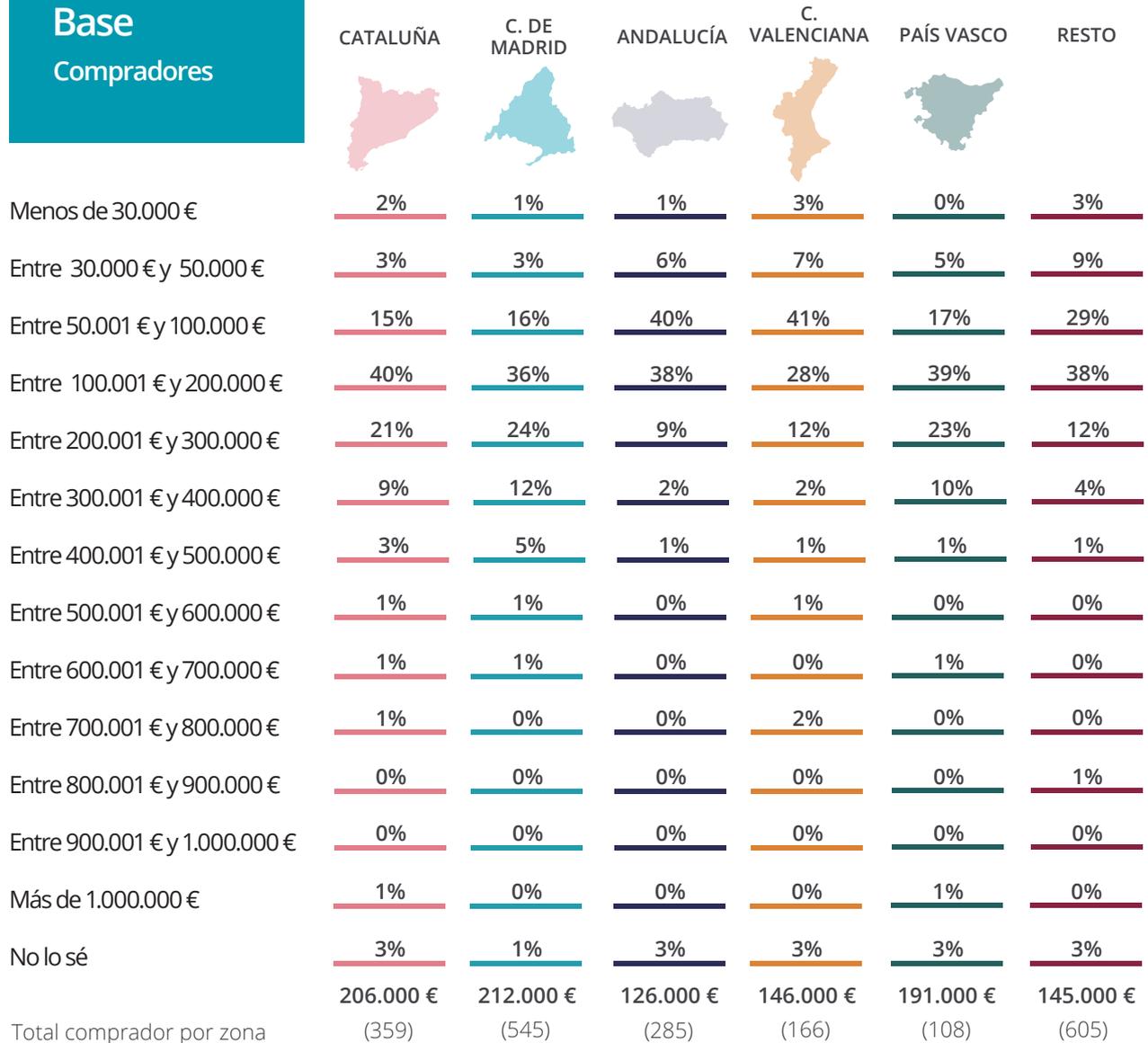
También se observan variaciones relevantes en función de la zona, siendo Cataluña, Madrid y País Vasco las zonas donde el comprador define un mayor presupuesto. Por ejemplo, mientras en Andalucía y Valencia un 40% y 41%, respectivamente, definen un presupuesto de entre 50.000 € y 100.000 €, en Cataluña el 40% lo define entre 100.000 € y 200.000 € y en la Comunidad de Madrid y País Vasco en este rango tenemos también la mayor proporción de compradores con un 36% y 39%, respectivamente.

