

**sima**

madridinternationalrealestateexhibition

EL PERFIL  
DEL COMPRADOR DE  
VIVIENDA  
2019

INFORME PLANNER EXHIBITIONS - ST SOCIEDAD DE TASACIÓN  
JUNIO 2019

**PLANNER**EXHIBITIONS

CON LA COLABORACIÓN DE

 **ST**  
Sociedad de Tasación  
Valoración, Consultoría y Tecnología

## ÍNDICE

Metodología.....	3
Edad.....	4
Motivación.....	5
Período de búsqueda .....	6
Plazo de decisión de compra .....	7
Presupuesto de compra .....	8
Financiación: importe a financiar y tipo de hipoteca .....	9
Financiación: impacto en los ingresos familiares .....	12
Educación inmobiliaria .....	14
Oferta residencial vs. necesidades reales .....	16
Autores.....	17

## METODOLOGÍA

El presente informe se basa en la encuesta de satisfacción y de perfil del visitante que se elabora coincidiendo con la celebración del Salón Inmobiliario Internacional de Madrid (SIMA).

La encuesta permite identificar los deseos y expectativas del comprador de una vivienda, así como otras cuestiones esenciales relacionadas con la adquisición de un activo residencial.

El perfil del encuestado corresponde con el de visitantes no profesionales de la feria mayores de 25 años. Las metodologías utilizadas para la recogida de datos han sido la entrevistas personales y online con cuestionado estructurado.

Las entrevistas presenciales se llevaron a cabo tras la finalización de la visita a la feria de los encuestados, cuya selección fue aleatoria. Las entrevistas online se realizaron durante las dos semanas posteriores a la conclusión de la feria.

Por procedencia geográfica, la gran mayoría de los encuestados, el 95%, viven en la Comunidad de Madrid y el otro 5%, en el resto del territorio nacional.

Aunque las variables analizadas en la serie histórica no han sido siempre las mismas, ello no impide, sin embargo, que podamos distinguir un hilo de continuidad en las conclusiones y, por tanto, señalar tendencias.

Los resultados del presente informe no pueden generalizarse a la totalidad de la población española, sino que tan solo son representativos del universo encuestado: visitantes de SIMA que están en un proceso de búsqueda activa de una vivienda para su adquisición en un plazo de tiempo razonable.

### Nota metodológica

Los datos de este informe están basados en la serie de encuestas de satisfacción y de perfil de visitantes elaboradas por SIMA desde 2015.

### Perfil del entrevistado:

visitante no profesional mayor de 25 años.

### Recogida de datos:

entrevista personal tras finalizar los encuestados su visita a la feria (selección aleatoria) y entrevista online durante las dos semanas posteriores a la conclusión de la feria.

### Tamaño muestral y margen de error:

( $p=q=50$  y margen de confianza del 95,5%)

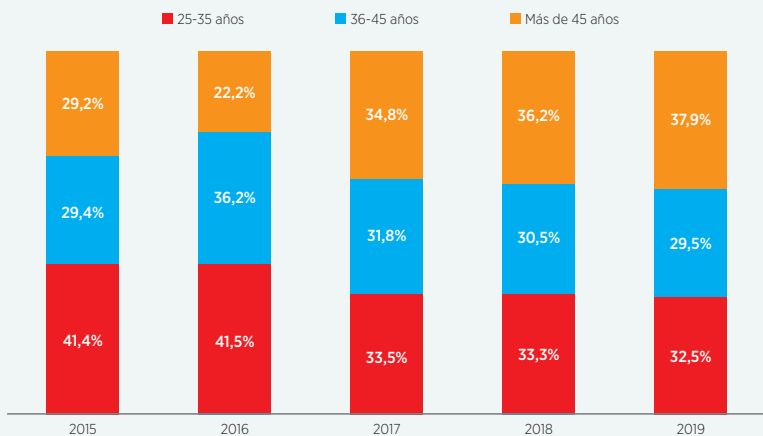
Año	Encuestas	Margen Error
2015	510	+/- 4,43%
2016	679	+/- 3,84%
2017	627	+/- 3,99%
2018	568	+/- 5,34%
2019	772	+/- 3,60%

## EDAD

Una de las evidencias más interesantes del informe, y que plantea algunas dudas sobre la opinión generalizada de que los jóvenes están siendo expulsados del mercado residencial, es el hecho de que, incluso en un contexto de ciclo alcista, la distribución de los compradores por franjas de edad apenas registra alteraciones.

