

VII EDICIÓN DEL INFORME SOBRE EL “MERCADO RESIDENCIAL EN ESPAÑA” QUE ELABORA SERVIHABITAT TRENDS.



- **Taller de trabajo es una metodología de trabajo en la que se integran la teoría y la práctica.**
- **Se caracteriza por la investigación, el aprendizaje por descubrimiento y el trabajo en equipo que, en su aspecto externo, se distingue por el acopio (en forma sistematizada) de material especializado acorde con el tema tratado teniendo como fin la elaboración de un producto tangible.**
- **Un taller es también una sesión de entrenamiento. Se enfatiza en la solución de problemas, capacitación, y requiere la participación de los asistentes.**

21 de diciembre de 2018

La dinámica de la inversión en construcción residencial, la reducción del desempleo, así como los indicadores actuales que marcan el contexto macroeconómico son aspectos que animan los proyectos de viviendas iniciadas y configuran un ciclo expansivo. Para 2018, se prevé que se inicien 7.879 viviendas de media mensual y para 2019 serían 8.548. En el ámbito de la promoción se percibe mayor actividad en las poblaciones de mayor tamaño y, especialmente las ciudades capitales, donde destacan Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga. El mercado de vivienda vacacional sigue incrementando su actividad sin alterar las áreas tradicionalmente elegidas; es decir, costa mediterránea (de norte a sur) y los dos archipiélagos. El stock de vivienda que va quedando se absorbe lentamente en la mayoría de ubicaciones.

Los visados de obra nueva marcan una clara evolución con tendencia ascendente.

Los visados de proyectos iniciados crecen (+17,0%) en 2018, por lo que después del punto de inflexión de 2015, las viviendas iniciadas siguen por delante de las entregas de proyectos.

Los proyectos terminados (certificaciones de fin de obra), según los datos oficiales provisionales del Ministerio de Fomento y nuestras previsiones, crecen un 16,8% en 2018 terminando los proyectos iniciados esta fase de relativa recuperación cíclica.



El inicio de proyectos se moderará en 2019, dentro de un buen comportamiento del mercado, intentando ajustarse a la demanda y evitar grandes stocks.



En este sentido, la finalización y entrega de obra del próximo año se espera acorde a unas perspectivas razonables, así como a la evolución de los precios y de la rentabilidad.



Para 2019, los visados de proyectos iniciados se incrementan un 8,5%, terminando el año en unas 102.572 unidades y se irán finalizando según las prioridades de las ubicaciones. Se prevé una cifra de proyectos terminados del 22,4%, unas 76.922 unidades.

DATOS

Iheb Nafaa, Consejero Delegado de Servihabitat, destaca que "en el análisis que hemos realizado detectamos que todavía existe un recorrido de crecimiento en el mercado residencial en España para el próximo 2019, pero las subidas serán más moderadas. Nuestra previsión es que algunos indicadores, como son el precio de la vivienda o el número de viviendas iniciadas, lo harán acorde a unas perspectivas razonables y en sintonía con el contexto macroeconómico".

Se estima que las transacciones de viviendas aumenten un 11,9% a cierre de 2018 con respecto al año anterior, superando las 604.000 operaciones. Este aumento seguiría para 2019 pero de forma más leve, situándose en 4,7%, por lo que se llegarían a alcanzar las 632.000 unidades vendidas. Estos datos demuestran una dinámica de moderación general dentro de la fase ascendente del ciclo inmobiliario.

Entre los factores que contribuyen al impulso de la demanda y, por consiguiente, al crecimiento de este indicador, destacan: el buen ritmo de creación de empleo que hace aumentar la renta bruta disponible de los hogares, la concesión de forma moderada de préstamos hipotecarios por parte de las entidades financieras y el continuo interés inversor en los inmuebles junto con las rentabilidades elevadas que generan los alquileres.

Por comunidades, Andalucía, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana lideran el volumen de compraventas para el año que viene, bajando a cuarta posición Cataluña que en 2018 sería la segunda comunidad autónoma con mayor número de transacciones.

En cuanto a la tipología de inmuebles, la vivienda de obra nueva sigue con el mismo peso respecto a la de segunda mano, que se mantiene en torno al 75% de las operaciones este 2018 igual que el año anterior, según la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat. El 68,6% de los inmuebles tienen un precio inferior a los 150.000€ y el 34,9% de las transacciones se realizan sobre viviendas de entre 61 y 90 m². Mientras que la vivienda habitual más demandada, tanto en altura como unifamiliar adosada, dispone de 3 dormitorios



y la unifamiliar aislada de 4, en el caso de la vivienda vacacional, si es en altura cuenta con 2 dormitorios y las unifamiliares adosadas y aisladas disponen de 3 dormitorios principalmente.

Si nos centramos en el tiempo medio de venta de los inmuebles en España, éste ha disminuido en casi un mes respecto el informe anterior tanto en vivienda habitual (de 7,1 a 6,1 meses) como en vivienda vacacional (de 8,0 a 7,2 meses).

Cabe destacar también que más de la mitad de los compradores de vivienda habitual (58%) en España tienen entre 36 y 45 años y el 51% de los compradores de vivienda vacacional tienen entre 46 y 55 años.

Las viviendas iniciadas crecerán un 8,5% en 2019 y las terminadas lo harán en un 22,4%

Si la previsión para este año es que se cierre con más de 94.500 viviendas iniciadas, lo que supone un incremento anual del 17%, en 2019 este indicador crecerá un 8,5% adicional, con más de 102.500 proyectos iniciados. En cuanto a las viviendas terminadas, también se prevé que aumenten casi un 17% este año, un 16,8% concretamente, y aumentarán hasta el 22,4% el que viene, momento en que se superarían las 76.900 unidades finalizadas.

La Comunidad de Madrid, Andalucía y Cataluña son las comunidades con mayor volumen de viviendas iniciadas para este año y el siguiente, con Cantabria, La Rioja y Extremadura en la cola. No obstante, en 2018, las comunidades que más crecieron porcentualmente en cuanto a proyectos iniciados fueron la Región de Murcia, Navarra y la Comunidad de Madrid y por terminados Andalucía, Aragón y las Islas Baleares.

En este ámbito de promoción se percibe una mayor actividad en las localizaciones de más población donde destacan Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga. Además, el mercado de vivienda vacacional sigue incrementado su actividad sin alterar las áreas tradicionalmente elegidas, como la costa mediterránea y los dos archipiélagos.

Tal como apunta Juan Carlos Álvarez, Director General de Negocio Inmobiliario de Servihabitat: "El mercado de obra nueva moderará su crecimiento en 2019 respecto a los ejercicios anteriores donde se produjo un incremento considerable a partir del punto de inflexión de 2015 y 2016. Considerando los meses de desarrollo, las viviendas terminadas mantienen el ciclo positivo con variaciones anuales al alza. Así, pues, para el año que viene se estima un aumento notable de viviendas terminadas, 6.410 viviendas de media mensual, equivalente a un incremento de 1.174 visados más respecto a la media mensual del año anterior".



EL STOCK DE OBRA NUEVA SE REDUCE UN 3% ESTE AÑO

El volumen de stock de viviendas mantiene su drenaje, descendiendo un 3% este año con respecto al ejercicio anterior, lo que situará la cifra en más de 464.500 viviendas al cierre del ejercicio. En 2019, continuará esta tendencia y se absorberá un 2,7% del stock de obra nueva, reduciéndose hasta las 452.100 viviendas. Aun así, hay que tener en cuenta que el comportamiento del mercado es heterogéneo y que el 50% del stock se concentra en tres comunidades autónomas: la Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía.

En España, existen 99,5 viviendas en stock por cada 10.000 habitantes. En La Rioja, Castilla-La Mancha y la Comunidad Valenciana se supera ampliamente este dato, aunque la Región de Murcia, las Islas Canarias, Castilla y León y Aragón también superan la media estatal.

EN 2019, EL PRECIO DE LA VIVIENDA AUMENTARÁ UN 4,7%

Si este año la estimación de los incrementos del precio de la vivienda serán del 5,8% de media en España, para el año que viene la previsión es que crezcan un 4,7%. La Comunidad de Madrid (10,1%), Cataluña (9,0%), las Islas Baleares (8,3%) y el País Vasco (5,9%) son las comunidades que experimentan unos aumentos de precios por encima de la media nacional este 2018.

Además, el valor medio de las compraventas es más alto en las Baleares, Madrid y el País Vasco, seguido en cuarto lugar por Cataluña, tanto en 2018 como en 2019. Respecto al año pasado, las que más aumentaron porcentualmente el valor de las transacciones fueron la Comunidad de Madrid, Castilla-La Mancha y Extremadura.

El esfuerzo medio que debe realizar un hogar en España para adquirir su vivienda ha aumentado hasta los 7,3 años de renta bruta destinada al pago de esta, aunque sigue siendo inferior al dato de 2007, cuando se requerían más de nueve años de ingresos brutos anuales.

EL ALQUILER RESIDENCIAL CONTINÚA GANANDO PESO EN ESPAÑA

Tal como apunta el informe elaborado por Servihabitat Trends, en 2017 el 22,9% de la población española vivía en régimen de alquiler, según datos de Eurostat, una cifra que ha experimentado un notable crecimiento durante la última década. En cuanto a la población que reside en alquiler pagando una renta de mercado, se ha incrementado en casi 4 puntos porcentuales, desde el 10,7% que representaba en 2007.



Según los datos que presenta el estudio, el volumen de viviendas en alquiler disponibles actualmente en España es de cerca de 105.000, un 7% más que hace un año. Representa 2,2 viviendas en oferta por cada 1.000 habitantes y 5,7 por cada 1.000 hogares. Respecto al parque de viviendas destinadas al alquiler, destaca especialmente por un volumen porcentual más abundante la provincia de Salamanca, siendo también más elevados que en el resto los porcentajes que se alcanzan en Madrid, Barcelona, Ciudad Real, Málaga y las Islas Baleares.

El precio medio del alquiler en España sigue avanzando y experimentará una subida media de entre el 1,5-2% en este segundo semestre del año con respecto al primero. Para una vivienda de 80-90 m², la renta media en el país es de 710€, aunque en comunidades como las Islas Baleares (1.170€), la Comunidad de Madrid (1.220€), el País Vasco (960€) y Cataluña (750€) se supera esta cifra.

La rentabilidad bruta media para una vivienda en alquiler es del 5,6%, con la Región de Murcia (5,9%), Castilla-La Mancha (5,7%) y la Comunidad Valenciana (5,7%) por encima de esta media nacional.

Tal como apunta el documento, la evolución del mercado de alquiler en España presenta una tendencia positiva, si bien algunos indicadores empiezan a mostrar signos de un ligero agotamiento. Por un lado, ha crecido de forma moderada el precio al que el arrendador quiere alquilar y el que el futuro inquilino está dispuesto a pagar. Por otro lado, los precios han aumentado de forma ininterrumpida desde hace más de tres años y esto está tensionando más el mercado por lo que los inquilinos cada vez están menos dispuestos a incrementar el esfuerzo financiero que realizan.

EL COMPRADOR EXTRANJERO PROTAGONIZA EL 17,1% DEL TOTAL DE ADQUISICIONES DE VIVIENDAS EN ESPAÑA

Hasta el cierre del mes de junio, se han realizado un 9,4% más de compraventas por parte de extranjeros en España: un total de 91.756 operaciones, que suponen el 17,1% del total de compraventas de viviendas producidas en el país.

Seis comunidades autónomas concentran el 93% de las adquisiciones realizadas por parte de extranjeros no residentes: Comunidad Valenciana, Andalucía, Islas Canarias, Islas Baleares, Región de Murcia y Cataluña. Por provincias, Alicante, Tenerife, Baleares, Málaga, Girona, Las Palmas, Almería, Murcia, Tarragona y Castellón son las que disponen de un porcentaje de operaciones por parte de compradores extranjeros sobre el total de transacciones por encima de la media española (12,92%).

En conjunto, en 2018 ha seguido el crecimiento en el mercado residencial español, tal como se desprende del análisis sobre el "Mercado residencial en España" de ServiHabitat Trends, que también apunta a una cierta estabilización para 2019 tomando de base los principales indicadores del sector.

Mercado residencial en España

SERVIHABITAT TRENDS

Segundo semestre de 2018

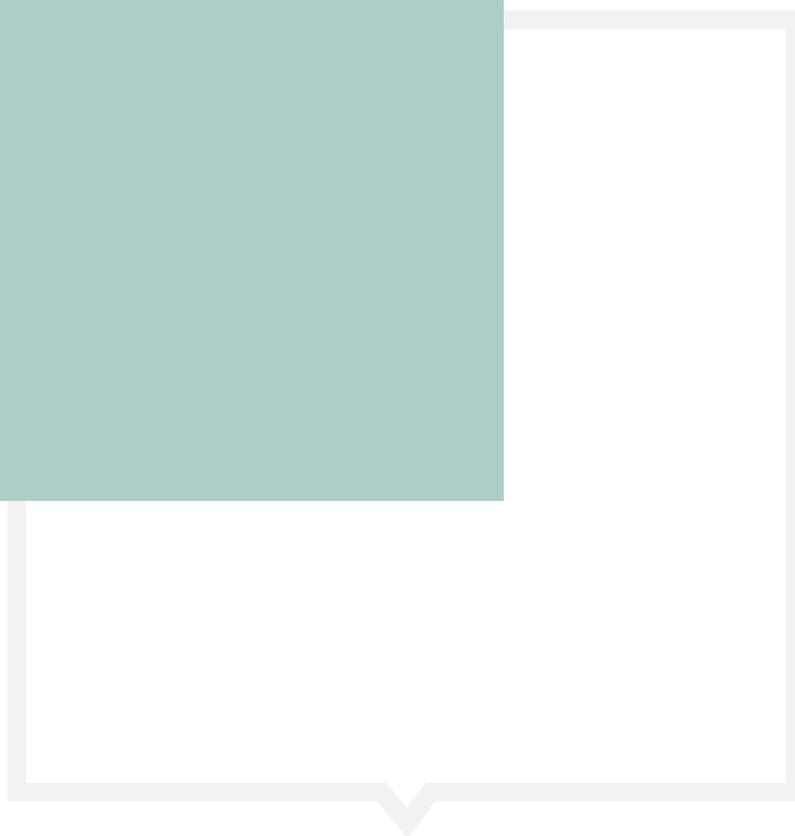
0. ÍNDICE

1 . ENTORNO MACROECONÓMICO Y EMPRESARIAL	4
1.1 Principales indicadores	5
1.2 Resumen entorno macroeconómico y empresarial	8
2 . OFERTA	9
2.1 Viviendas iniciadas	10
2.2 Viviendas terminadas	11
2.3 Proyectos visados	12
2.4 Stock de obra nueva	13
2.5 Resumen oferta	16
3 . MERCADO	17
3.1 Compraventas y transacciones: evolución	18
3.2 Compraventas y transacciones: expectativas en las operaciones de compraventa	19
3.3 Compraventas y transacciones: diferenciación según obra nueva o segunda mano	20
3.4 Compraventas y transacciones, según tipología de vivienda	21
3.5 Compraventas y transacciones: motivaciones de compra de vivienda	22
3.6 Precio y tamaño de la vivienda en 2018.....	23
3.7 Vivienda más demandada en los últimos seis meses	24
3.8 Tiempo medio de venta de las viviendas	25
3.9 Edad del comprador	26
3.10 Hipotecas nuevas constituidas sobre viviendas	27
3.11 Resumen mercado	28
4 . PRECIOS	29
4.1 Evolución del valor y el precio de la vivienda a nivel nacional.....	30
4.2 Evolución del valor y el precio de la vivienda según tipologías.....	31
4.3 Relación entre la evolución del precio y la oferta de viviendas.....	33
4.4 Relación entre la evolución del precio y la compraventa de viviendas.....	34
4.5 Previsión de la evolución del precio de la vivienda.....	35
4.6 Resumen precios.....	36
5 . ACCESIBILIDAD Y ESFUERZO	37
5.1 Evolución de la ratio de préstamo respecto al valor del activo.....	38
5.2 Evolución del esfuerzo medio para la compra de vivienda.....	39
5.3 Resumen accesibilidad y esfuerzo.....	40

0. ÍNDICE

6 . EL MERCADO DE ALQUILER.....	41
6.1 Alquiler residencial dentro del contexto europeo	42
6.2 Alquiler residencial en España: su evolución y por edades	44
6.3 Características de las viviendas de alquiler en España	45
6.4 Tipología de los hogares que residen de alquiler en España	46
6.5 La oferta de vivienda en alquiler	48
6.6 Precio del alquiler	51
6.7 Rentabilidad	53
6.8 La demanda	55
6.9 Puntos clave del mercado de alquiler	57
6.10 Reflexiones sobre el esfuerzo familiar para alquilar	59
6.11 Resumen mercado de alquiler	60
7 . EL COMPRADOR EXTRANJERO.....	61
7.1 Evolución de las compras de viviendas por parte de extranjeros	62
7.2 Compraventas por parte de extranjeros respecto al total	63
7.3 Detalle de las compraventas según la nacionalidad de los extranjeros	66
7.4 Reparto de las compras de viviendas (españoles vs. extranjeros)	67
7.5 Resumen comprador extranjero	68
8 . VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS.....	69
8.1 Total nacional	72
8.2 Andalucía	73
8.3 Aragón	74
8.4 Asturias	75
8.5 Islas Baleares	76
8.6 Islas Canarias	77
8.7 Cantabria	78
8.8 Castilla y León	79
8.9 Castilla-La Mancha	80
8.10 Cataluña	81
8.11 Comunidad Valenciana	82
8.12 Extremadura	83
8.13 Galicia	84
8.14 Comunidad de Madrid	85
8.15 Región de Murcia	86
8.16 Navarra	87
8.17 País Vasco	88
8.18 La Rioja	89
8.19 Ceuta y Melilla	90
9 . METODOLOGÍA.....	91
9.1 Previsiones realizadas por CEPREDE	92
9.2 Encuestas a la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat	93
9.3 Fuentes de información utilizadas en el informe	94

1. ENTORNO MACROECONÓMICO Y EMPRESARIAL



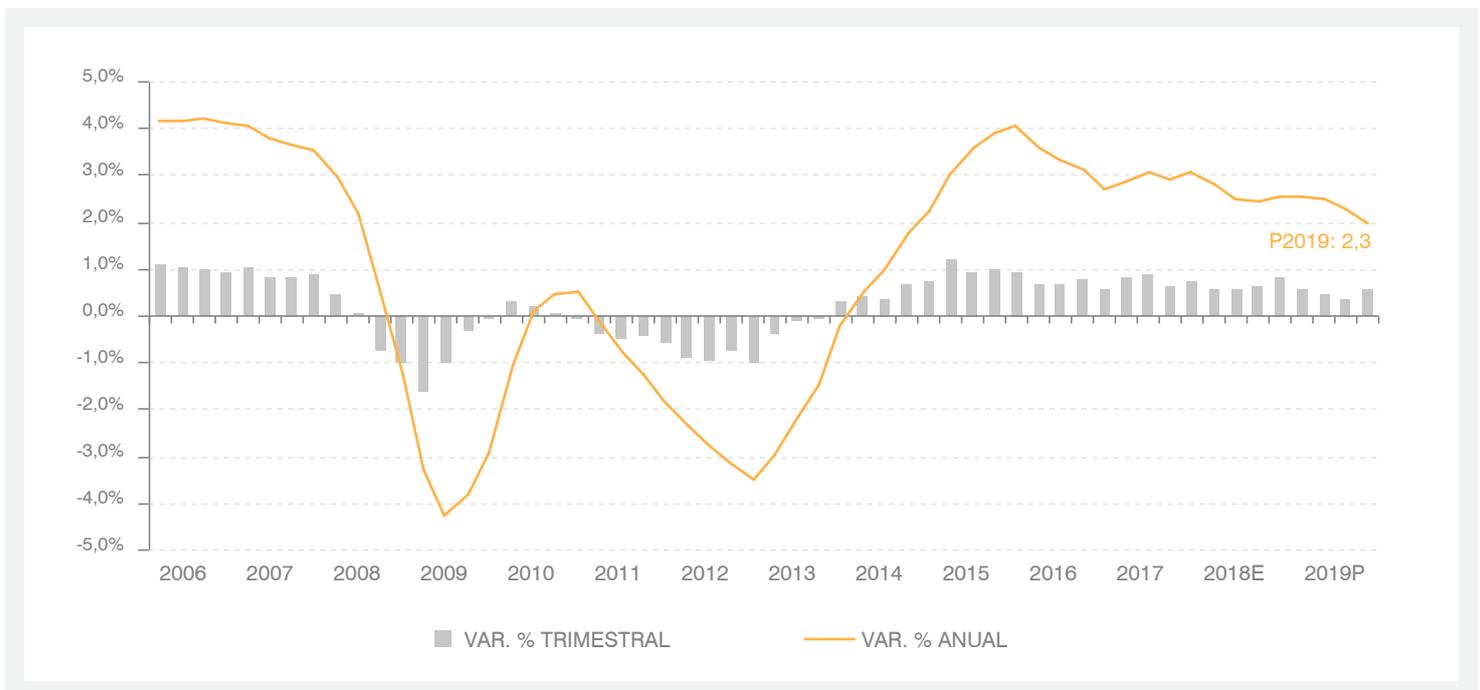
1. ENTORNO MACROECONÓMICO Y EMPRESARIAL

1.1 PRINCIPALES INDICADORES

El comportamiento de los consumidores y de las empresas se encuentra claramente condicionado por variables como el crecimiento del PIB, la confianza sobre la situación política y económica, el empleo y la evolución de la cifra de negocios.

Aunque en la siguiente tabla resumen se muestran los datos macroeconómicos que se utilizan de manera cuantitativa para el análisis del comportamiento del sector y sus previsiones para 2018-2019, se considera importante ilustrar desde el principio otras variables de entorno que afectan a los agentes económicos, condicionando sus decisiones de compra e inversión.

GRÁFICO 1. PRODUCTO INTERIOR BRUTO.



Fuente: INE y previsión CEPREDE
Nota: E (estimación), P (previsión)

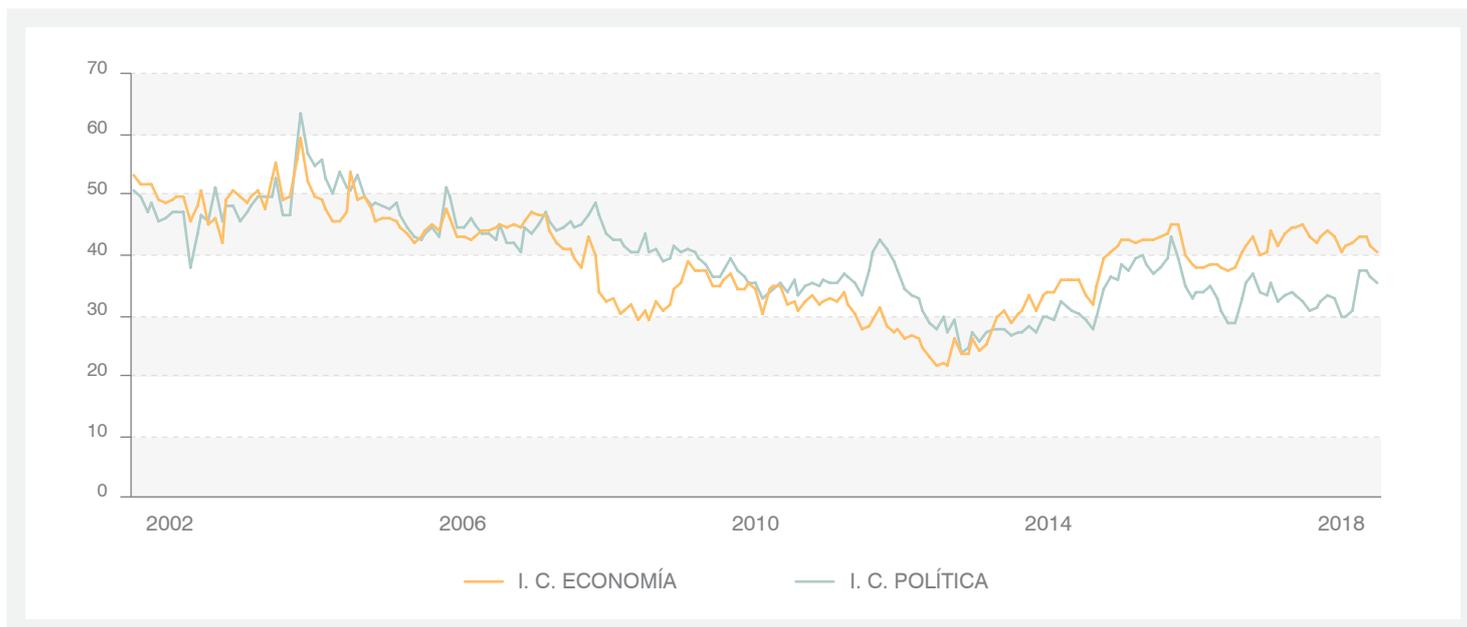
Para el conjunto de 2018, se estima un **crecimiento del PIB** del 2,7%, cuatro décimas menos respecto al año pasado, y la previsión para el 2019 estaría en torno al 2,3%. Esta tendencia indica que continuaría la desaceleración durante los próximos trimestres, aunque se debe destacar que la economía española todavía seguiría creciendo por encima de la media europea.



1. ENTORNO MACROECONÓMICO Y EMPRESARIAL

1.1 PRINCIPALES INDICADORES

GRÁFICO 2. CONFIANZA DEL CONSUMIDOR SOBRE LA SITUACIÓN POLÍTICA Y ECONÓMICA.



Fuente: CIS y elaboración propia
Nota: dato oficial a junio de 2018

La **confianza del consumidor** sobre la situación económica está en 40,4 puntos y es inferior a la del periodo equivalente anterior. Por el contrario, la opinión sobre la situación política es mayor que la de hace un año, 35,6 puntos en septiembre; no obstante, la media

del periodo es similar y está en niveles muy moderados y cambiantes según los acontecimientos, por lo que el escenario de riesgos e incertidumbres se mantiene.

GRÁFICO 3. TASA DE DESEMPLEO.



Fuente: INE y previsión CEPREDE
Nota: E (estimación), P (previsión)

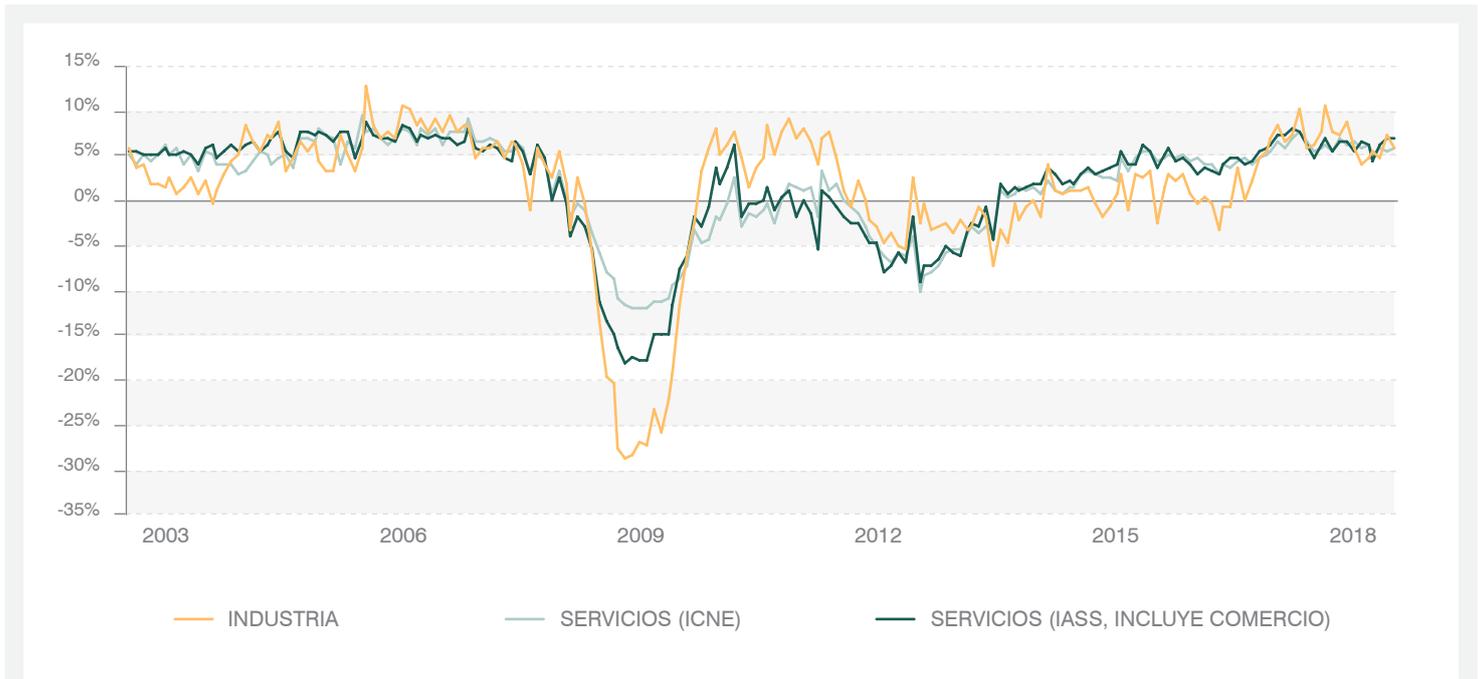
La **tasa de desempleo** baja al 15,3% en el segundo trimestre de 2018 según el INE y continuará descendiendo durante la segunda parte del año. Atendiendo a las estimaciones realizadas por CEPREDE, se espera una tasa del 15,4% para la media del 2018 y

del 14% para 2019. Se crea empleo (al 2,6%) en un ciclo positivo, con una economía que crece en torno al 2,7%, y suponen 400.000 desempleados menos (como media del año en curso).

1. ENTORNO MACROECONÓMICO Y EMPRESARIAL

1.1 PRINCIPALES INDICADORES

GRÁFICO 4. CIFRA DE NEGOCIO DE LAS EMPRESAS.



Fuente: CIS, INE (EPA), INE (ICN, IASS, cifras desestacionalizadas en términos corrientes) y elaboración propia.

Nota: dato oficial a agosto de 2018

Las **cifras de negocio** de las empresas suben un 5,7% nominal, en media para los siete meses publicados del año 2018, y muestran perspectivas razonables acompañadas de mejoras en el margen de negocio y en las contrataciones. Los servicios moderan su ritmo y se alinean con el avance de la industria.



1. ENTORNO MACROECONÓMICO Y EMPRESARIAL

1.2 RESUMEN

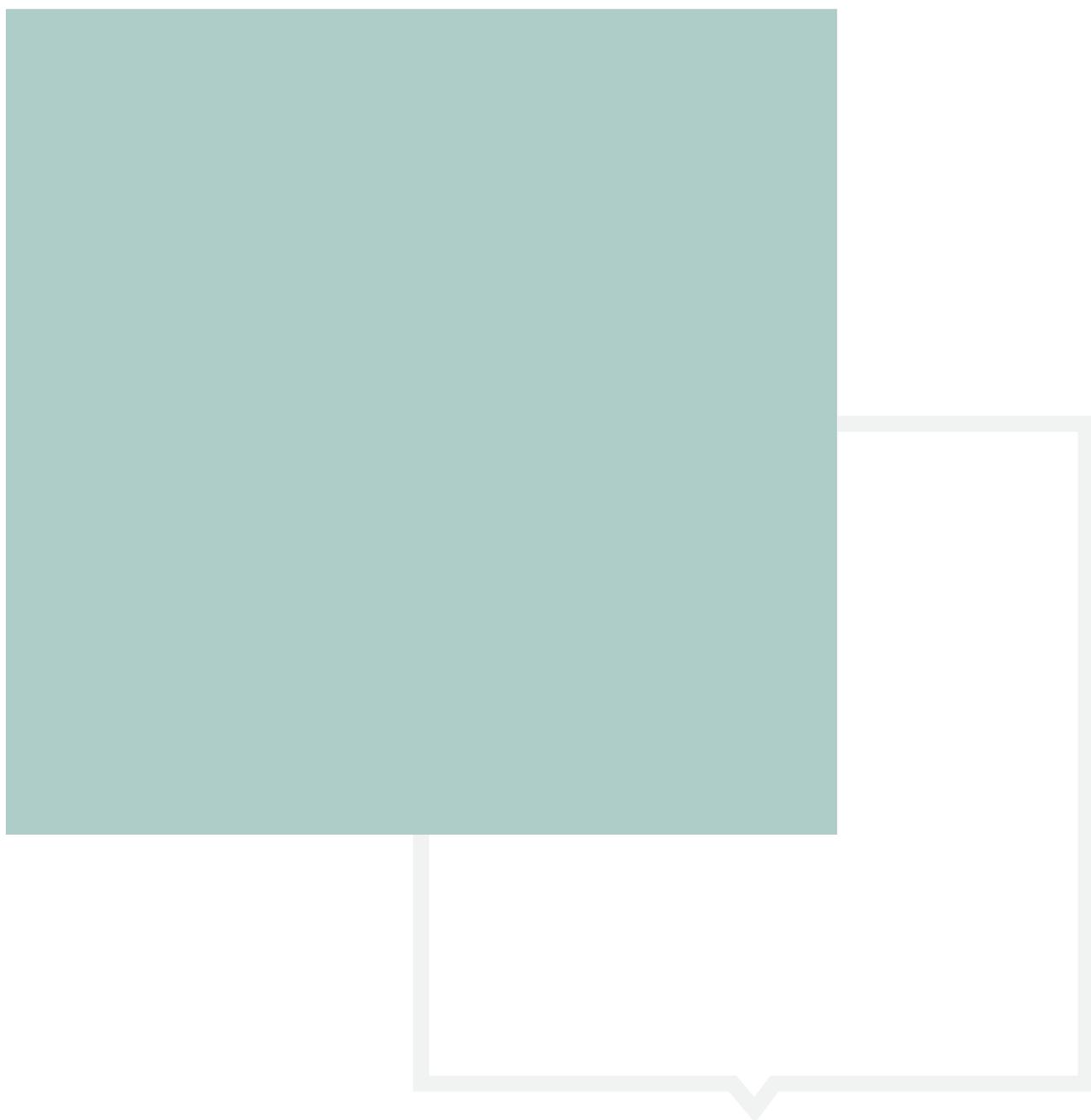
TABLA 1. DATOS MACROECONÓMICOS Y EMPRESARIALES.

	2017	2018E	2019P
Crecimiento económico (del PIB, en índices de volumen y %)	105,4 / 3,1%	108,3 / 2,7%	110,8 / 2,3%
PIB nominal (Mill. €)	1.163.662	1.204.913	1.250.611
Creación de empleo (miles personas y %)	483 / 2,6%	495 / 2,6%	433 / 2,2%
Desempleados (miles de personas)	3.917	3.508	3.216
Tasa de desempleo	17,2%	15,4%	14,0%
Consumo hogares (índices de volumen y %)	100,7 / 2,4%	103,0 / 2,3%	105,3 / 2,2%
Consumo hogares (Mill. €)	671.738	698.722	724.910
Renta bruta disponible hogares (Mill. € y %)	714.129 / 2,0%	726.439 / 1,7%	745.742 / 2,7%
Ahorro familias (Mill. €)	40.927	26.252	19.368
Proporción ahorro / renta	5,7%	3,6%	2,6%
Tasa de morosidad	7,8%	6,4%	5,5%
Tasa de morosidad en hogares	5,6%	4,7%	4,1%
Tasa de morosidad en empresas	10,3%	8,4%	6,9%
Crédito a hogares (Mill. €)	662.301	676.405	691.057
Crédito a hogares en porcentaje del PIB	56,9%	56,1%	55,3%
Inversión (índices de volumen y %)	99,4 / 5,0%	104,3 / 5,0%	108,8 / 4,3%
Inversión (Mill. €)	239.176	255.570	271.427
Inversión en construcción (índices de volumen y %)	82,1 / 4,6%	86,0 / 4,8%	89,4 / 4,0%
Inversión en construcción (Mill. €)	120.789	129.350	137.417
Inversión en construcción residencial (índices de volumen y %)	86,9 / 8,3%	93,3 / 7,3%	98,0 / 5,1%
Inversión en construcción residencial (Mill. €)	59.019	65.462	70.663
Ingresos por turismo (Mill. € y %)	51.474 / 11,0%	53.826 / 4,6%	55.769 / 3,6%
Salario por asalariado (€ y %)	35.496 / 0,1%	35.793 / 0,8%	36.271 / 1,3%
Salario por ocupado (€ y %)	30.728 / 0,4%	31.176 / 1,5%	31.744 / 1,8%
Inflación (IPC %, media anual)	2,0%	1,7%	1,6%
Tipo de interés euríbor 3 meses	-0,3%	-0,3%	-0,1%
Rendimiento deuda a 10 años	1,6%	1,7%	2,0%
Total de población	46.528.028	46.523.135	46.509.879
Total hogares	18.490.171	18.639.580	18.785.040
Tamaño medio por hogar	2,52	2,50	2,48
Parque Viviendas	25.640.597	25.739.420	25.883.500
Viviendas por hogar	1,39	1,38	1,38
Viviendas por 1.000 habitantes	551	553	557

Fuente: CIS, INE, MINECO, SEPE, Seguridad Social y previsiones CEPREDE para 2018 (a partir del modelo macroeconómico Wharton-UAM)

Nota: E (estimación), P (previsión)

2. OFERTA



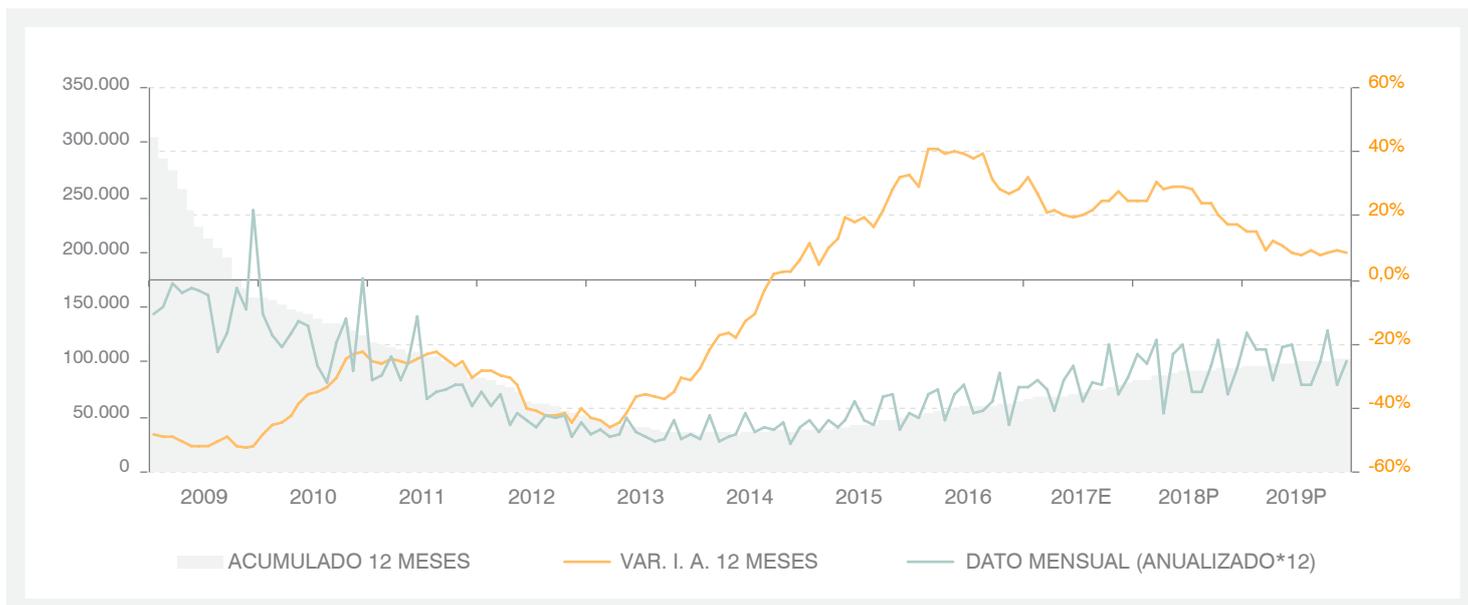
2. OFERTA

2.1 VIVIENDAS INICIADAS

Teniendo en cuenta el retraso de los datos oficiales del Ministerio de Fomento (MFOM) sobre viviendas iniciadas, se completa el análisis del comportamiento del mercado con el número de visados. El año 2018 terminará con 94.551 viviendas iniciadas, un 17,0% más que en 2017. En 2019 se espera que se inicien más de 102.500 viviendas, lo que supondría un nuevo incremento del 8,5%, un crecimiento más moderado que el año anterior.



GRÁFICO 5. VIVIENDAS INICIADAS (LIBRES Y PROTEGIDAS).



Fuente: MFOM y elaboración propia. La fuente oficial comunica que los datos de viviendas iniciadas libres tienen un retraso de cinco trimestres, por eso mantenemos la "E" en 2017.

Nota: E (estimación), P (previsión)



La dinámica de la inversión en construcción residencial, la reducción del desempleo, así como los indicadores actuales que marcan el contexto macroeconómico son aspectos que animan los proyectos de viviendas iniciadas y configuran un ciclo expansivo.

Para 2018, se prevé que se inicien 7.879 viviendas de media mensual y para 2019 serían 8.548.

En el ámbito de la promoción se percibe mayor actividad en las poblaciones de mayor tamaño y, especialmente las ciudades capitales, donde destacan Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Málaga.

El mercado de vivienda vacacional sigue incrementando su actividad sin alterar las áreas tradicionalmente elegidas; es decir, costa mediterránea (de norte a sur) y los dos archipiélagos.

El *stock* de vivienda que va quedando se absorbe lentamente en la mayoría de ubicaciones.