En estas comunidades el segundo grupo se encuentra en el rango de 200.000 € a 300.000 €, mientras que en Andalucía y Valencia el segundo grupo se encuentra entre los 100.000 € y los 200.000 €.



	Media (€)
● Total mercado de compra (2068)	173.000 €
● Total mercado de venta (1053)	180.000 €

Base Compradores

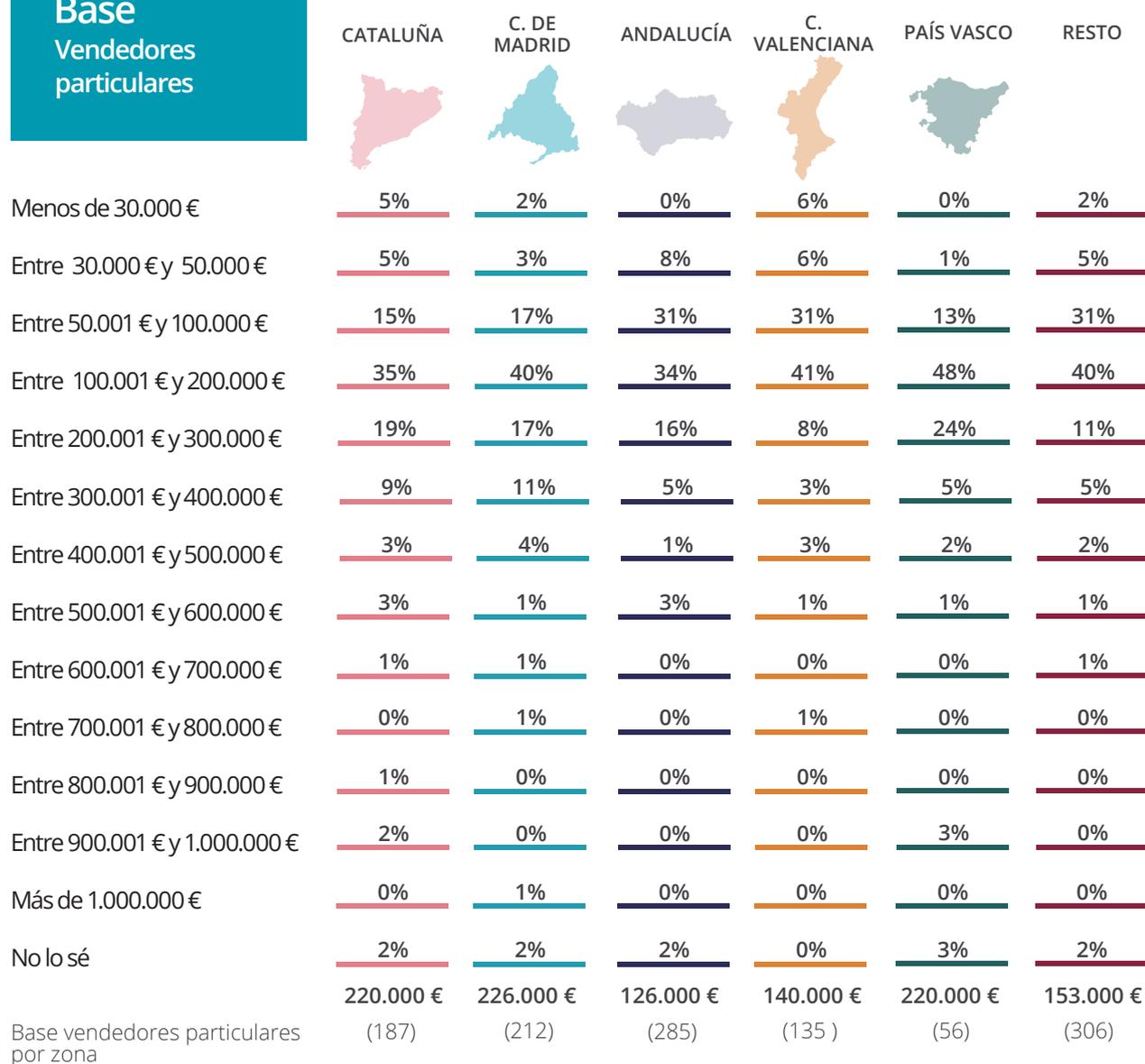


Además, en el caso de Cataluña, si se hace foco en la provincia de Barcelona, destacando las diferencias entre el Área Metropolitana y el resto de la provincia. En ambas zonas el rango con mayor peso de compradores es el de 100.000 € a 200.000 €, aunque en el Área Metropolitana la proporción es menor que en el resto de provincia, pasando de un 38% a un 43%. Y es que mientras que en Área

Metropolitana el 24% se mueve entre los 200.000 € y los 300.000 € en el resto de provincia es un 13% el porcentaje que se mueve en este rango.