El informe de este año confirma el patrón que desde 2017 se mantiene casi inalterable: que las personas en búsqueda activa de una vivienda se dividen a partes iguales entre quienes tienen entre 25-35 años, 36-45 años y más de 45 años.

**Gráfico 1. Distribución por tramos de edad**



Dos conclusiones se desprenden del dato anterior. Por un lado, que el porcentaje de jóvenes parece haberse estabilizado en torno a un tercio del total. Y por otro, que el perfil dominante entre los potenciales compradores sigue siendo el de vivienda de reposición.

**El porcentaje de jóvenes que busca una vivienda parece haberse estabilizado en torno a un tercio del total de los demandantes**

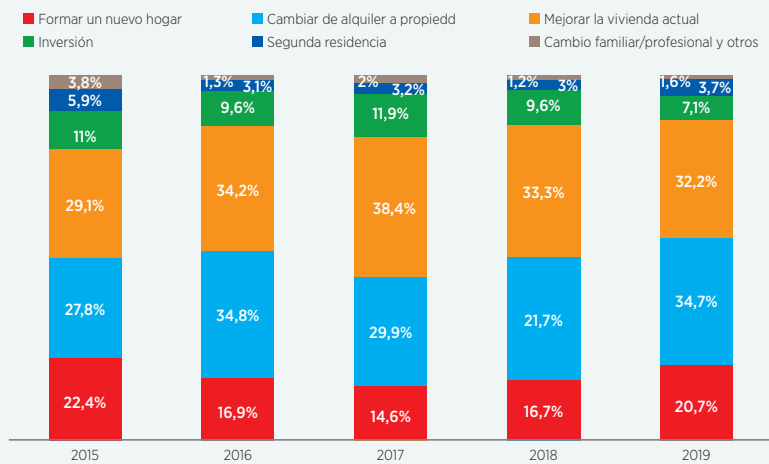


## MOTIVACIÓN

Por primera vez desde 2015, “cambiar de alquiler a propiedad” aparece como el primer motivo para adquirir una vivienda. Así lo asegura el 34,7% de los encuestados, 2,5 puntos porcentuales más que quienes afirma que la razón principal para hacerlo es “mejorar la vivienda actual”. Se da la circunstancia de que este había sido el motivo preferido en los dos últimos años. En tercer lugar, figura el deseo de “formar un nuevo hogar”, que se incrementa cuatro puntos porcentuales (20,7%) con respecto a 2018. El resto de los motivos para adquirir una vivienda (“inversión”, “segunda residencia” o “cambio familiar/profesional y otros”) apenas presenta variaciones de importancia.

**Por primera vez desde 2015, “cambiar de alquiler a propiedad” aparece como el primer motivo para adquirir una vivienda**

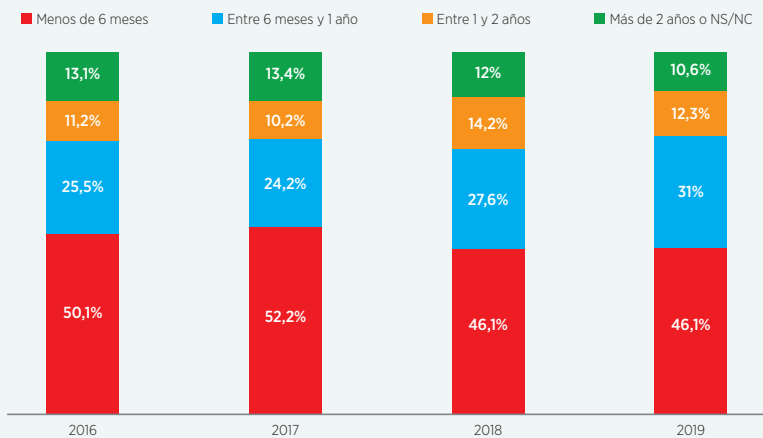
**Gráfico 2. Motivación para adquirir una vivienda**