2. OFERTA

2.2 VIVIENDAS TERMINADAS

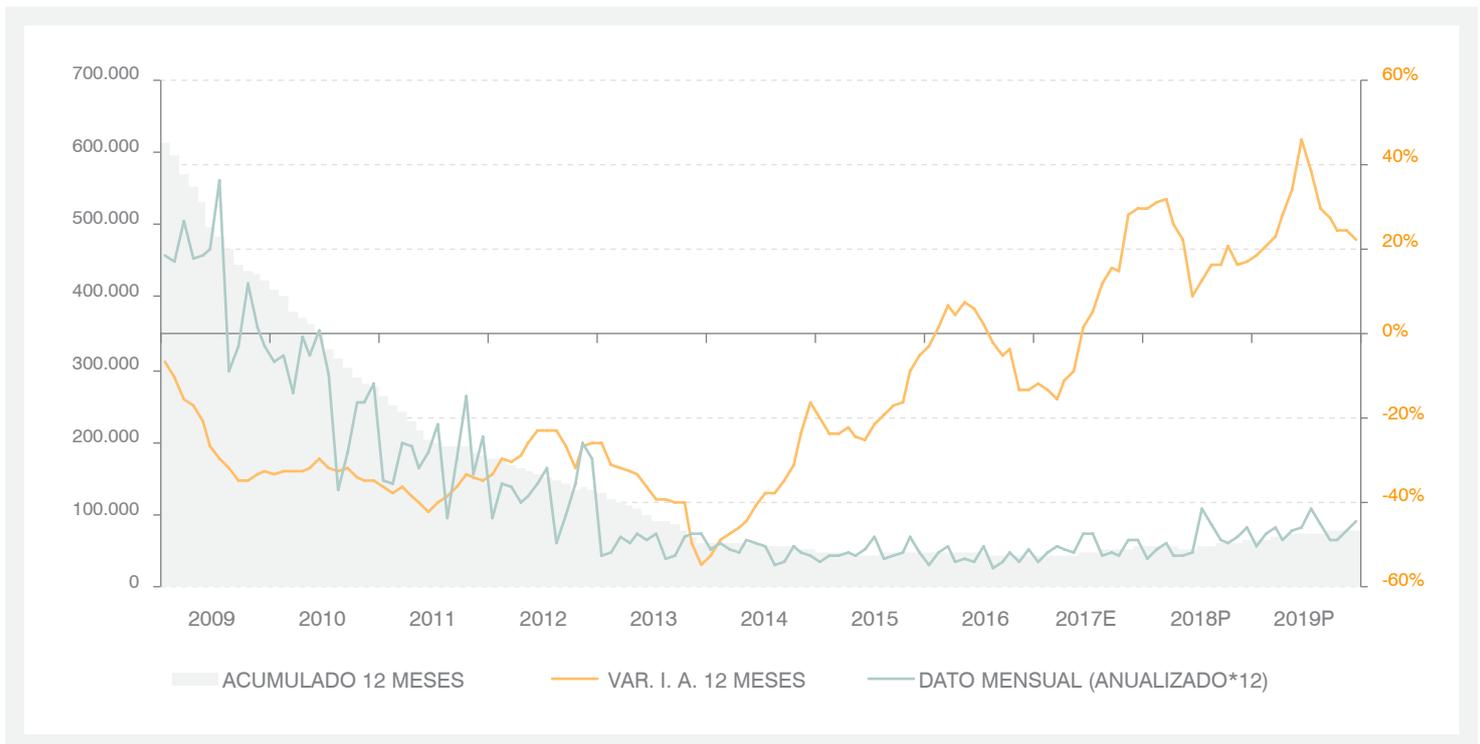
Con la información provisional oficial disponible, se puede hablar de 53.791 viviendas terminadas en 2017, un 29,7% más que en el año anterior. Para 2018, el total anual se estima que será de 62.834 viviendas terminadas lo que supone un avance del 16,8%, volumen que marca un récord de los últimos cinco años.

El punto de inflexión del mercado de los nuevos proyectos ya se dejó notar en el volumen de viviendas iniciadas de 2015, igualmente, la tendencia continuó en 2016, por lo tanto, considerando los meses de desarrollo (entre 18 y 24 meses), las viviendas terminadas de 2017 y 2018 mantienen el ciclo positivo.

Para 2019 la tasa de variación anual se mantiene al alza, con un 22,4%, equivalente a más de 76.900 viviendas terminadas, lo que supondría un nuevo récord, siendo síntoma de la buena dinámica del mercado inmobiliario.



GRÁFICO 6. VIVIENDAS TERMINADAS (LIBRES Y PROTEGIDAS).



Fuente: MFOM y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

Para 2019, se prevé que se terminen 6.410 viviendas de media mensual, lo que equivale a un incremento nacional promedio de 1.174 visados más respecto a la media mensual del año anterior.



2. OFERTA

2.3 PROYECTOS VISADOS

Los visados de obra nueva marcan una clara evolución con tendencia ascendente.

Los visados de proyectos iniciados crecen (+17,0%) en 2018, por lo que después del punto de inflexión de 2015, las viviendas iniciadas siguen por delante de las entregas de proyectos.

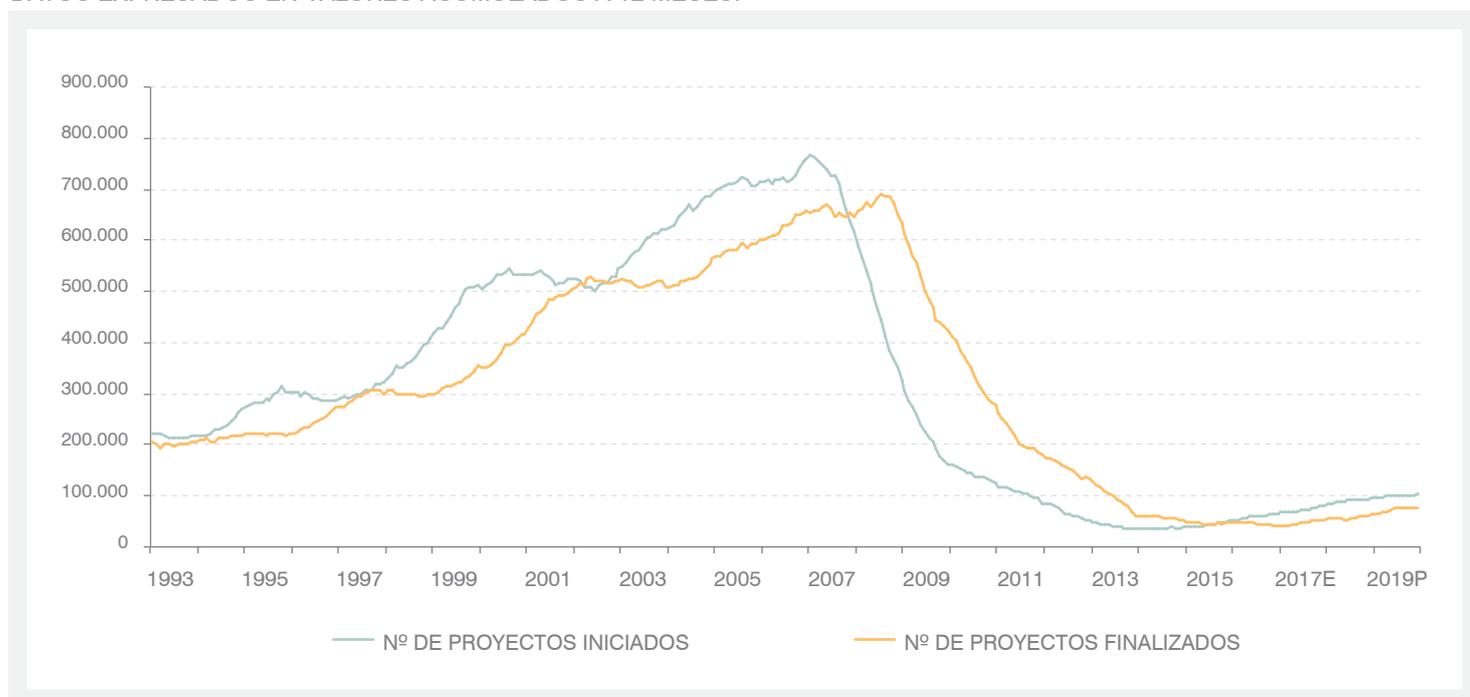
Los proyectos terminados (certificaciones de fin de obra), según los datos oficiales provisionales del Ministerio de Fomento y nuestras previsiones, crecen un 16,8% en 2018 terminando los proyectos iniciados esta fase de relativa recuperación cíclica.

El inicio de proyectos se moderará en 2019, dentro de un buen comportamiento del mercado, intentando ajustarse a la demanda y evitar grandes *stocks*.

En este sentido, la finalización y entrega de obra del próximo año se espera acorde a unas perspectivas razonables, así como a la evolución de los precios y de la rentabilidad.

Para 2019, los visados de proyectos iniciados se incrementan un 8,5%, terminando el año en unas 102.572 unidades y se irán finalizando según las prioridades de las ubicaciones. Se prevé una cifra de proyectos terminados del 22,4%, unas 76.922 unidades.

GRÁFICO 7. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE OBRA NUEVA (PROYECTOS DE VIVIENDAS). DATOS EXPRESADOS EN VALORES ACUMULADOS A 12 MESES.



Fuente: MFOM y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

TABLA 2. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE OBRA NUEVA (PROYECTOS DE VIVIENDAS).

	2017E	2018P	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Nº de proyectos iniciados	80.786	94.551	17,0%	102.572	8,5%
Nº de proyectos terminados	53.791	62.834	16,8%	76.922	22,4%

Fuente: MFOM y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

2. OFERTA

2.4 STOCK DE OBRA NUEVA

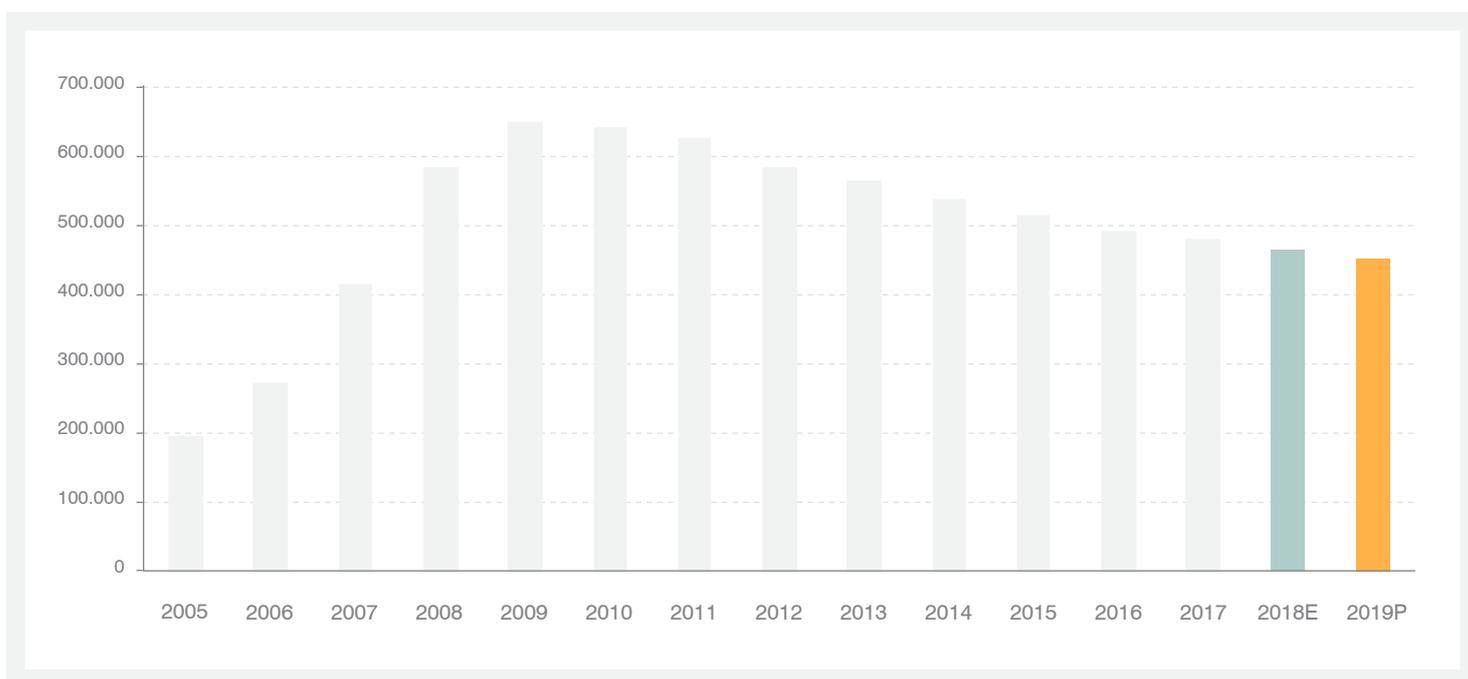
En 2018 se espera que el *stock* de obra nueva descienda un 3%, en línea con la predicción de absorción de vivienda nueva.

El año 2017 cerró con un *stock* de viviendas nuevas pendientes de venta de 479.037 unidades (sobre la base de las cifras del MFOM), lo que implica también un descenso del 3% respecto al volumen de 2016.

Por lo tanto, el *stock* de obra nueva proveniente de la vivienda embalsada desciende progresivamente aunque se deben tener en cuenta dos consideraciones. Por un lado, las viviendas se transmiten desde la entidad financiera hacia el comprador final en segunda transmisión, por lo que deja de contabilizarse como *stock* de obra nueva, aunque se trata igualmente de vivienda a estrenar. Por otro lado, una gran parte de la vivienda nueva embalsada se encuentra en localizaciones con demanda muy local y con bajo volumen total, por lo que el drenaje del *stock* se realiza de forma lenta.



GRÁFICO 8. EVOLUCIÓN DEL STOCK DE OBRA NUEVA.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

Algunas fuentes privadas reflejan un menor *stock* de obra nueva. El presente informe se basa en la formulación oficial y, sobre la base de las cifras del MFOM, se aplican estimaciones en los últimos años de la serie. Por lo tanto, desde 2013, la suma anual difiere de la oficial en un pequeño porcentaje que afecta a las comunidades en las que MFOM reporta "0" *stock*, como es el caso de Cantabria.

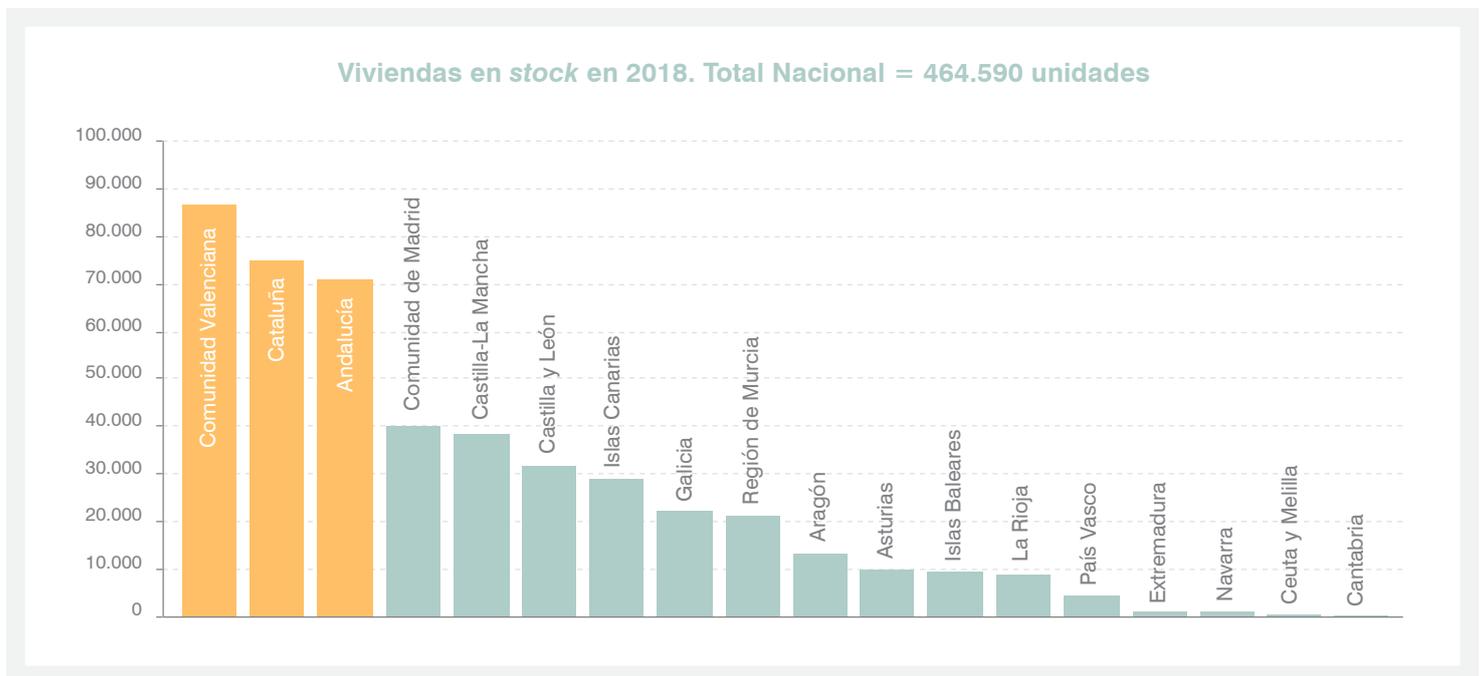
2. OFERTA

2.4 STOCK DE OBRA NUEVA

A pesar de que el volumen de *stock* continúa en tendencia descendente, existe aún una ratio de 99,5 viviendas nuevas por cada 10.000 habitantes. En este punto hay que tener en cuenta que el comportamiento del mercado es heterogéneo y que el 50% del *stock* se concentra en tres comunidades autónomas: la Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía.

El 50% del *stock* se concentra en tres comunidades autónomas:
Comunidad Valenciana, Cataluña y Andalucía

GRÁFICO 9. STOCK DE OBRA NUEVA POR COMUNIDAD AUTÓNOMA.



Fuente: MFOM, INE y elaboración propia

Nota: Las cifras de *stock* de vivienda son estimaciones propias a partir de formulación MFOM

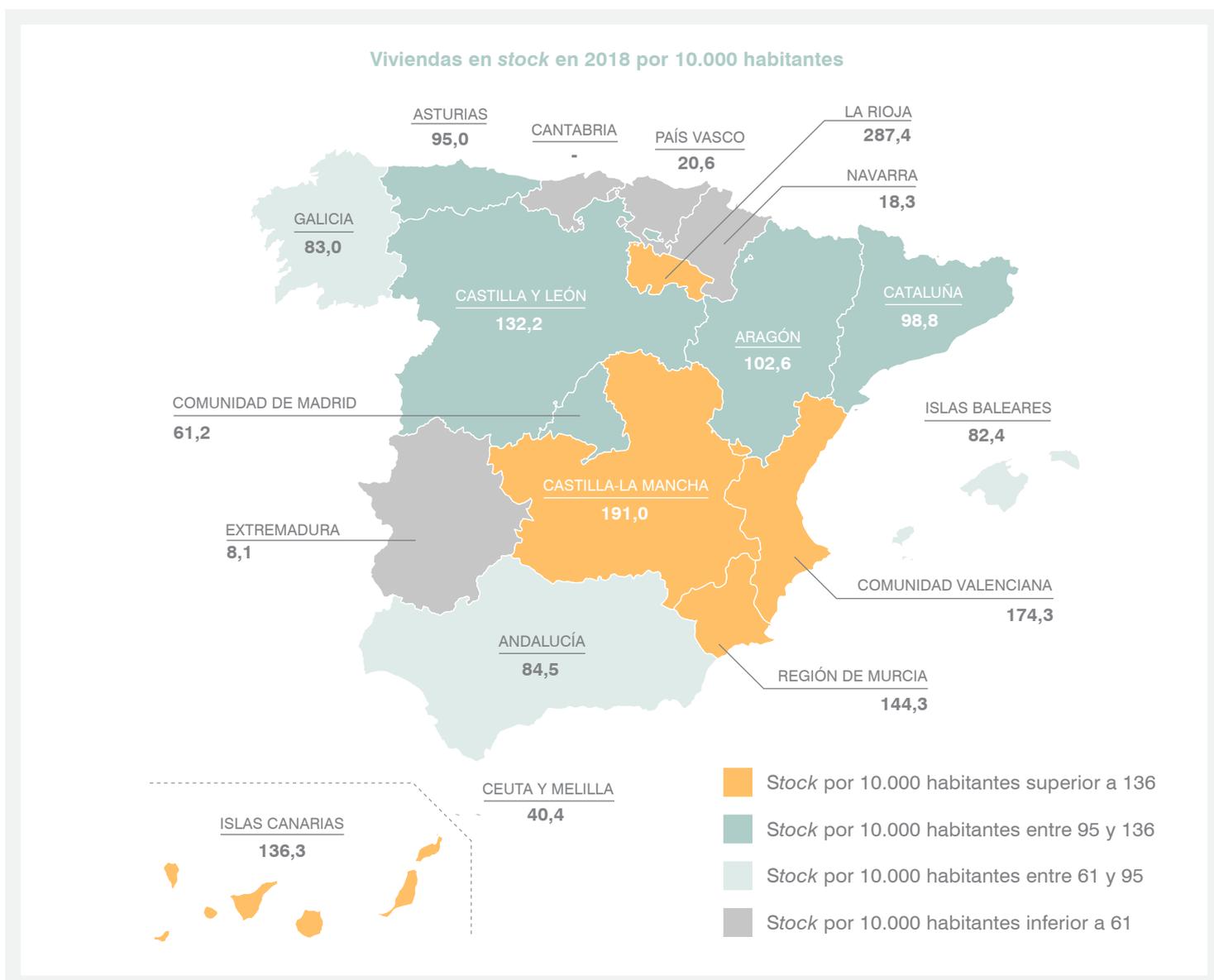


2. OFERTA

2.4 STOCK DE OBRA NUEVA



MAPA 1. STOCK DE OBRA NUEVA.



Fuente: MFOM, INE y elaboración propia

Nota: Las cifras de stock de vivienda son estimaciones propias a partir de formulación MFOM
Los intervalos que presenta la leyenda corresponden a los cuartiles de la muestra

2. OFERTA

2.5 RESUMEN OFERTA

VIVIENDAS INICIADAS



VIVIENDAS TERMINADAS



STOCK DE OBRA NUEVA

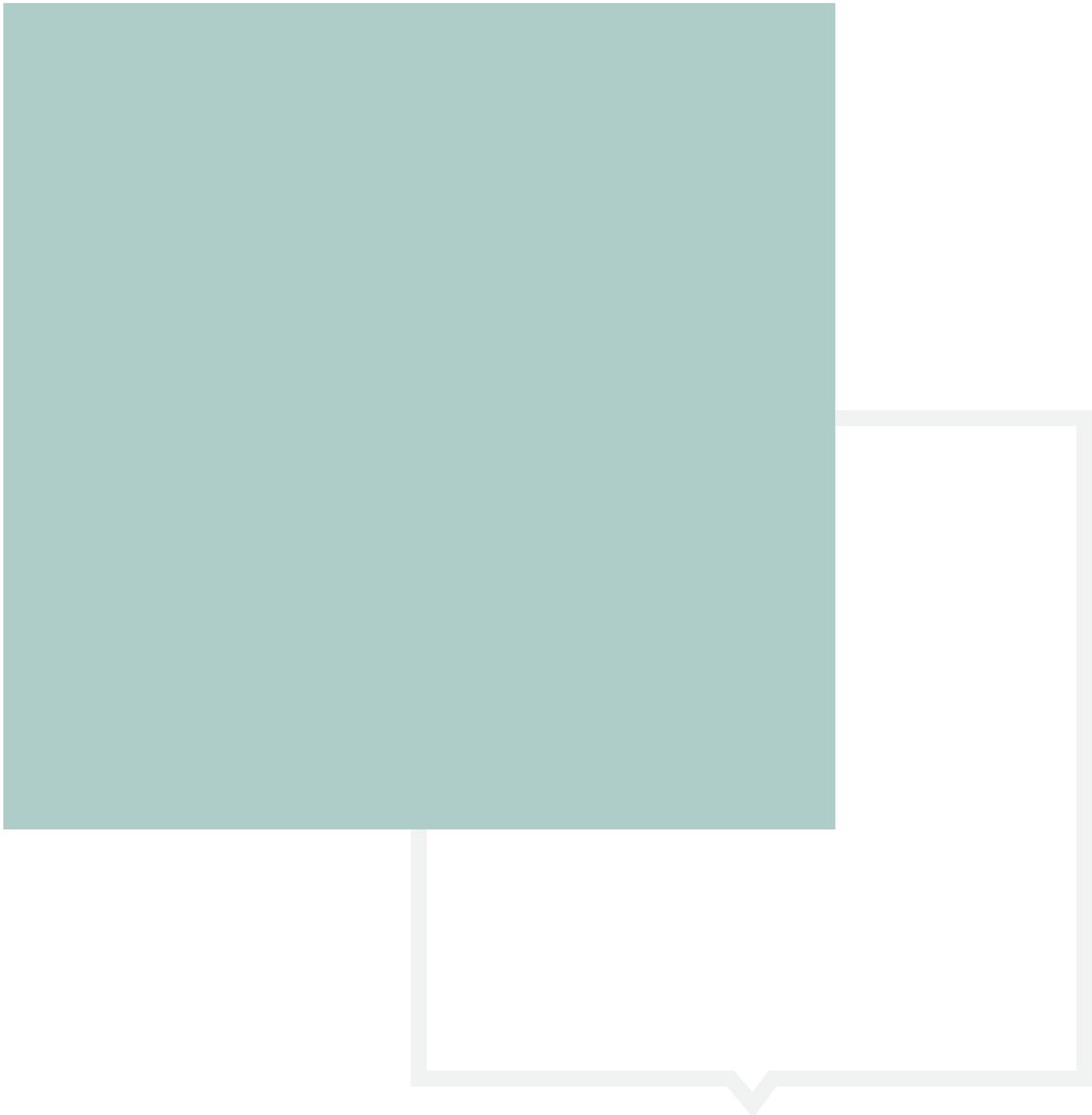


STOCK DE OBRA NUEVA POR 10.000 HABITANTES



Nota: E (estimación), P (previsión). Nota: "p.p." puntos porcentuales

3. MERCADO



3. MERCADO

3.1 COMPRAVENTAS Y TRANSACCIONES: EVOLUCIÓN

Las compraventas siguen experimentando un crecimiento sostenido. Según el Colegio Oficial de Registradores se acumulan 263.186 compraventas en el primer semestre.

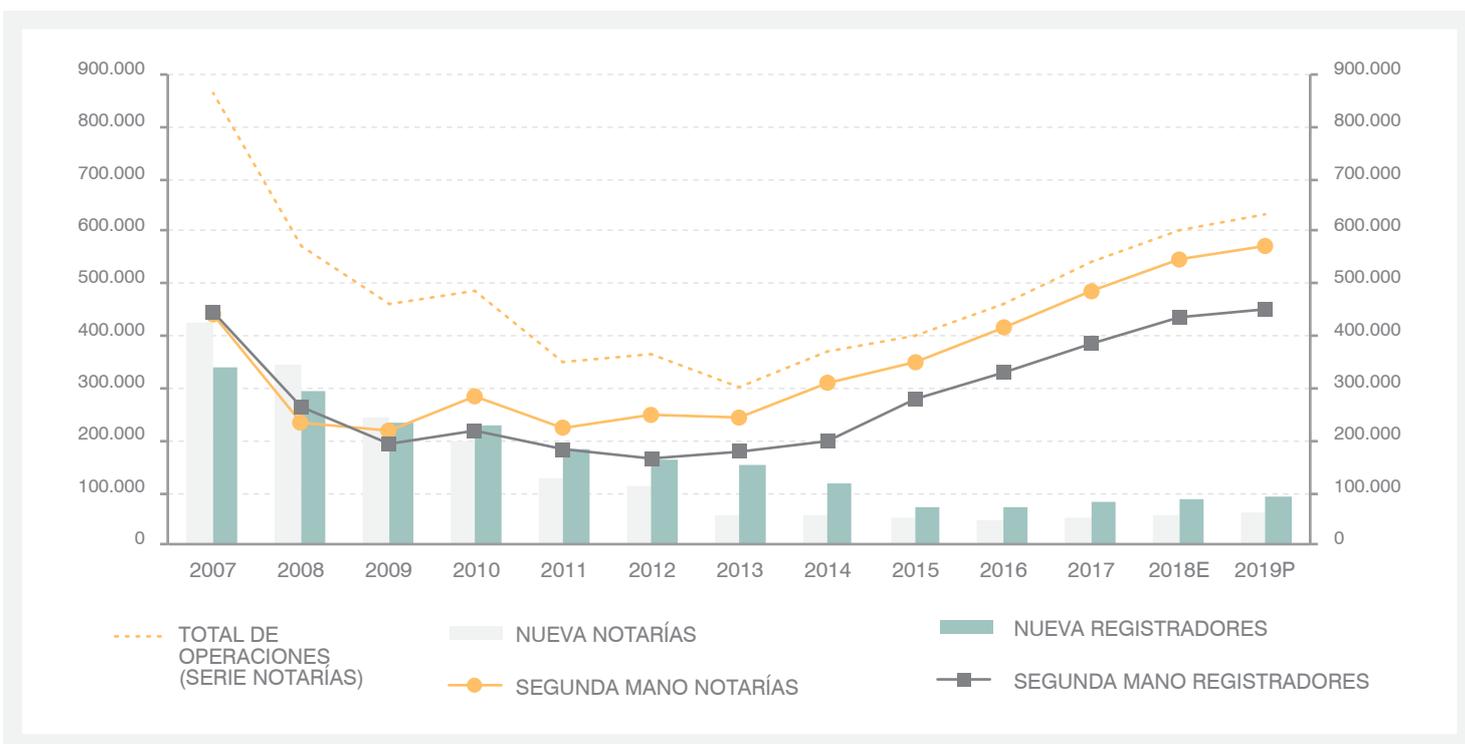
Recientemente el Consejo General del Notariado apunta a un incremento significativo y generalizado de la compraventa de viviendas. Los datos que los respaldan son: más de 52.000 transacciones de viviendas en el mes de julio y un incremento del 10,9% en las compraventas de vivienda en el segundo trimestre de 2018.

Las novedades legales sobre el pago del impuesto de Actos Jurídicos Documentados (AJD) en las hipotecas tendrán efecto en el cómputo de las operaciones de octubre y noviembre.

Para 2018, las compraventas de viviendas estarán cerca de 604.000 unidades (Notarías) y de 520.000 unidades (Registradores), un crecimiento en torno al 12%.

Dicha dinámica responde a un escenario central suavizado, porque se tiende a la moderación general dentro de la fase ascendente del ciclo inmobiliario, pero con efectos extra económicos que condicionan la operativa de los compradores y el clima socioeconómico.

GRÁFICO 10. EVOLUCIÓN DE LAS COMPRAVENTAS DE VIVIENDAS EN ESPAÑA.



Fuente: Consejo General del Notariado, Colegio Oficial de Registradores y elaboración propia.

Nota: E (estimación), P (previsión). Las cifras de compraventas presentan diferencias por los distintos criterios de las fuentes / instituciones sobre el término de la consideración de vivienda "nueva" y el desfase temporal del registro de la compraventa de segunda mano.

Factores que contribuyen al impulso de la demanda:

- La creación de empleo sigue a buen ritmo, sube la renta bruta disponible de los hogares y su contexto financiero es favorable.
- Las entidades financieras conceden préstamos hipotecarios moderadamente, dentro de la prudencia que les exige el proceso de saneamiento y las novedades jurídicas.
- La demanda por inversión en inmuebles se mantiene activa y el mercado de alquileres genera rentabilidades elevadas.

El año 2018 cerrará con unas compraventas del 12% más, en torno a la cifra de 600.000 viviendas vendidas. Se estima un aumento del 5% para 2019

914 APIs
opinan

3. MERCADO

3.2 COMPRAVENTAS Y TRANSACCIONES: EXPECTATIVAS EN LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA

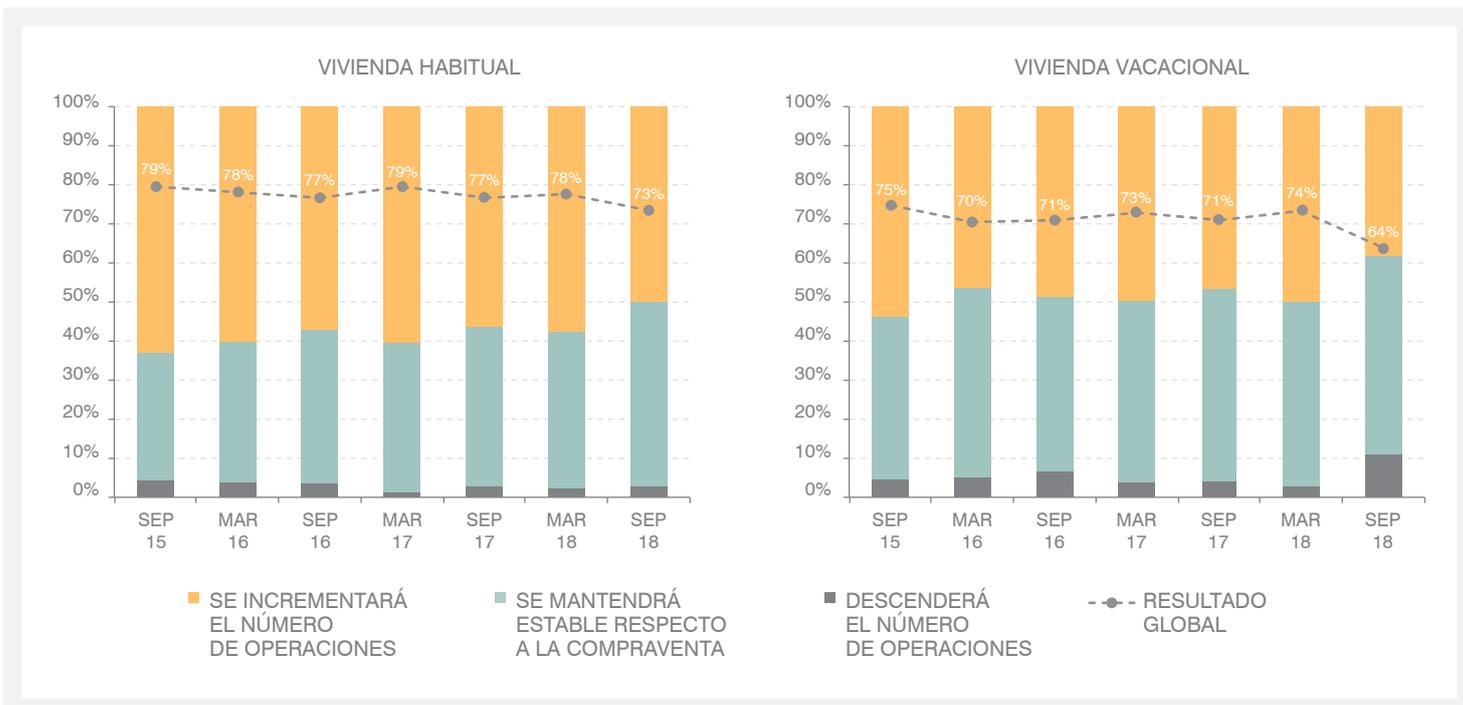
En el análisis de las operaciones de compraventa es importante tener en cuenta la afectación de la situación política actual (elecciones en Andalucía, situación de Cataluña) sobre el mercado residencial.

En general, la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat continúa siendo optimista respecto a los próximos seis meses, pero más moderadamente. En cuanto a la vivienda habitual, el 50% de los APIs creen que seguirán creciendo las operaciones de venta para este tipo de inmuebles y el 47% consideran que el mercado se mantendrá estable. Como consenso / nota global el indicador Servihabitat-APIs obtiene un 73%, unos 4 puntos porcentuales por debajo de los semestres anteriores.

Respecto a la vivienda vacacional, el 38% de los APIs considera que las operaciones seguirán creciendo en los próximos meses, disminuyendo dicha valoración respecto a la respuesta de estabilidad. En resumen, hay más moderación en el negocio en relación a semestres anteriores. La respuesta del descenso del número de operaciones gana porcentaje, por lo que el resultado global del indicador Servihabitat-APIs baja a 64%.

Las expectativas de los APIs se moderan respecto a semestres anteriores al aumentar el número de agentes colaboradores que opina que el número de operaciones se mantendrá en los próximos seis meses, especialmente en transacciones del mercado de vivienda vacacional

GRÁFICO 11. EXPECTATIVAS DE EVOLUCIÓN DE LAS OPERACIONES DE COMPRAVENTA.



Fuente: Servihabitat y Red agentes colaboradores (APIs)

Nota: las barras del gráfico son los porcentajes originales de la encuesta de opiniones APIs y la línea es la integración de los tres tipos de respuestas (incrementará, se mantendrá estable, descenderá) para poder observar de manera directa el cambio del consenso/nota global respecto al periodo anterior, que se identifica con el indicador Servihabitat-APIs.

3. MERCADO

3.3 COMPRAVENTAS Y TRANSACCIONES: DIFERENCIACIÓN SEGÚN OBRA NUEVA O SEGUNDA MANO

Según la estadística del Ministerio de Fomento para el seguimiento diferenciado de las transacciones de viviendas y, sabiendo que guardan una estrecha relación con la estadística de Notarías en esta materia, se puede confirmar que las operaciones de obra nueva equivalen al 8,6% del total de las efectuadas en 2018.

En los últimos meses se percibe un incremento en las transacciones correspondientes a obra nueva, debido a la escrituración de las viviendas terminadas, pero el peso relativo sobre el conjunto de operaciones no cambia marcadamente la cuota de reparto.

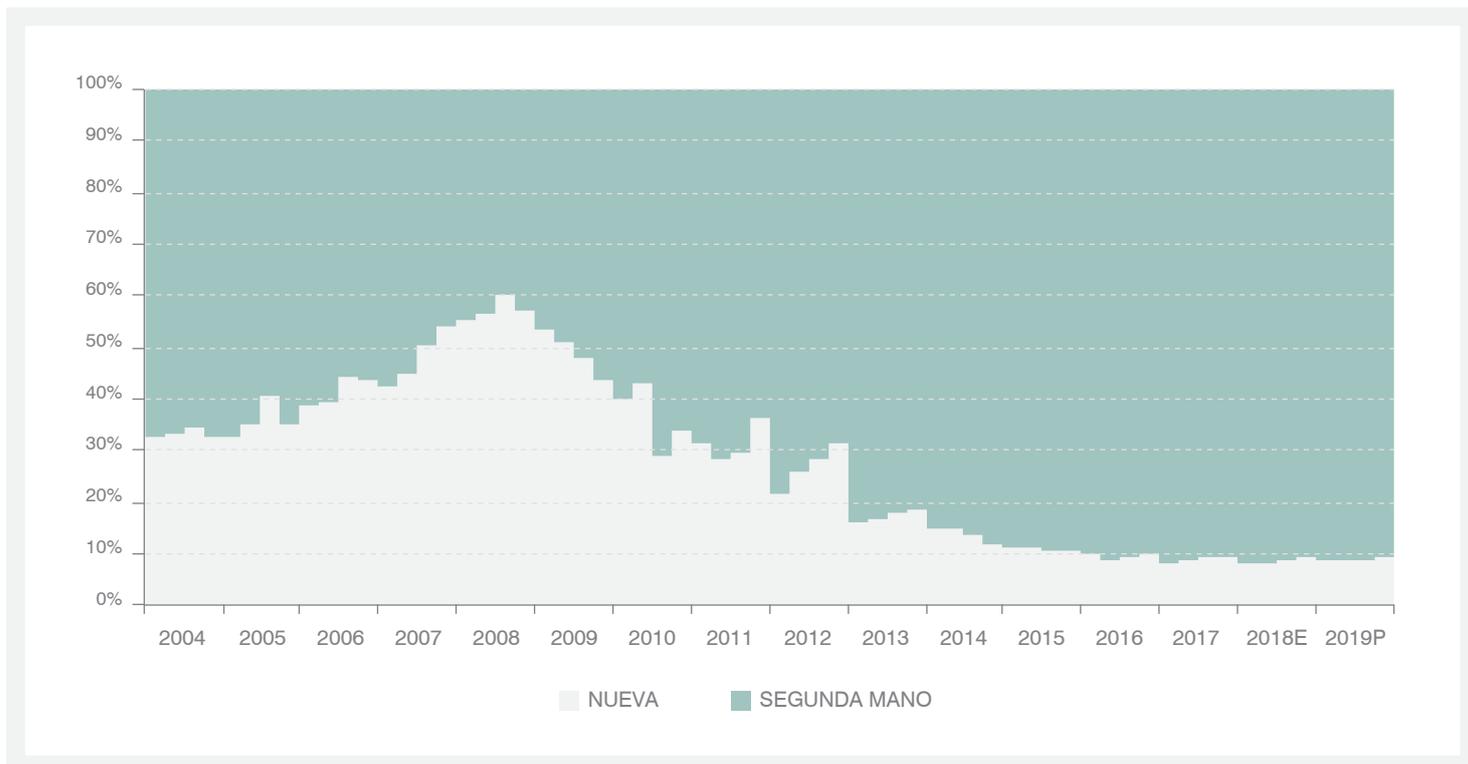
Para la estadística del Colegio de Registradores e INE, la tendencia es la misma, salvo que las magnitudes reportadas generan una cuota de obra nueva del 16,5% sobre el total (media estimada de 2018), dejando el 83,5% para la segunda mano.

Conforme a la serie de MFOM y Notarías, las previsiones para 2018 indican que puede repartirse en 8,6% para la obra nueva y un 91,4% para la segunda mano.

Una consideración a tener en cuenta es que, el análisis de la distribución porcentual entre compraventa de vivienda nueva y de segunda mano puede estar influido por la clasificación de vivienda usada por las operaciones de segunda transmisión de una vivienda sin estrenar en propiedad de una entidad financiera hacia el comprador final.

En 2018, la compraventa de vivienda nueva sobre el total de transacciones terminará en **8,6%**

GRÁFICO 12. EVOLUCIÓN DE LAS COMPRAVENTAS DE VIVIENDAS EN ESPAÑA.