A nivel de zonas, el comportamiento es similar para los precios que marcan los vendedores particulares.

Base Vendedores particulares



Aquellos que ya han comprado vivienda expresan un incremento promedio del presupuesto final versus al que se definen en el momento de la compra, pasando de de 160.00 euros de presupuesto inicial a 172.000 de presupuesto final, aunque en general se mantienen dentro del rango inicial.

Por otra parte, en el rango de 50.000 € a 100.000 € se observa un decremento de porcentaje de compradores pasando del 26% inicial a un 22% con la compra cerrada. Por el contrario el siguiente grupo (de 100.000 € a 200.000 € pasa del 38% inicial a un 41% en el cierre).

En definitiva, dada la importancia del presupuesto y aunque se detectan cambios entre el inicio y el final del proceso, en general la mayoría se mantiene dentro de los parámetros iniciales.

De hecho, entre los que identifican mantenerse dentro del presupuesto como un factor muy importante, el 92% expresa haber logrado el objetivo: comprar una vivienda sin salir del presupuesto.

Una herramienta utilizada para lograr dicho objetivo es la negociación: un 48% de los que han estado activos en el mercado nos indica que ha negociado el precio de una vivienda. Además, este porcentaje incrementa notablemente entre aquellos que ya han realizado la compra alcanzando el 61%. De hecho, en el 71% de las negociaciones se logra una reducción de precio.

Por parte del vendedor particular, las cifras van de nuevo muy de la mano con lo que vemos por el lado de la compra. Y es que un 49% de vendedores particulares han negociado: un 63% entre los que ya han vendido y en el 78% de los casos han bajado el precio.

Entre aquellos que han logrado una variación del precio, un 11% de los compradores ha logrado una variación mínima de 1.000 € aunque lo más común son variaciones de entre 5.000 € y 10.000 € donde encontramos

el 24% de los casos, seguidas de las variaciones de entre 10.000 y 20.000€. Este reparto de variaciones se traduciría en unos 14.000€ de promedio de rebaja para comprar la vivienda.

De nuevo, el comportamiento por parte del vendedor particular va de la mano con el del comprador, aunque en promedio el vendedor particular refleja estar asumiendo un promedio de rebaja mayor que la que percibe el comprador. Un 24% ha realizado una variación de entre 5.000 y 10.000€ y un 20% una variación de entre 10.000 y 20.000€ traduciéndose en un promedio entorno a los 16.000€.

Para el 73% de los que ya ha comprado vivienda, esta variación les supone el 10% del precio. Por su parte, para el 61% de los vendedores particulares que ya ha vendido, el descuento que ha derivado de la negociación supone un 10%.

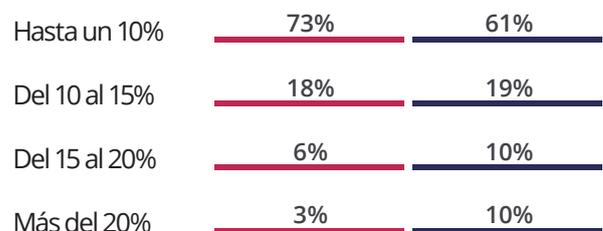
Esta diferencia muestra que el vendedor particular requiere ceder en mayor porcentaje dado que se observa una mayor proporción de vendedores particulares que han negociado a partir de un 15% del precio inicial de la vivienda en la venta de su vivienda (20%) que de compradores que han negociado a partir de ese 15% en la compra (9%).

% que ha negociado el precio



- Ya ha vendido (364)
- Ya ha comprado (812)

% de rebaja ha comprado / ha vendido



- Ya ha comprado (812)
- Ya ha vendido (364)

Pese que a que a nivel de precio se observan diferencias, no ocurre lo mismo en los resultados de la variación de precio que se consigue tras la negociación, por lo tanto, las proporciones de compradores que nos indican los distintos rangos de variación se mantienen relativamente estables según las diferentes comunidades autónomas.