## PERÍODO DE BÚSQUEDA

El informe de este año también confirma otra de las tendencias apuntadas en la edición de 2018: el período de búsqueda activa de una vivienda comienza a dilatarse. Así, cada vez son menos las personas que lo iniciaron seis meses antes de la fecha de la encuesta –aunque el porcentaje de estas en 2019 coincide con el de 2018, está 5 puntos por debajo que la media de los años 2016-2017– y más quienes llevan haciéndolo entre seis meses y un año (en 2019, 4,4 puntos más que en 2018 y en torno a seis puntos más que la media de 2016-2017).

**Gráfico 3. ¿Cuándo comenzó de forma activa el proceso de búsqueda de vivienda?**



Por el contrario, disminuyen los porcentajes de las personas que llevan buscando de manera activa una vivienda entre uno y dos años, y más de dos años, lo que permite suponer que, en la actualidad, este es el período más frecuente que se tarda en encontrar la vivienda.

**El período de búsqueda activa de una vivienda también comienza a dilatarse**

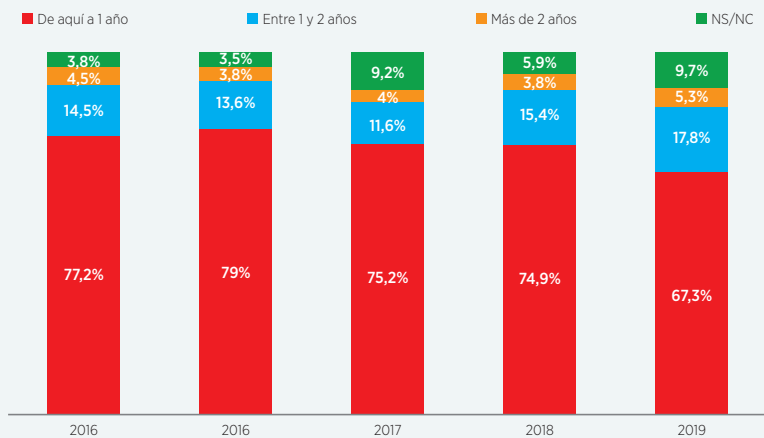


## PLAZO DE DECISIÓN DE COMPRA

Lo mismo que el período de búsqueda, el plazo de decisión de compra se dilata. De hecho, en 2019, y de acuerdo con las respuestas recogidas, el porcentaje de personas que prevé adquirir una vivienda a un año vista disminuye algo más de 7 puntos respecto a 2018. Es probable que la presión alcista de los precios explique en parte este hecho y que los compradores estén expresando su expectativa de un ajuste del valor de la vivienda. Otro dato a destacar en esta variable es el significativo incremento de la incertidumbre en torno al plazo de decisión de compra de la vivienda, que aumenta algo menos de 4 puntos, pasando del 5,9% al 9,7%.