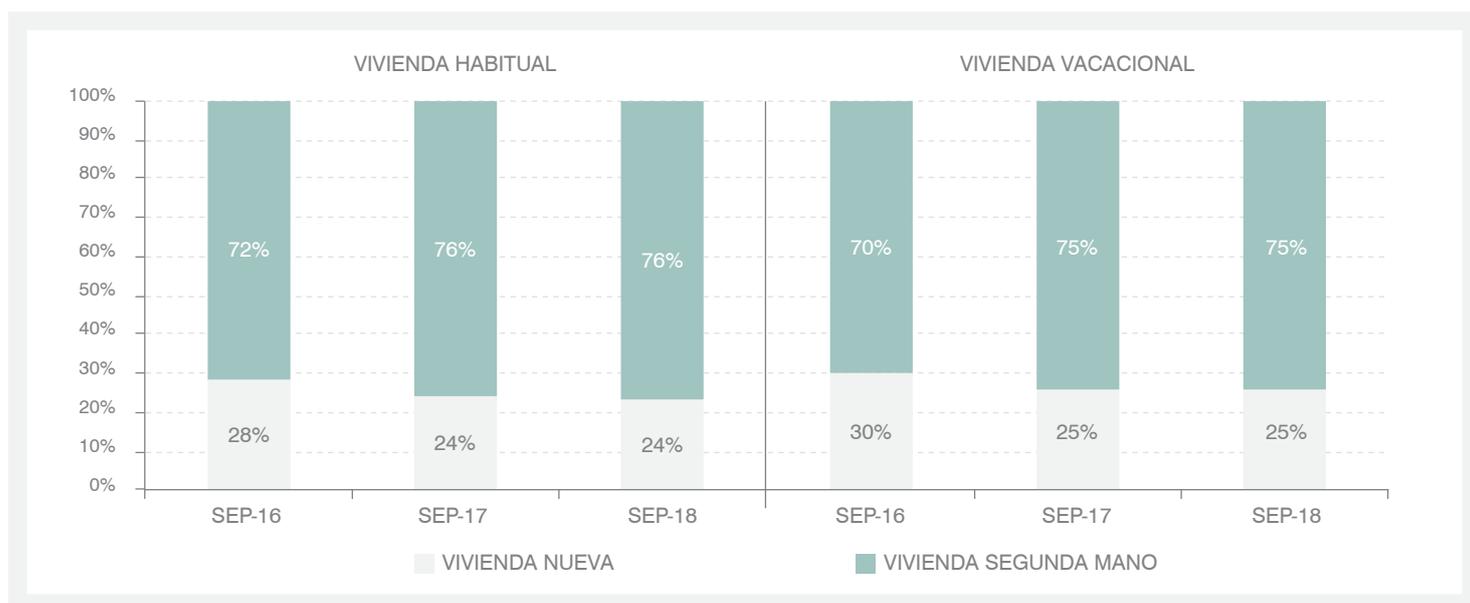
Fuente: MFOM, Consejo General del Notariado (CIEN) y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

3.4 COMPRAVENTAS Y TRANSACCIONES, SEGÚN TIPOLOGÍA DE VIVIENDA

Según la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat, las ventas de obra nueva mantienen el peso relativo sobre el total a los niveles del último año, los cuales ya habían bajado en periodos anteriores.

En concreto, respecto a septiembre de 2016, la bajada es de cuatro puntos porcentuales hasta el 24% para la vivienda habitual, y de cinco puntos hasta el 25% para el caso de la vivienda vacacional.

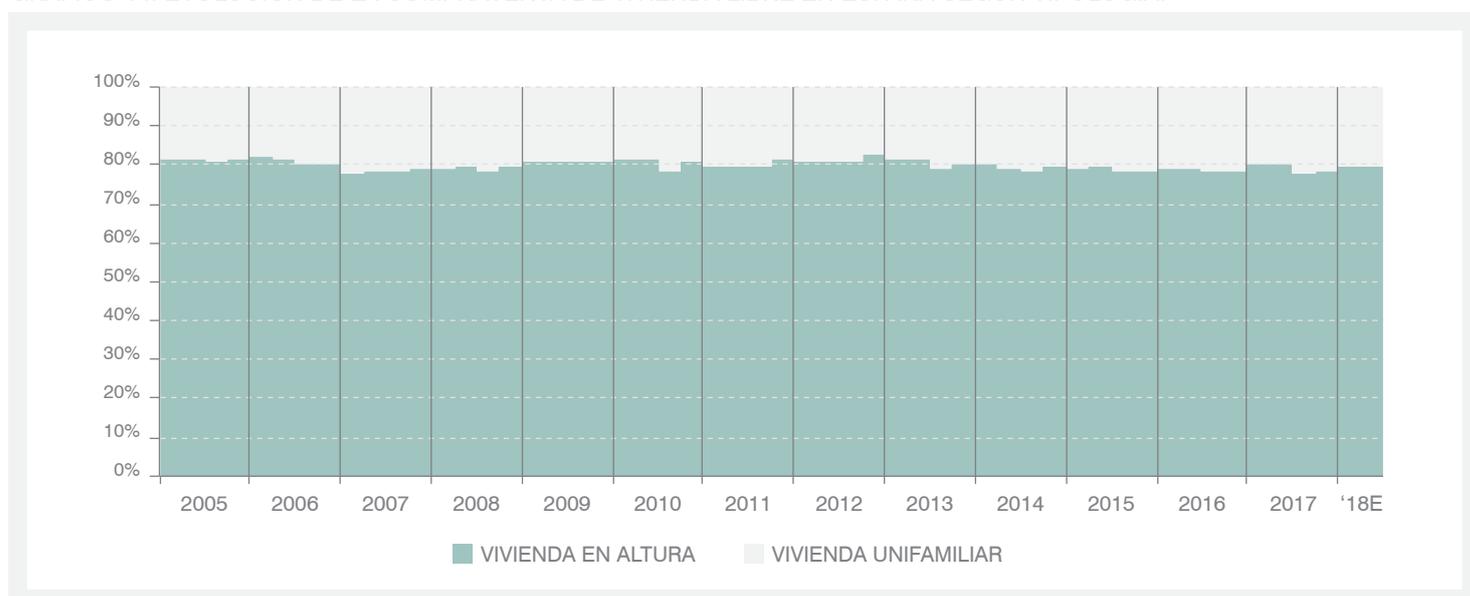
GRÁFICO 13. REPARTO DE LAS VENTAS EN LOS ÚLTIMOS SEIS MESES.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

Por tipología, la vivienda en altura mantiene un peso relativo predominante (79,4%) respecto a la vivienda unifamiliar (20,6%), según los datos del MFOM para el primer semestre del año.

GRÁFICO 14. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE EN ESPAÑA SEGÚN TIPOLOGÍA.



Fuente: MFOM y elaboración propia
Nota: E (estimación)

914 APIs
opinan

3. MERCADO

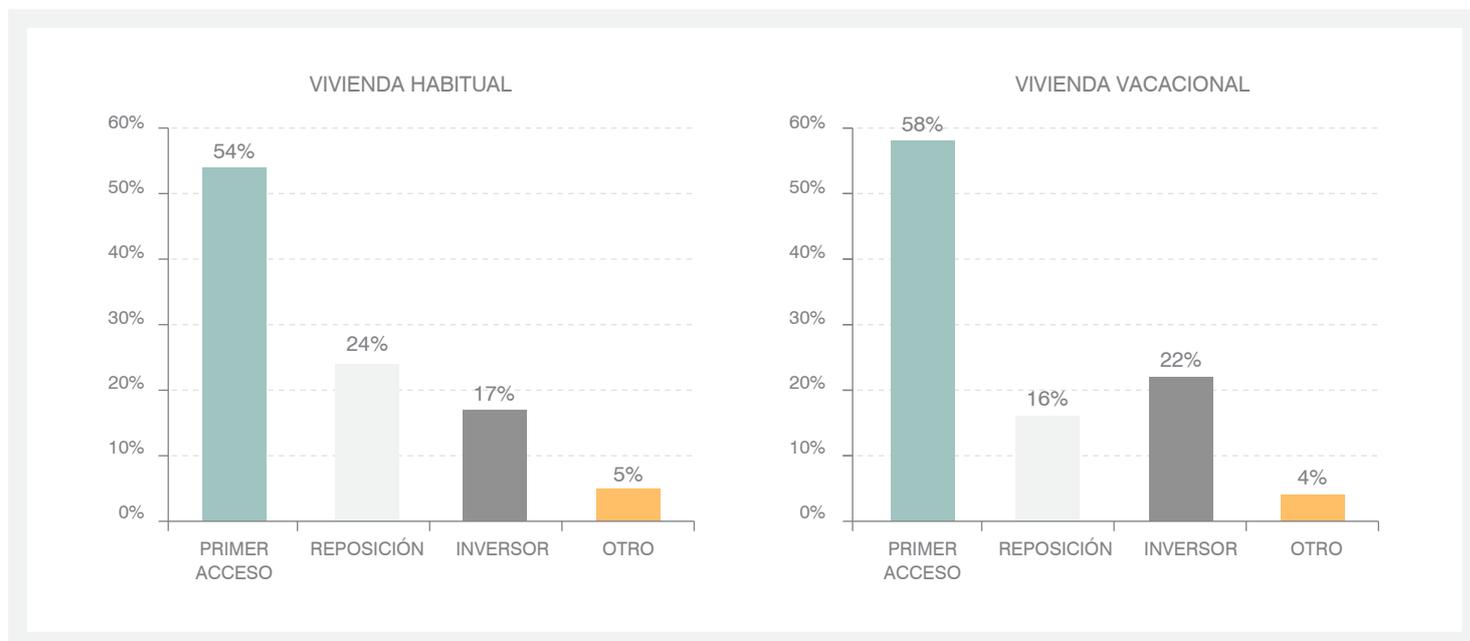
3.5 COMPRAVENTAS Y TRANSACCIONES: MOTIVACIONES DE COMPRA DE VIVIENDA

Analizadas las **motivaciones de compra**, destaca lo siguiente:

- El **primer acceso** continúa siendo la principal motivación de adquisición de una vivienda, según la opinión recopilada mediante la encuesta semestral realizada a los APIs. En concreto, casi el 54% de las operaciones que atienden tienen ese objetivo por parte del comprador. Igualmente, el 58% de las compras de vivienda vacacional se corresponden con la primera adquisición.
- El rol **inversor** ganó relevancia y pasó a ser el segundo motivo de las compras de vivienda habitual y vacacional en el semestre anterior, pero solo mantiene ahora esta posición en la vivienda vacacional, con un 22%, mientras que pasa del 25% al 17% en la vivienda habitual.
- Por tanto, la **reposición** pasa a ser el segundo motivo de compra en la vivienda habitual, con el 24% de las ventas, la referencia anterior era del 14%, y se alterna en la segunda posición con el rol inversor, según el semestre, y la elección de los compradores.

El 22% de las compras de **vivienda vacacional** cuentan con un carácter **inversor**. Porcentaje que es del 17% para las compras de **vivienda habitual**

GRÁFICO 15. MOTIVACIONES DE LA COMPRA DE VIVIENDA.



Fuente: Servihabitát y Red de agentes colaboradores (APIs)

3. MERCADO

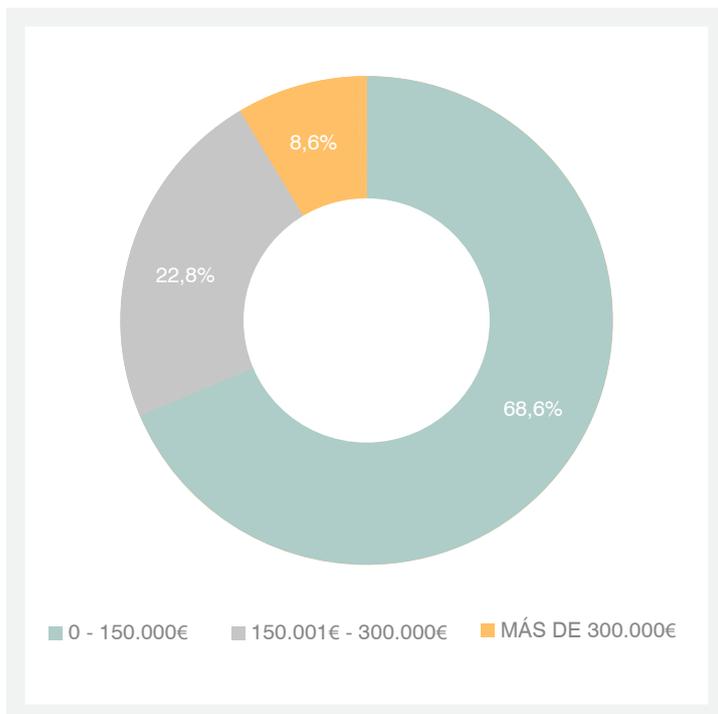
3.6 PRECIO Y TAMAÑO DE LA VIVIENDA EN 2018

Las últimas novedades sobre precio y tamaño de la vivienda, a partir de los datos del Ministerio de Fomento correspondientes a las transacciones de vivienda en materia de superficie y de precio en la compraventa de viviendas durante el segundo trimestre de 2018, son:

- **Precio:** el 68,6% de las viviendas tienen un precio inferior a los 150.000€ (por debajo del porcentaje obtenido el mismo trimestre del año anterior, un 69,5%). El 8,6% supera los 300.000€, porcentaje similar al 8,5% del mismo trimestre del año anterior.

- **Tamaño:** el 34,9% de las ventas se realizan sobre viviendas de entre 61 y 90 m², el 21,8% en viviendas entre 91 y 120 m² y el 25,1% supera los 120 m².

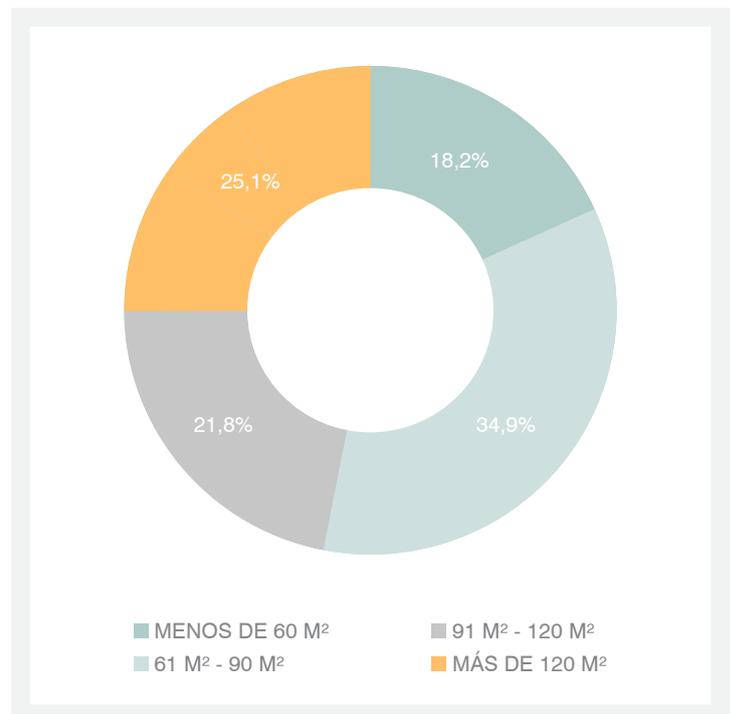
GRÁFICO 16. PRECIO DE LAS VIVIENDAS VENDIDAS EN 2018.



Fuente: MFOM y elaboración propia

El **68,6%** de las viviendas compradas tienen un **precio inferior a los 150.000€**

GRÁFICO 17. TAMAÑO DE LAS VIVIENDAS VENDIDAS EN 2018.



Fuente: MFOM y elaboración propia

El **34,9%** de las ventas se realizan sobre viviendas de **entre 61 y 90 m²**

914 APIs
opinan

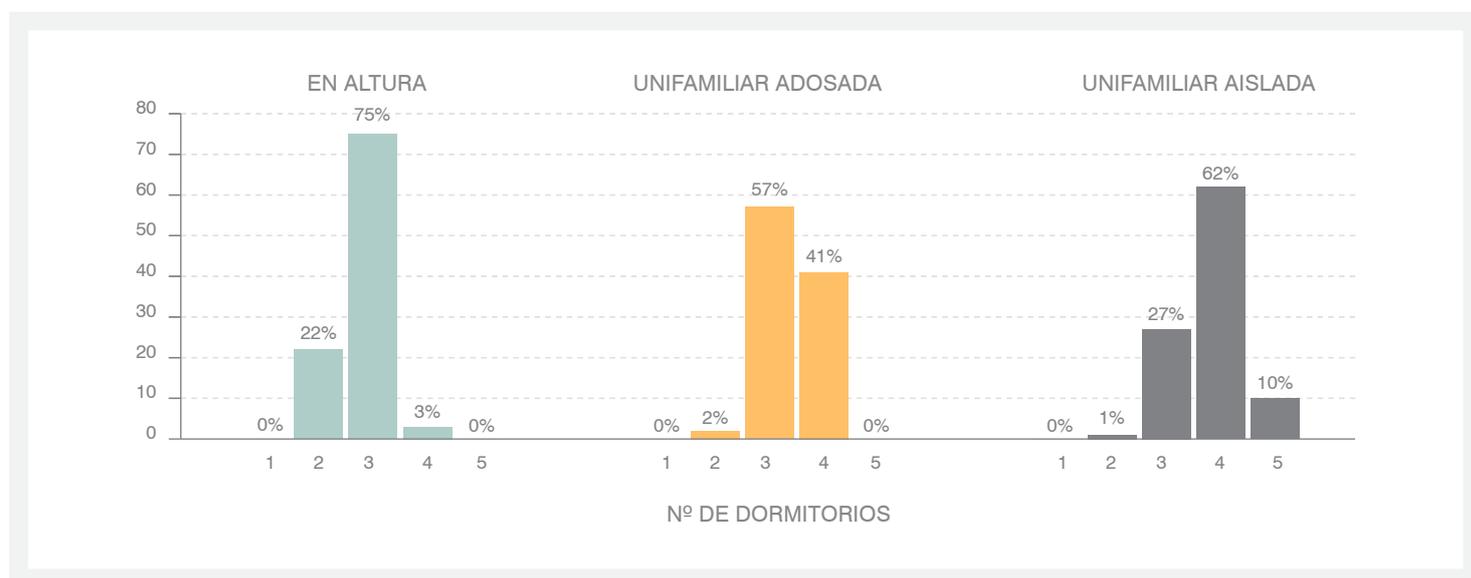
3. MERCADO

3.7 VIVIENDA MÁS DEMANDADA EN LOS ÚLTIMOS SEIS MESES

En el caso de la vivienda habitual, según la encuesta realizada a la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat, para la vivienda en altura predomina la elección de tres dormitorios (75%), para el caso de vivienda unifamiliar adosada la elección se concentra en la opción de tres (57%) y cuatro dormitorios (41%), mientras que para la unifamiliar aislada opta por la elección de cuatro dormitorios (en el 62% de las solicitudes).

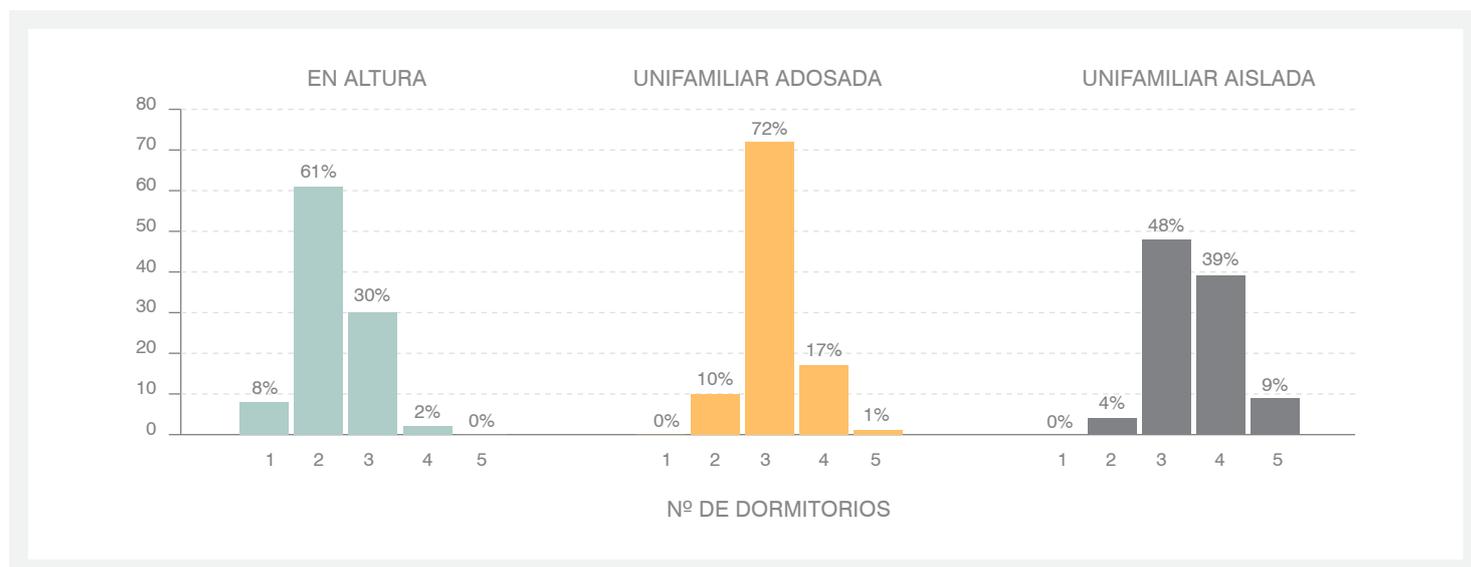
Ahora bien, si nos centramos en la vivienda vacacional, en general tienen menos dormitorios: predomina el de dos dormitorios (61%) en el caso de la vivienda en altura, el de tres dormitorios (72%) para las viviendas unifamiliares adosadas y, en este semestre, también el de tres dormitorios en el caso de viviendas aisladas (48%), aunque es muy parecido al porcentaje de casos que demanda cuatro dormitorios (39%).

GRÁFICO 18. VIVIENDA HABITUAL MÁS DEMANDADA EN LOS ÚLTIMOS SEIS MESES.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

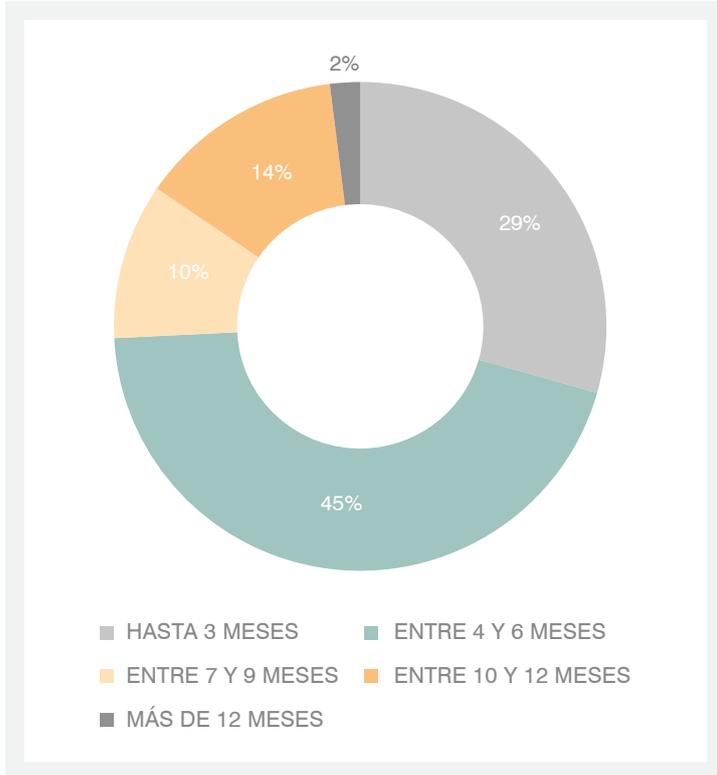
GRÁFICO 19. VIVIENDA VACACIONAL MÁS DEMANDADA EN LOS ÚLTIMOS SEIS MESES.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

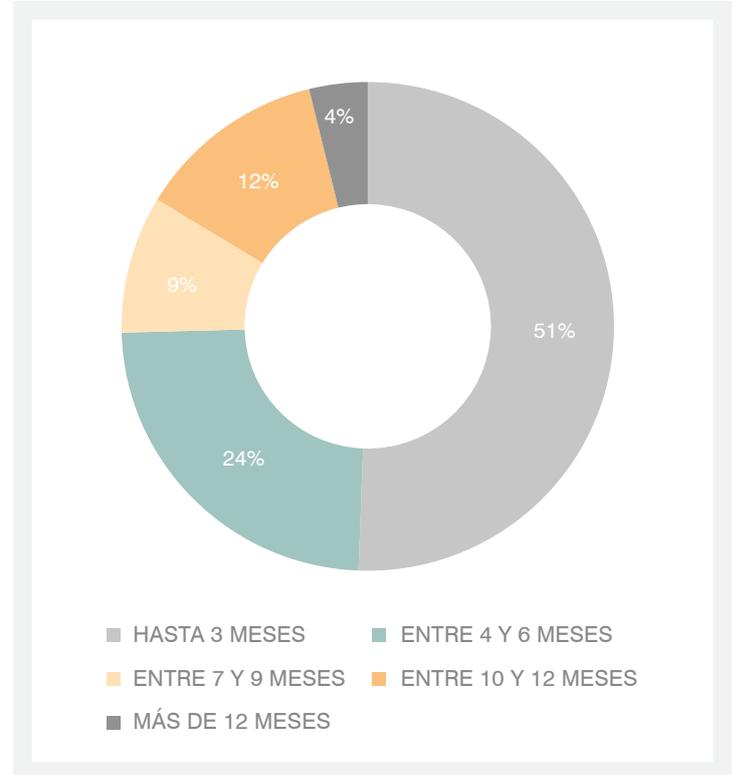
3.8 TIEMPO MEDIO DE VENTA DE LAS VIVIENDAS

GRÁFICO 20. TIEMPOS MEDIOS DE VENTA DE LA VIVIENDA HABITUAL.



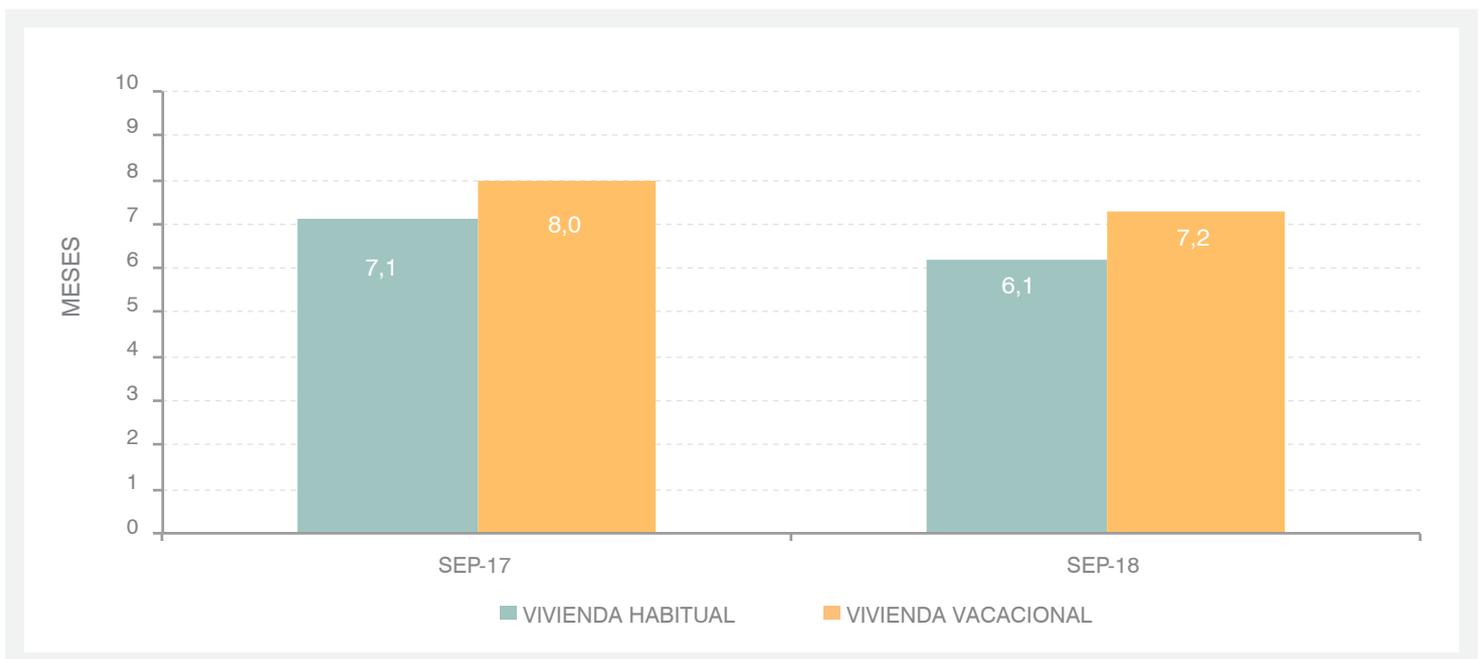
Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

GRÁFICO 21. TIEMPOS MEDIOS DE VENTA DE LA VIVIENDA VACACIONAL.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

GRÁFICO 22. EVOLUCIÓN DEL TIEMPO MEDIO DE VENTA DE LA VIVIENDA SEGÚN TIPOLOGÍA.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

3.9 EDAD DEL COMPRADOR

El indicador de la edad refleja aproximadamente que la media para el acceso a la vivienda en nuestro país, primer motivo de compra, está en los 38 años.

El trasfondo de una cifra de edad más avanzada se origina, por un lado, porque requiere disponer de condiciones económicas y laborales estables y por otro, porque hay una mayor propensión al alquiler por parte de los jóvenes.

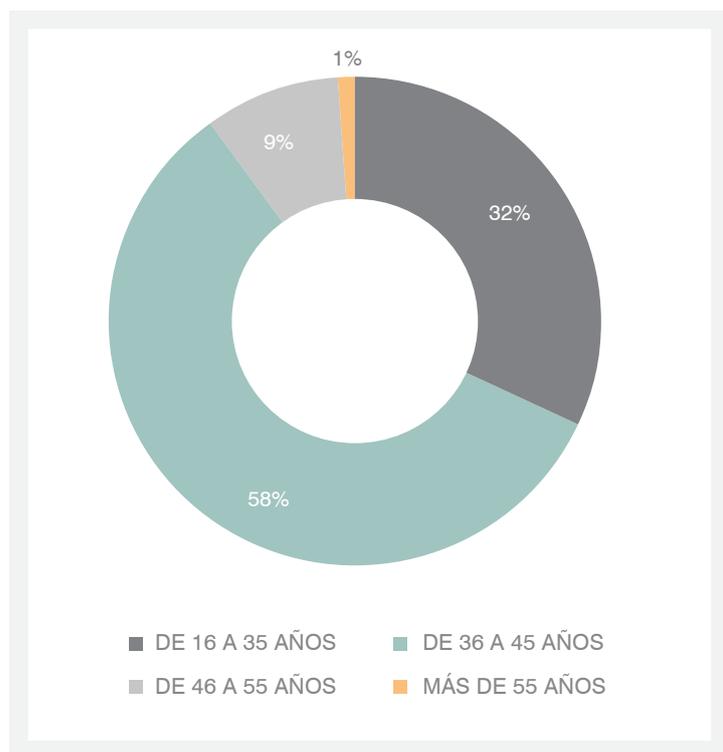
Teniendo en cuenta este dato, un 32% de los compradores de vivienda habitual tiene menos de 35 años, porcentaje que es similar al del año anterior.

En este sentido, la mayor parte del acceso a la vivienda habitual tiene lugar entre compradores de entre 36 y 45 años (un 58% de los casos).

El acceso a la vivienda vacacional se concentra principalmente (un 85%) entre los 36 y 55 años; es decir, en la suma de dos tramos de edad, que representa un 34% entre los 36 y 45 años y, un 51% entre los 46 y 55 años. Por lo tanto, se obtiene que la edad media para la compra de vivienda vacacional es de 47 años.

Los otros tramos de edad agrupan un 15% de los casos, 4% entre los 16 y 35 años y 11% a partir de los 56 años.

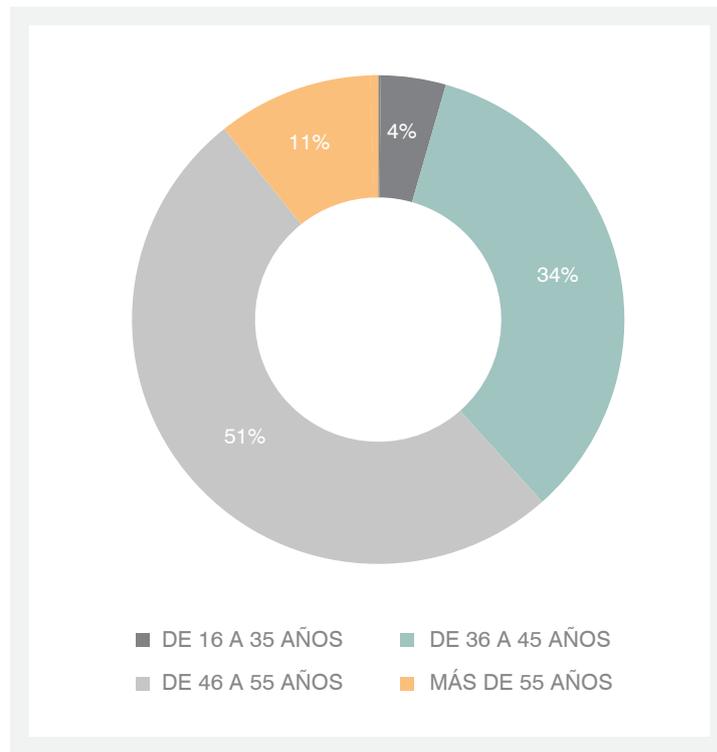
GRÁFICO 23. EDAD MEDIA DEL COMPRADOR DE VIVIENDA HABITUAL.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

Casi el 60% de los compradores de **vivienda habitual** en España tienen **entre 36 y 45 años**

GRÁFICO 24. EDAD MEDIA DEL COMPRADOR DE VIVIENDA VACACIONAL.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

La edad media para la compra de **vivienda vacacional** es de **47 años**

3. MERCADO

3.10 HIPOTECAS NUEVAS CONSTITUIDAS SOBRE VIVIENDAS

El número de hipotecas concedidas sobre viviendas continúa su tendencia ascendente en volumen de operaciones, pero con una tasa de variación anual que se desacelera en línea con la moderación del mercado y del contexto macroeconómico.

El año 2017 cerró con un acumulado de 312.843 operaciones, equivalente a un crecimiento del 10,7% anual.

Dicha tasa de crecimiento, 4 puntos porcentuales inferior a la del 2016, previsiblemente llegue hasta el 8,5% para 2018, considerando el actual escenario, revisado respecto al del semestre anterior.

El número de operaciones llegará a 339.389 en 2018 y, en torno a 358.000 operaciones para 2019, equivalente a un incremento del 5,5%.

En paralelo, el importe medio concedido sigue incrementándose año tras año, aunque sin alcanzar los importes récord de 2007 (con 148.773€ de importe medio). En 2017 se cifran en 117.147€. Dicha cantidad supone un 6,6% de incremento anual y consolida las subidas por cuarto año consecutivo.

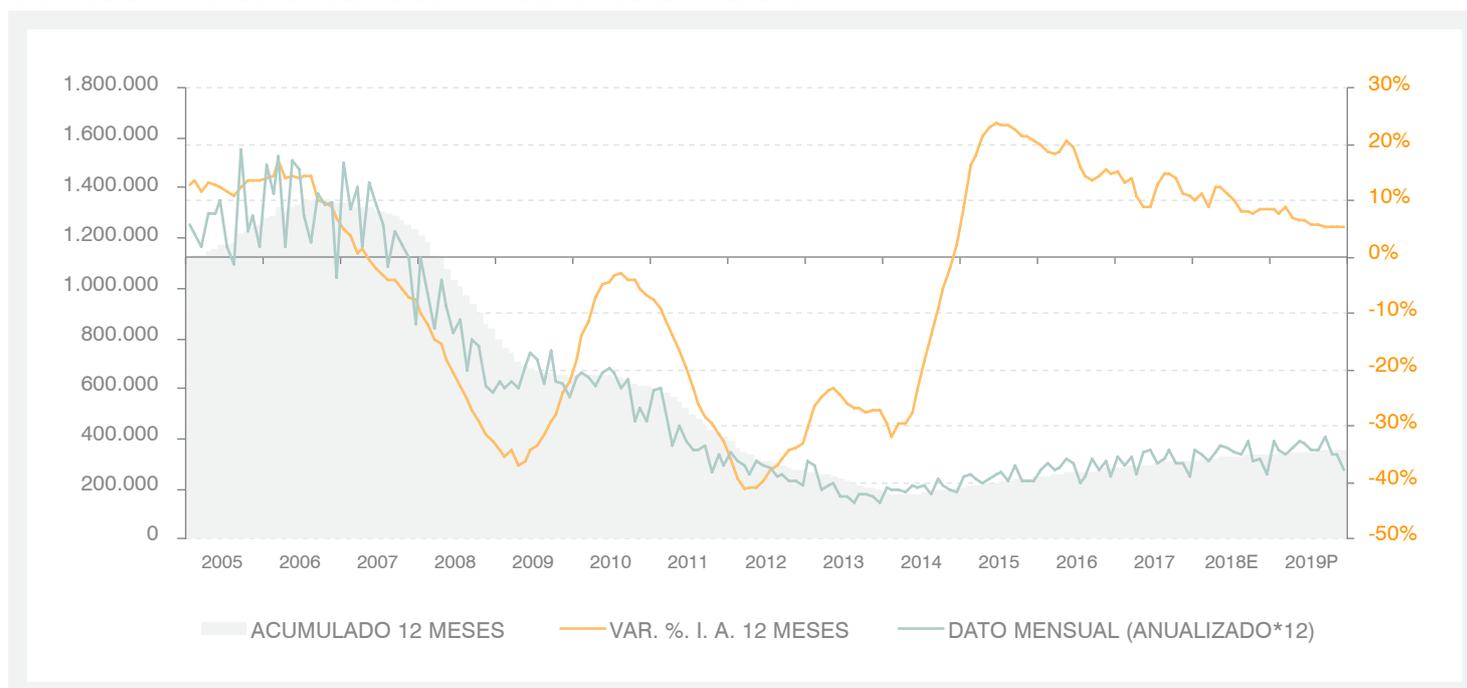
Se estima que en 2018 aumentará un 5,4% (equivalente a 123.456€) en sintonía con el incremento de precios de los inmuebles. La cifra llegaría a los 129.000€ en 2019, con un 4,6% de crecimiento anual en el valor medio de las hipotecas.

En 2018, han sido varios los acontecimientos que han ido condicionando el escenario. Por un lado, el clima sociopolítico está afectando la confianza en algunas comunidades autónomas (elecciones anticipadas en Andalucía y el caso latente de Cataluña); y, por otro lado, las novedades legales hacia los bancos.

El Real Decreto-ley 17/2018 aprobado por el Gobierno hace que sean los bancos los que asuman el impuesto de actos jurídicos documentados de las hipotecas, tras la controvertida decisión adoptada por el Tribunal Supremo. Por lo que el impacto se minimiza, al no ser retroactivo y quedar limitado a los periodos actuales.

Esta nueva legislación supone que la Administración Pública tampoco tendrá que devolver dinero en este concepto ni habrá una merma en las arcas públicas.

GRÁFICO 25. HIPOTECAS NUEVAS CONSTITUIDAS SOBRE VIVIENDAS.