Por parte del comprador, la mayoría entra en negociación del precio desde el primer

momento. Así un 53% de los activos en el mercado han negociado dentro del primer mes de búsqueda y un 79% habrán negociado antes de los tres meses.

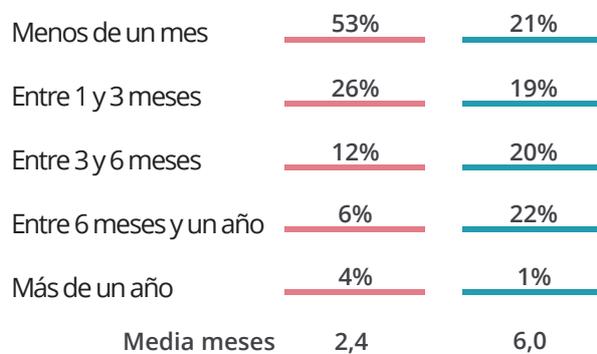
Por su parte, los vendedores particulares, como es de esperar, se muestran más lentos y muestran un comportamiento más atomizado.

Los motivos que llevan a unos y a otros a entrar en la negociación son también muy similares:

un 33% de los compradores señalan como principal motivo el hecho de que el precio no se encuentra dentro de mercado, aunque para los que ya han hecho la compra el principal motivo es el simple hecho de identificar la negociación como la vía para llegar a un acuerdo, mencionado por el 42%, quedando en segundo lugar la urgencia, con un 29% de menciones.

Algo similar ocurre entre los vendedores particulares, ya que entre los que han vendido una vivienda y variado el precio, el 44% indica que dicha variación ha sido la manera de llegar a un acuerdo y el 26% por la urgencia de cerrar la operación por alguna de las partes.

De hecho, el 71% de los vendedores particulares que ya han vendido volverían a bajar el precio para vender la vivienda.



● Total mercado compra (1504)
● Total mercado venta (806)

Los compradores se definen un presupuesto medio de

173.000 €

Los rangos de precio entre los que se mueven los compradores van muy alineados con los precios que definen los vendedores particulares.

61%

de los que han comprado vivienda han negociado el precio. Muy de la mano del 63% que ha negociado entre los vendedores particulares que ya han vendido.

73%

de los que han comprado vivienda y han variado el precio marcado entrando en una negociación de precio, han logrado hasta un 10% de variación.

09

Motivos de compra vs. alquilar

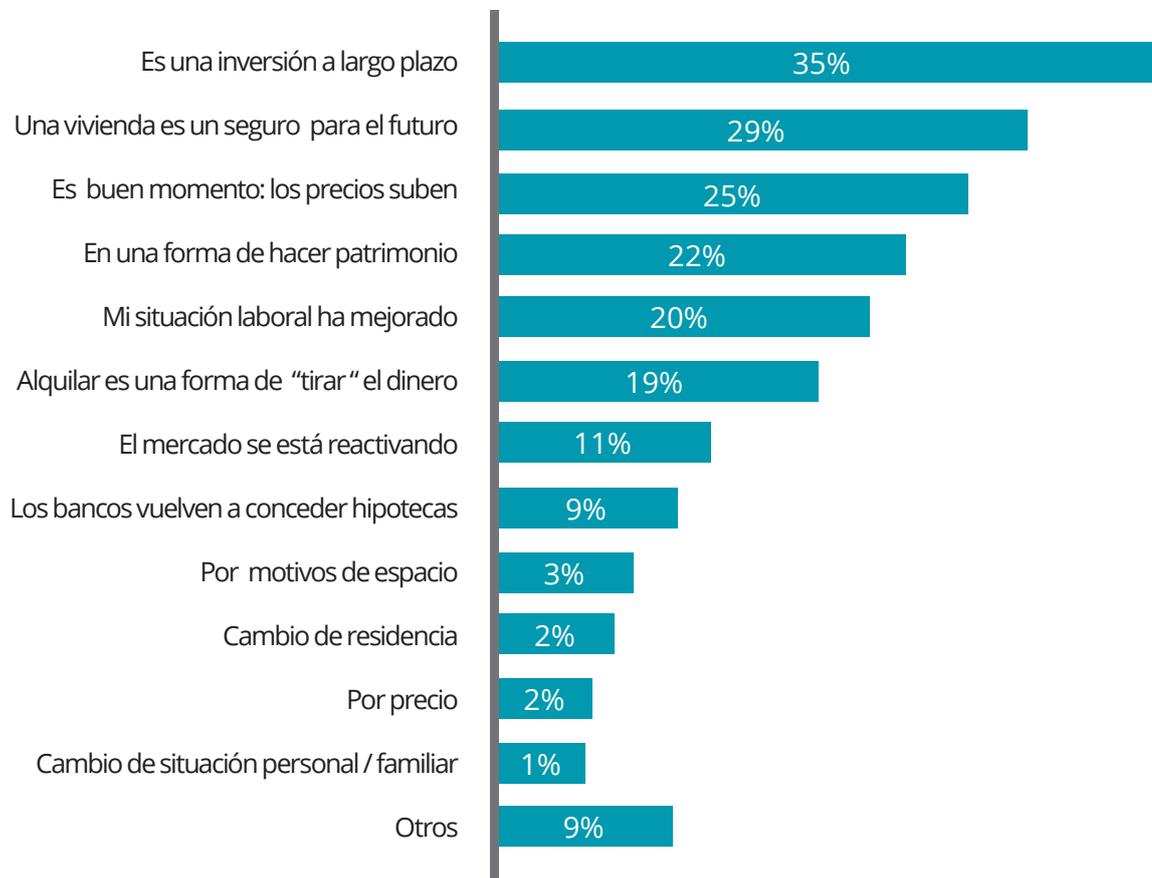
Como se ha visto, el precio es un factor muy relevante durante el proceso de compra, además de que el comprador se muestra exigente respecto a las características de la vivienda deseada y que el momento de la vida en el que se encuentra es un factor relevante para accionar la búsqueda.