**Lo mismo que el período de búsqueda, el plazo de decisión de compra se dilata**

**Gráfico 4. Plazo de decisión de compra**



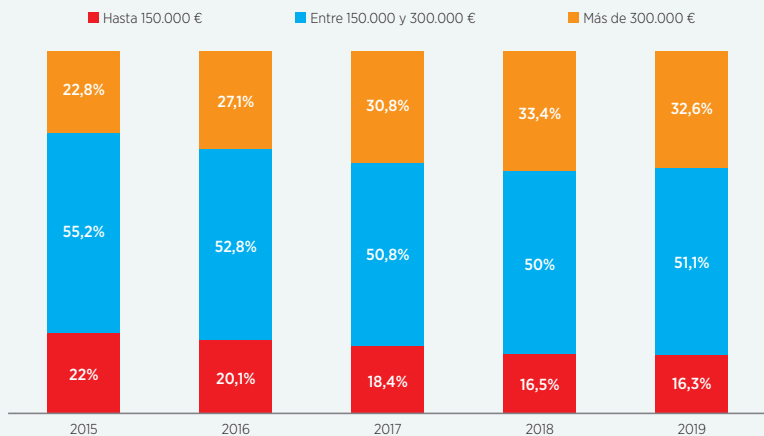
## PRESUPUESTO DE COMPRA

El análisis del presupuesto de compra arroja una primera conclusión: el trasvase entre las diferentes franjas de presupuesto parece estancarse. Es una afirmación especialmente relevante para los encuestados con un presupuesto por encima de los 300.000 euros, que en 2019 rompen con la tendencia alcista de los últimos años.

Por primera vez desde 2016, su porcentaje registra una ligera caída de 1,8 puntos; situación que contrasta, en todo caso, con el incremento medio de algo más de 3 puntos porcentuales en el trienio 2016-2018.

**El trasvase de potenciales compradores entre las diferentes franjas de presupuesto parece estancarse**

**Gráfico 5. Presupuesto de compra**



Algo similar puede decirse del grupo de compradores con el presupuesto más modesto –hasta 150.000 euros–, que prolongan la tendencia descendente iniciada en 2015, pero a un ritmo sensiblemente menor, de solo dos décimas frente a los dos puntos de media en los tres años anteriores. Por su parte, los presupuestos entre 150.000 y 300.00 euros son los únicos que aumentan su porcentaje, si bien muy discretamente (1,1 puntos).



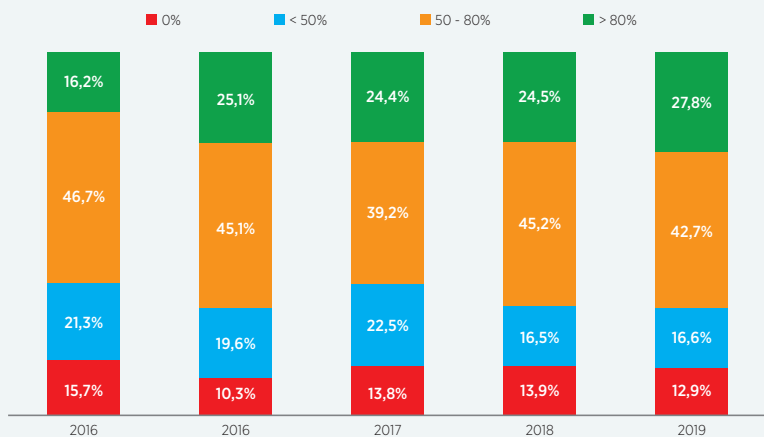


## FINANCIACIÓN: IMPORTE A FINANCIAR Y TIPO DE HIPOTECA

La cantidad a financiar expresa mejor que cualquier otra de las variables consideradas en el estudio los efectos de la paulatina revalorización de los activos residenciales. Muy brevemente: cada vez son menos quienes prevén solicitar una hipoteca menor y más los que prevén solicitarla mayor. Así, quienes manifiestan unas necesidades financieras por encima del 80% del precio de la casa suben algo más de tres puntos porcentuales (del 24,5% al 27,8%), el segundo mayor incremento desde 2015.

**Quienes manifiestan unas necesidades financieras por encima del 80% del precio pasan del 24,5% al 27,8%**

**Gráfico 6. Financiación: % que se necesitará financiar**



Por contra, se reduce la proporción de encuestados que precisarían financiar entre el 50% y el 80% del valor de la vivienda (42,7%: 2,5 puntos porcentuales menos que hace un año). Por otro lado, quienes necesitarían financiar menos del 50% o nada presentan una mayor estabilidad, con fluctuaciones mínimas en comparación con los dos grupos anteriores (2 décimas y 1 punto, respectivamente).