Fuente: INE y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

3. MERCADO

3.11 RESUMEN MERCADO

VIVIENDAS VENDIDAS (NOTARIÁS)



HIPOTECAS PARA VIVIENDAS



IMPORTE MEDIO HIPOTECAS



Más del 91,4% de las viviendas habituales vendidas en 2018 han sido de segunda mano

El 68,6% de las viviendas vendidas en 2018 tienen un precio inferior a los 150.000€

El tiempo medio de venta de la vivienda habitual es de 6,1 meses (hace un año era de 7,1 meses)

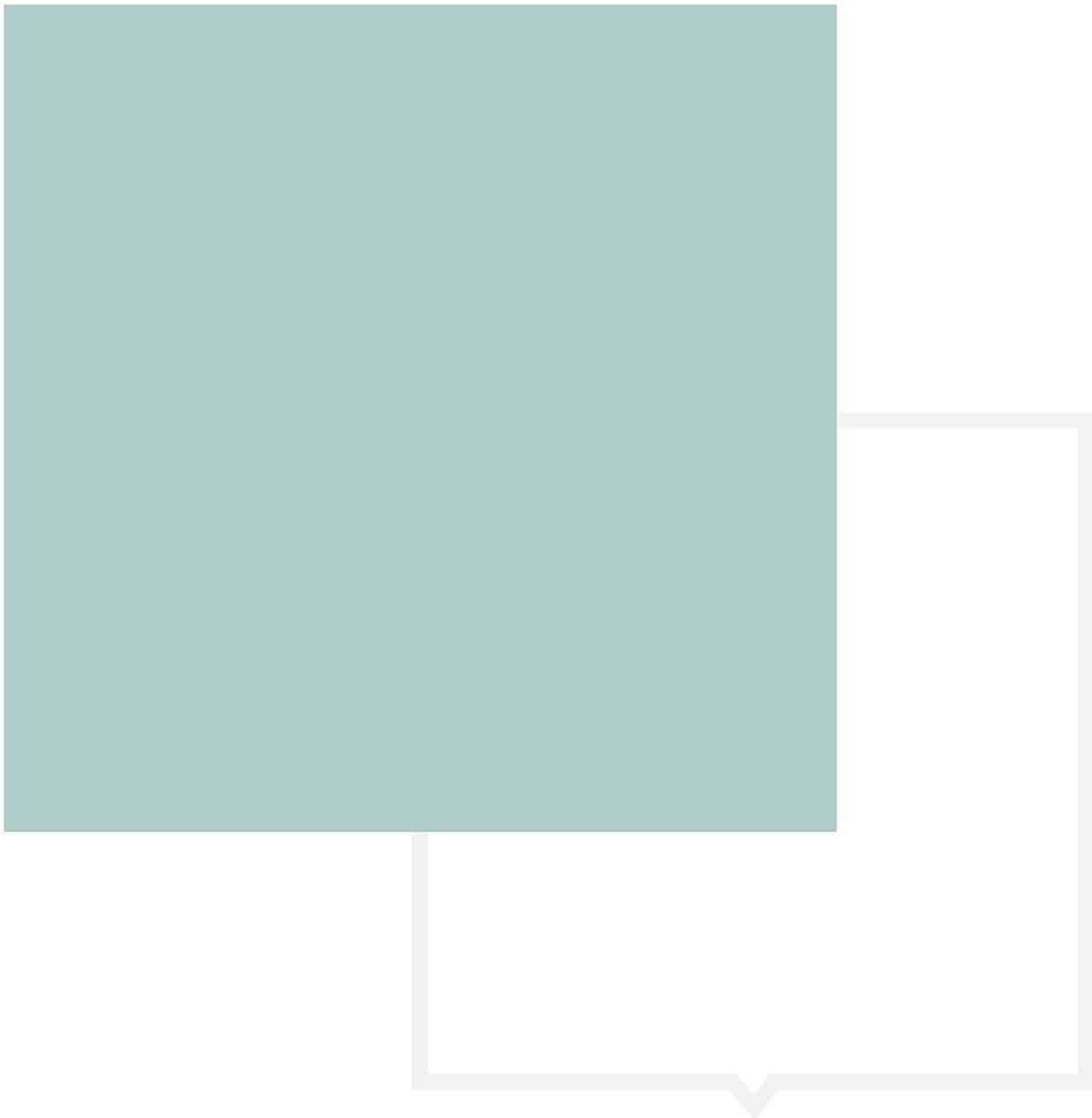
El 22% de las compras de vivienda vacacional se destinan a la inversión

Más del 58% de los compradores de vivienda habitual en España tienen entre 36 y 45 años

El 25,1% de las viviendas vendidas supera los 120 m²

Fuente: INE, Consejo General del Notariado, MFOM, APIs y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

4. PRECIOS



4. PRECIOS

4.1 EVOLUCIÓN DEL VALOR Y EL PRECIO DE LA VIVIENDA A NIVEL NACIONAL

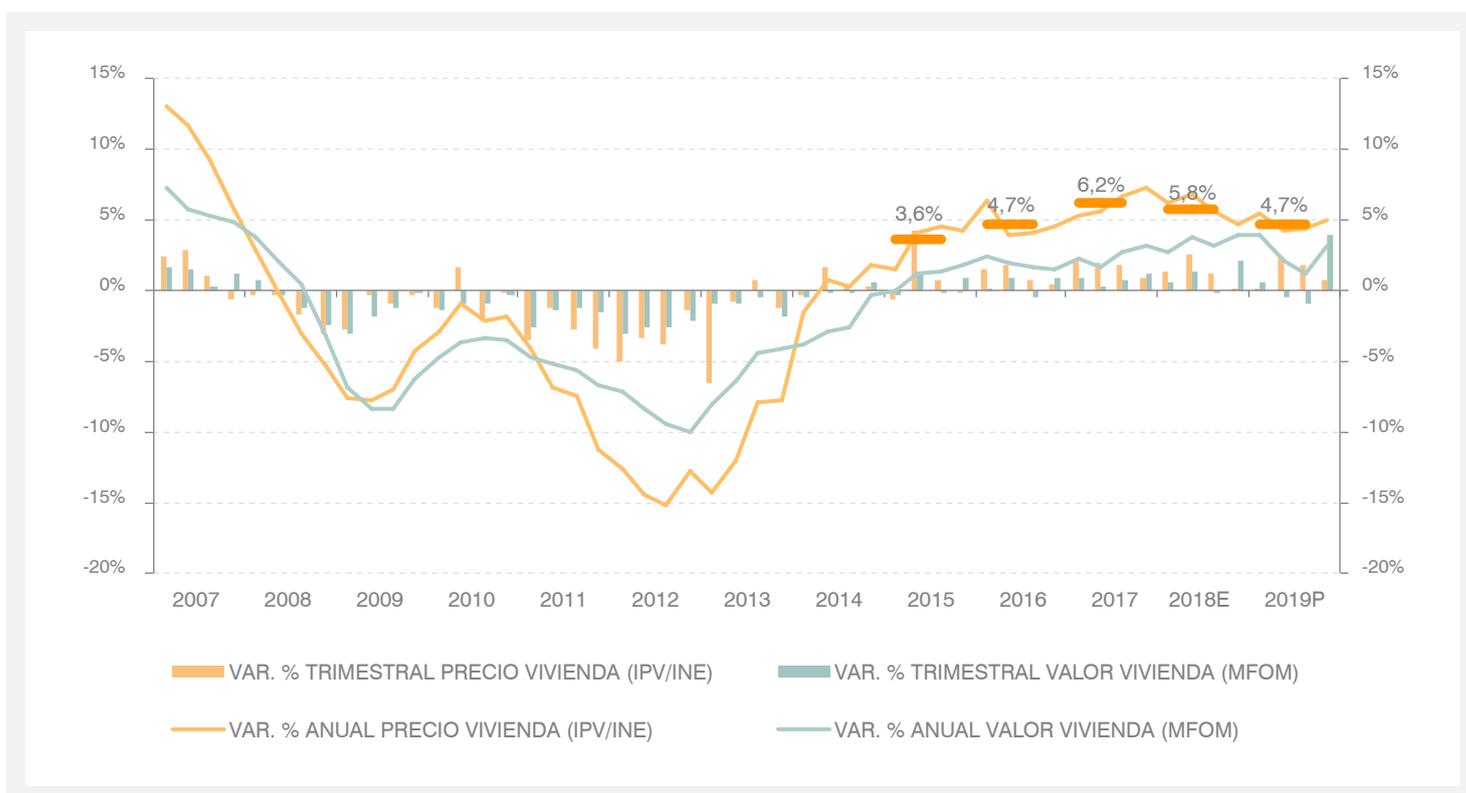
El precio presenta variaciones interanuales positivas en el segundo trimestre de 2018, según los indicadores del Ministerio de Fomento (3,2%) y del INE (6,5%) [*] y por tanto, también lo hará para el promedio del año respecto al periodo anterior.

Dicha tendencia se prevé bajista para 2018, en torno al 3,4% para la serie MFOM y 5,8% para la serie INE, pero con las habituales tensiones de precios en las zonas de mayor dinamismo laboral y turístico.

Estas referencias generales resumen la tendencia del mercado aunque no representan necesariamente casos individuales porque recopilan una muestra amplia y heterogénea de inmuebles (en ubicación, antigüedad, superficie, nueva / segunda mano, piso / unifamiliar).

En 2018, los precios de las viviendas aumentarán en torno al **5,8%**, tomando como base el indicador del INE

GRÁFICO 26. EVOLUCIÓN DEL VALOR E IPV DE LA VIVIENDA.



Fuente: MFOM, INE, y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

[*] Nota metodológica: la evolución del precio procesado por el MFOM con el apoyo de la AEV (Asociación Española de Análisis de Valor) supone el 85% de las operaciones del mercado y aplica un ajuste por estratos (tipología y superficie) para mantener la muestra homogénea en cada trimestre. Se obtienen valores tasados expresados en €/m² de las viviendas libres terminadas, ya sean de mayor o menor antigüedad.

La evolución del precio de la vivienda realizada por el INE (IPV) tiene en cuenta viviendas libres (de nueva transmisión o de segunda mano) a partir de un índice que se origina de los registros de precios de escrituración (sin impuestos) que cubren el 95% de las adquisiciones de los hogares residentes o no residentes. El IPV ajusta cada trimestre, mediante un modelo econométrico, los cambios que se producen en la composición y en la calidad de las viviendas. La estimación (el modelo de regresión) se utiliza para el cálculo de los precios estimados del metro cuadrado.

4. PRECIOS

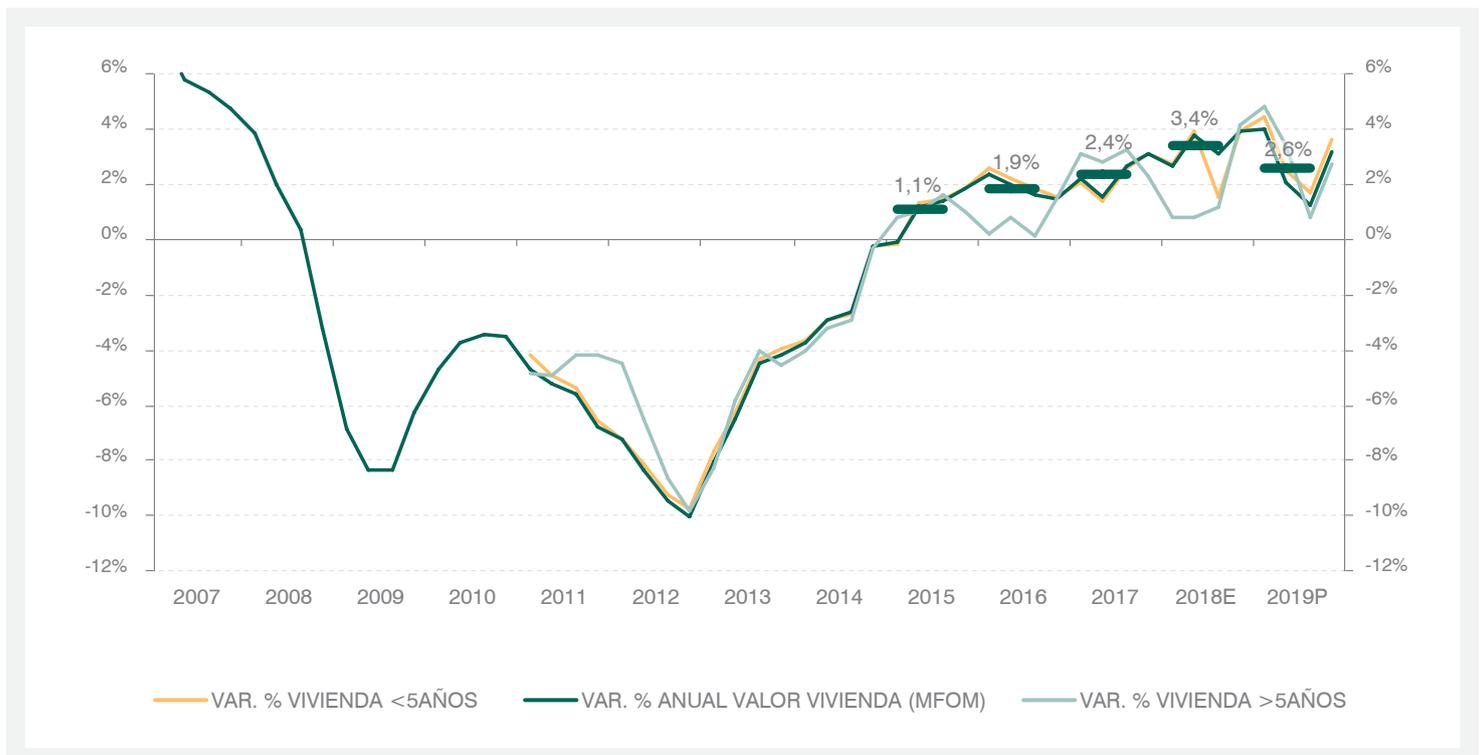
4.2 EVOLUCIÓN DEL VALOR Y EL PRECIO DE LA VIVIENDA, SEGÚN TIPOLOGÍA

Tendencia del precio según los años de antigüedad de la vivienda

Según la serie del MFOM, durante el periodo 2016 – 2018, la variación anual del precio de las viviendas atendiendo a su antigüedad se diferencia en mayor medida de lo que se venía observando en los tres años anteriores (2013 – 2015), con trayectorias que presentaron diferencias mínimas. Actualmente, la serie del precio de la vivienda con antigüedad mayor a 5 años es más volátil y cambiante.

En concreto, para 2018 el rango de precios medio para los segmentos de menos o más de 5 años, oscila entre el 2,1% y 3,4%, con una media anual de 3,4%. Las estimaciones arrojan valoraciones del 2,6% para 2019, con un mayor ajuste entre ambos segmentos.

GRÁFICO 27. EVOLUCIÓN DEL VALOR DE LAS VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

4. PRECIOS

4.2 EVOLUCIÓN DEL VALOR Y EL PRECIO DE LA VIVIENDA, SEGÚN TIPOLOGÍA

Tendencia del precio según si es nueva o de segunda mano

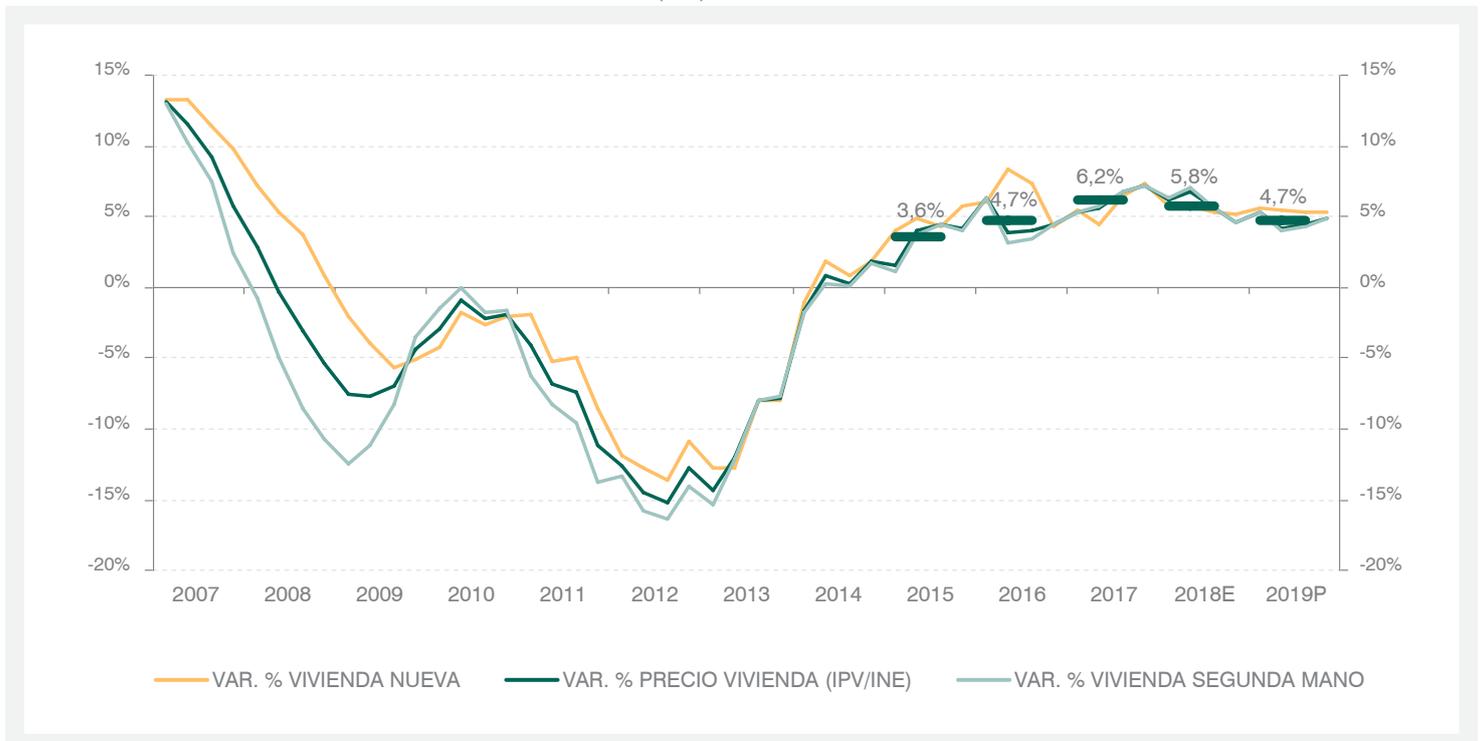
La serie del INE apunta precios al alza para las viviendas nuevas (menos de un año desde finalización de obra), una tendencia que volvería a confirmarse atendiendo a las estimaciones efectuadas para el año 2018, pero algo más moderado que el año anterior: en torno al 5,8% y del 4,7% para 2018 y 2019, respectivamente.

Durante 2017 y 2018, la fuerte demanda de vivienda urbana de segunda mano ha provocado una subida de los precios por encima de los incrementos de precios de la vivienda nueva, una situación poco habitual y temporal, que se iría normalizando en 2019.

Sobre ello influye la relativa reducción del *stock*, en unas zonas más que otras, y la demanda sobre la finalización de nuevas promociones de viviendas, retornando a diferenciales positivos de precios en el mercado de vivienda nueva.

A pesar de que la obra nueva se ha venido reactivando, su peso relativo en el mercado es pequeño, de modo que el efecto de variables como la presión de la demanda, el incremento de inversores y el efecto alquiler, se dejan notar más en el mercado de segunda mano, localizando además un buen número de transacciones en las almendras centrales de las principales ciudades, en las que la oferta de vivienda nueva es más restringida por la falta de suelo.

GRÁFICO 28. EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA VIVIENDA (IPV).



Fuente: INE, y elaboración propia
Nota: E (estimación), P (previsión)

4. PRECIOS

4.3 RELACIÓN ENTRE LA EVOLUCIÓN DEL PRECIO Y LA OFERTA DE VIVIENDAS

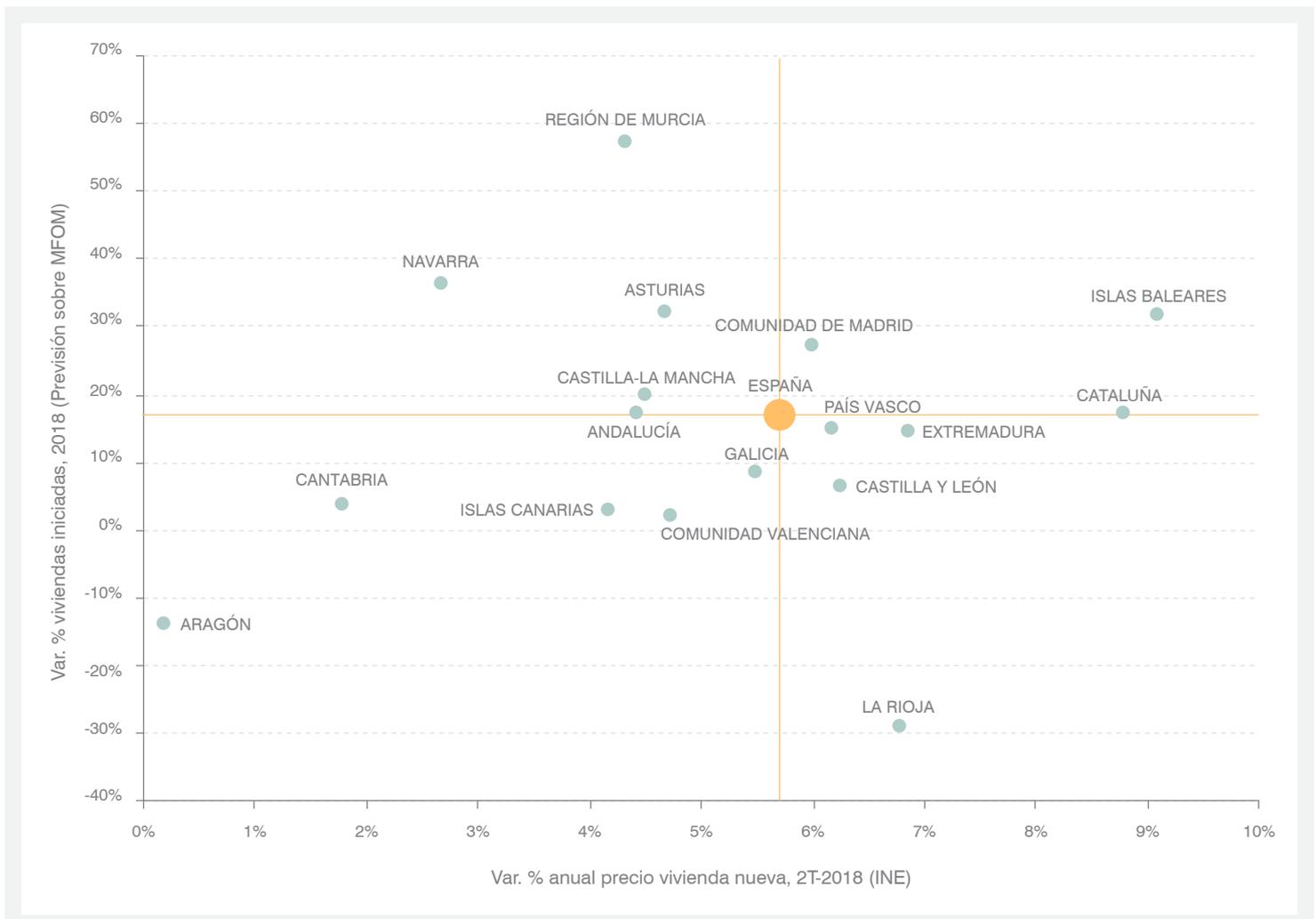
Se realiza un análisis entre dos indicadores: incremento de los precios de la vivienda nueva (eje horizontal) y el aumento de la producción (oferta de viviendas iniciadas, en el eje vertical). El dato interanual de precios del segundo trimestre de 2018 para España es 5,7% y los proyectos estimados para 2018 sobre la base del MFOM del 17,0%.

Para el caso de Islas Baleares, Cataluña y Comunidad de Madrid se inician proyectos por encima de la media nacional y el mercado presenta una tensión en precios.

Menos dinamismo aparece en las regiones ubicadas en el cuadrante inferior izquierdo, el mercado está menos “caliente”, con menores crecimientos de precios así como un menor crecimiento de oferta que la media española.

En 2018, el precio de las viviendas nuevas sube en todas las comunidades autónomas entre el 0,2% y 9,1%. En siete de ellas por encima de la media: **Islas Baleares, Cataluña, Extremadura, La Rioja, Castilla y León, País Vasco y Comunidad de Madrid**

GRÁFICO 29. RELACIÓN ENTRE LA EVOLUCIÓN DEL PRECIO Y LA PRODUCCIÓN DE VIVIENDAS.



Fuente: Fuentes oficiales y elaboración propia.
Sin disponibilidad de información para Ceuta y Melilla.

4. PRECIOS

4.4 RELACIÓN ENTRE LA EVOLUCIÓN DEL PRECIO Y LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS

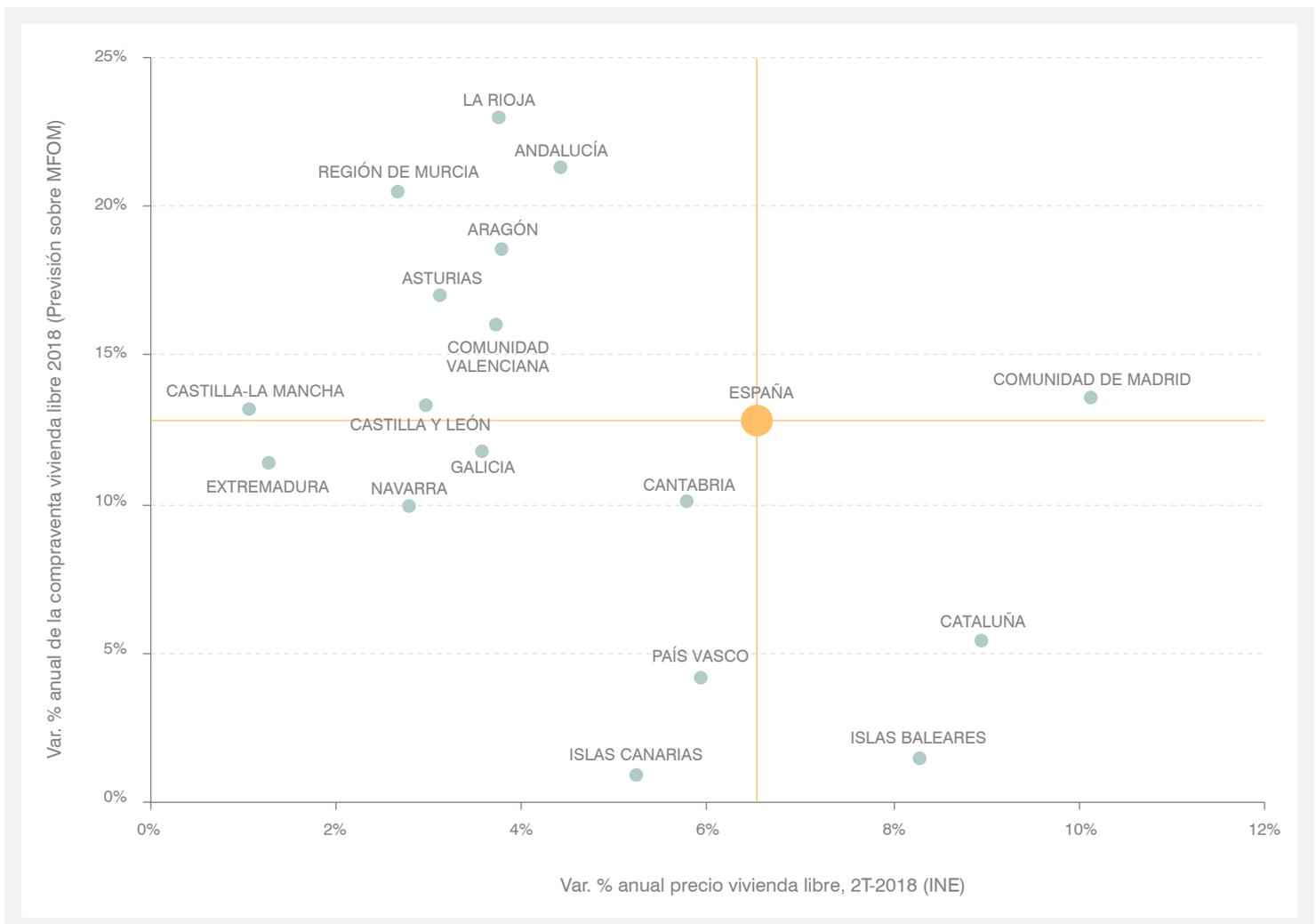
El análisis se realiza también entre dos indicadores: incremento de los precios de la vivienda libre (nueva y de segunda mano, eje horizontal) y el aumento de la compraventa (de viviendas libres, en el eje vertical). El dato interanual de precios del segundo trimestre del 2018 para España es del 6,5% y las transacciones estimadas para 2018 sobre la base del MFOM del 12,8%.

Los tres casos que presentan liderazgo en precios (Comunidad de Madrid, Cataluña e Islas Baleares) experimentan, con diferente intensidad, una disminución en las operaciones de compraventa, en relación a la media española.

Más dinamismo aparece en las regiones ubicadas en el cuadrante superior izquierdo donde el mercado registra una recuperación a precios relativamente económicos, por debajo de la media española.

En ocho comunidades autónomas se compran viviendas por encima de la media española, con buen dinamismo y con precios por debajo de la media nacional

GRÁFICO 30. RELACIÓN ENTRE LA EVOLUCIÓN DEL PRECIO Y LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: INE y elaboración propia

914 APIs
opinan

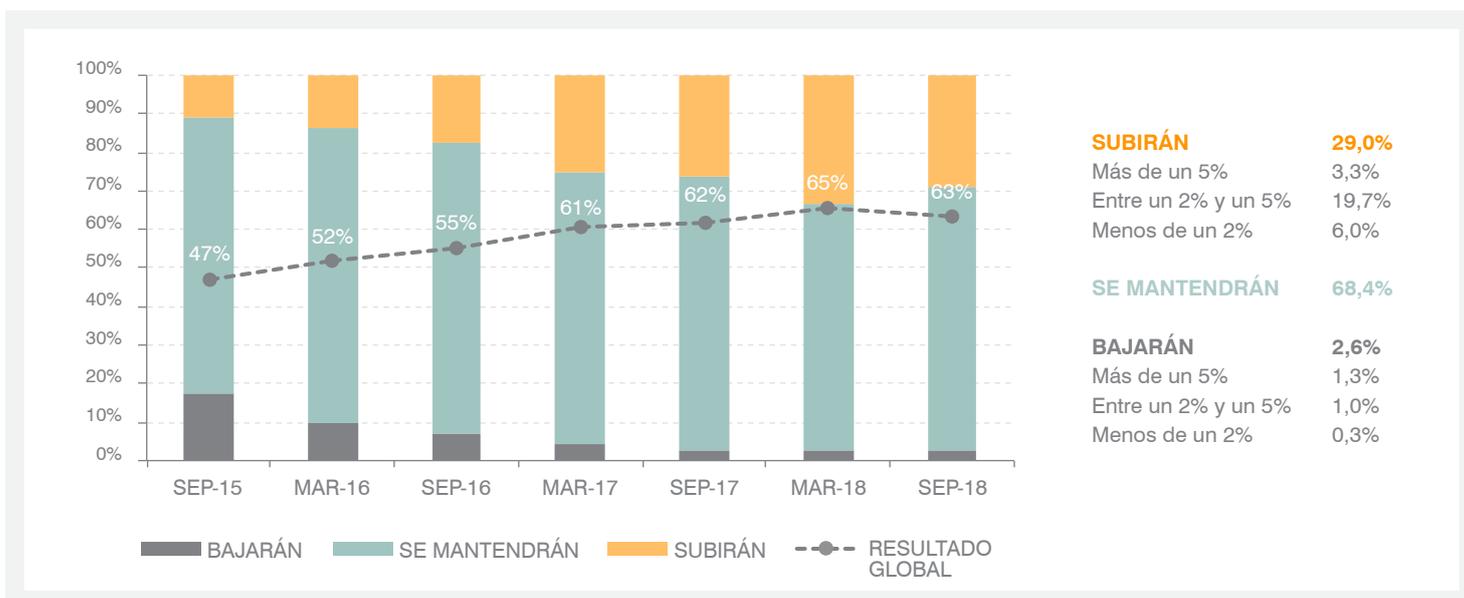
4. PRECIOS

4.5 PREVISIÓN DE LA EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LA VIVIENDA

Conforme a las opiniones de la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat, dos de cada tres percibe que los precios se mantendrán estables en los próximos seis meses para la vivienda habitual.

El porcentaje de mantenimiento gana terreno al de incremento, que baja al 29%, generando una tendencia a estabilidad, y siguen en minoría los APIs que detectan futuras bajadas de precios en su zona.

GRÁFICO 31. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LA VIVIENDA HABITUAL EN LOS PRÓXIMOS SEIS MESES.

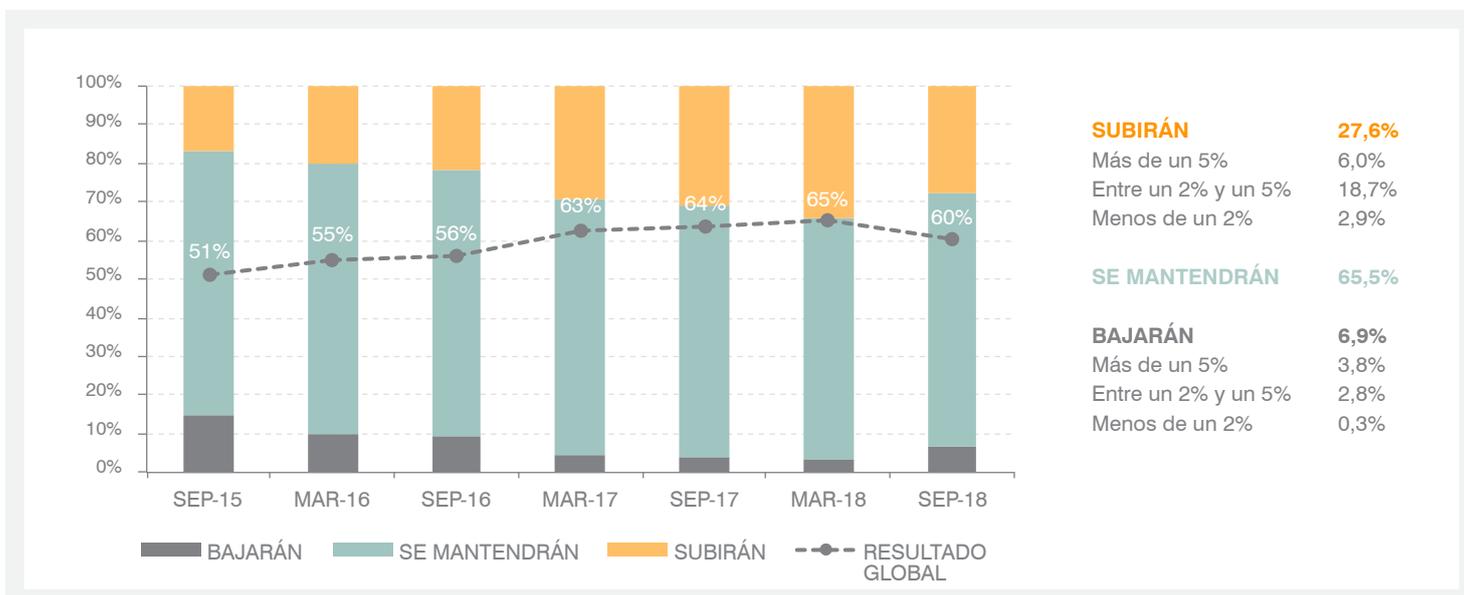


Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

Nota: las barras del gráfico son los porcentajes originales de la encuesta de opiniones de los APIs y la línea corresponde a la integración de los tres tipos de respuestas (subirán, se mantendrán, bajarán) para poder observar de manera directa el cambio del consenso global respecto al periodo anterior.

Respecto a la evolución del precio de la vivienda vacacional, la tendencia para los próximos seis meses es similar al caso de la vivienda habitual, se moderan los incrementos.

GRÁFICO 32. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LA VIVIENDA VACACIONAL EN LOS PRÓXIMOS SEIS MESES.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

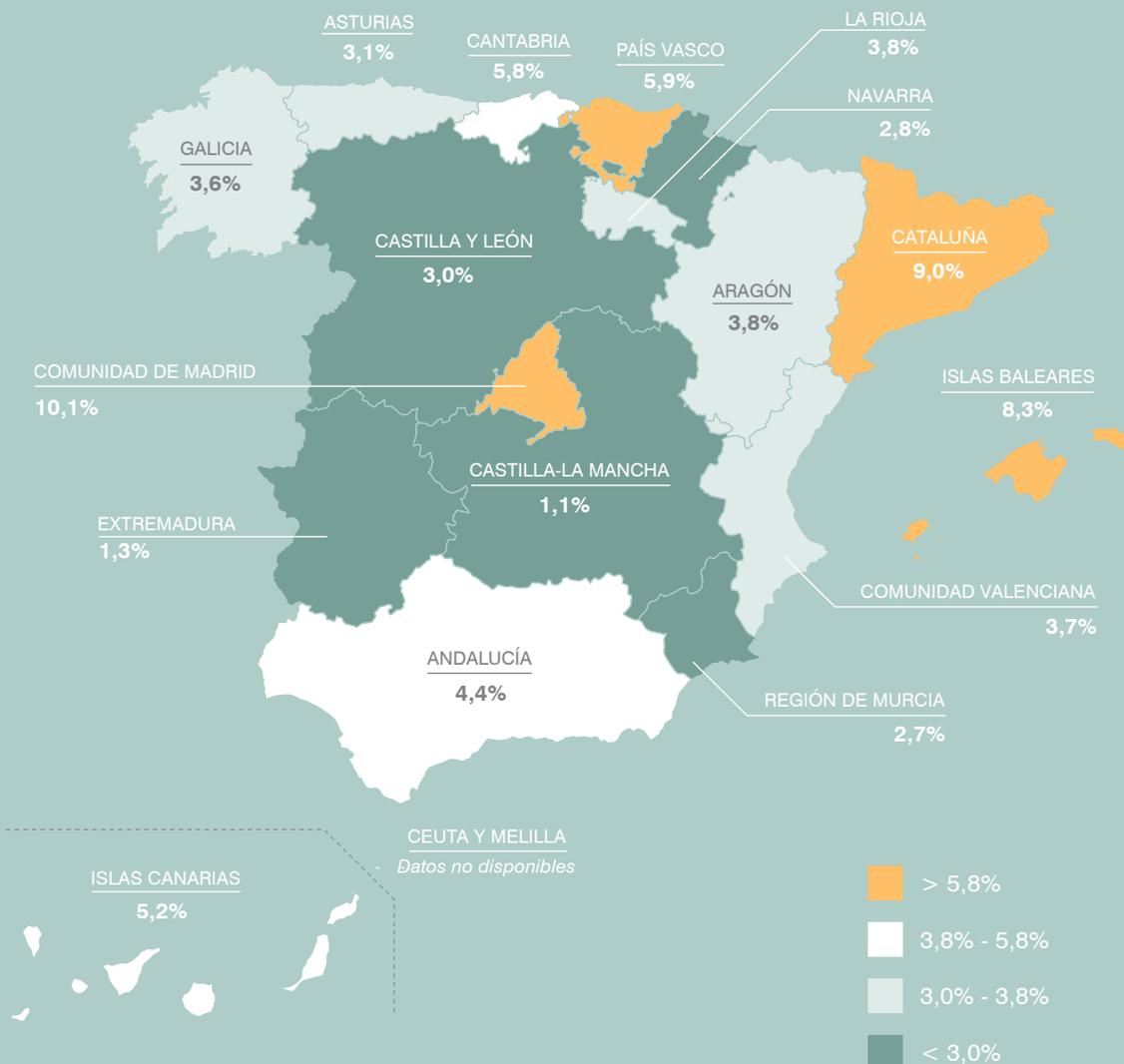
4. PRECIOS

4.6 RESUMEN PRECIOS

El precio de la vivienda crece un **6,5%** al segundo trimestre de 2018 según el INE y se prevé que aumente más moderadamente en 2019

MAPA 2. EVOLUCIÓN DEL PRECIO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS (IPV/ INE).

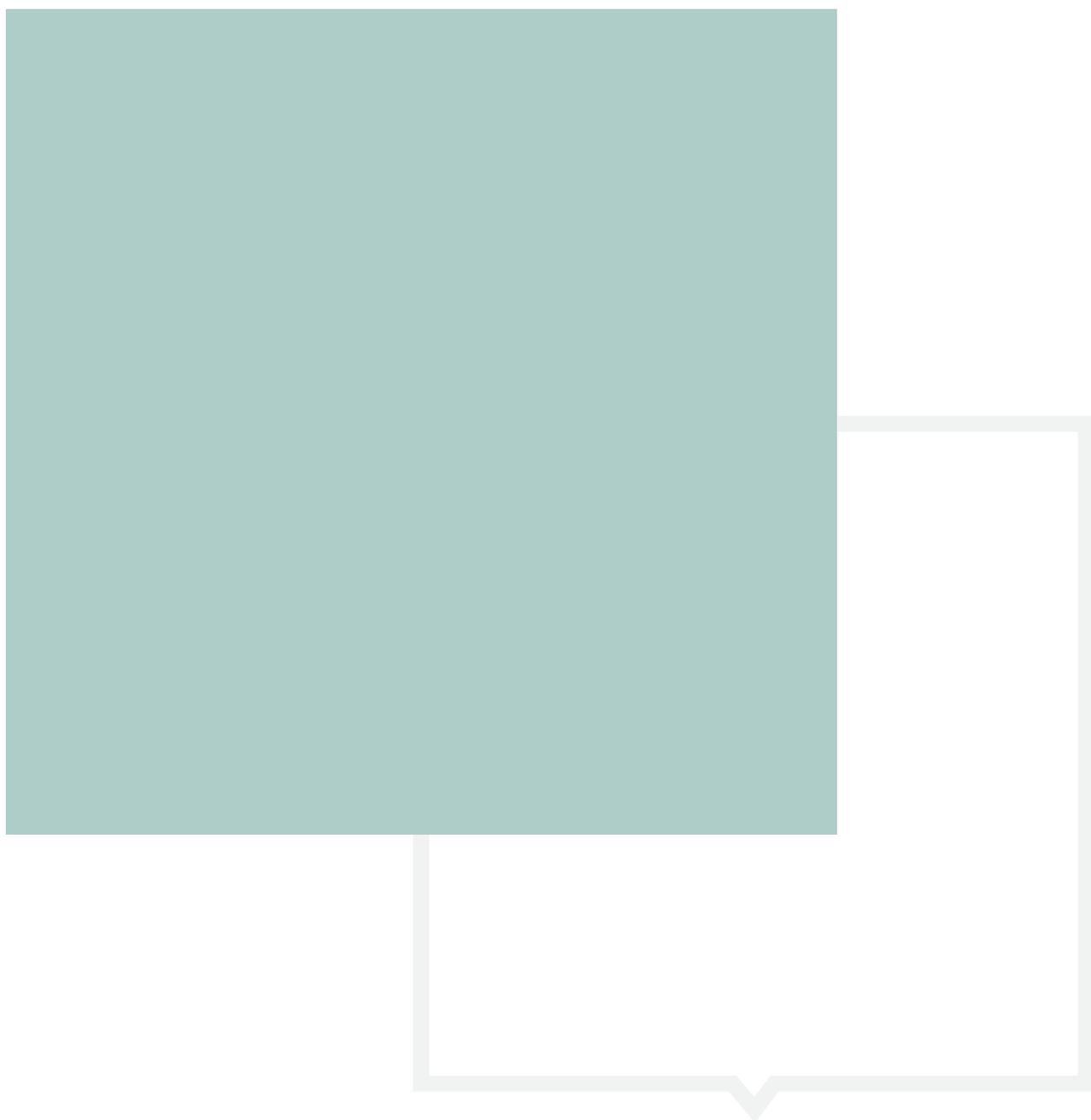
Tasa de variación anual (%) 2018 / 2017 (al segundo trimestre)



Fuente: IPV (INE) y elaboración propia

Nota: Los intervalos que presenta la leyenda corresponden a los cuartiles de la muestra

5. ACCESIBILIDAD Y ESFUERZO



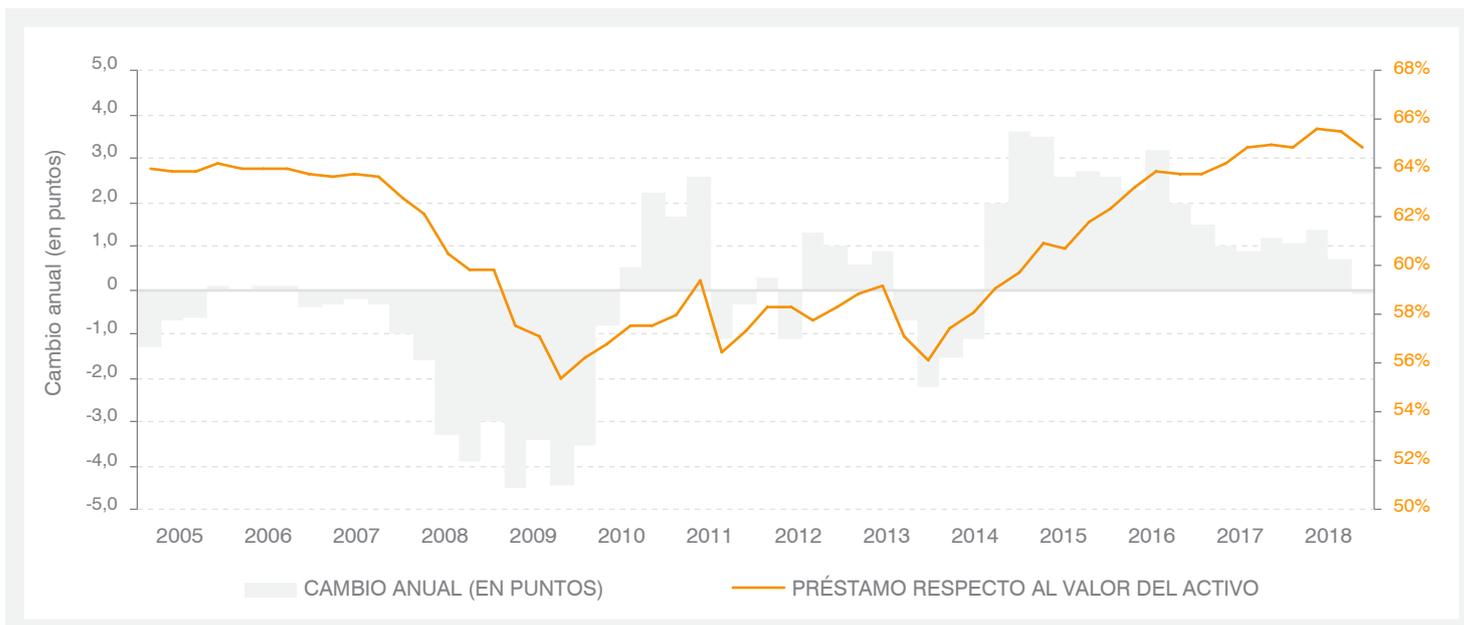
5. ACCESIBILIDAD Y ESFUERZO

5.1 EVOLUCIÓN DE LA RATIO DE PRÉSTAMO RESPECTO AL VALOR DEL ACTIVO

El año 2018 acumula una ratio promedio del 65,2% (al segundo semestre) del valor del préstamo respecto al valor del activo. Desde 2014 se han ganado 5 puntos porcentuales de ratio y supone un mayor financiamiento para las compras. En los últimos tres años, la media ha sido del 63,7%,

La ratio de financiamiento del importe prestado para la compra de vivienda es de 65,2%

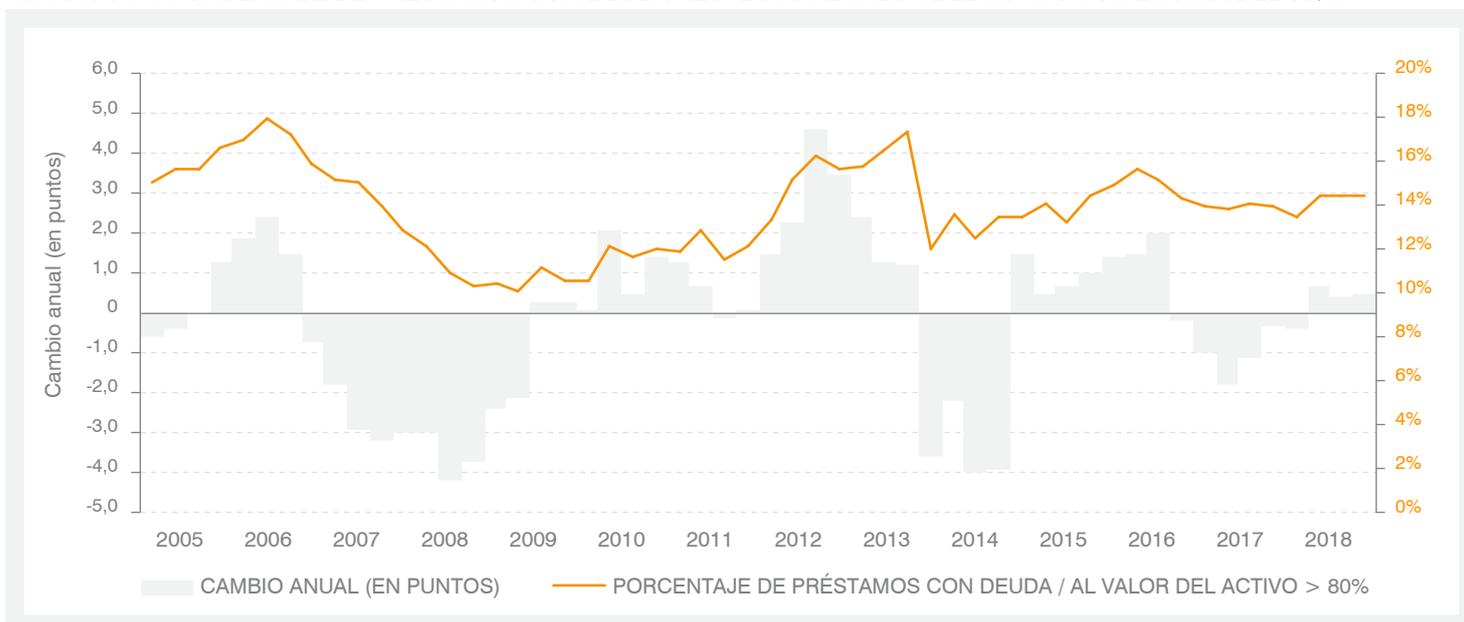
GRÁFICO 33. RELACIÓN ENTRE PRÉSTAMO Y VALOR DE TRANSACCIÓN.