Pero, **¿qué hace que los que han participado en el mercado de la compra en el último año se hayan decidido a comprar en lugar de optar por un alquiler?** De nuevo se observa cómo la compra de vivienda adquiere connotaciones de seguridad y estabilidad. El 60% de los compradores

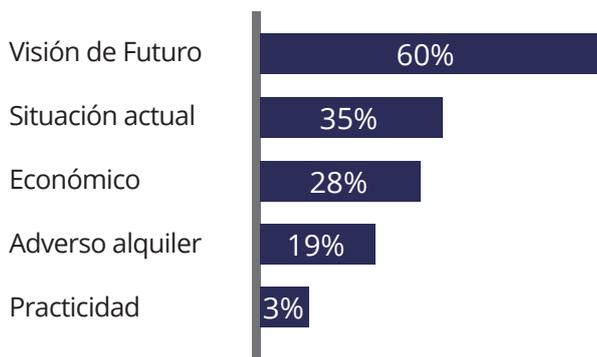
indican aspectos relativos a la visión de futuro como ventajas de la compra versus el alquiler. En concreto, para un 35% la adquisición de una vivienda es una inversión a largo plazo, 25% un seguro para el futuro y el 22% dice que es una forma de hacer patrimonio.

En segundo lugar, se observa que un 35% que indican aspectos relativos al momento actual como detonante para pensar en la compra en lugar de en el alquiler. Este grupo, principalmente responde a que es buen momento dado que los precios van a subir, idea mencionada por el 25%, además de un 11% que apela a la reactivación del mercado.

Comprador



Agrupaciones de motivos según “conceptos”



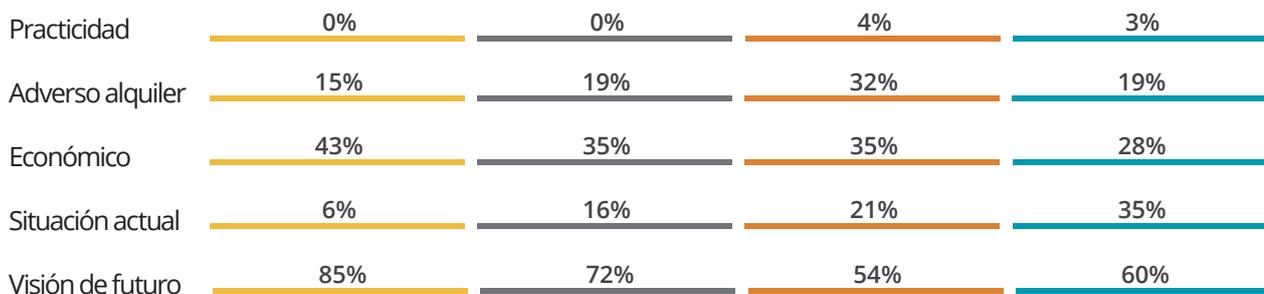
La importancia de estos motivos varía, en función del uso que se le pretende dar a la vivienda. En este sentido la visión de futuro, aunque es el factor principal en todos los casos, adquiere relevancia en las compras de segunda residencia y aquellas destinadas a inversión, pasando del 54% en el caso de primera residencia a un 72% en el caso de segunda residencia y al 85% para los compradores que buscan invertir.