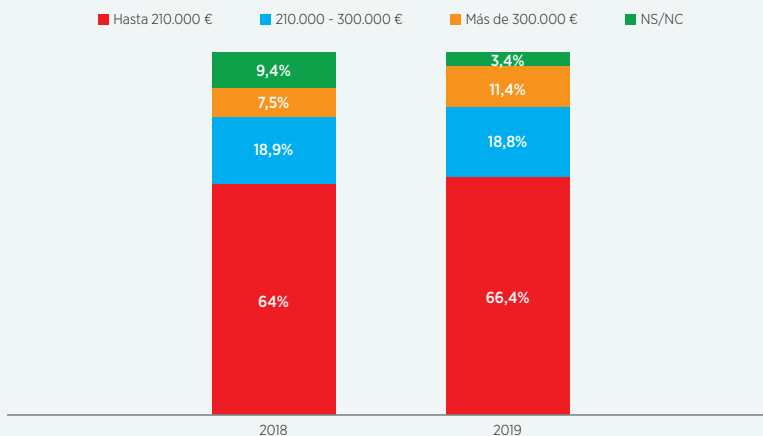
El análisis de los importes aproximados de las hipotecas (gráfico 7) confirma que la gran mayoría de los encuestados prevé solicitar un préstamo de hasta 210.000 euros (66,4%, 2,4 puntos más que en 2018), mientras que los demandantes de una hipoteca de entre 210.000 y 300.000 se mantienen prácticamente igual, en torno al 19% del total.



Finalmente, se reduce notablemente el porcentaje de quienes no saben o no contestan y esa reducción parece ir a parar al grupo de encuestados que prevé solicitar una hipoteca superior a 300.000 euros.

En lo que atañe al tipo de hipoteca (gráfico 8), las respuestas traslucen el creciente interés de los compradores potenciales por contratar un préstamo de interés fijo, una tendencia marcadamente alcista desde 2017 y que en 2019 crece algo más de 8,4 puntos porcentuales, hasta el 42,4%, frente al 25,7% de quienes se decidirían por una hipoteca a interés variable.

### Gráfico 7. Financiación: Importe aproximado de la hipoteca



A pesar de que los encuestados que no saben o no contestan retroceden casi 12 puntos porcentuales en el estudio de este año con respecto al de 2018, no deja de llamar la atención que todavía supongan una cuarta parte de los entrevistados.

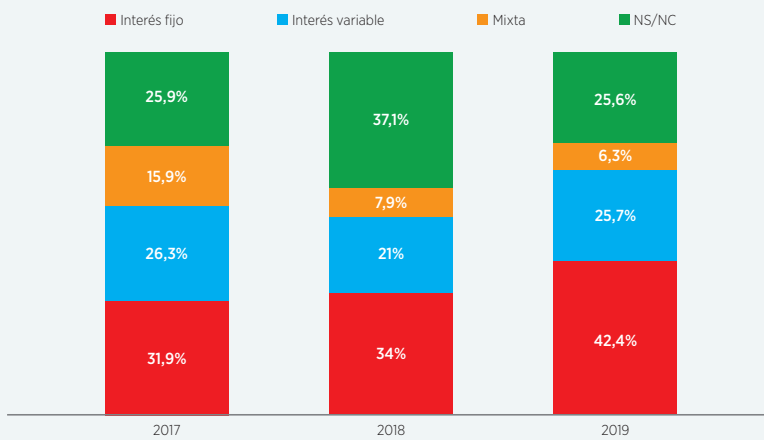
**La gran mayoría de los encuestados prevé contratar un préstamo de hasta 210.000 euros**