Fuente: Banco de España y elaboración propia

El número de préstamos hipotecarios cuya deuda respecto al valor del activo supera el 80% se mantiene en promedio del 14,5% (al segundo semestre de 2018) y se mantiene tal como terminó el año anterior. La media de los tres años más recientes es del 14,3%.

GRÁFICO 34. PORCENTAJE DE PRÉSTAMOS CON DEUDA RESPECTO AL VALOR DEL ACTIVO POR ENCIMA DEL 80%.



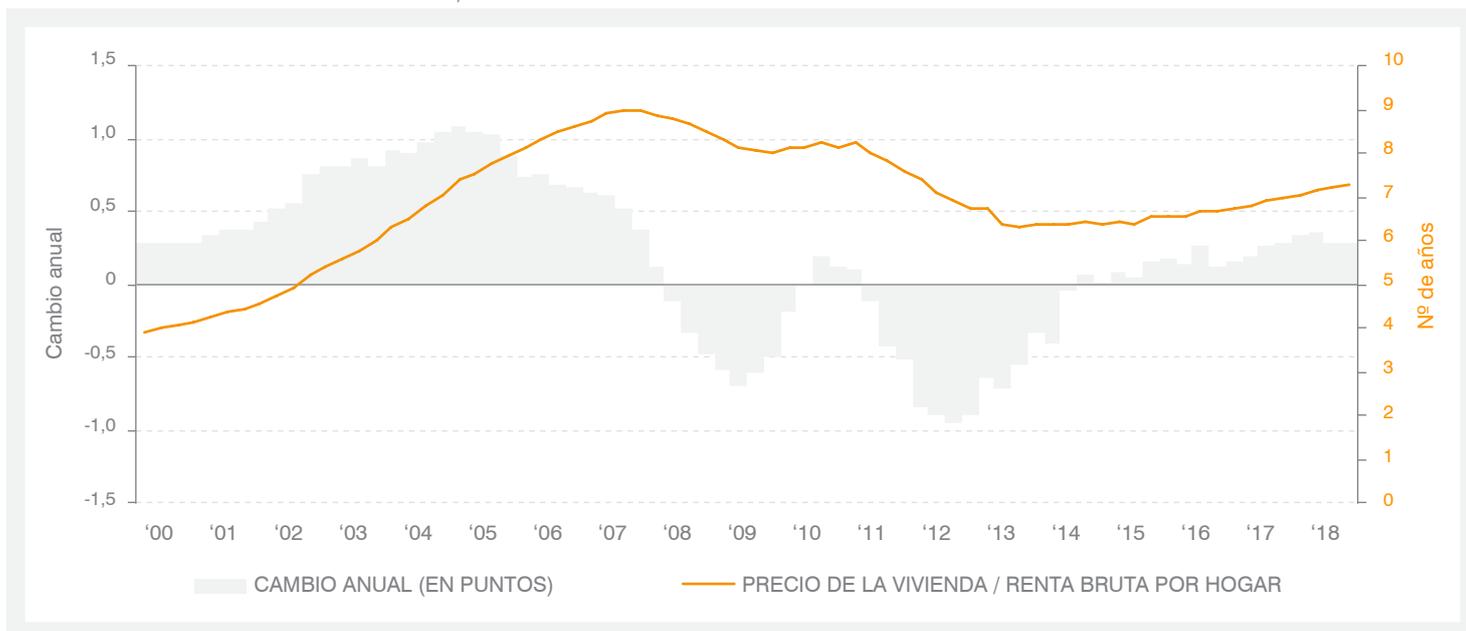
Fuente: Banco de España y elaboración propia

5. ACCESIBILIDAD Y ESFUERZO

5.2 EVOLUCIÓN DEL ESFUERZO MEDIO PARA LA COMPRA DE VIVIENDA

El esfuerzo medio que debe realizar un hogar en España para la adquisición de su vivienda, representa el número de años de renta bruta que debería destinar al pago de la misma. Este indicador sigue creciendo moderadamente, situándose en 7,3 años, con la información al segundo trimestre de 2018.

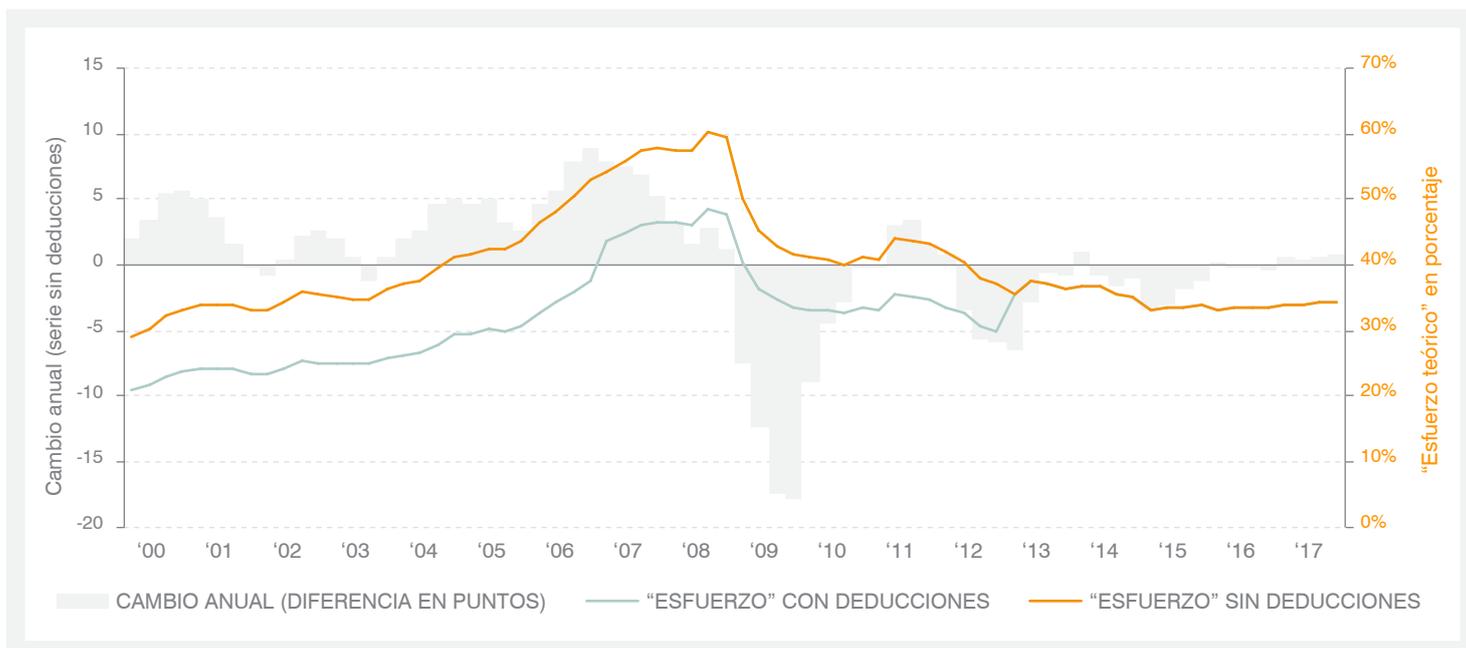
GRÁFICO 35. PRECIO DE LA VIVIENDA / RENTA BRUTA POR HOGAR.



Fuente: Banco de España y elaboración propia

El "esfuerzo teórico anual" sube levemente al cuarto trimestre de 2017, +0,8 puntos porcentuales en un año, para situarse en el 34,3%, sin tener en cuenta las deducciones.

GRÁFICO 36. "ESFUERZO TEÓRICO ANUAL" PARA EL PAGO DE UNA VIVIENDA.



Fuente: Banco de España y elaboración propia

Nota: el "esfuerzo teórico anual" es un cociente del coste del primer año de una hipoteca de cuota constante para financiar el 80% del precio de una vivienda media.

5. ACCESIBILIDAD Y ESFUERZO

5.3 RESUMEN ACCESIBILIDAD Y ESFUERZO

La **relación media entre el préstamo y el valor de la vivienda** se ha incrementado hasta el **65,2%**

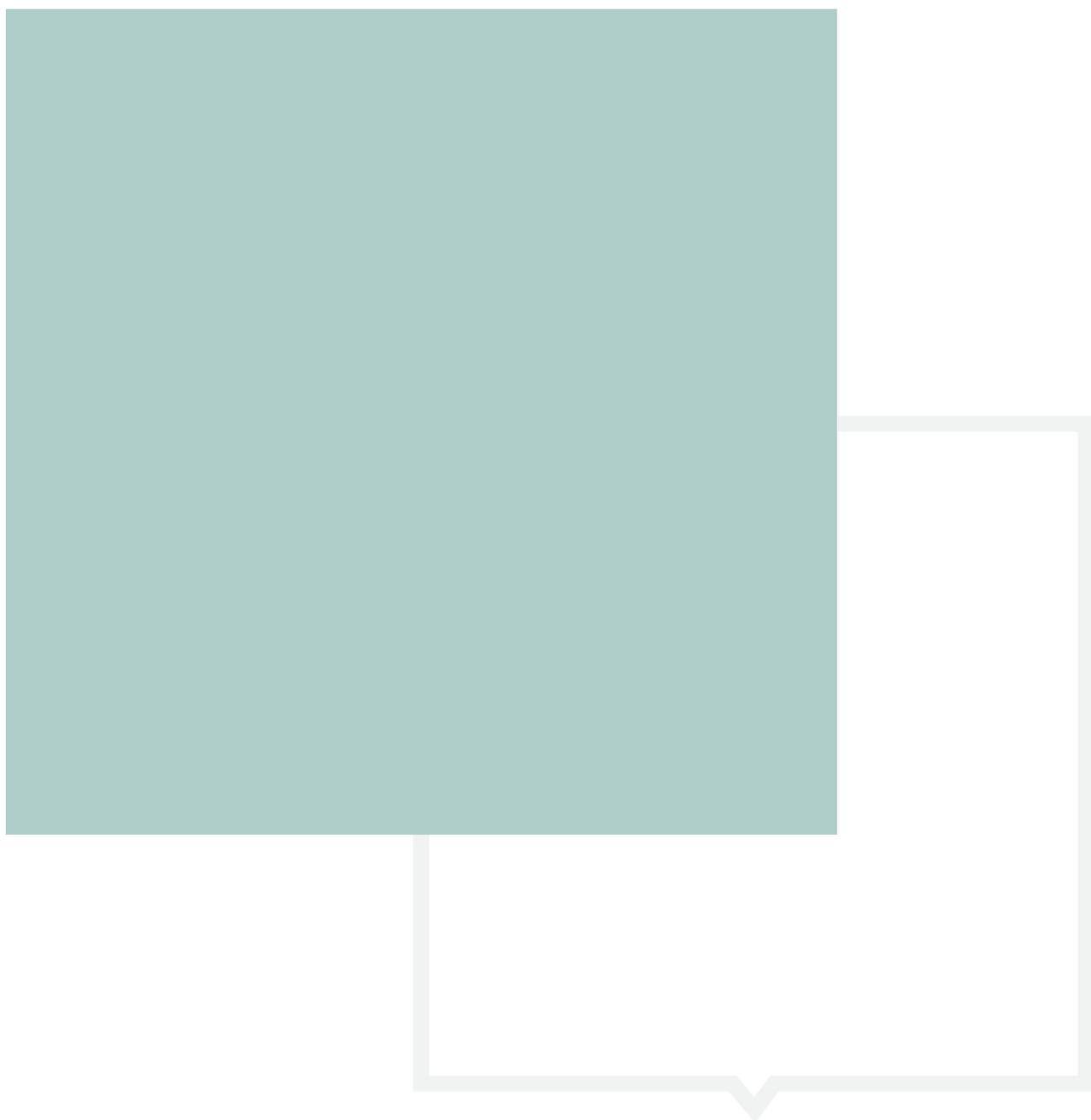
El importe del **14,5%** de los préstamos hipotecarios **supera el 80% del valor** de la vivienda

La evolución del esfuerzo anual que debe realizar un hogar en España para el pago de una vivienda se sitúa en el **34,3%**



Fuente: Banco de España y elaboración propia

6. EL MERCADO DE ALQUILER



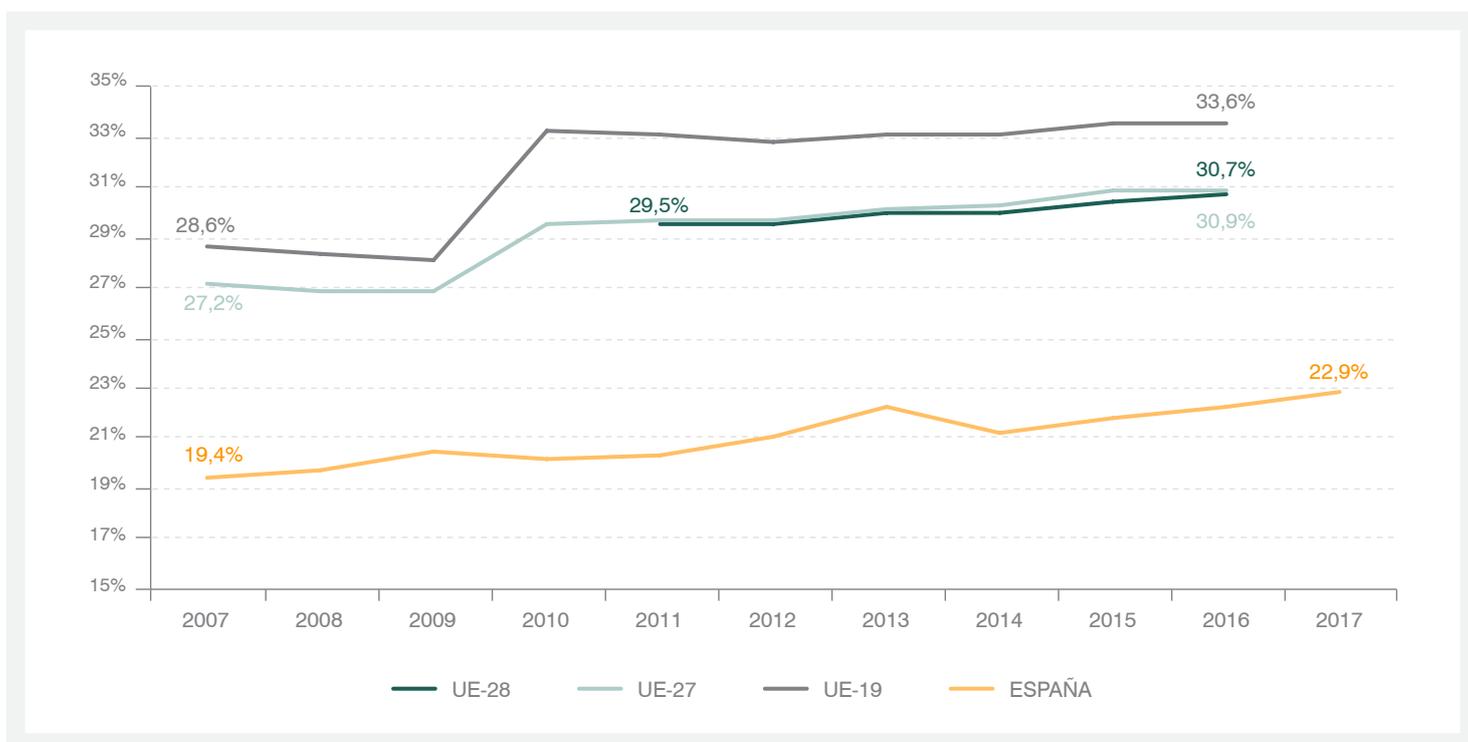
6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.1 ALQUILER RESIDENCIAL DENTRO DEL CONTEXTO EUROPEO

En el momento de la elaboración del presente informe, todavía no se habían actualizado al completo las estadísticas de Eurostat, no existiendo información acerca de los resultados medios de la Unión Europea. No obstante, si la tendencia de los datos de la Unión se mantiene, se podría concluir que continúa reduciéndose la brecha en el volumen de hogares que reside en régimen de alquiler existente entre la media de la UE y España, de modo que el mercado español está creciendo a un ritmo superior al que lo hace el conjunto de la UE.

Según los datos de Eurostat, el 22,9% de la población española residía en 2017 en régimen de alquiler. Los resultados de la Encuesta Continua de Hogares (ECH) del INE sitúan este porcentaje en el 23,3% de las viviendas principales.

GRÁFICO 37. EVOLUCIÓN RECIENTE DEL ALQUILER RESIDENCIAL.



Fuente: Eurostat y elaboración propia

Nota: Datos 2016 y 2017 son los últimos disponibles.

Los nuevos resultados muestran como en 2017 ha continuado la progresión creciente de la población que reside en alquiler pagando una renta de mercado, que ha pasado a representar el 14,4% frente al 13,8% de 2016. Comparando este resultado con el inicio de la crisis, el aumento de la población que reside bajo este régimen se ha incrementado casi 4 puntos porcentuales, desde el 10,7% que representaba en 2007.

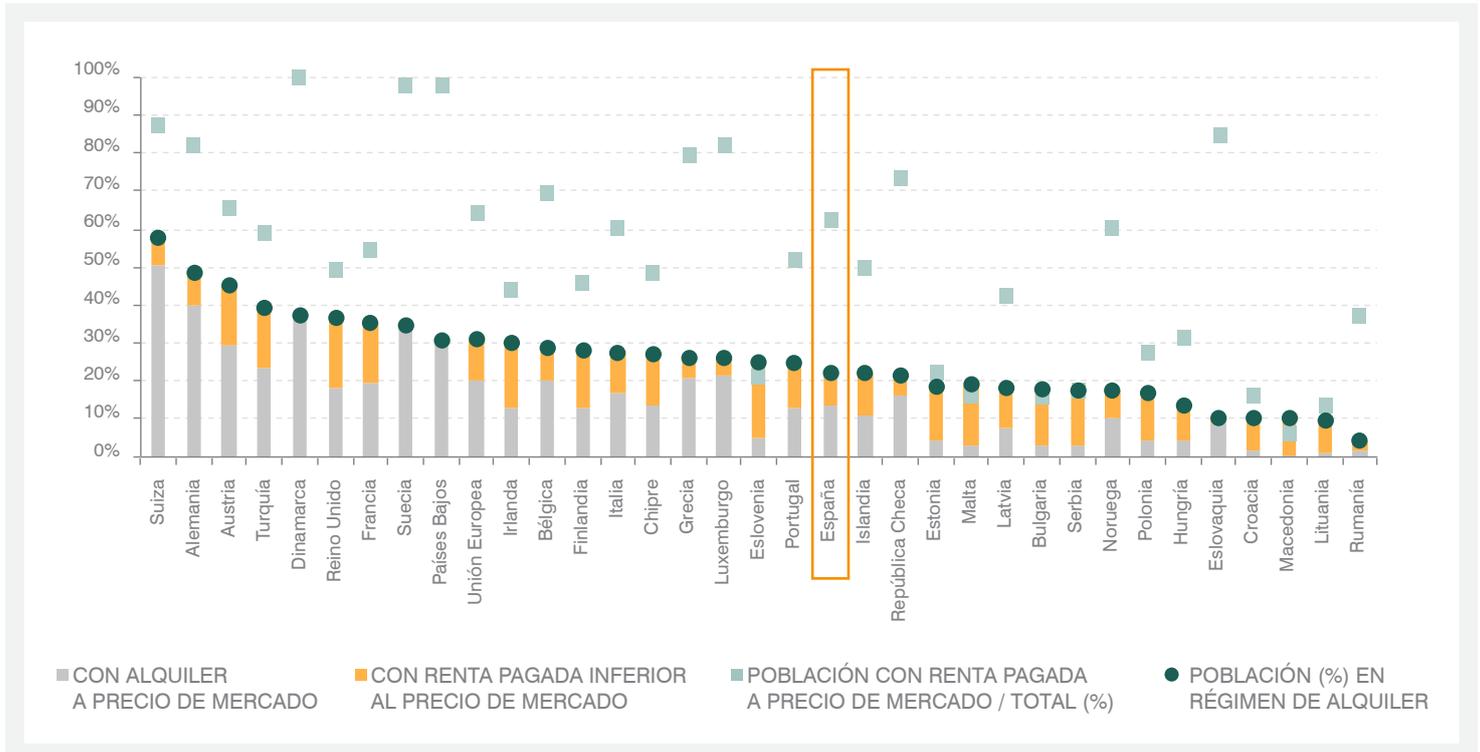
Como se apuntaba, todavía no se han actualizado los datos a 2017 de los principales países de nuestro entorno, pero si tomamos los publicados para Italia, en nuestro país hay un claro avance en el mercado de alquiler ya que en Italia se ha reducido una décima el porcentaje de población que reside en este régimen.



6. EL MERCADO DE ALQUILER

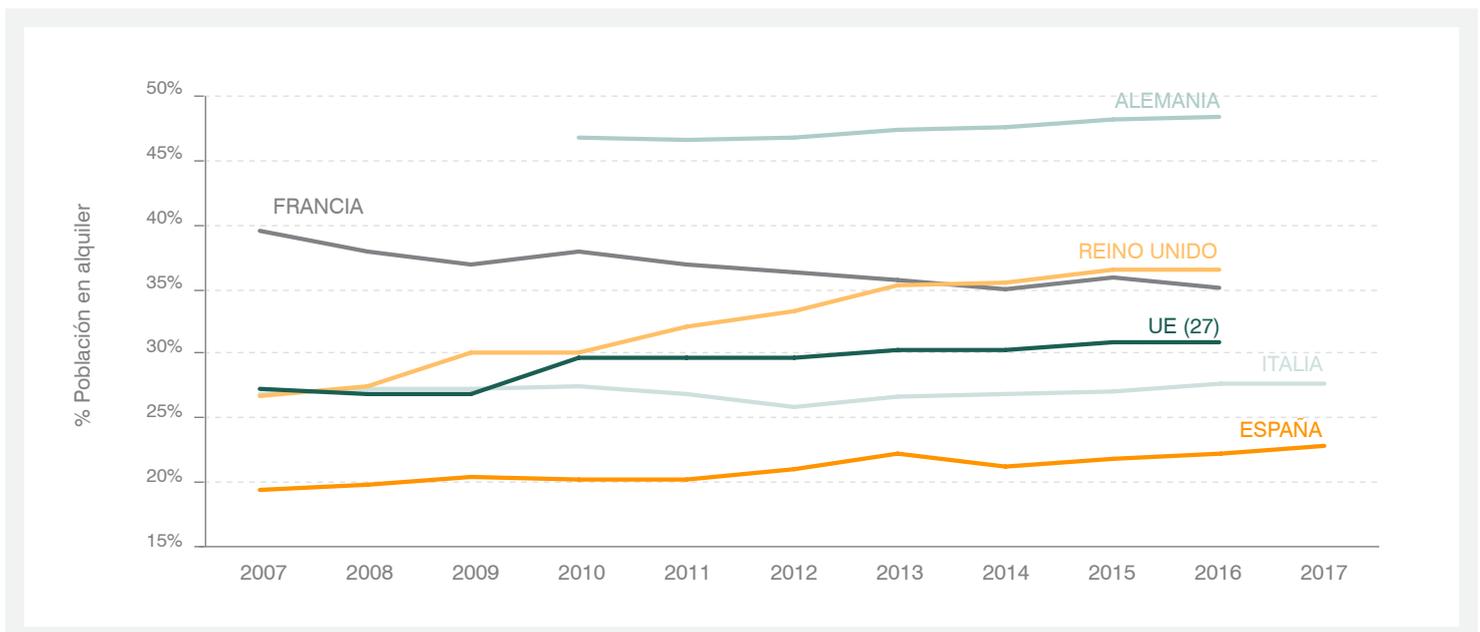
6.1 ALQUILER RESIDENCIAL DENTRO DEL CONTEXTO EUROPEO

GRÁFICO 38. RÉGIMEN DE TENENCIA DE VIVIENDA EN EUROPA Y REPARTO DEL MERCADO DE ALQUILER RESPECTO A LA RENTA PAGADA.



Fuente: Eurostat y elaboración propia
Nota: Datos 2016 y 2017 son los últimos disponibles

GRÁFICO 39. EVOLUCIÓN DEL PORCENTAJE DE POBLACIÓN QUE RESIDE EN RÉGIMEN DE ALQUILER A PRECIO DE MERCADO EN ALGUNOS PAÍSES DE LA UE.



Fuente: Eurostat y elaboración propia
Nota: Datos 2016 y 2017 son los últimos disponibles. Los datos del gráfico se refieren al reparto porcentual del total de población que vive alquilada según la renta pagada.

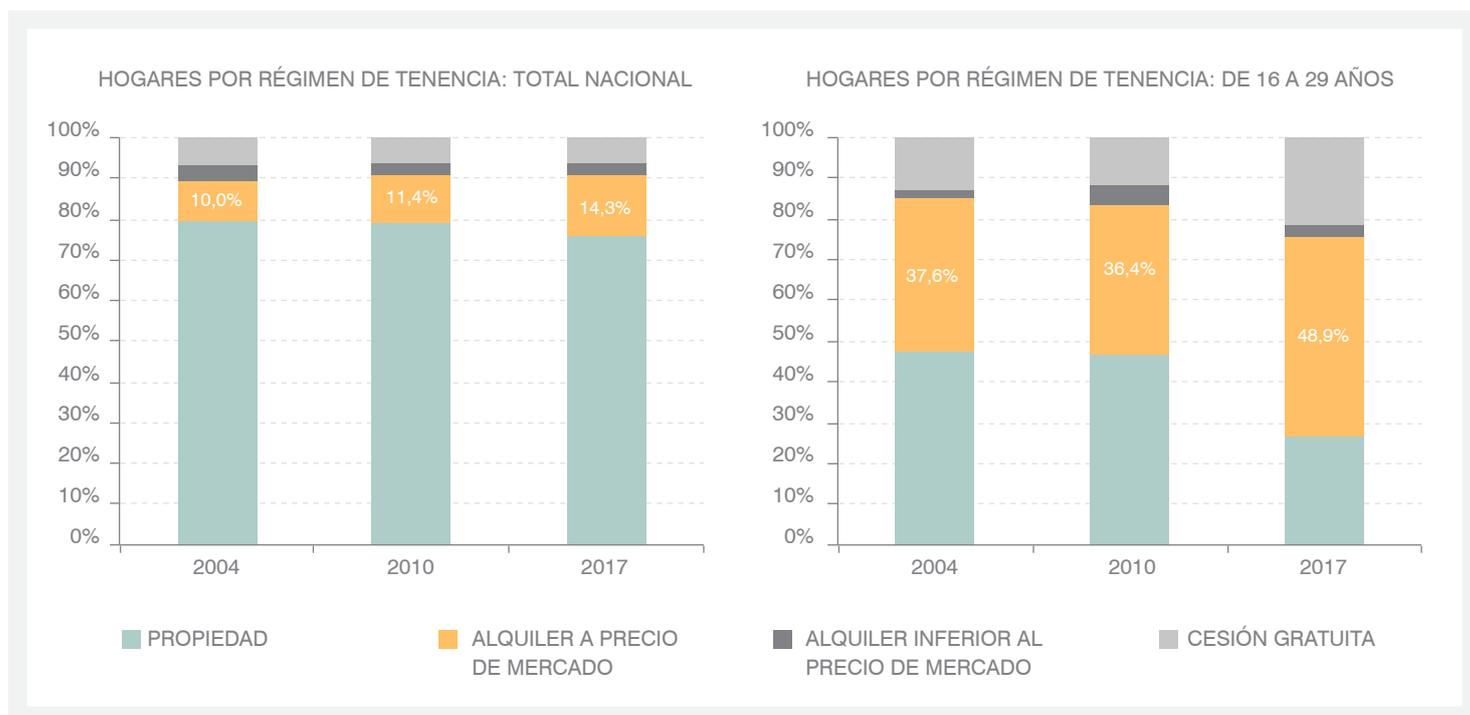
6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.2 ALQUILER RESIDENCIAL EN ESPAÑA: SU EVOLUCIÓN Y POR EDADES

Tal como comentábamos en el anterior informe, resulta muy relevante como la población más joven cada vez se decanta en mayor medida por el **alquiler como opción residencial**. Según los datos de la Encuesta de Condiciones de Vida (ECV) del INE, casi la mitad de los hogares entre 16 y 29 años reside en régimen de alquiler a precio de mercado, pasando del 47,8% registrado en 2016 al 48,9% actual. Solo el 26,5% de los hogares en este tramo de edad reside en una vivienda en propiedad.

Del segmento de **16 a 29 años**, casi el **49% de los hogares están en régimen de alquiler**. Es una evolución que sube de manera clara año tras año.

GRÁFICO 40. EVOLUCIÓN RECIENTE DEL ALQUILER EN ESPAÑA.



Fuente: INE. Encuesta de Condiciones de Vida. Hogares por régimen de tenencia

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.3 CARACTERÍSTICAS DE LAS VIVIENDAS EN ALQUILER EN ESPAÑA

En los resultados de 2017 puede apreciarse como el empuje del alquiler afecta por igual a las viviendas plurifamiliares y unifamiliares.

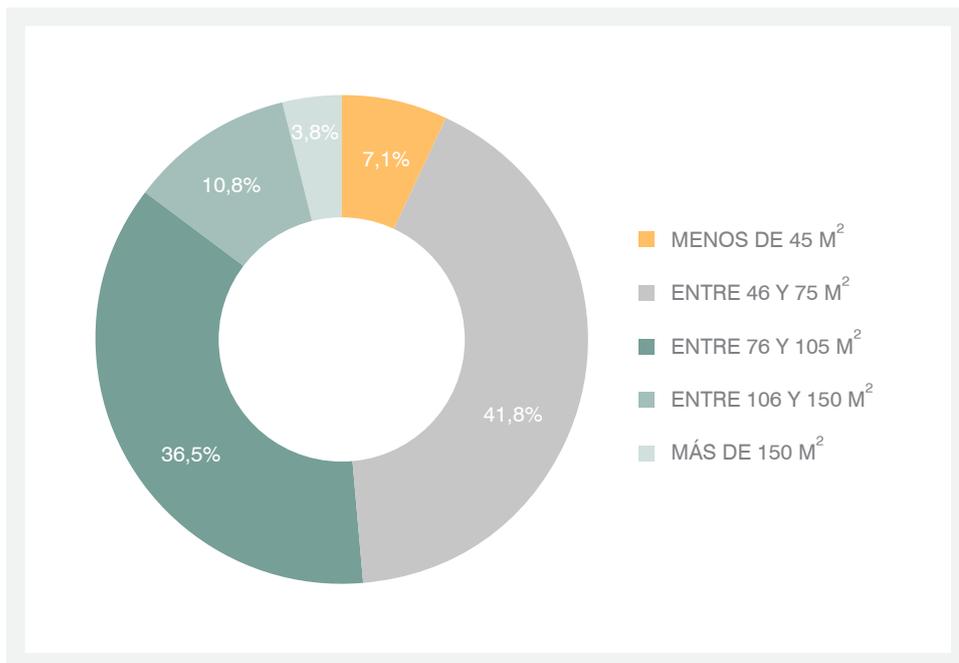
En el caso de las plurifamiliares, marcan el porcentaje más elevado de la serie histórica (27,6%), seis décimas superior respecto al dato de los dos años anteriores. En las unifamiliares, se acerca a ese punto máximo, con tan solo una décima porcentual de diferencia (13,8%) respecto a 2015.

TABLA 3. VIVIENDAS PRINCIPALES ALQUILADAS EN ESPAÑA POR TIPOLOGÍA DEL EDIFICIO.

	2013	2014	2015	2016	2017
Plurifamiliar en propiedad	74,4%	73,6%	73,0%	73,0%	72,4%
Plurifamiliar en alquiler	25,6%	26,4%	27,0%	27,0%	27,6%
Unifamiliar en propiedad	88,5%	87,1%	86,1%	87,1%	86,2%
Unifamiliar en alquiler	11,5%	12,9%	13,9%	12,9%	13,8%

Fuente: INE. Encuesta Continua de Hogares (ECH). Datos referidos al valor medio del periodo.

GRÁFICO 41. VIVIENDAS PRINCIPALES ALQUILADAS SEGÚN SU SUPERFICIE ÚTIL.



Fuente: INE. Encuesta Continua de Hogares (ECH). Datos referidos al valor medio del periodo.

Analizando la **superficie de las viviendas alquiladas**, parece haberse reducido ligeramente su tamaño respecto a los resultados que se obtenían en 2016.

- El 48,9% de las viviendas tienen menos de 75 m²u, frente al 48,4% del año anterior.
- Por otro lado, solo el 14,6% tiene más de 105 m²u, porcentaje que en 2016 era del 15%.

Comparadas con el parque de **viviendas en propiedad**:

- El 74,7% tiene menos de 90 m²u, frente al 54,7% de las viviendas en propiedad.
- Un 14,6% tiene más de 105 m²u, frente al 30,8% de las viviendas en propiedad.

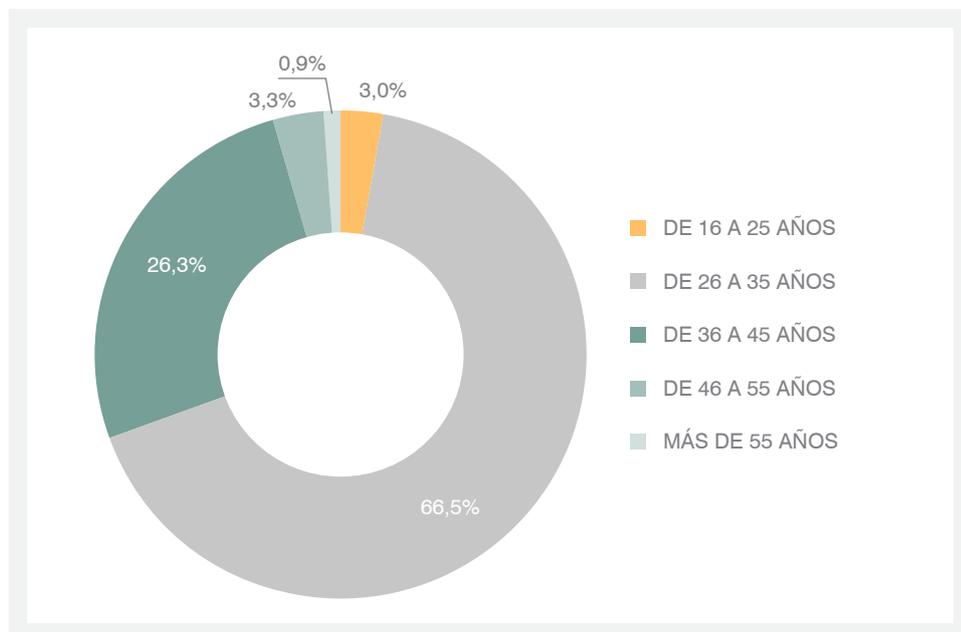
914 APIs
opinan

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.4 TIPOLOGÍA DE LOS HOGARES QUE RESIDEN DE ALQUILER EN ESPAÑA

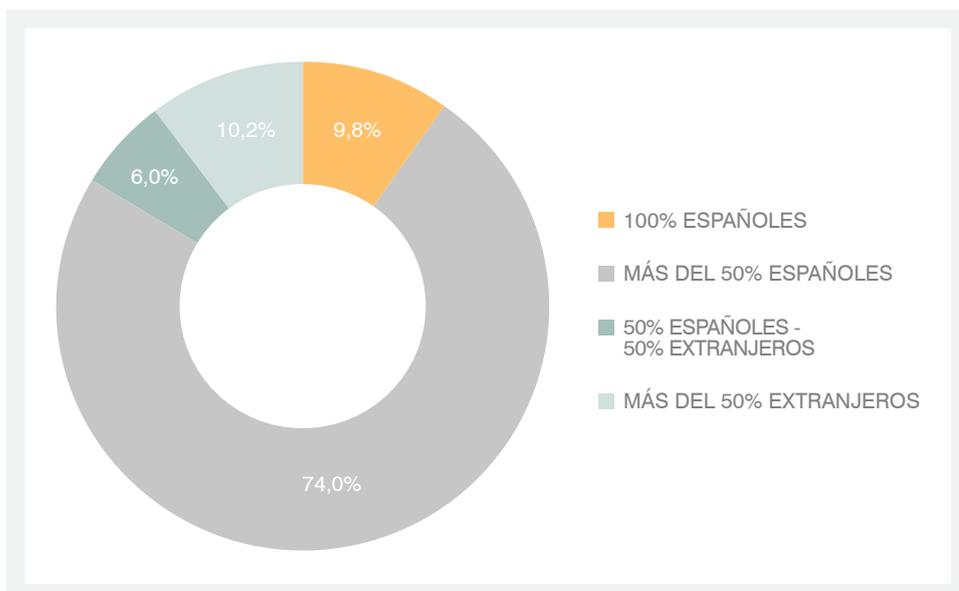
Según la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat se ha producido un ligero **aumento de la edad media de los demandantes de vivienda en alquiler**. Mientras que en marzo de este año el porcentaje de los menores de 35 años se elevaba a un 73,6% del total, actualmente se ha reducido al 69,5%. De este modo, se incrementa el porcentaje de los que tienen entre 36 y 45 años, y lo hace con 2,5 puntos porcentuales.