Por otro lado, mientras que los motivos económicos son más relevantes en las compras de primera residencia que en las anteriormente mencionadas, especialmente la situación laboral con un 27% entre los que compran como primera residencia, frente al 14% y al 8% entre los que compran como segunda residencia o como inversión.

Por parte de los vendedores particulares, destacan motivos personales (38%) así como la necesidad de vender para comprar otra vivienda (32%).

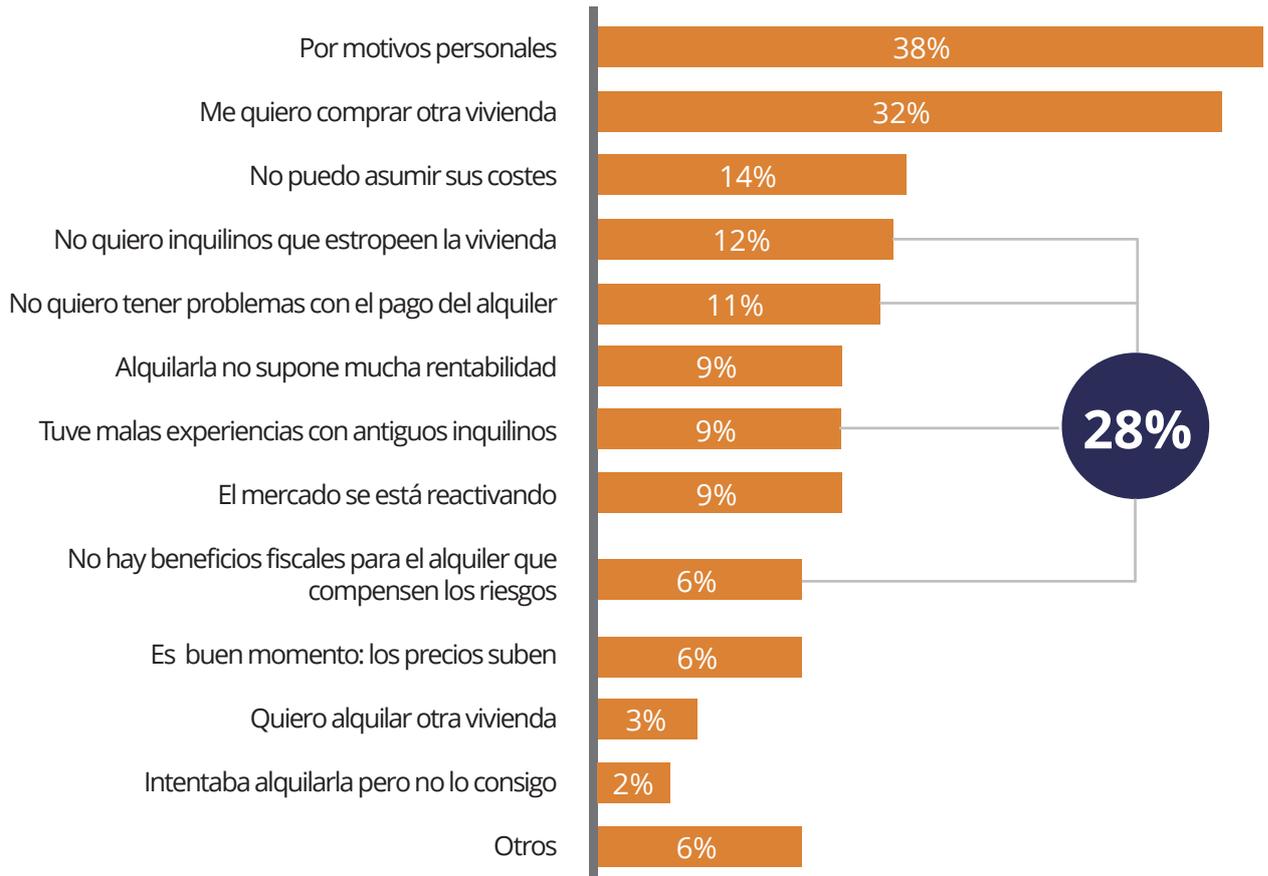
Si aglutinásemos los motivos relacionados con un posible riesgo del alquiler, este aspecto ocuparía el tercer lugar con un 28% (quedaría desglosado en “no quiero que los inquilinos estropeen la vivienda (12%), no quiero problemas con el pago del alquiler (11%), tuve malas experiencias con inquilinos (9%) o no hay beneficios fiscales para el alquiler que compensen los riesgos (6%).