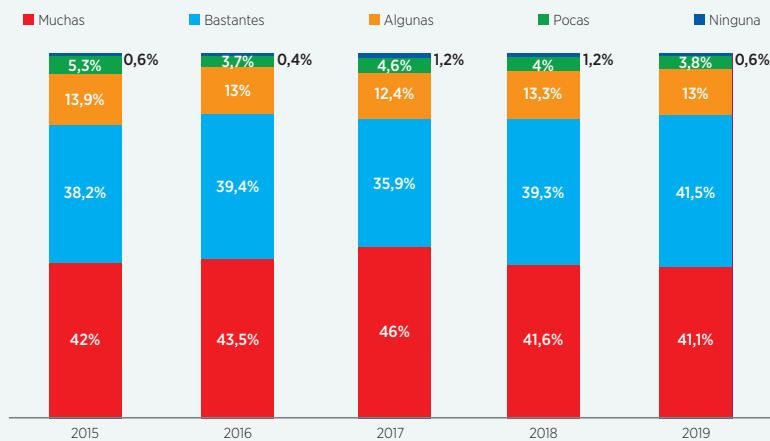
En cuanto a las posibilidades de obtener una hipoteca (gráfico 9), los encuestados transmiten altas dosis de optimismo: casi el 90% –un porcentaje similar al de 2018– cree tener “muchas” o “bastantes” posibilidades de conseguirla (41,1% y 41,5%, respectivamente).

**Casi el 90% de los encuestados cree tener “muchas” o “bastantes” posibilidades de conseguir la hipoteca que necesita**

**Gráfico 8. Financiación: Tipo de hipoteca que está considerando contratar**



**Gráfico 9. Financiación: Probabilidad de conseguirla**



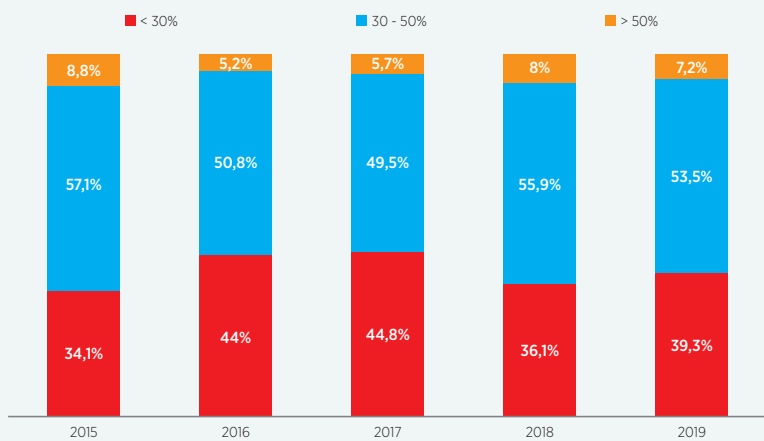
Además, incluso quienes presuponen tenerlo más complicado disminuyen: 3 décimas aquellos que afirman tener “algunas posibilidades” y 2 décimas los que creen tener “pocas”.



## FINANCIACIÓN: IMPACTO EN LOS INGRESOS FAMILIARES

El esfuerzo financiero que deberían realizar los potenciales compradores se mantiene en niveles altos, ya que, como también ocurría en 2018, menos del 40% de los encuestados manifiesta que la cuota hipotecaria será inferior al 30% de los ingresos familiares. Así, más de la mitad de los encuestados (53,5%) afirma que tendría que dedicar entre el 30% y el 50% de los ingresos al pago de la hipoteca y un 7,2%, destinar incluso más del 50%.

**Gráfico 10. Financiación: Cuota hipotecaria sobre ingresos familiares**



El informe de Planner Exhibitions y ST Sociedad de Tasación también profundiza en los efectos que el repunte de este esfuerzo financiero a la hora de adquirir una vivienda puede llegar a tener sobre la vida cotidiana de sus futuros propietarios (gráfico 11). Y si bien para algo más de la mitad de los encuestados (el 52%) este esfuerzo no tendría ninguna consecuencia, la situación es diferente para el 48% restante, a quien sí le afectaría de manera más o menos significativa.