GRÁFICO 42. EDAD DE LOS DEMANDANTES DE VIVIENDA DE ALQUILER.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

GRÁFICO 43. REPARTO DE LAS VIVIENDAS ALQUILADAS ENTRE ESPAÑOLES Y EXTRANJEROS ENTRE LOS APIs ENTREVISTADOS.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

Respecto a la nacionalidad de los demandantes potenciales, también se han producido cambios respecto a marzo, de modo que, en opinión de los APIs, la demanda de hogares mayoritariamente españoles ha aumentado, del 79,7% al 83,8%. El número de agentes que opinan que el 100% de los hogares demandantes tienen nacionalidad española ha registrado el incremento más relevante. Este grupo ha aumentado en 3,6 puntos porcentuales.

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.4 TIPOLOGÍA DE LOS HOGARES QUE RESIDEN DE ALQUILER EN ESPAÑA

El alquiler continúa siendo la opción mayoritaria en los hogares que cuentan con algún miembro extranjero (mixto y exclusivamente extranjero), con porcentajes de reparto entre los diferentes regímenes de tenencia muy similares a los de 2016.

TABLA 4. NÚMERO DE HOGARES SEGÚN NACIONALIDAD DEL HOGAR Y EL RÉGIMEN DE TENENCIA DE LA VIVIENDA (2017).

	PROPIA	ALQUILADA	CEDIDA GRATIS O BAJO PRECIO
Hogar exclusivamente español	81,9%	12,7%	5,4%
Hogar mixto (con españoles y extranjeros)	46,1%	49,3%	4,6%
Hogar exclusivamente extranjero con todos sus miembros de la misma nacionalidad	27,9%	68,4%	3,7%
Hogar exclusivamente extranjero con miembros de distinta nacionalidad	27,8%	69,5%	2,7%

Fuente: INE. Encuesta Continua de Hogares (ECH). Datos referidos al valor medio del periodo.

TABLA 5. NÚMERO DE HOGARES SEGÚN EL TIPO DE HOGAR Y EL RÉGIMEN DE TENENCIA DE LA VIVIENDA (2017).

	PROPIA	ALQUILADA	CEDIDA GRATIS O BAJO PRECIO
Hogar unipersonal	73,1%	18,6%	8,3%
Hogar monoparental	75,3%	19,3%	5,4%
Pareja sin hijos que convivan en el hogar	81,0%	15,4%	3,6%
Pareja con hijos que convivan en el hogar	79,8%	16,0%	4,2%

Fuente: INE. Encuesta Continua de Hogares (ECH). Datos referidos al valor medio del periodo.

En los resultados de 2017, se mantiene una propensión mayor a residir en régimen de alquiler entre los hogares unipersonales o monoparentales (acercándose casi al 20%) que en el resto, manteniéndose la tendencia a lo largo de los cuatro últimos años.

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.5 LA OFERTA DE VIVIENDA DE ALQUILER

La estimación realizada del volumen de viviendas en alquiler en septiembre de 2018 es superior a la que se realizó hace seis meses y un año, situándose en niveles cercanos a los de marzo de 2017. Las casi 105.000 viviendas estimadas, suponen un aumento del 16,4% con respecto a los seis meses anteriores y del 7% respecto a la oferta disponible en septiembre de 2017.

El número de viviendas en venta ha continuado, sin embargo, su senda descendente hasta llegar a casi de 852.000 unidades, lo que supone un descenso del 0,8% respecto a marzo de 2018 y una bajada interanual del 4,6%.

El incremento de la oferta de vivienda en alquiler se ha generalizado en todas las comunidades autónomas, salvo en Castilla y León, Navarra y La Rioja que presentan niveles similares a los de hace seis meses. Concretamente, las provincias que presentan descensos en los volúmenes de oferta son: Alicante, Ciudad Real, Salamanca, Burgos y Ceuta.

Las provincias con incrementos más significativos son Badajoz, Cuenca, Albacete, Ávila, Las Palmas, Jaén y Málaga, con crecimientos de más del 40% en estos últimos seis meses.

Este cambio de tendencia en el tamaño de la oferta disponible, aunque no es un aumento relevante, podría explicarse por una cierta ralentización en algunos de los indicadores de la marcha del mercado que se analizan más adelante pulsados en la opinión de la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat, como, por ejemplo, el tiempo medio en el que se alquila una vivienda o la opinión que se tiene sobre el volumen de operaciones durante el próximo semestre.

No obstante, es pronto para saber si estos indicadores pueden mostrar un ligero cambio de tendencia dentro del mercado de alquiler español, por lo que habrá que esperar al próximo semestre para analizar su comportamiento.

TABLA 6. ESTIMACIÓN DEL VOLUMEN DE VIVIENDA EN OFERTA DE ALQUILER.

NÚMERO DE VIVIENDAS EN OFERTA DE ALQUILER				
	mar-17	sep-17	mar-18	sep-18
Total Nacional	106.700	97.900	90.000	104.740
Andalucía	20.000	18.800	15.000	19.000
Aragón	1.800	1.600	1.600	1.800
Asturias	2.500	2.400	2.600	3.000
Islas Baleares	1.500	2.300	2.800	3.400
Islas Canarias	1.900	2.000	1.800	2.600
Cantabria	1.800	1.800	1.500	2.000
Castilla y León	9.200	8.400	7.100	7.100
Castilla-La Mancha	4.900	4.700	3.800	4.100
Cataluña	14.200	13.500	16.400	19.800
Comunidad Valenciana	21.200	17.600	12.300	12.600
Extremadura	1.300	1.500	800	1.200
Galicia	6.400	5.500	4.100	4.800
Comunidad de Madrid	14.200	12.700	15.300	18.300
Región de Murcia	2.200	2.000	1.800	1.900
Navarra	800	500	400	400
País Vasco	2.300	2.100	2.200	2.300
La Rioja	300	300	300	300
Ceuta	100	100	100	40
Melilla	100	100	100	100

Fuente: Servihabitat

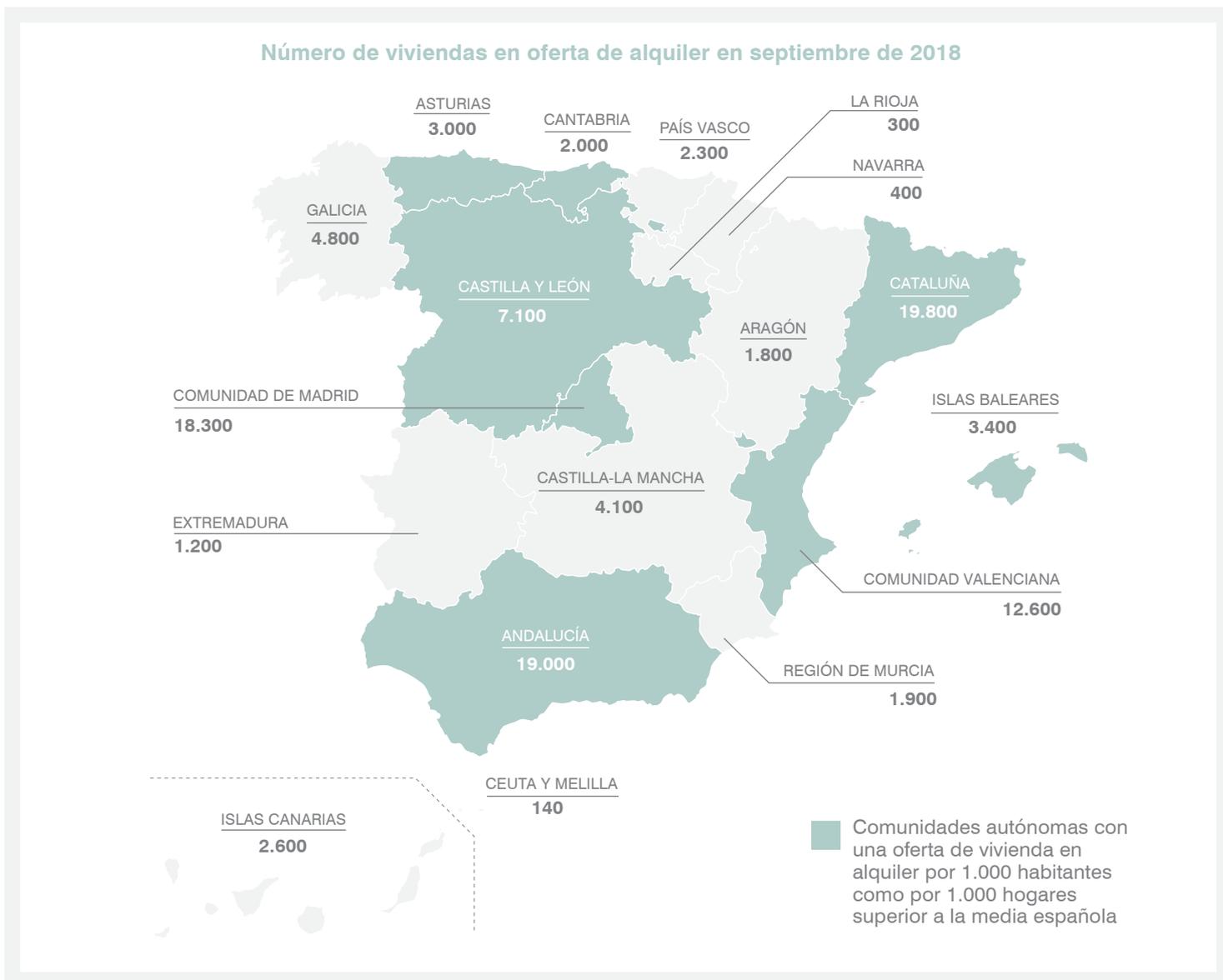
6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.5 LA OFERTA DE VIVIENDA DE ALQUILER

El incremento en el volumen de oferta de vivienda en alquiler ha supuesto un ligero aumento comparado con el parque estimado de viviendas, de modo que para el último dato disponible correspondiente a 2017 supone el 0,41%, por encima del 0,35% calculado hace seis meses o el 0,38% de hace un año.

Esto representa 2,2 viviendas en oferta por cada 1.000 habitantes (1,9 en marzo y 2,5 viviendas en septiembre de 2017) y 5,7 por cada 1.000 hogares (4,9 en marzo y 5,3 en septiembre de 2017).

MAPA 3. OFERTA DE VIVIENDA DE ALQUILER EN ESPAÑA.



Fuente: Servihabitat

Respecto al parque de viviendas destinadas al alquiler, destaca especialmente por un volumen porcentual más abundante la provincia de Salamanca, siendo también más elevados que en el resto los porcentajes que se alcanzan en Madrid, Barcelona, Ciudad Real, Málaga e Islas Baleares.

Teniendo en cuenta la población, vuelve a destacar sobre el resto la ratio resultante en la provincia de Salamanca, con resultados también notables en Málaga, Segovia, Cantabria y Ciudad Real.

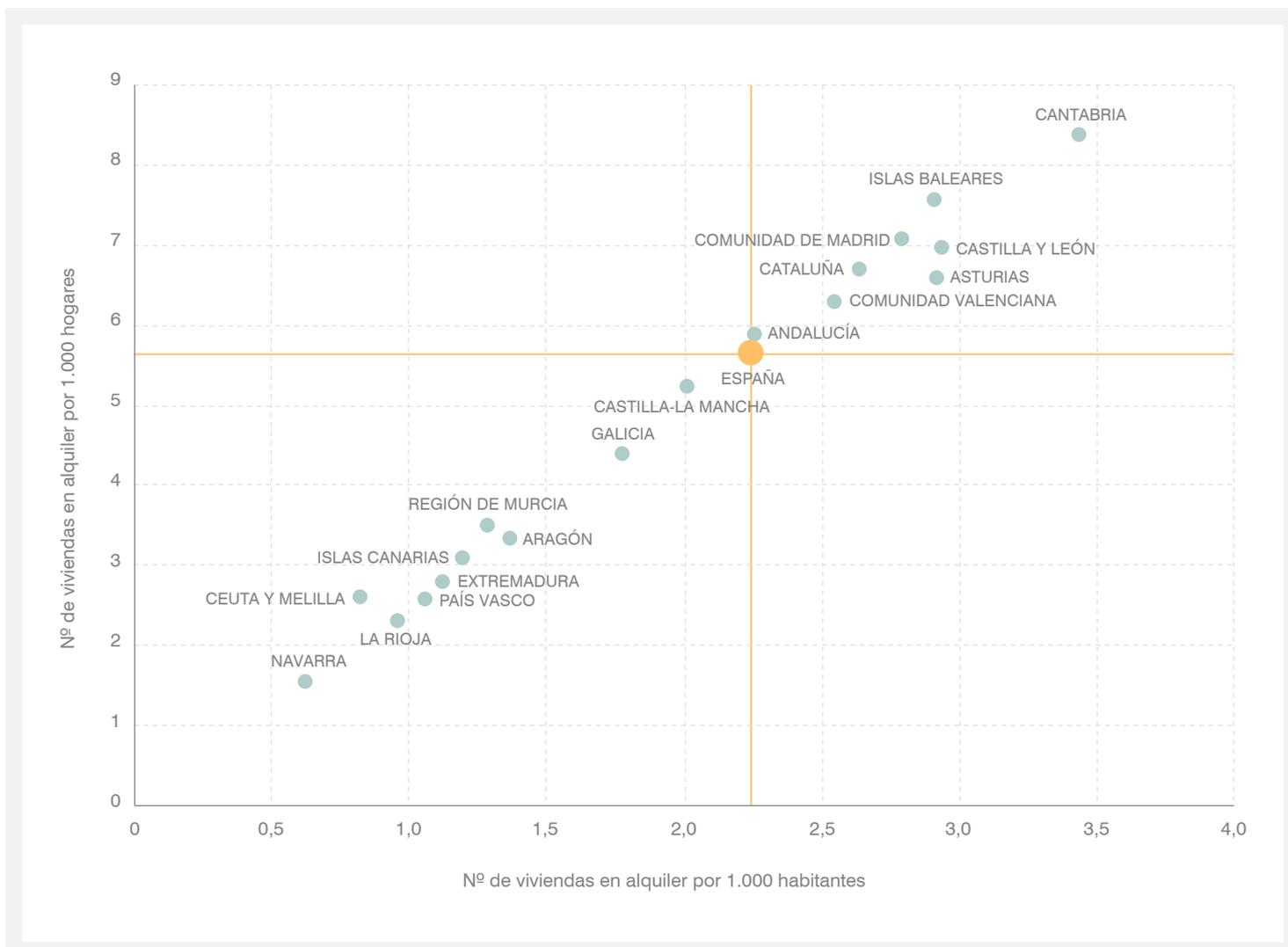
Lo mismo sucede si se tiene en cuenta el número de hogares, con una ratio muy por encima del resto en la provincia de Salamanca y niveles destacados en Málaga, Islas Baleares, Cantabria, Ávila, Barcelona y Madrid.

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.5 LA OFERTA DE VIVIENDA DE ALQUILER

Las comunidades de Madrid, Cataluña, las Islas Baleares, Asturias, la Comunidad Valenciana, Castilla y León y Cantabria disponen de una oferta de viviendas en alquiler por habitante y por hogar por encima de la media española, como viene sucediendo en mediciones anteriores, a las que ahora se ha sumado Andalucía, con niveles ligeramente superiores a esa media.

GRÁFICO 44. OFERTA DE VIVIENDA EN ALQUILER POR HABITANTE Y POR HOGAR.



Fuente: Servihabitát

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.6 PRECIO DEL ALQUILER DE UNA VIVIENDA EN ESPAÑA

La tendencia al alza en el precio del alquiler continuará, pero la previsión es que lo haga con crecimientos más moderados que los que se han registrado hasta el momento.

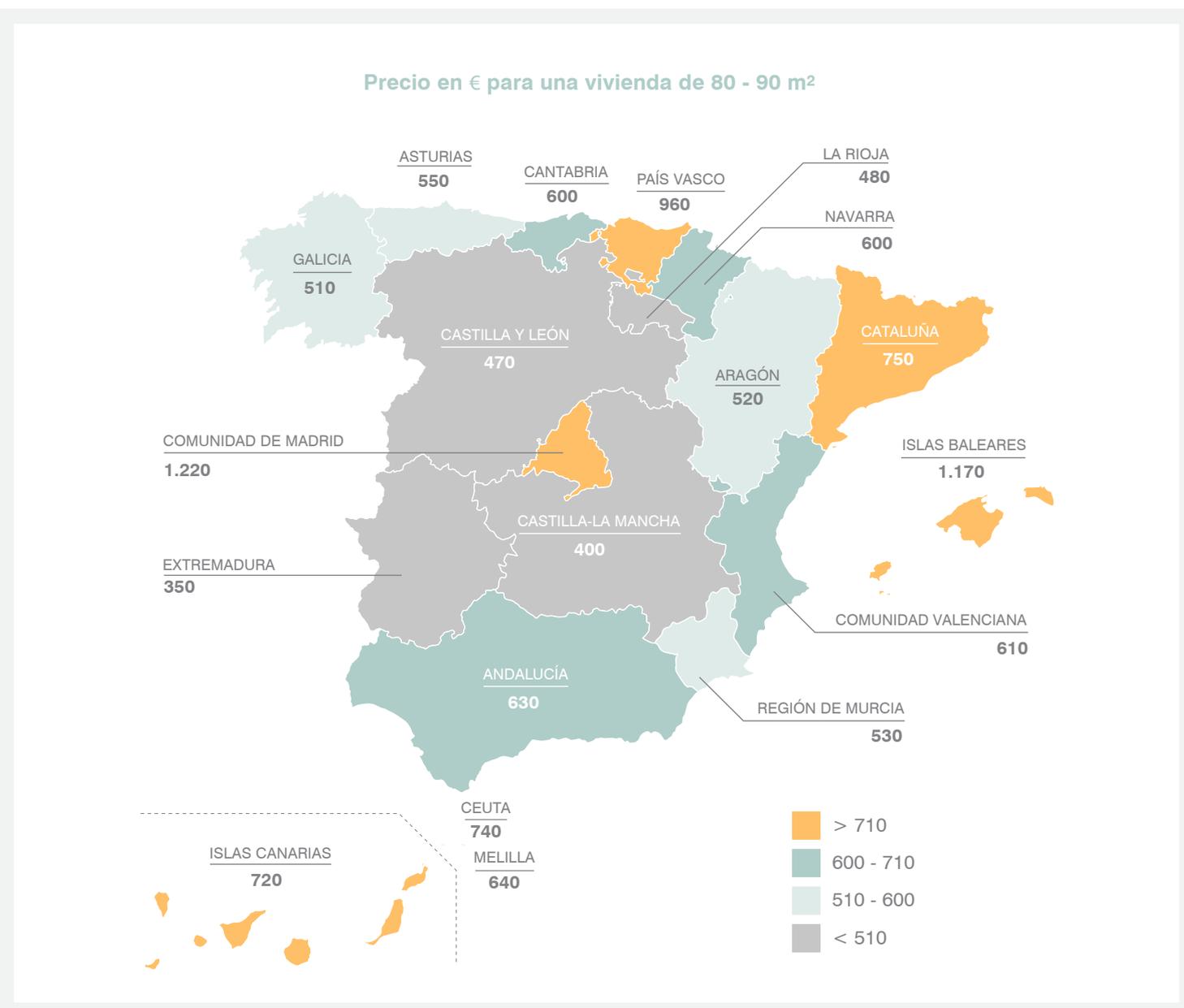
En general, las comunidades que conservan una tendencia al mantenimiento de precios son Aragón, Islas Baleares, Cantabria, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura, País Vasco y las dos ciudades autónomas. En el resto de las comunidades, las previsiones para los próximos meses continúan siendo alcistas.

Se espera que el incremento medio del precio durante los siguientes seis meses sea del 1,5% – 2%, sustentado todavía en los

mercados de las grandes ciudades y sus áreas metropolitanas, así como los principales mercados costeros.

El precio del alquiler en España para una vivienda de 80-90m² es de **710€**

MAPA 4. PRECIO MEDIO DEL ALQUILER DE VIVIENDA Y TENDENCIA ESPERADA EN EL PRÓXIMO SEMESTRE.



Fuente: Servihabitat

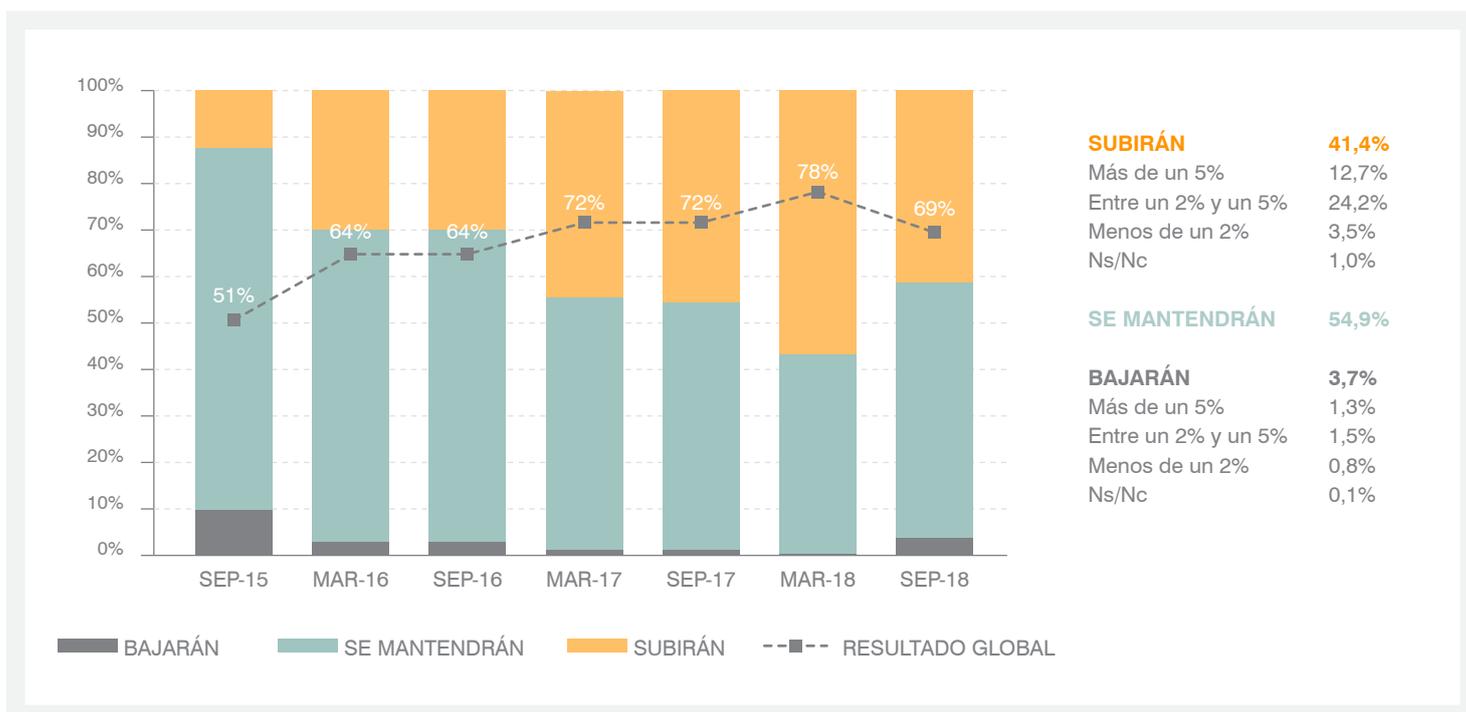
914 APIs opinan

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.6 PRECIO DEL ALQUILER DE UNA VIVIENDA EN ESPAÑA

Como se comentaba con anterioridad, uno de los indicadores que refleja un cambio de tendencia es el precio. Este indicador no muestra un crecimiento tan elevado como en pasadas ediciones. En esta ocasión casi el 55% de las opiniones de los APIs entrevistados apuntan al mantenimiento de los mismos (42,8% en marzo) y un 41,4% a que continuarán subiendo (56,8% en marzo).

GRÁFICO 45. EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL ALQUILER EN LOS PRÓXIMOS 6 MESES.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)



6. EL MERCADO DE ALQUILER

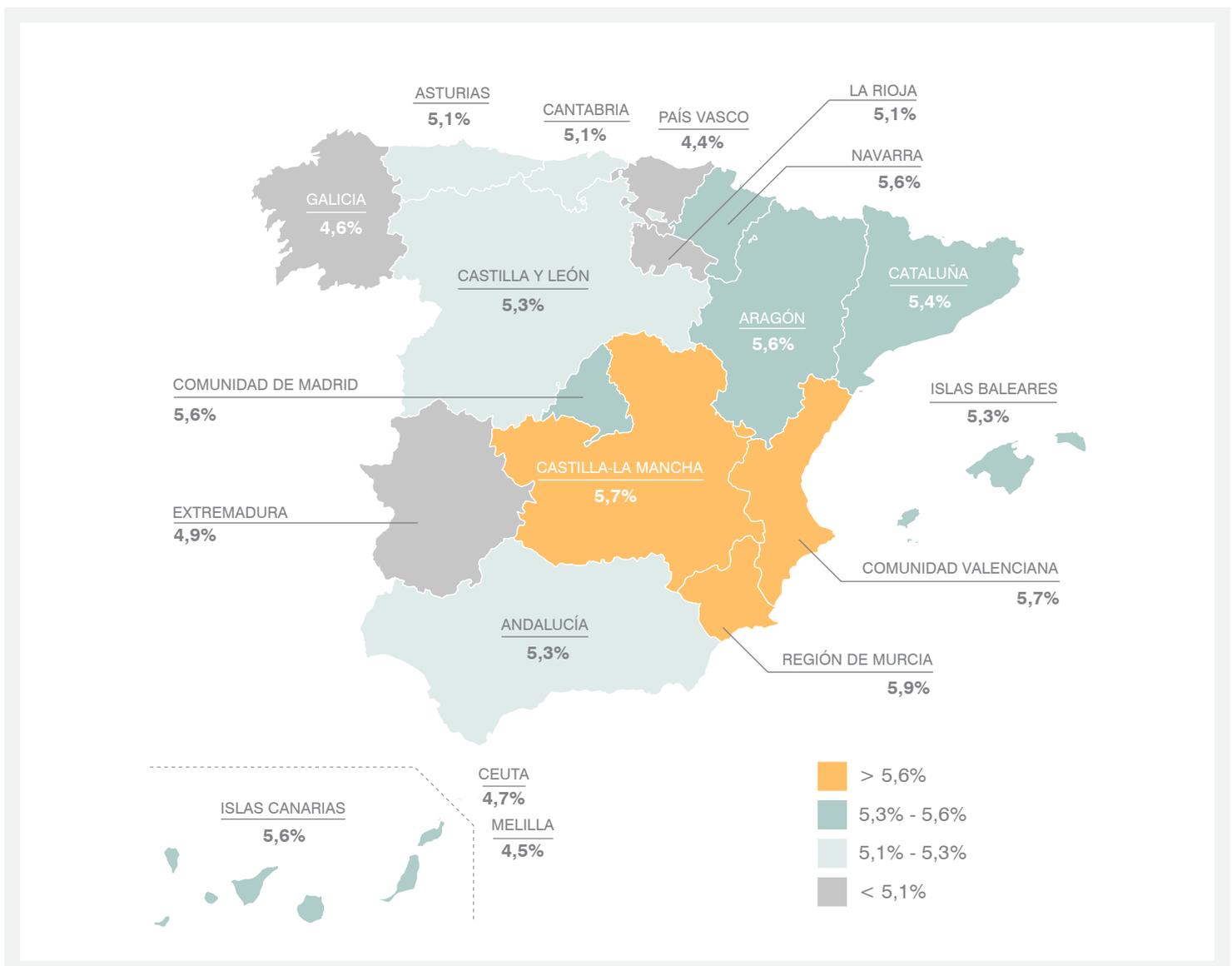
6.7 RENTABILIDAD

En septiembre de 2018 la rentabilidad bruta media para una vivienda en alquiler en España se ha situado en el 5,6%, justo entre los baremos alcanzados en los dos análisis anteriores, un 5,5% hace un año y un 5,7% hace seis meses (cálculos realizados sobre precios medios actuales de oferta en venta y en alquiler de viviendas en España). Huelva, Las Palmas, y Valencia se mantienen al igual que hace seis meses con rentabilidades por encima de la media nacional, a las que se suman esta vez Soria, Ciudad Real, Toledo y la Región de Murcia.

Las variaciones positivas o negativas respecto de los baremos alcanzados en el semestre anterior son poco significativas, siendo las más elevadas de 0,4 puntos porcentuales en uno u otro sentido.

La rentabilidad media en España para una vivienda es del **5,6%**

MAPA 5. RENTABILIDAD MEDIA DEL ALQUILER DE VIVIENDA EN ESPAÑA.



Fuente: Servihabitat

6. EL MERCADO DE ALQUILER

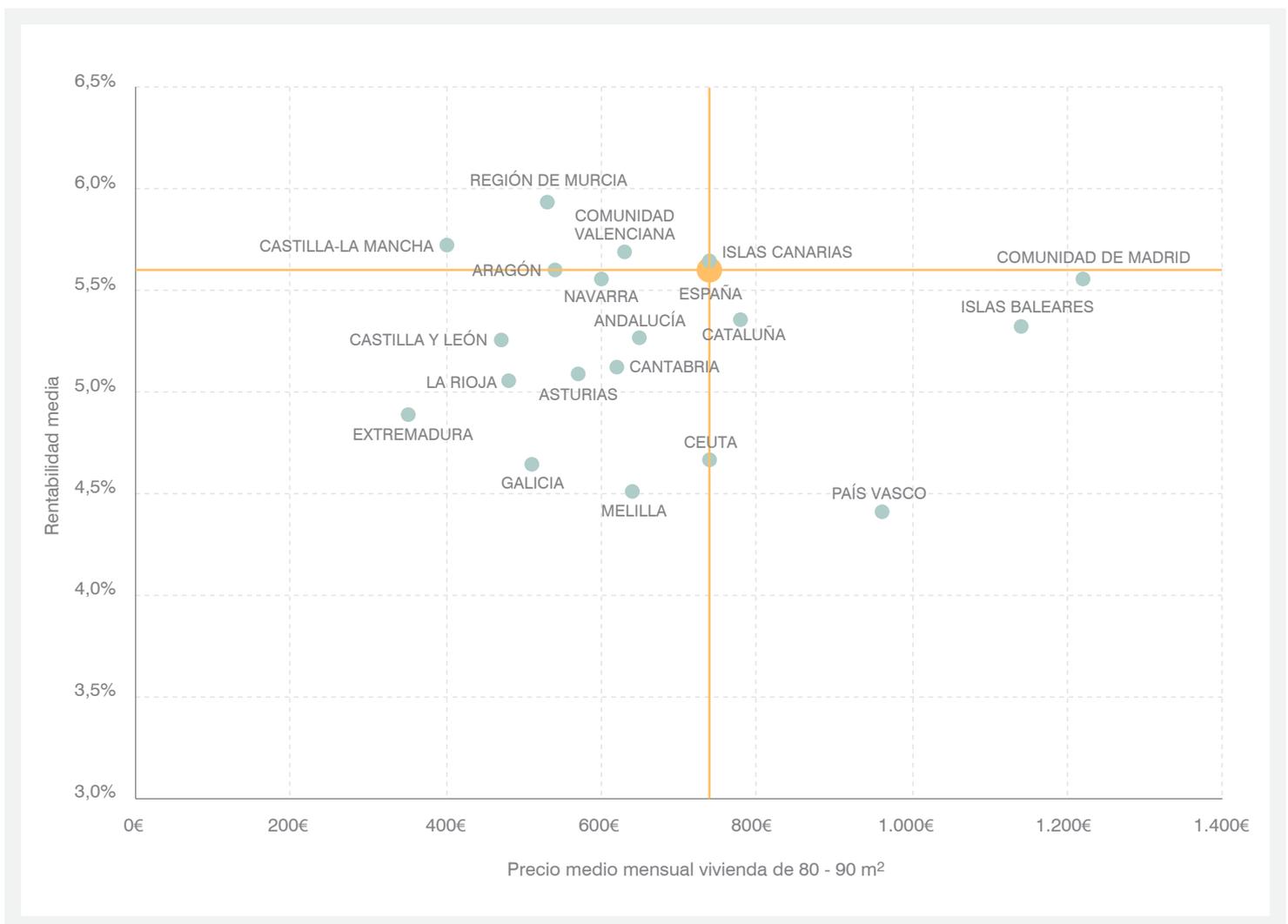
6.7 RENTABILIDAD

En esta ocasión, las comunidades de Aragón, Castilla-La Mancha, las Islas Canarias, Comunidad Valenciana, Comunidad de Madrid, Región de Murcia y Navarra son las que disponen de una rentabilidad igual o superior a la media española.

La Comunidad de Madrid, País Vasco, Cataluña, Islas Baleares, Islas Canarias y Ceuta presentan precios medios superiores a la media, pero rentabilidades iguales o inferiores.

Castilla-La Mancha, la Comunidad Valenciana y la Región de Murcia disponen de precios más asequibles pero con rentabilidades brutas destacadas (entre el 5,7% y el 5,9%), situación similar a la del semestre anterior. Aragón ha salido en esta ocasión presentando una rentabilidad igual a la media española y precios más bajos.

GRÁFICO 46. PRECIO MEDIO DE ALQUILER Y RENTABILIDAD POR CC.AA.



Fuente: Servihabitat

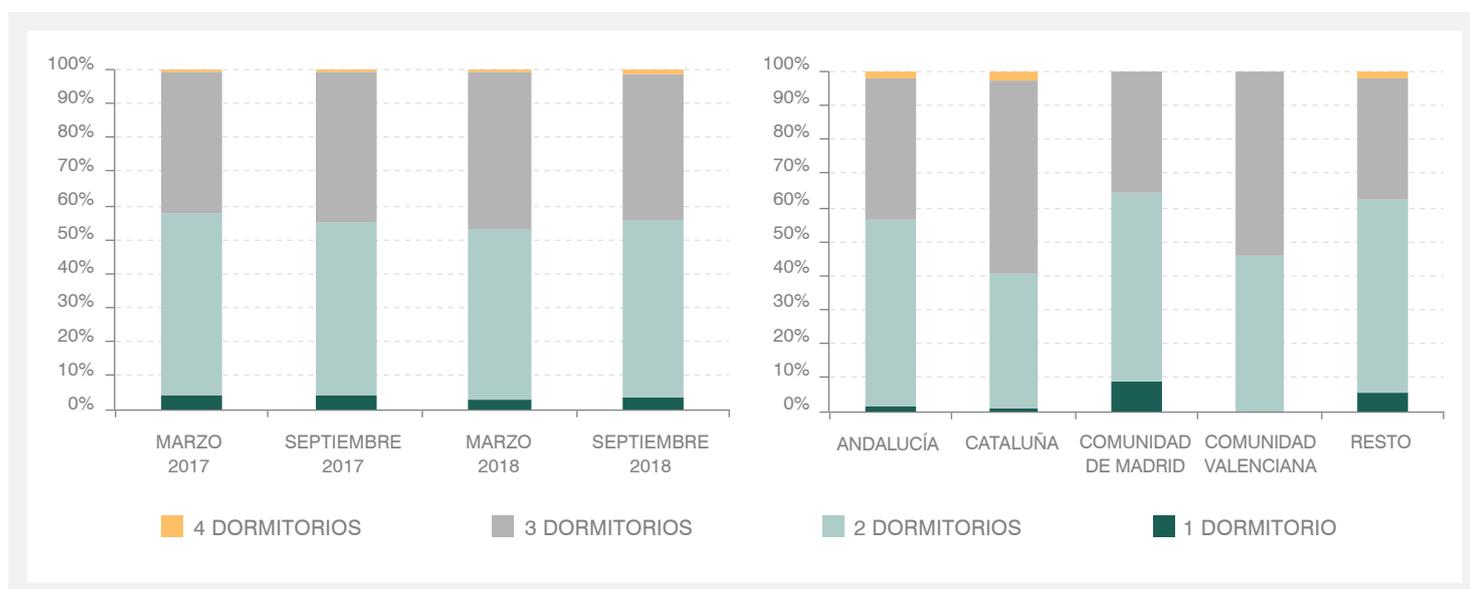
914 APIs opinan

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.8 LA DEMANDA

Según la opinión de la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat, la vivienda en altura más demandada continúa siendo la de 2 dormitorios, en detrimento de las de 3 dormitorios que, en este semestre muestran un porcentaje inferior al registrado hace seis meses. Esta última tipología de vivienda continúa siendo la más demandada en Cataluña y en la Comunidad Valenciana.

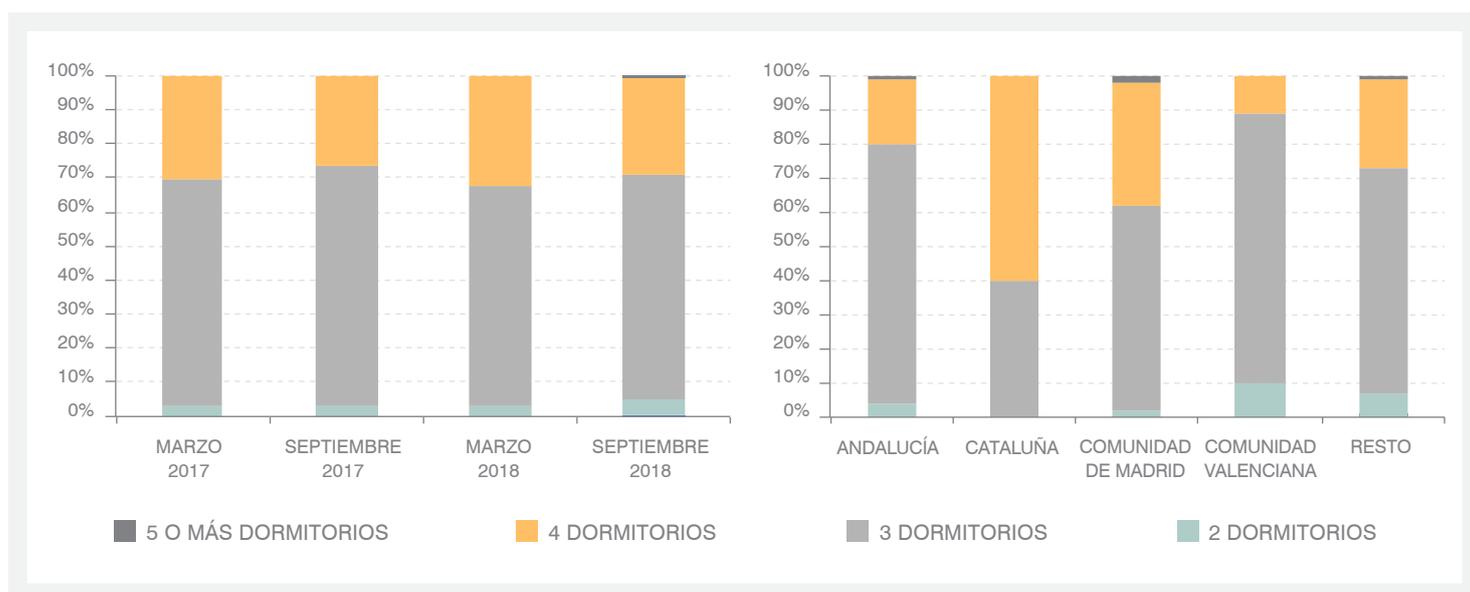
GRÁFICO 47. VIVIENDA EN ALTURA MÁS DEMANDADA.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

En el caso de la vivienda unifamiliar adosada, la vivienda de 3 dormitorios continúa siendo la opción más demandada en opinión de los APIs entrevistados. Del mismo modo que hace seis meses, Cataluña muestra una tendencia diferente, de modo que, para los APIs de esta comunidad autónoma, la opción más demandada continúa siendo la de 4 dormitorios.

GRÁFICO 48. VIVIENDA UNIFAMILIAR ADOSADA MÁS DEMANDADA.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

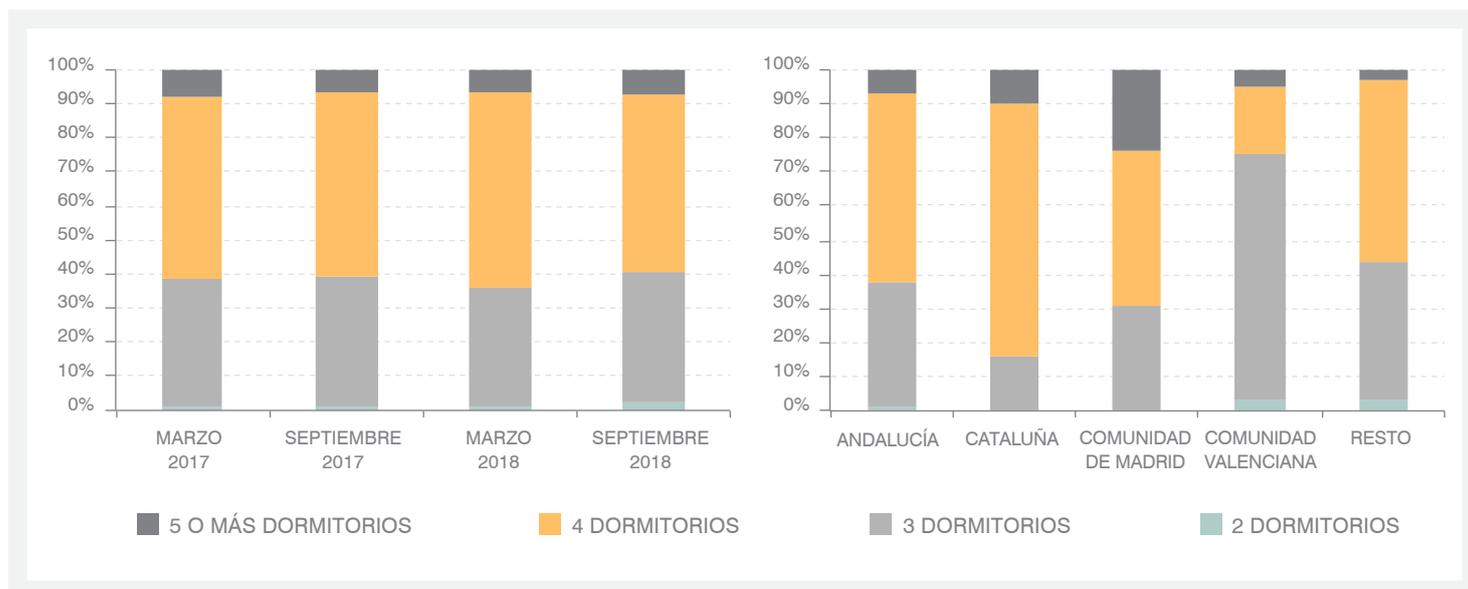
914 APIs
opinan

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.8 LA DEMANDA

La vivienda unifamiliar aislada debe disponer de cuatro dormitorios, especialmente en Cataluña y en la Comunidad de Madrid, región esta última en la que es muy relevante la opción de 5 dormitorios. Igual que hace seis meses la excepción la marcan los agentes que operan en la Comunidad Valenciana, que opinan que la vivienda de 3 dormitorios es la más demandada, esta vez de forma más destacada con un 72,1% de los casos.