Motivos de compra vs alquiler



- La quiero comprar / he comprado como inversión (178)
- Segunda residencia (244)
- Vivienda habitual / primera residencia (1591)
- Comprador (2068)

Total mercado venta particular



Media de menciones 1,6
Total vendedores particulares (1053)

60%

de los compradores opta por la compra en lugar del alquiler pensando en el futuro.

32%

de los vendedores particulares opta por vender antes que por alquilar dado que necesita el dinero para acceder a la compra de una vivienda.

28%

de los vendedores particulares alegan aspectos relacionados con las problemáticas con los inquilinos para preferir la venta en lugar de la puesta en alquiler, de hecho un 9% alega malas experiencias con inquilinos.

10

Visión de los precios y su futuro

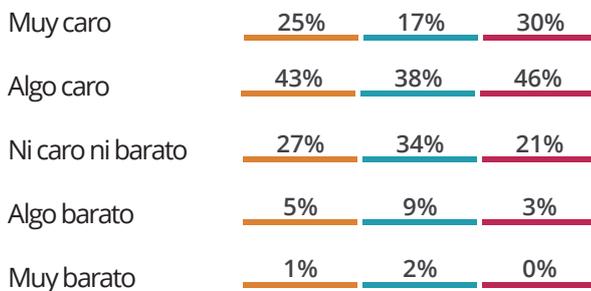
Tras su experiencia y paso por el mercado de la vivienda, el 71% de los que ya han comprado se muestran positivos respecto a la experiencia en términos generales. No es tan positiva la visión de los que siguen buscando, ofreciendo una valoración positiva en el 33% de los casos y neutra en el 51%.

Esta visión relativamente positiva no quita que la valoración de los precios por parte de los compradores sea negativa. En este sentido, un 25% de los compradores considera que los precios están muy caros y un 43% algo caro. Es decir, 7 de cada 10 compradores que estuvieron activos en el último año considera que los precios de la vivienda son altos.

Esta sensación es mayor para los que están buscando que para los que ya han comprado: un 17% de los que han comprado considera que los precios son muy caros, porcentaje que se eleva al 30% en el caso de los que buscan comprar. Y mientras un 38% de los que lograron comprar creen que los precios están 'algo caros', entre los que buscan así lo piensan un 46%.

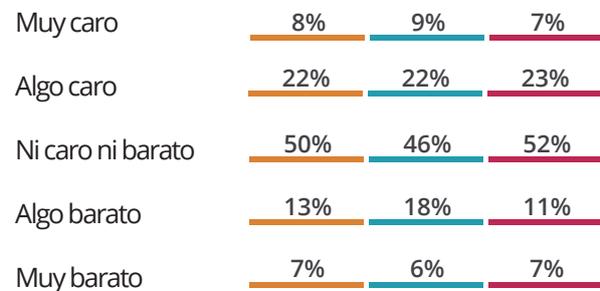
Por su parte, los vendedores particulares se muestran algo más neutros al valorar los precios y el 50% no los considera ni caros ni baratos. Además, contrasta el hecho de que si para un 68% del total de población que participó en el mercado de la compra el año pasado, los precios estaban caros, en el caso de los vendedores este porcentaje se reduce al 30%.

Total mercado compra



- Total mercado compra (2068)
- Ha comprado (1254)
- Busca comprar (814)

Total mercado venta



- Total mercado venta (1053)
- Ha vendido (497)
- Busca vender (556)

Sobre la evolución de los precios también muestran puntos de vista algo distantes: mientras que el 68% de los compradores vaticinan un crecimiento de los precios de vivienda y el 28% considera que van a permanecer estables, entre los vendedores particulares el 45% considera que los precios van a seguir incrementando y el 49% considera que se van a mantener estables.