**El esfuerzo financiero que deberían realizar los potenciales compradores se mantiene en niveles altos**



Es el caso, por ejemplo, del 15% de los encuestados que afirma que en adelante tendría “dificultades para afrontar imprevistos”, o del 18%, que afirma que debería “estar pendiente de cada gasto”. Por su parte, el 8% dice que tendría que eliminar gastos extras, mientras otro 3% cree que suprimiría su ocio diario. Finalmente, un 3% tendría dificultades para cubrir sus gastos básicos e inevitables.

**Gráfico 11. Financiación: Consecuencias sobre su vida cotidiana**



**El 53% de los encuestados afirma que tendría que dedicar entre el 30% y el 50% de los ingresos al pago de la hipoteca**

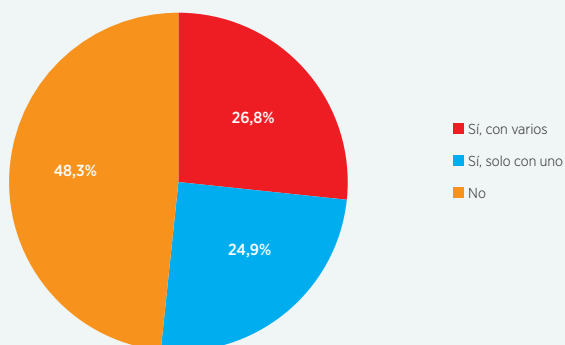


## EDUCACIÓN INMOBILIARIA

El informe de Planner Exhibitions y ST Sociedad de Tasación también ha indagado en una cuestión colateral al perfil del comprador de vivienda, pero de gran importancia para entender algunas claves de su comportamiento. El tema de la educación inmobiliaria –o, más en concreto, de su fomento– fue también uno de los objetivos abordados en la reciente edición de SIMA. Durante los cuatro días de la feria se celebró un ciclo de charlas divulgativas, bajo el nombre de SIMA Academy, que trató sobre asuntos básicos vinculados a la compra de una vivienda.

**Durante los cuatro días de la feria se celebró un ciclo de charlas divulgativas, bajo el nombre de SIMA Academy, que trató sobre asuntos básicos vinculados a la compra de una vivienda**

**Gráfico 12. Financiación: ¿Ha consultado ya con algún banco?**

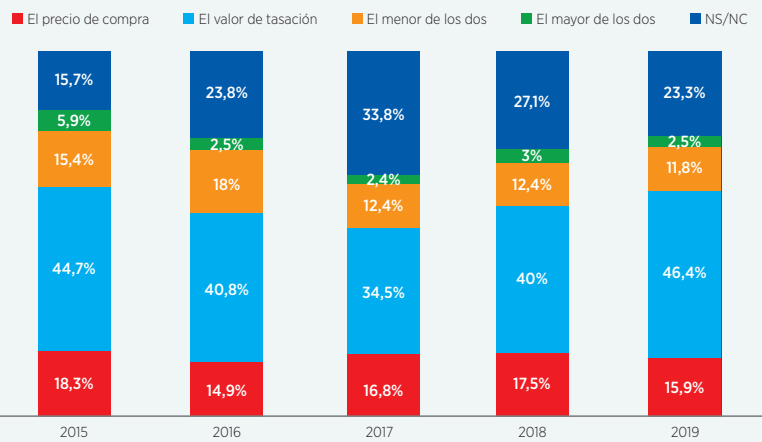


El estudio de 2019 profundiza en esta cuestión con el análisis de las siguientes dos variables: si en el proceso de búsqueda de la vivienda se ha consultado con el banco las opciones de obtener una hipoteca y si se sabe qué valor utilizará la entidad financiera como referencia para conceder el crédito hipotecario.



En el primer supuesto (gráfico 12), casi el 50% de los encuestados afirma no haber consultado ningún banco, frente a casi el 27% que dice haberlo hecho con varios y el 25% que asegura que sí ha realizado la consulta, pero con solo uno.