GRÁFICO 49. VIVIENDA UNIFAMILIAR AISLADA MÁS DEMANDADA.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

El número de meses que se tarda en alquilar una vivienda (tiempo medio) en España ha experimentado un ligero aumento respecto a los dos análisis realizados anteriormente, incrementándose ligeramente respecto al último semestre y el último año.

Este cambio de tendencia no se ve reflejado en las opiniones de los APIs entrevistados en la Comunidad de Madrid y Cataluña, cuyo tiempo medio de alquiler para una vivienda continúa descendiendo, habiéndose incrementado en el resto de localizaciones. Concretamente en la primera, el 83,9% de los entrevistados opina que una vivienda tarda en alquilarse un mes o menos, y en la segunda, este porcentaje es del 69,4%.

TABLA 7. NÚMERO DE MESES MEDIO QUE SE TARDA EN ALQUILAR UNA VIVIENDA.

	mar-17	sep-17	mar-18	sep-18
España	2,13	1,71	1,67	1,77 ▲
Andalucía	2,41	1,8	1,74	1,87 ▲
Cataluña	1,68	1,47	1,51	1,44 ▼
Comunidad de Madrid	1,73	1,5	1,43	1,41 ▼
Comunidad Valenciana	2	1,8	1,67	1,86 ▲
Resto	2,23	1,73	1,74	1,88 ▲

Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.9 PUNTOS CLAVE DEL MERCADO DE ALQUILER

Los indicadores que ayudan a conocer la marcha del mercado de alquiler en España continúan reflejando la buena evolución, si bien, tras varios semestres de continuas expectativas de crecimiento en casi todos ellos, algunos muestran un ligero agotamiento.

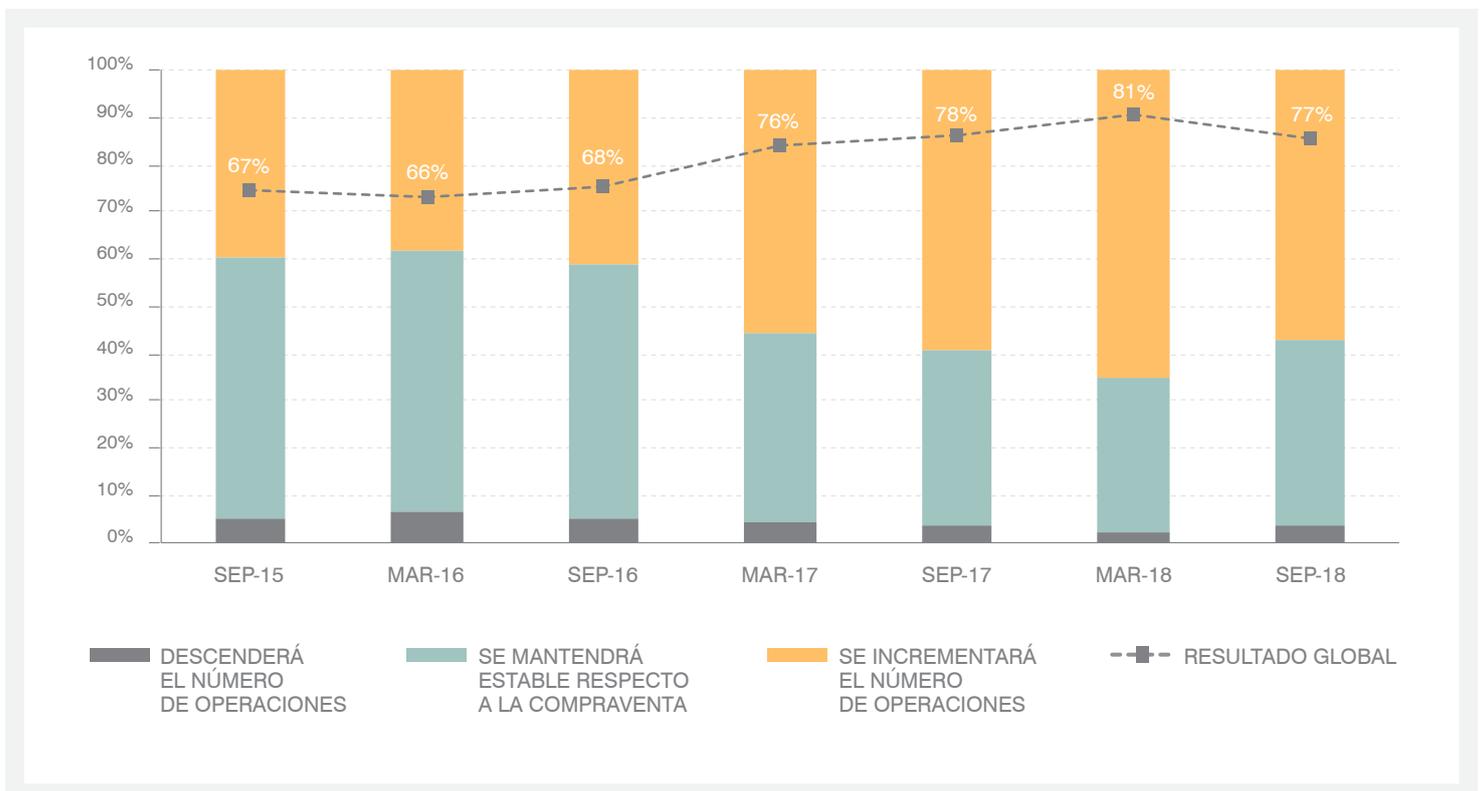
- La oferta disponible ha experimentado un incremento interanual del 7%. No se trata de un aumento relevante, dado el montante total de las cifras estimadas, pero sí supone un cambio respecto a los dos últimos semestres en los que el volumen había ido descendiendo paulatinamente. Los puntos en los que más se ha dejado notar este incremento respecto a las cifras estimadas hace un año son, por este orden, las Islas Baleares, Cataluña, Comunidad de Madrid e Islas Canarias.
- El precio de la vivienda en alquiler lleva creciendo de forma ininterrumpida desde hace más de tres años. De cara al futuro, se espera que el incremento en el próximo semestre sea más moderado y se mantenga en torno al 1,5% - 2%. El aumento de los precios del alquiler está tensionando más el mercado, de modo que los inquilinos cada vez están menos dispuestos a incrementar el esfuerzo financiero que realizan, dilatando los periodos de comercialización.

Una de las consecuencias del alza en el precio del alquiler se deja ver en el desplazamiento de la población desde lugares más caros en el centro de las grandes ciudades a otros más económicos en sus áreas metropolitanas.

- El constante incremento de los precios del alquiler está situando estos por encima de las cuotas hipotecarias en las zonas más demandadas. De este modo, algunas familias podrían ya comenzar a plantearse si merece la pena continuar alquilando, siempre que cuenten con ahorros previos.

El incremento del precio podría controlarse de manera efectiva con un incremento de la oferta, que pasaría en buena parte por la mayor promoción de obra nueva o rehabilitación de edificios.

GRÁFICO 50. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE ALQUILER RESPECTO A LA COMPRAVENTA.



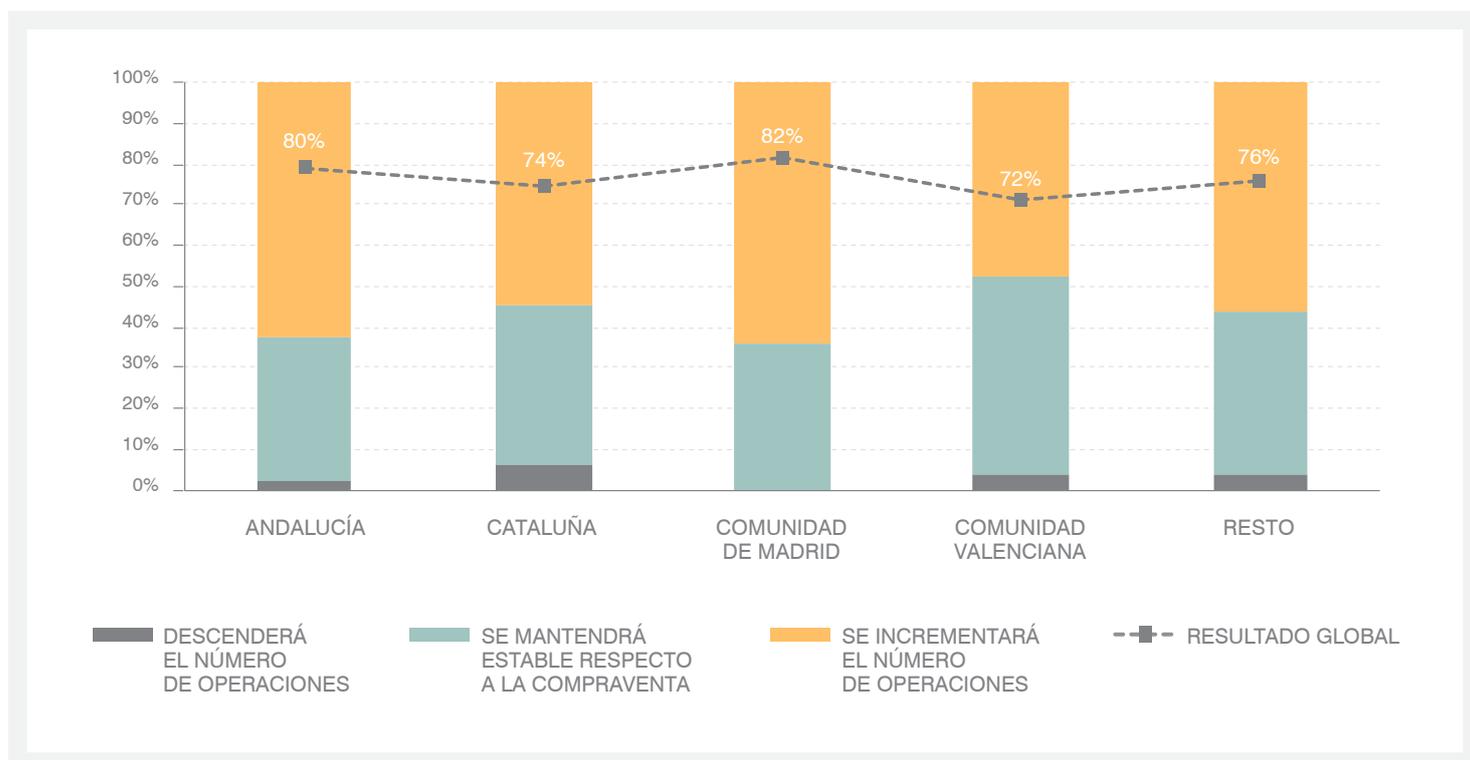
Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.9 PUNTOS CLAVE DEL MERCADO DE ALQUILER

- La rentabilidad se mantiene en baremos muy parecidos a los que presentaban los dos semestres anteriores, con algunas variaciones a nivel provincial entre aquellas que presentan mayores rentabilidades, propias de los momentos puntuales en que se realizan los cálculos.
- Las expectativas de los APIs son algo más moderadas respecto al volumen de actividad futuro comparado con las compraventas, situándose el índice en valores similares a los de hace un año, pero inferiores a los estimados en marzo.

GRÁFICO 51. EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE ALQUILER RESPECTO A LA COMPRAVENTA EN LAS CC.AA. SELECCIONADAS.



Fuente: Servihabitát y Red de agentes colaboradores (APIs)

Nota: las barras del gráfico son los porcentajes originales de la encuesta de opiniones de los APIs y la línea es la integración de los tres tipos de respuestas (se incrementará, se mantendrá estable, descenderá) para poder observar de manera directa el cambio del consenso/nota global respecto al periodo anterior, que se identifica con el indicador Servihabitát-APIs.

Por comunidades autónomas el resultado refleja un descenso en el Índice Servihabitát en todas ellas, con inferior incidencia en Andalucía y la Comunidad de Madrid que mantienen niveles muy por encima del resto de comunidades. En la Comunidad Valenciana y Cataluña respectivamente, los resultados reflejan una

estabilización de cara al próximo trimestre, con un incremento mayor de las opiniones que tienden a un mantenimiento de la situación actual en detrimento de las que tienden a continuar con un aumento en el volumen de operaciones de alquiler.

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.10 REFLEXIONES SOBRE EL ESFUERZO FAMILIAR PARA ALQUILAR

El incremento del precio del alquiler y la falta de ahorro en las familias, necesario si se opta por la compra de una vivienda, pueden comenzar a provocar problemas residenciales, con salarios que no crecen y dificultan las opciones de compra o alquiler. Esta situación está volviendo a generar, como ya ocurrió en el anterior *boom* inmobiliario, el desplazamiento de la población desde lugares más caros en el centro de las grandes ciudades a otros más económicos en sus áreas metropolitanas e incluso más allá de las mismas.

En este contexto, España se sitúa como el país de la OCDE en el que las familias deben destinar un mayor porcentaje de ingresos al alquiler, según su informe "Policies to promote Access to Good-quality affordable housing in OECD countries", publicado en febrero de 2016. De este modo, más del 35% de los hogares que residen en alquiler de renta libre deben dedicar más del 40% de sus ingresos al pago del alquiler y más del 50% supera el 30%, mientras que la media de la OCDE se sitúa en algo más del 15% de los hogares en el primer caso y no supera el 30% en el segundo.

Dentro de este análisis, las políticas que se sugieren para potenciar el mercado de alquiler son:

- Ayudas a la promoción de vivienda en alquiler
- Mejoras en la fiscalidad de la vivienda en alquiler
- Desgravaciones fiscales sobre el alquiler pagado por el inquilino
- Políticas de control de las rentas que se pagan en el mercado libre
- Políticas de garantía al arrendador y legislación del alquiler
- Políticas que garanticen el acceso a una vivienda a través del mercado de alquiler

TABLA 8. COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS SEGÚN EL RÉGIMEN DE TENENCIA DE LA VIVIENDA.

	BAJOS INGRESOS			ALTOS INGRESOS	
	Quintil 1	Quintil 2	Quintil 3	Quintil 4	Quintil 5
España	36,3%	23,6%	16,2%	13,1%	10,8%
Reino Unido	25,5%	25,2%	18,8%	15,6%	14,8%
Italia	32,4%	24,5%	19,9%	13,6%	9,6%
Alemania	30,9%	22,4%	19,0%	16,0%	11,7%
Francia	37,3%	25,4%	17,3%	12,3%	7,7%
Estados Unidos	30,0%	19,2%	12,5%	8,0%	4,8%

Fuente: OCDE - Policies to promote Access to Good-quality affordable housing in OECD countries.

6. EL MERCADO DE ALQUILER

6.11 RESUMEN MERCADO DE ALQUILER

Un **22,9%** de la población española reside en régimen de **alquiler**

El **69,5%** de los arrendatarios tiene **menos de 35 años**

El **14,4%** de la población paga una **renta a precio de mercado** en España

La **oferta media** de alquiler en España es de **2,2 viviendas** por cada 1.000 habitantes y de **5,7** por cada 1.000 hogares

El **precio medio** del alquiler en España para una vivienda de 80 - 90 m² es de **710€**

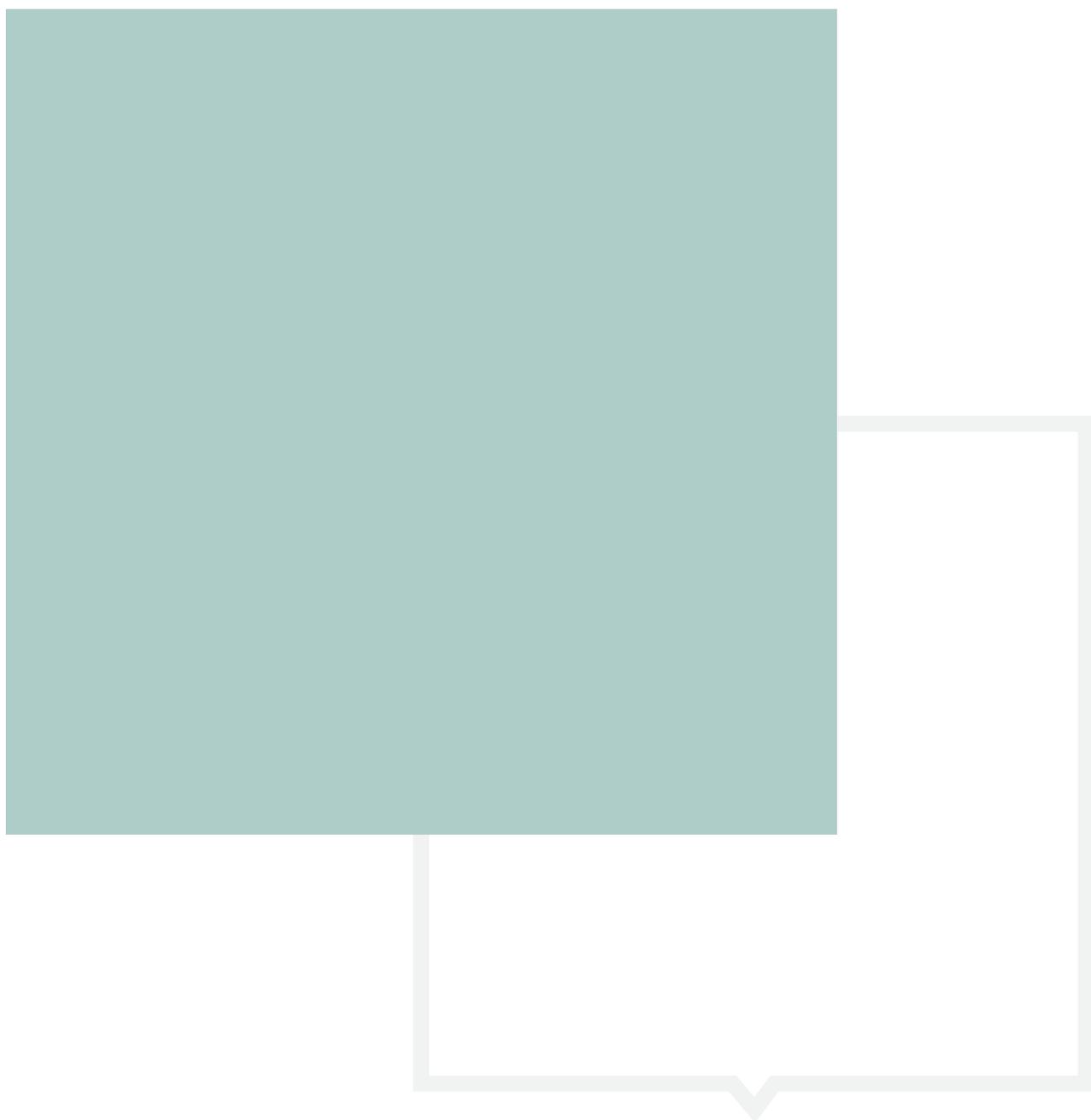
De media, una vivienda tarda **siete semanas** en alquilarse en España

Casi el **55% de los APIs** opina que el **precio de los alquileres se mantendrá** en los próximos meses

La **rentabilidad bruta media** en España para una vivienda en alquiler es del **5,6%**

Para el **10,2% de los APIs**, más de la mitad de sus **clientes** son **extranjeros**

7. EL COMPRADOR EXTRANJERO



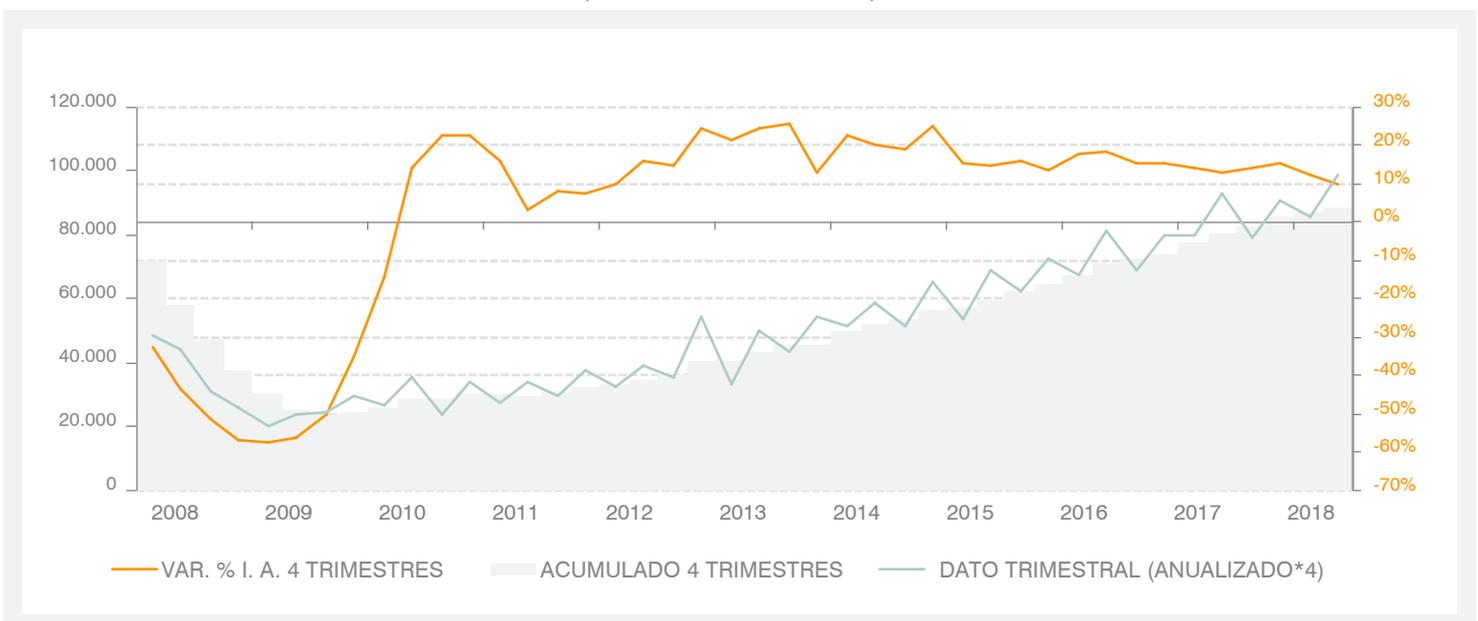
7. EL COMPRADOR EXTRANJERO

7.1 EVOLUCIÓN DE LAS COMPRAS DE VIVIENDAS POR PARTE DE EXTRANJEROS

Según los datos publicados por el Ministerio de Fomento, en el segundo trimestre de 2018, anualizando el dato con el acumulado móvil de cuatro trimestres, se ha incrementado el volumen total de viviendas vendidas en España cuyo comprador es extranjero, elevándose hasta la cifra de 91.756 inmuebles, equivalente a un 9,4% más respecto al mismo periodo de año anterior. Este dinamismo es algo inferior al de periodos anteriores.

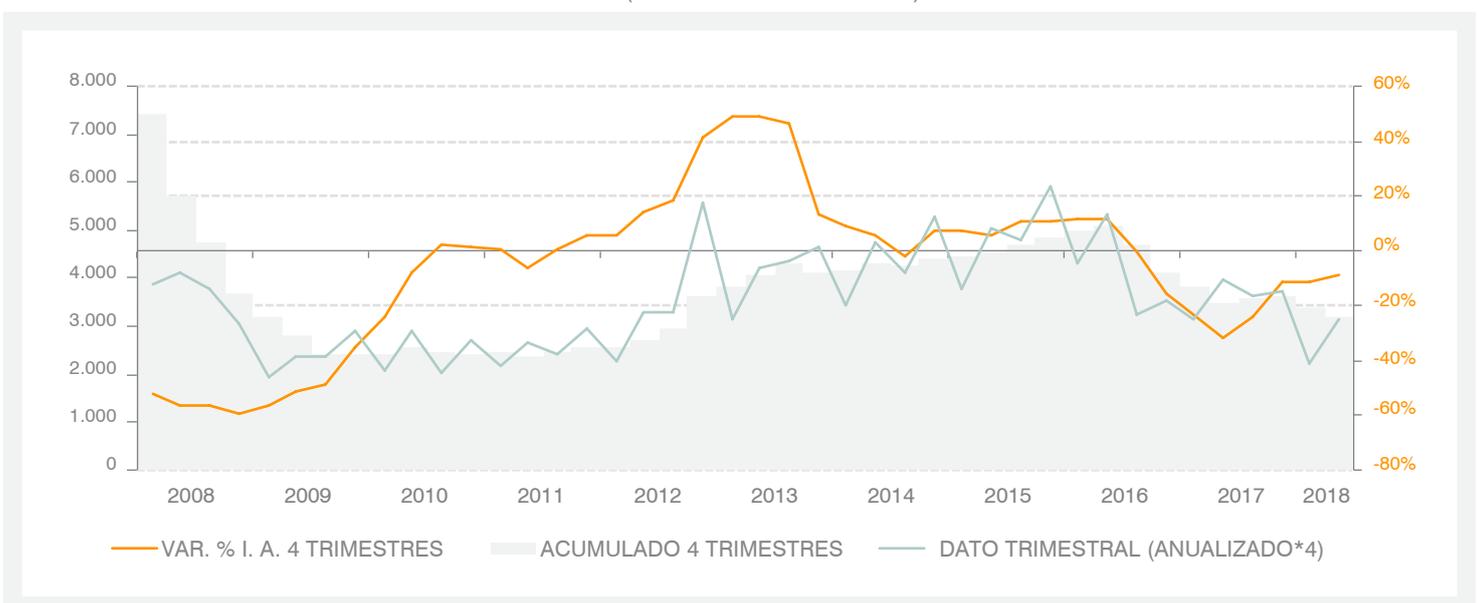
La dinámica de los extranjeros residentes y no residentes es muy diferente. Realmente es la evolución de los primeros la que soporta el consolidado y alcanza el 10,2% al segundo trimestre de 2018, mientras que para los segundos, el volumen de operaciones es menor y su evolución está mejorando, todavía a ritmos negativos del -8,5%.

GRÁFICO 52. EVOLUCIÓN DE LAS COMPRAS DE VIVIENDA POR PARTE DE LOS EXTRANJEROS RESIDENTES (DINÁMICA Y TENDENCIA).



Fuente: MFOM y elaboración propia

GRÁFICO 53. EVOLUCIÓN DE LAS COMPRAS DE VIVIENDA POR PARTE DE LOS EXTRANJEROS NO RESIDENTES (DINÁMICA Y TENDENCIA).



Fuente: MFOM y elaboración propia

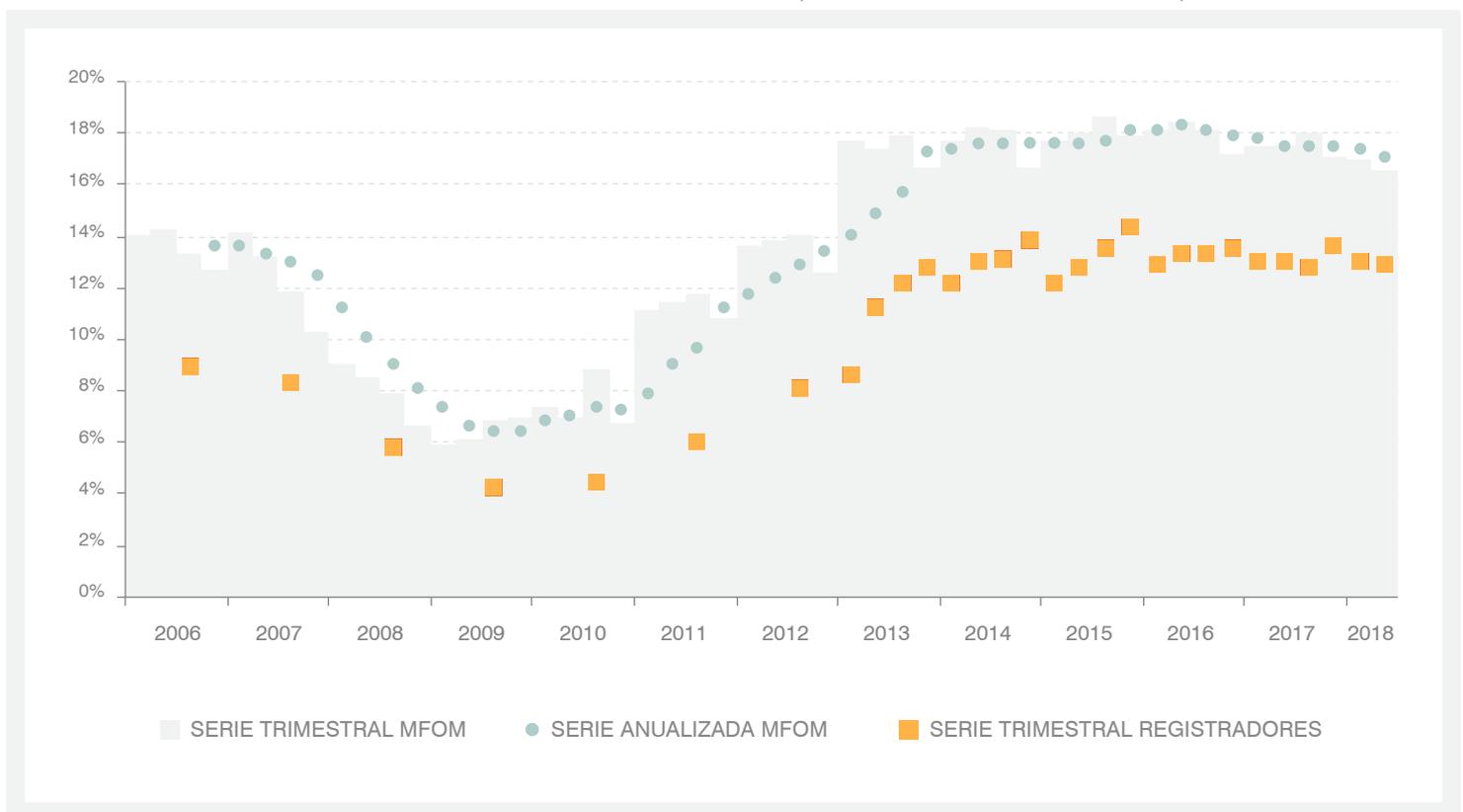
7. EL COMPRADOR EXTRANJERO

7.2 COMPRAVENTAS POR PARTE DE EXTRANJEROS RESPECTO AL TOTAL

Este volumen de operaciones supone una cuota del 17,1% del total de compras realizadas en 2018 y se reduce desde el 17,6% del año anterior. Esta cuota es del 13% para la fuente Registradores, pero con la misma dinámica.

El 17,1% de las operaciones en España han sido realizadas por compradores extranjeros

GRÁFICO 54. EVOLUCIÓN DE LAS COMPRAS DE VIVIENDA POR PARTE DE LOS EXTRANJEROS RESIDENTES Y NO RESIDENTES (CUOTA EN PORCENTAJE / TOTAL).



Fuente: MFOM, Colegio de Registradores y elaboración propia

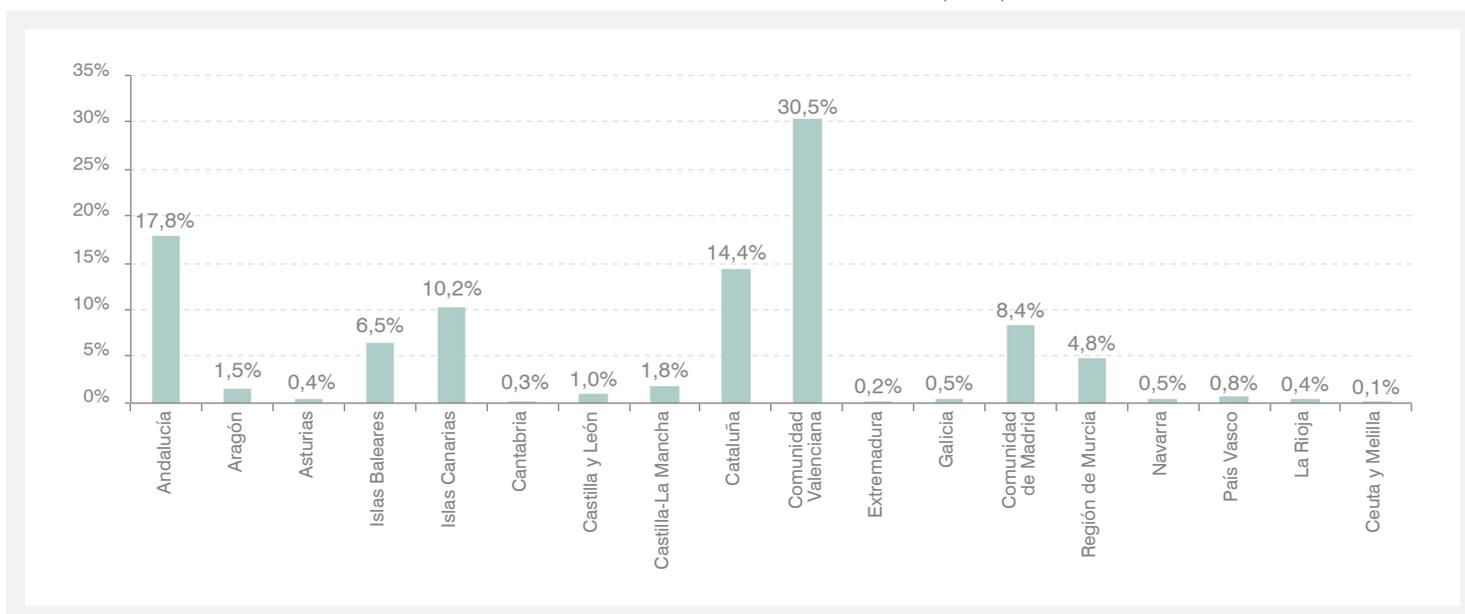
7. EL COMPRADOR EXTRANJERO

7.2 COMPRAVENTAS POR PARTE DE EXTRANJEROS RESPECTO AL TOTAL

El **nivel de concentración** de las compras realizadas por extranjeros (tanto residentes como no residentes) sigue siendo muy elevado. El **93% de las compras de los extranjeros** se producen en las principales capitales y en la costa mediterránea.

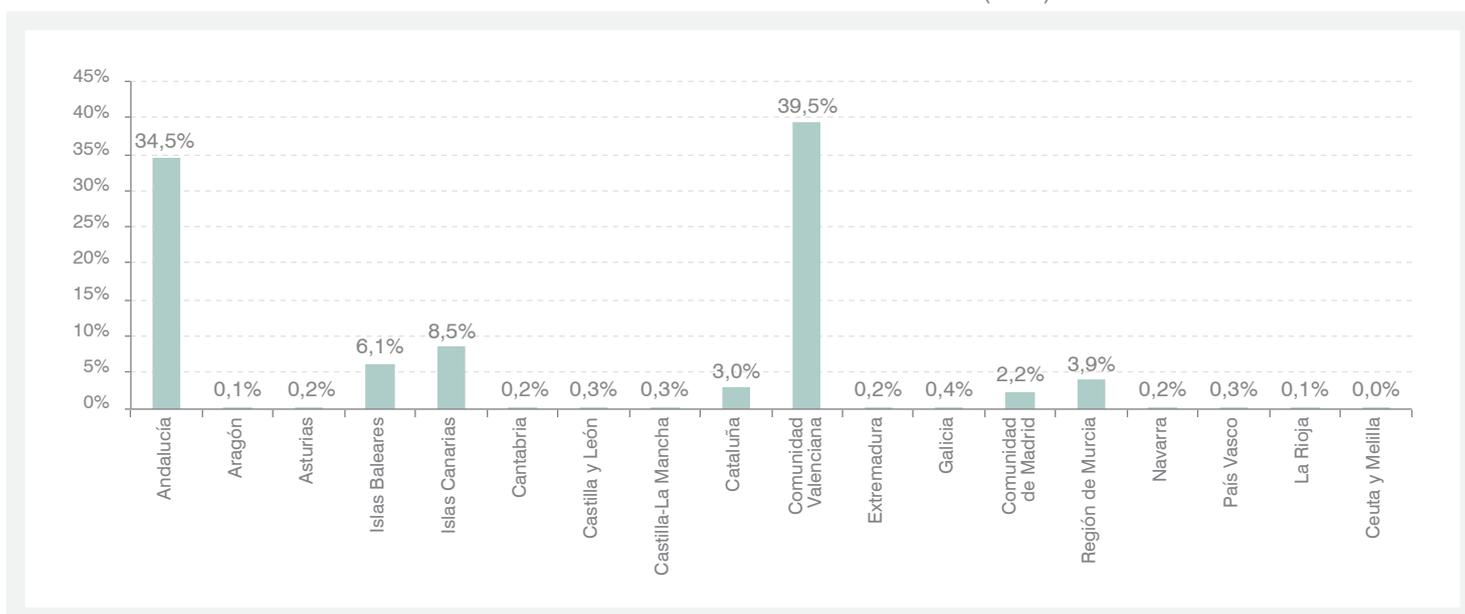
Las comunidades autónomas con mayor peso de compra de vivienda por extranjeros no residentes han sido la Comunidad Valenciana, Andalucía, Islas Canarias, Islas Baleares, Región de Murcia y Cataluña.

GRÁFICO 55. DISTRIBUCIÓN DE LAS COMPRAS DE EXTRANJEROS RESIDENTES (2018).



Fuente: MFOM y elaboración propia

GRÁFICO 56. DISTRIBUCIÓN DE LAS COMPRAS DE EXTRANJEROS NO RESIDENTES (2018).



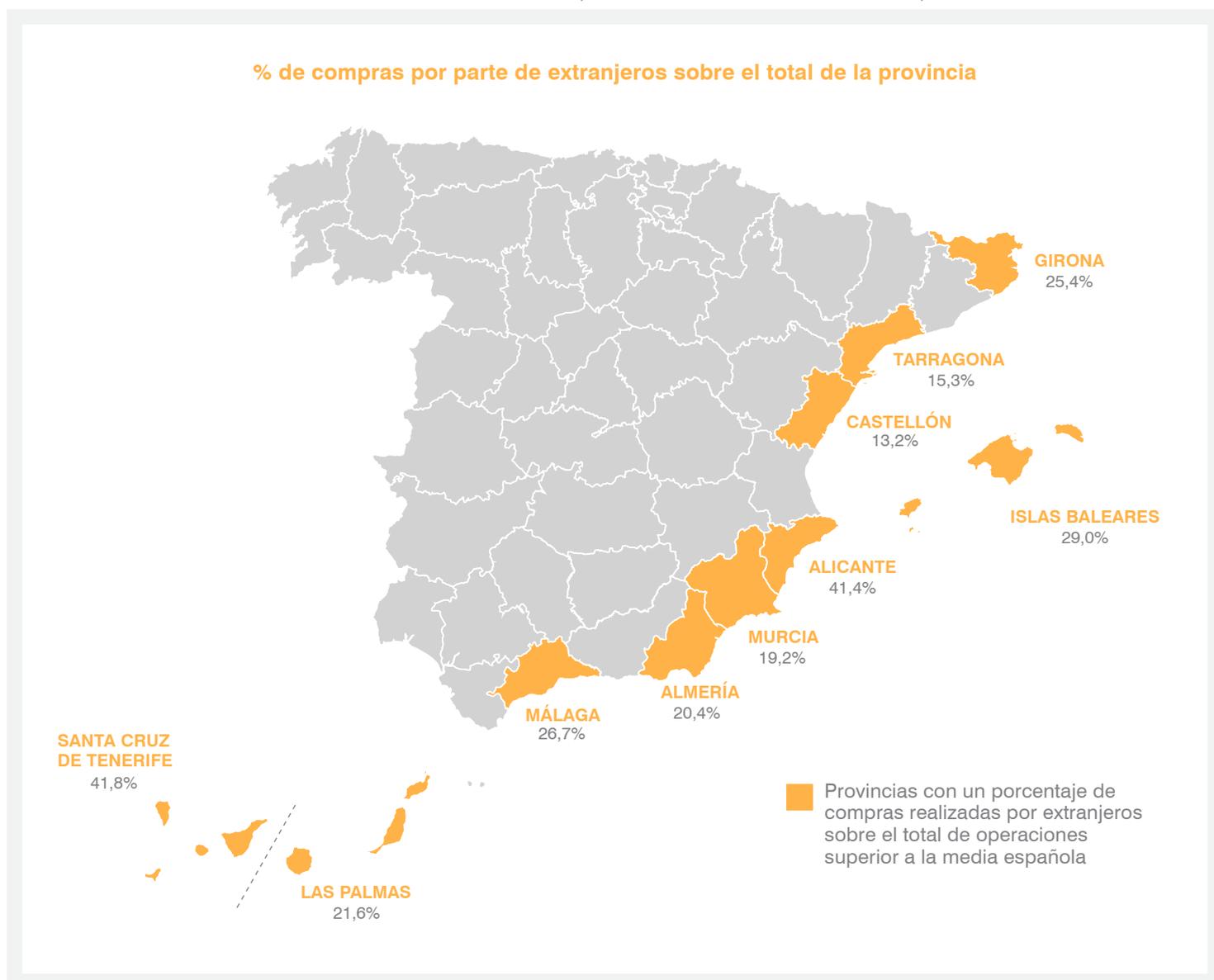
Fuente: MFOM y elaboración propia

7. EL COMPRADOR EXTRANJERO

7.2 COMPRAVENTAS POR PARTE DE EXTRANJEROS RESPECTO AL TOTAL

El desglose provincial de compras de vivienda por extranjeros proporciona el mayor peso a Tenerife, Alicante, Baleares, Málaga, Girona, Las Palmas, Almería, Murcia, Tarragona y Castellón que superan la media nacional (12,92%) de compras realizadas por extranjeros. Todas ellas corresponden a provincias y comunidades autónomas isleñas o mediterráneas, que es donde se viene focalizando durante los últimos años la demanda extranjera de vivienda, normalmente de carácter vacacional.