Y la tendencia es...



- Total mercado compra (2068)
- Total mercado venta particular (1053)

En Cataluña y la Comunidad de Madrid es donde los compradores se muestran más críticos, siendo un 34% y 31%, respectivamente, los que consideran los precios muy caros.

También se muestran pesimistas en cuanto a la evolución del precio de la vivienda ascendiendo a 77% y 75%, respectivamente, el porcentaje de compradores que considera que los precios de vivienda cada vez serán más caros.

Para el comprador, los aspectos que influyen en el incremento de precios son el interés de los inversores en vivienda (63%), la situación económica (62%) y el hecho de que los bancos vuelvan a dar hipotecas.

Por su parte, los vendedores particulares apuntan a la propia pérdida de valor de la vivienda durante la crisis (66%), la situación económica del país (65%) y la inestabilidad laboral (64%) como los aspectos más influyentes en el precio de la vivienda.

Doble percepción en la cuestión del precio del inmueble: Muy caro y con tendencia al alza entre los demandantes de viviendas y con un precio adecuado con pronóstico estable entre los ofertantes particulares.

Catalunya y la Comunidad de Madrid son las zonas donde los compradores perciben los precios como más caros y donde reflejan mayor percepción de tendencia al alza.

11

Conclusiones

14%

de las personas han estado involucradas en, al menos, uno de los dos mercados y el 10% ha participado en ambos. El 24% de los compradores no destinan su compra a primera residencia.

La rentabilidad como factor presente en los principales aspectos relativos a la compra y la venta. En mayor medida entre los que compran como inversión o como segunda residencia.

8%

de los compradores acabará entrando en el mercado de alquiler como arrendatario, principalmente buscando la rentabilidad que ofrecen los alquileres.

13%

de los que han puesto a la venta una vivienda la tenían anteriormente alquilada principalmente por su rentabilidad o por esperar a un incremento de su valor.

El momento de vida es el detonante en la activación de la compra y visión de futuro para optar por la compra en lugar de por el alquiler. El vendedor particular pone a la venta su vivienda en busca de liquidez y muchos de ellos precisamente para comprar una vivienda.

28%

de los vendedores particulares alegan aspectos relacionados con las problemáticas con los inquilinos para preferir la venta en lugar de la puesta en alquiler, de hecho un 9% alega malas experiencias con inquilinos.

El precio como factor clave en el proceso para el 63% de los compradores y para el 48% de los vendedores particulares. Se refleja también como principal dificultad en el proceso de compra para el 48% de compradores.

Los compradores se definen un presupuesto medio de 173.000 €. Este presupuesto es mayor entre los que quieren comprar obra nueva y en Cataluña, Madrid y el País Vasco.

61%

de los que han comprado vivienda han negociado el precio. De media, la rebaja para comprar una vivienda ha sido de 14.000 €.

12

Metodología

El portal inmobiliario **fotocasa**, en el marco del estudio **“Radiografía del mercado de la vivienda en 2016-2017”**, ha realizado el informe **‘Experiencia de compra y venta de vivienda en el último año.’**

**Base**

Basado en un exhaustivo análisis del equipo de Business Analytics de Schibsted Spain, en colaboración con el instituto de investigación The Cocktail Analysis.

**Datos**

Los datos explotados parten del foco realizado sobre el perfil del comprador y del vendedor.

**Ámbito**

España

**Muestra Comprador**

Muestra de **2.068** personas de **18 a 70 años** representativas de la población española que ha comprado o busca comprar vivienda en el último año

Error muestral: +-2,2%

**Muestra Vendedor**

Muestra de **1.053** personas de **18 a 70 años** representativas de la población española que ha vendido o ha tenido a la venta una vivienda en el último año

Error muestral: +-3,0%

**Campo**

El estudio se ha realizado a través de encuestas online que se efectuaron entre el 7 y el 18 de abril.



fotocasa

Anais López García

✉ anais.lopez@scmspan.com

☎ 620 66 29 26

InformeFotocasa

🐦 @fotocasa

f [Facebook.com/fotocasa](https://www.facebook.com/fotocasa)

🌐 <http://prensa.fotocasa.es/informes>