**Gráfico 13. Financiación: ¿Qué valor cree que utilizará el banco como referencia?**



En el segundo caso, la mayoría de los encuestados (46,4%) coincide en que el valor de la tasación será la referencia que utilice el banco para calcular la hipoteca. Además, se trata del dato más alto de la serie histórica. En segundo lugar, figura el precio de la vivienda (15,9%), seguido de la opción “el menor de los dos”.

No obstante, resulta llamativo que casi una cuarta parte de los encuestados desconozca qué referencia utilizará el banco.

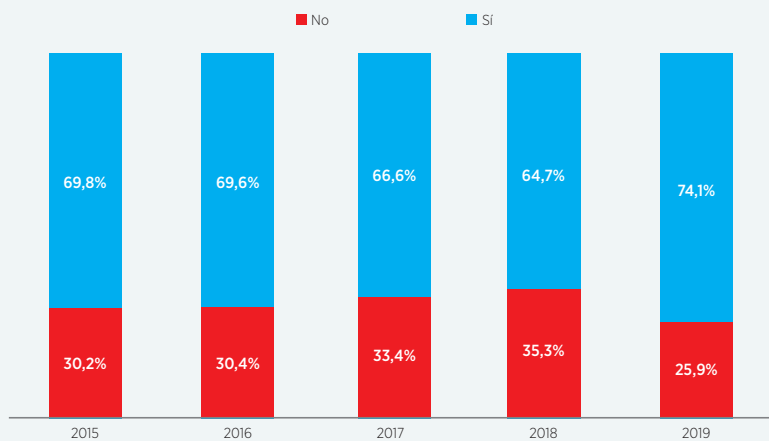
**La mayoría de los encuestados (46,4%) coincide en que el valor de la tasación será la referencia que utilice el banco para calcular la hipoteca**



## OFERTA RESIDENCIAL VS. NECESIDADES REALES

De las respuestas recogidas por el informe se deduce que SIMA sigue siendo un espacio idóneo para encontrar la vivienda que se busca. De hecho, el porcentaje de visitantes que afirma haber encontrado al menos una oferta que se ajusta a sus necesidades repunta hasta el 74,1%, casi diez puntos más que en 2018

**Gráfico 14. Durante su visita, ¿ha encontrado algo que se ajuste a sus necesidades?**



**SIMA sigue siendo un espacio idóneo para encontrar la vivienda que se busca**





## AUTORES

### PLANNEREXHIBITIONS

**Planner Exhibitions** es una empresa dedicada a la promoción y organización de ferias y salones comerciales y profesionales. El equipo humano de Planner acumula una amplia experiencia en el sector, promoviendo y desarrollando iniciativas feriales desde 1997. Los proyectos que lleva a cabo Planner Exhibitions tienen como objetivo ofrecer a las empresas participantes un entorno privilegiado para la presentación de sus productos y servicios, así como un retorno comercial directo, facilitando el acceso a una demanda segmentada y cualificada.

Más información en [simaexpo.com](http://simaexpo.com).



**ST Sociedad de Tasación** es una empresa independiente experta en valoraciones de todo tipo de bienes, especialmente activos inmobiliarios. Creada en el año 1982 es la primera sociedad de tasación nacida en España, ha realizado más de tres millones de tasaciones con un valor tasado superior a los dos billones de euros. Es líder en la generación de información y estadísticas inmobiliarias, creando en el año 1986 el primer índice de precios de vivienda publicado en España.

El Grupo Sociedad de Tasación ofrece gran variedad de servicios en el ámbito inmobiliario: tasaciones para mercado hipotecario (ECO), valoraciones RICS, Valoraciones Automatizadas AVM, Valoraciones por Modelos Estadísticos, Asesoramiento en Valor de Carteras, Certificaciones Energéticas, Consultoría Urbanística, Project Monitoring y desarrollos informáticos aplicados al sector inmobiliario. El Grupo tiene presencia en todo el territorio nacional a través de sus 13 centros de trabajo, 200 empleados y más de 900 profesionales independientes (arquitectos e ingenieros) que colaboran con él.

Puede obtener más información en [www.st-tasacion.es](http://www.st-tasacion.es).