MAPA 6. COMPRAS POR PARTE DE EXTRANJEROS EN 2018 (ACUMULADO MÓVIL 4 TRIMESTRES)



Fuente: Colegio de Registradores y elaboración propia

7. EL COMPRADOR EXTRANJERO

7.3 DETALLE DE LAS COMPRAVENTAS SEGÚN LA NACIONALIDAD DE LOS EXTRANJEROS

Según la Estadística Registral Inmobiliaria (ERI), el segundo trimestre de 2018 registra un 13,08% de la compra de vivienda fue realizada por extranjeros, ligeramente por debajo del 13,25% que esta fuente apuntó en el 2016 y del 13,11% del 2017. Este porcentaje supuso más de 33.600 compras de vivienda por extranjeros en el semestre, y supone acumular más de 64.600 en los últimos cuatro trimestres, conformando doce consecutivos en niveles superiores al 13%.

Analizando las nacionalidades de los compradores, se aprecian pocos cambios respecto a los periodos anteriores, consecuencia de una estabilidad notable en la tendencia de este tipo de compradores, cuya motivación principal continúa siendo la vivienda vacacional. Los británicos siguen encabezando los resultados en 2018, con un 15% de representatividad respecto al total.

Como visión de conjunto, la tendencia del comprador extranjero continuará en el mismo sentido que en los últimos trimestres, incrementándose en valores absolutos el número de viviendas adquiridas y manteniendo su representatividad dentro del volumen total de operaciones de compra de vivienda, en baremos próximos al 13%, según Registradores.

TABLA 9. DISTRIBUCIÓN DE LAS COMPRAS DE EXTRANJEROS (2T-2018).

NACIONALIDAD	%	% SOBRE EXTRANJEROS
Reino Unido	1,96%	14,99%
Alemania	1,02%	7,78%
Francia	1,01%	7,76%
Suecia	0,84%	6,44%
Bélgica	0,84%	6,43%
Italia	0,72%	5,51%
Rumanía	0,71%	5,42%
Marruecos	0,57%	4,32%
China	0,55%	4,17%
Rusia	0,38%	2,91%
Holanda	0,34%	2,63%
Noruega	0,28%	2,15%
Ucrania	0,22%	1,65%
Polonia	0,20%	1,56%
Irlanda	0,16%	1,25%
Argelia	0,16%	1,23%
Bulgaria	0,15%	1,18%
Dinamarca	0,14%	1,06%
Suiza	0,14%	1,04%
Resto	2,69%	20,55%

Fuente: Estadística Registral Inmobiliaria (ERI) del Colegio de Registradores de la Propiedad y elaboración propia

914 APIs
opinan

7. EL COMPRADOR EXTRANJERO

7.4 REPARTO DE LAS COMPRAS DE VIVIENDAS (ESPAÑOLES VS. EXTRANJEROS)

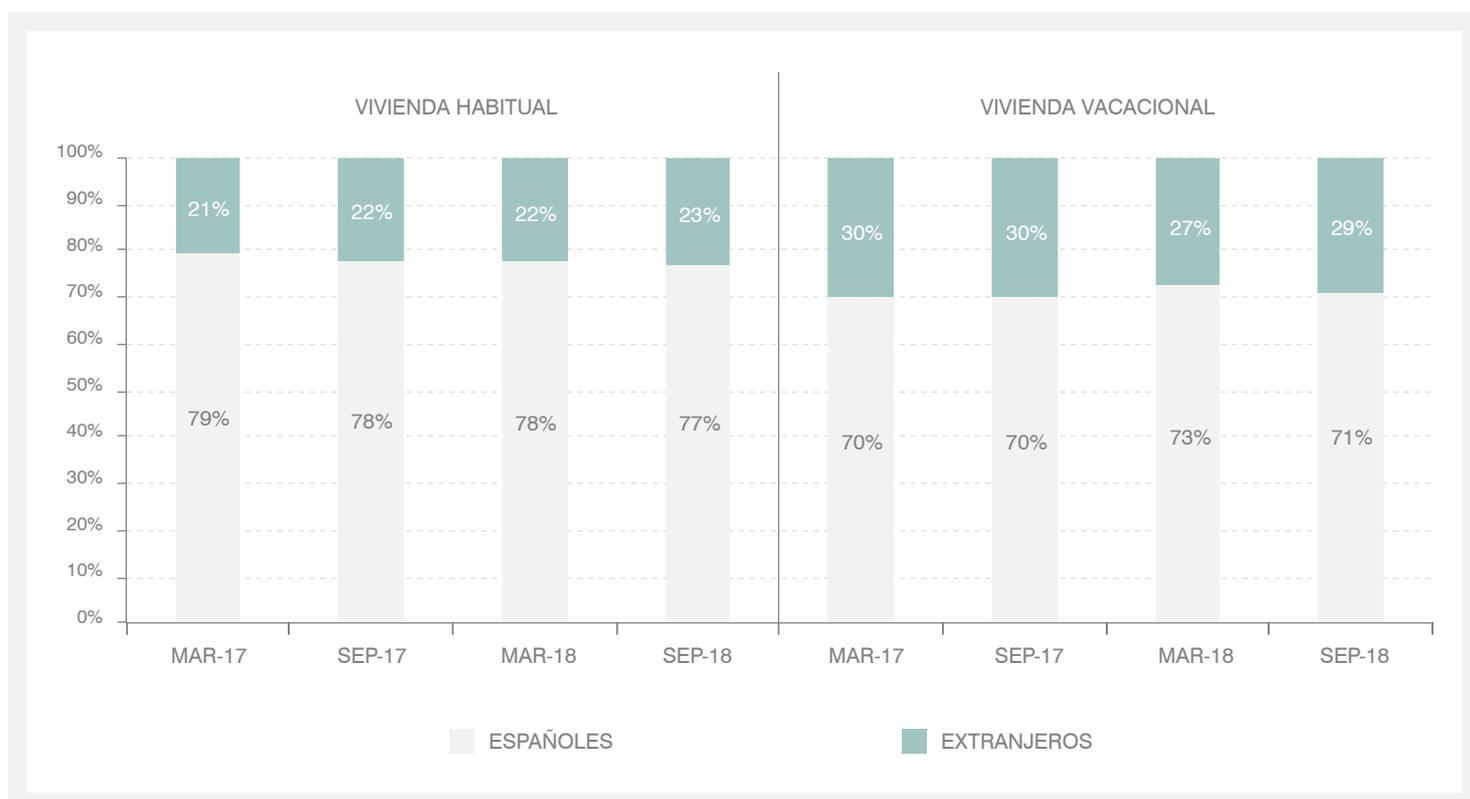
En el caso de la vivienda habitual, según la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitat, las compras se reparten entre un 77% por parte de los españoles y un 23% por parte de los extranjeros.

No hay grandes cambios respecto a hace seis meses aunque, respecto a hace un año, se aprecia un incremento de dos puntos porcentuales en la cuota de extranjeros sobre el total. En el caso de la vivienda vacacional, este reparto es del 71% y 29%, respectivamente.

Parece que sí hay cambios sobre su evolución, porque la cuota de extranjeros compradores en nuestro país regresa al 29% y mantiene el nivel de semestres anteriores.

Este comportamiento percibido por los agentes es similar al que se registran en los datos de las fuentes oficiales (MFOM y Registradores) comentados anteriormente.

GRÁFICO 57. REPARTO DE LAS COMPRAS POR NACIONALIDAD.



Fuente: Servihabitat y Red de agentes colaboradores (APIs)

7. EL COMPRADOR EXTRANJERO

7.5 RESUMEN COMPRADOR EXTRANJERO

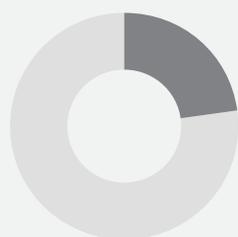
El **comprador extranjero** ha protagonizado el **17,1%** del total de transacciones de viviendas realizadas en España en el año 2018

91.756 viviendas adquiridas por extranjeros en el primer semestre de 2018, supone un aumento del **9,4%**

Seis comunidades autónomas concentran las compras de viviendas realizadas por extranjeros no residentes: Comunidad Valenciana, Andalucía, Islas Canarias, Islas Baleares, Región de Murcia y Cataluña

Diez provincias superan el porcentaje medio nacional de compras realizadas por extranjeros: Tenerife, Alicante, Baleares, Málaga, Girona, Las Palmas, Almería, Murcia, Tarragona y Castellón

VIVIENDA HABITUAL



23%
compradores
extranjeros

VIVIENDA VACACIONAL



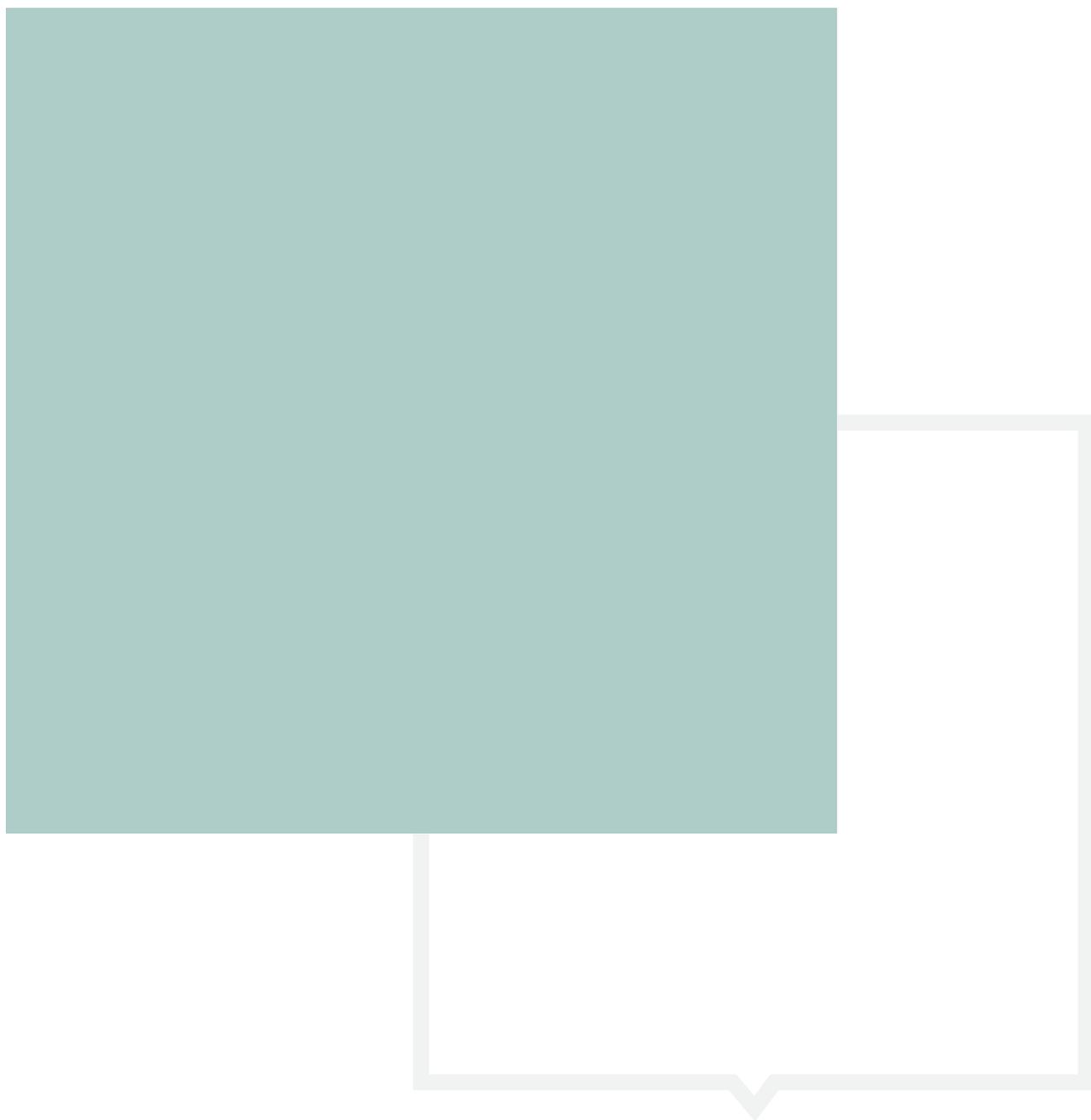
29%
compradores
extranjeros

Los británicos siguen encabezando los resultados en 2018, y son la principal nacionalidad entre los compradores extranjeros en España, seguidos de alemanes, franceses, suecos y belgas

El año 2018 avanza con un **13,08%** de compra de vivienda por extranjeros (Registradores)

Fuente: MFOM, Colegio de Registradores, APIs, y elaboración propia.

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

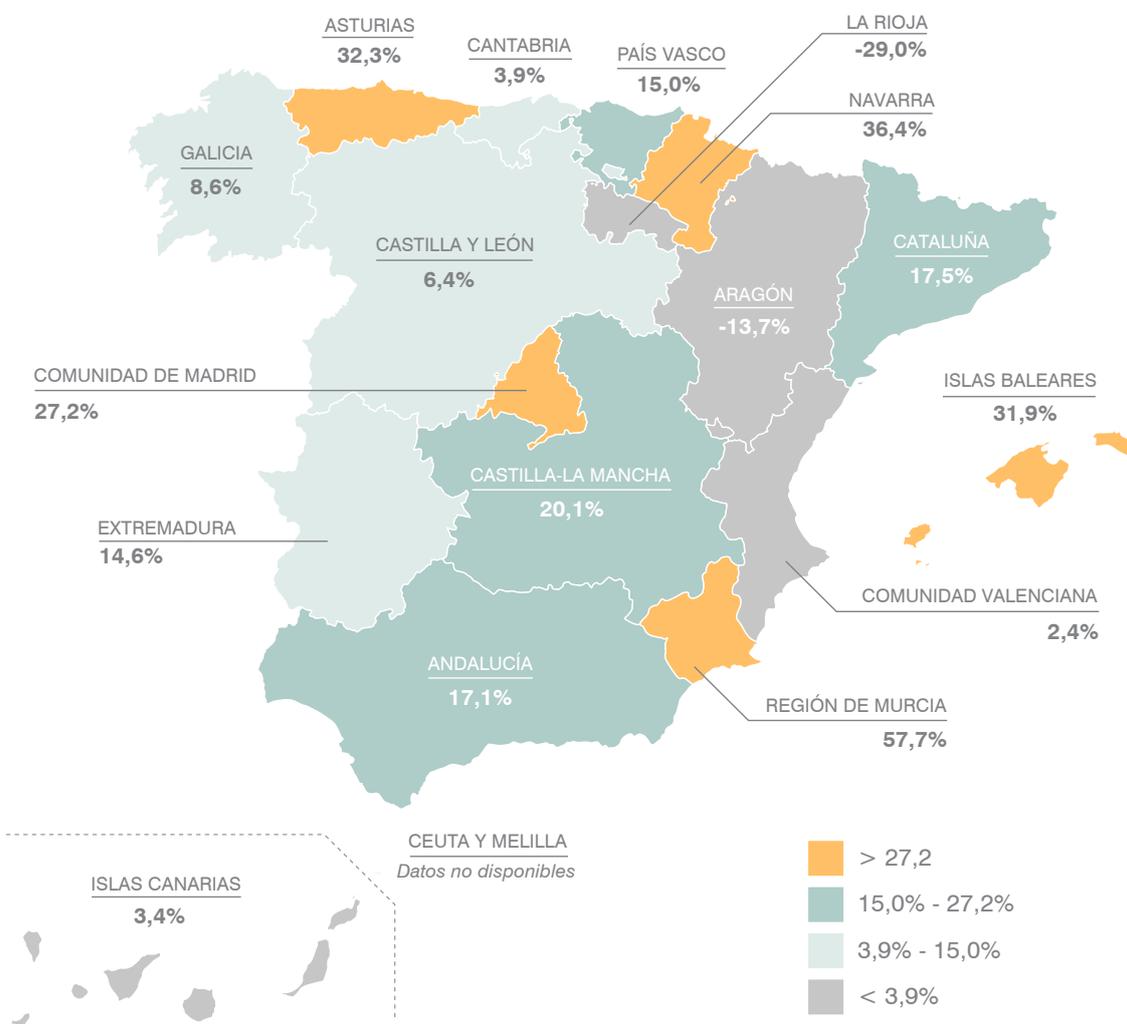


8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Cinco comunidades autónomas aumentan la oferta de viviendas **más del 27,2%** en 2018

MAPA 7. VIVIENDAS INICIADAS.

Tasa de variación anual (%) 2018 / 2017
Media española: 17,0%



Fuente: Servihabitat y CEPREDE

Nota: Los intervalos que presenta la leyenda corresponden a los cuartiles de la muestra

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

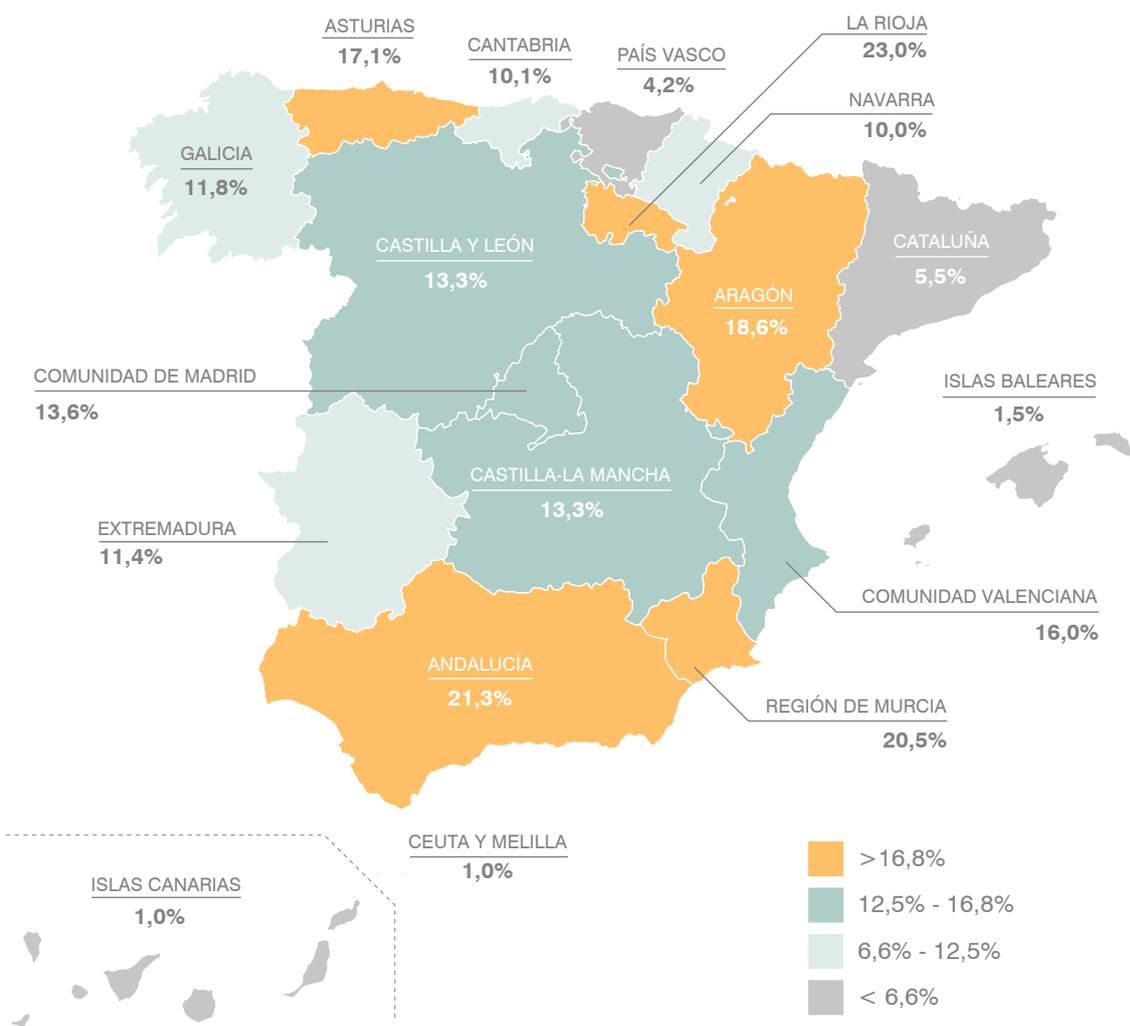
Durante 2018 la dinámica de la compraventa de viviendas será más intensa en cinco comunidades autónomas, en las que se incrementa **por encima del 16,8%**

MAPA 8. COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.

Tasa de variación anual (%) 2018 / 2017

Media española: 12,8%

(Sobre la base de datos estadísticos de MFOM que se utiliza como fuente principal en las fichas de las Comunidades Autónomas).



Fuente: Servihabitát y CEPREDE

Nota: Los intervalos que presenta la leyenda corresponden a los cuartiles de la muestra

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.1 TOTAL NACIONAL

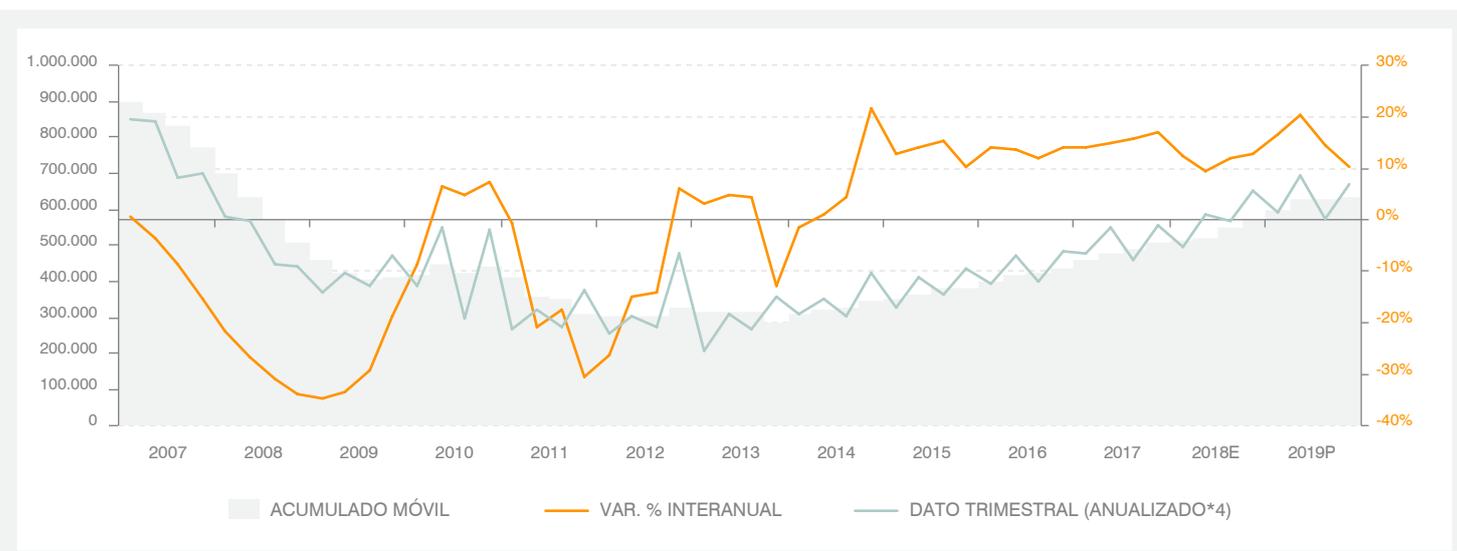
TABLA 9. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	80.785	94.551	17,0%	102.572	8,5%
Viviendas terminadas	53.791	62.834	16,8%	76.922	22,4%
Stock de vivienda nueva	479.037	464.590	-3,0%	452.112	-2,7%
Compraventas (vivienda libre)	509.847	575.147	12,8%	633.540	10,2%
Vivienda nueva	44.915	52.512	10,6%	64.047	14,1%
Vivienda segunda mano	464.932	522.635	13,0%	569.493	9,8%
Valor medio de las compraventas	144.834	150.362	3,8%	155.744	3,6%

Fuente: MFOM y elaboración propia.

Nota: E (estimación), P (previsión).

GRÁFICO 58. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.2 ANDALUCÍA

TABLA 10. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	15.615	17.480	11,9%	18.185	4,0%
Viviendas terminadas	6.705	8.848	32,0%	12.911	45,9%
Stock de vivienda nueva	73.334	70.768	-3,5%	68.485	-3,2%
Compraventas (vivienda libre)	91.735	110.515	20,5%	124.068	12,3%
Vivienda nueva	6.613	8.626	30,4%	11.493	33,2%
Vivienda segunda mano	85.122	101.889	19,7%	112.575	10,5%
Valor medio de las compraventas	127.060	131.216	3,3%	132.597	1,1%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

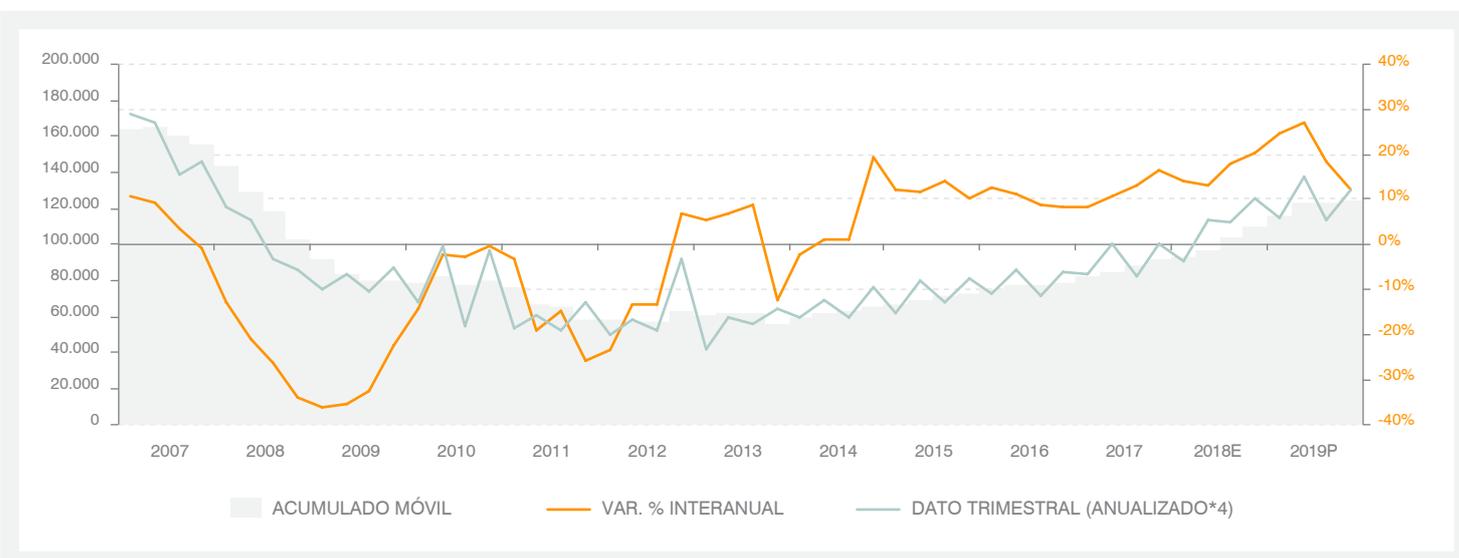
La evolución del mercado residencial en Andalucía ha mantenido la inercia positiva que tuvo el año pasado, especialmente a lo largo del primer semestre. El empuje de la demanda ha provocado que se hayan puesto en marcha más proyectos de obra nueva, incrementando notablemente la oferta, sobre todo en las ciudades de Sevilla, Córdoba y Málaga, así como en la Costa del Sol, efecto que se ha dejado notar en menor medida en el resto de ciudades importantes de la comunidad. La actividad creciente de transacciones de suelo en los últimos meses hará que la actividad promotora se mantenga, como muestran las estadísticas publicadas y la previsión realizada.

No obstante, la situación parece haber cambiado después del verano, habiéndose dejado notar una ralentización en el ritmo de reservas y compraventas a partir de septiembre y hasta finales de octubre. Por esta razón habrá que ver cómo evolucionan los próximos meses para comprobar si el mercado puede estar mostrando síntomas de cambio. El motivo, además del efecto que

puede estar teniendo la previsión de un menor crecimiento económico y la sentencia del Tribunal Supremo sobre el pago de los gastos hipotecarios, podría estar en un cierto agotamiento de la demanda, especialmente la de obra nueva. En algunas localizaciones es posible que la demanda contenida que existía ante la falta de oferta se haya ido cubriendo años atrás, haciendo que los ritmos de venta sean ahora más lentos.

Durante los próximos meses cabe esperar una situación similar a la que se ha experimentado en 2018, con un incremento de la actividad y posibles aumentos leves de precio en Sevilla y su área metropolitana, Córdoba, Málaga y en el mercado vacacional de la Costa del Sol y Costa de Cádiz. En el resto de localizaciones, los crecimientos serán más moderados como consecuencia lógica de contar con una inferior presión de la demanda.

GRÁFICO 59. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.3 ARAGÓN

TABLA 11. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	2.564	2.212	-13,7%	2.147	-2,9%
Viviendas terminadas	1.886	2.568	36,2%	2.978	16,0%
Stock de vivienda nueva	13.698	13.424	-2,0%	13.193	-1,7%
Compraventas (vivienda libre)	13.415	15.909	18,6%	17.257	8,5%
Vivienda nueva	1.469	1.872	27,5%	2.340	25,0%
Vivienda segunda mano	11.946	14.036	17,5%	14.917	6,3%
Valor medio de las compraventas	103.238	106.415	3,1%	109.203	2,6%

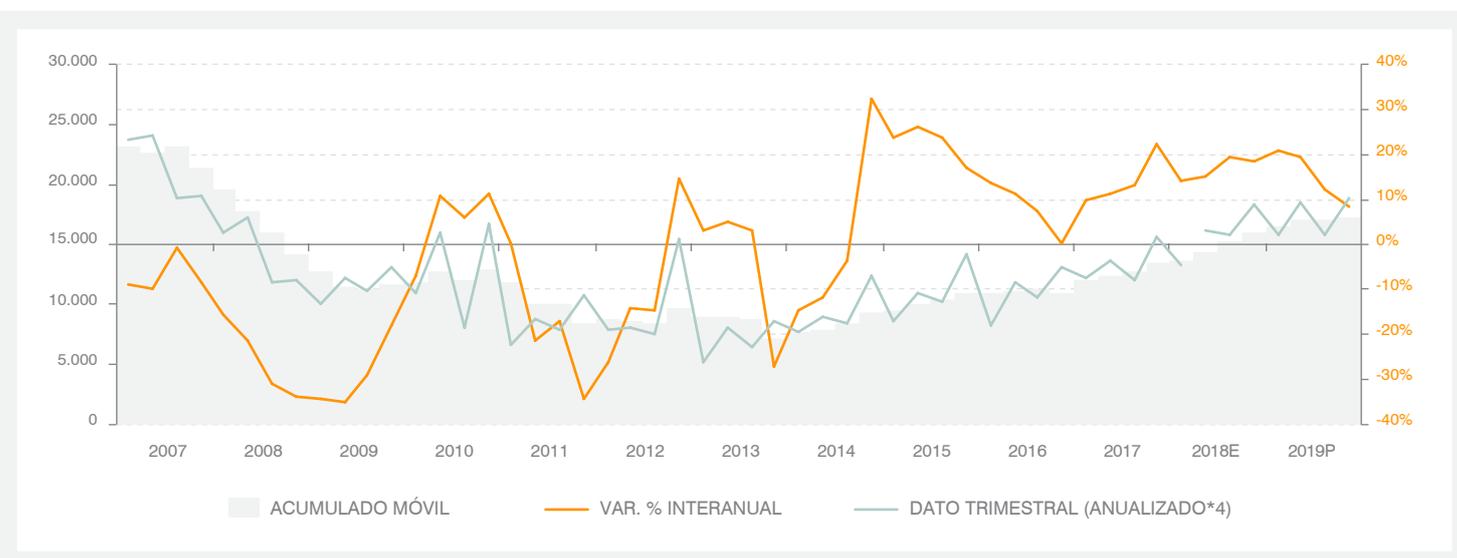
Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

Los dos mercados que presentan una evolución positiva más significativa son el de Zaragoza, junto a algunas localidades de su área metropolitana más próxima, y el pirenaico de la provincia de Huesca. La actividad en las ciudades de Huesca y Teruel también presentan mejor perspectiva que hace unos meses pero con niveles más moderados que las zonas descritas con anterioridad. Por último, la zona sur de la provincia de Huesca y el resto de Teruel son las zonas más estancadas, como venía sucediendo en pasados informes.

La ciudad de Zaragoza continúa presentando un buen ritmo de nuevas promociones en comercialización comenzando a producirse ya un efecto expulsión similar al que llevó años atrás a desarrollar una importante actividad inmobiliaria en los municipios de los alrededores de la ciudad. A lo largo de los últimos meses, se ha notado una mayor actividad promotora en los que están situados a no más de 15 kilómetros de la capital, con especial interés de la demanda en viviendas unifamiliares.

No obstante, el ritmo de visados de obra nueva e inicio de nuevas promociones no está creciendo de manera importante como sucede en otras comunidades autónomas, sino que tiende más bien a mantenerse. Por otro lado, sí es más elevado el ritmo de finalización de obras, cuyo resultado final procede tanto de las nuevas promociones edificadas como de la finalización de obras paradas durante los años de la crisis que ahora se están poniendo de nuevo en marcha para su comercialización.

GRÁFICO 60. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.4 ASTURIAS

TABLA 12. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	1.277	1.589	24,4%	1.897	19,4%
Viviendas terminadas	1.085	1.233	13,6%	1.306	5,9%
Stock de vivienda nueva	10.286	9.771	-5,0%	9.310	-4,7%
Compraventas (vivienda libre)	8.477	9.923	17,1%	10.882	9,7%
Vivienda nueva	869	920	5,8%	1.136	23,6%
Vivienda segunda mano	7.608	9.003	18,3%	9.746	8,2%
Valor medio de las compraventas	105.102	108.024	2,8%	110.993	2,7%

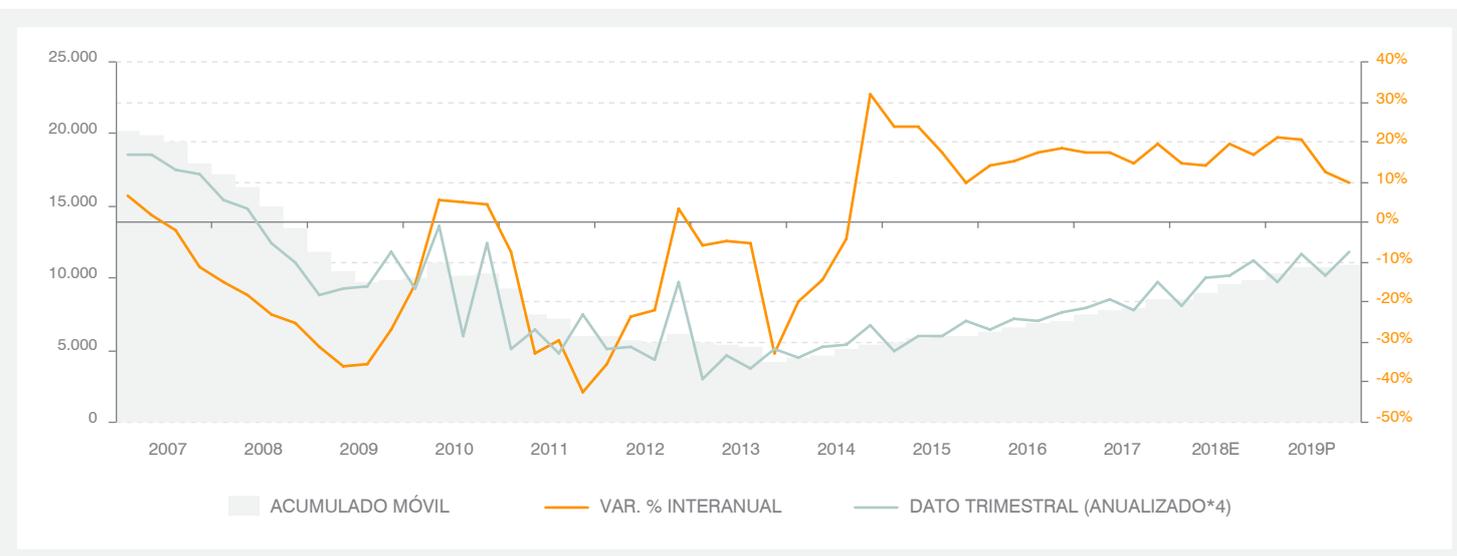
Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

El mercado de obra nueva continúa presentando un buen nivel de actividad, con notables incrementos porcentuales a consecuencia de lo reducido del mercado y sus cifras de partida. En este contexto, Oviedo es la localización con la situación de mercado más pujante, con un importante tirón de actividad en el último año, que no se ha dejado notar tanto en las otras dos localizaciones principales, Gijón y Avilés, a pesar de que también ha permanecido muy activo.

En las zonas de interior, la actividad continúa siendo más residual, probablemente como consecuencia de una lenta despoblación de los núcleos urbanos que hacen que el mercado residencial no pueda contar con previsiones futuras de incremento de las operaciones.

El mercado de vivienda vacacional también ha continuado con niveles de actividad sostenidos, que se hacen más notables en las ubicaciones más tradicionales de esta tipología residencial.

GRÁFICO 61. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.5 ISLAS BALEARES

TABLA 13. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	2.226	2.732	22,8%	2.778	1,7%
Viviendas terminadas	1.736	2.136	23,0%	2.458	15,1%
Stock de vivienda nueva	10.329	9.296	-10,0%	8.392	-9,7%
Compraventas (vivienda libre)	18.263	18.910	3,5%	20.662	9,3%
Vivienda nueva	1.435	1.527	6,4%	1.713	12,2%
Vivienda segunda mano	16.828	17.383	3,3%	18.949	9,0%
Valor medio de las compraventas	231.947	234.176	1,0%	235.765	0,7%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

La dinámica del mercado residencial no ha experimentado cambios notables en el archipiélago. La isla de Ibiza mantiene elevados niveles de actividad, con una rápida absorción del producto ofertado y una tendencia sostenida de incremento de precios. La isla de Mallorca es la más estable, con una progresiva reducción del *stock* y previsiones favorables para los próximos meses. Por último, Menorca todavía mantiene un relevante volumen de *stock* en manos de los *servicers* inmobiliarios y es la que presenta una dinámica más contenida.

La producción residencial se va a incrementar este año y va a continuar haciéndolo durante el próximo a raíz de esta buena marcha del mercado, con un aumento previsible en viviendas iniciadas y terminadas.

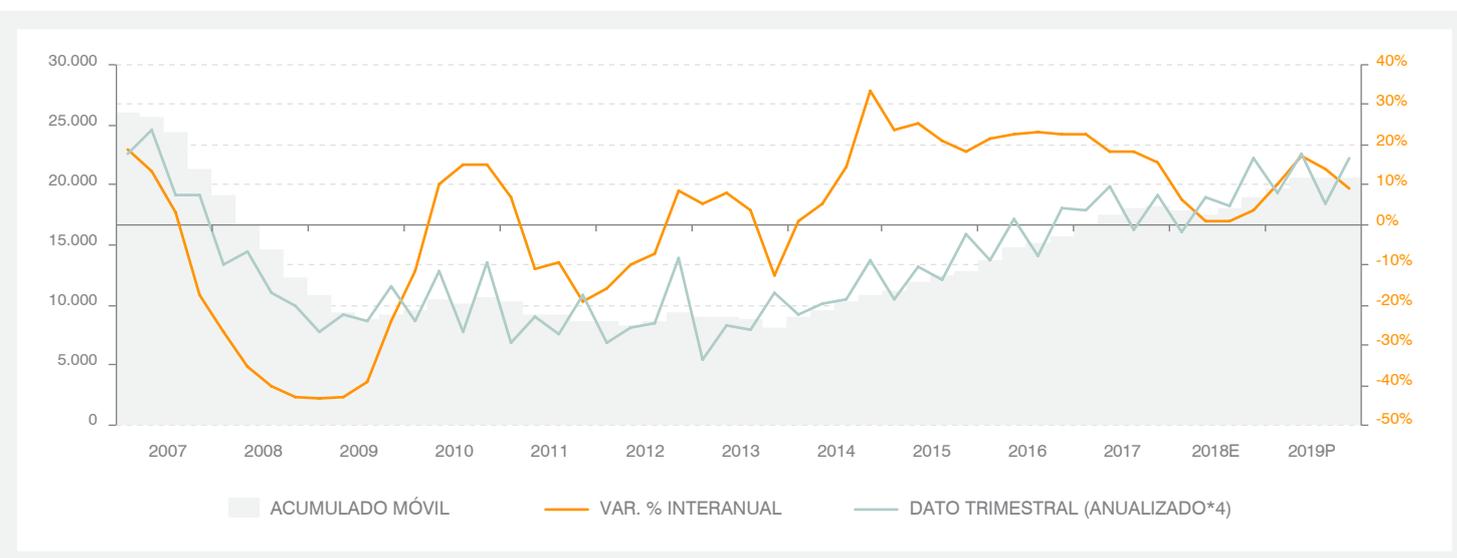
El *stock* presenta buenos niveles de drenaje, manteniéndose en volúmenes más elevados en las localizaciones interiores y dependientes de una demanda interna. La perspectiva de futuro es

que continúe en la misma dinámica, con un ritmo optimista de ventas en las ubicaciones con mayor demanda de primera residencia y en las vacacionales.

Donde mayor relevancia está teniendo el incremento de precio es en Ibiza. No obstante, la influencia de la regulación de los apartamentos turísticos, parece que puede estar influyendo en una cierta contracción de la demanda por inversión e incidirá en la moderación futura de los precios.

La presión de la demanda extranjera sobre el mercado vacacional continúa siendo elevada, especialmente por parte del comprador británico, alemán y ruso en la zona de la costa.

GRÁFICO 62. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.6 ISLAS CANARIAS

TABLA 14. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	2.325	2.403	3,4%	2.573	7,0%
Viviendas terminadas	1.682	1.962	16,6%	2.305	17,5%
Stock de vivienda nueva	28.996	28.996	0,0%	29.076	0,3%
Compraventas (vivienda libre)	25.296	25.927	2,5%	28.457	9,8%
Vivienda nueva	1.548	1.505	-2,8%	1.737	15,4%
Vivienda segunda mano	23.748	24.423	2,8%	26.720	9,4%
Valor medio de las compraventas	129.199	135.113	4,6%	137.942	2,1%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

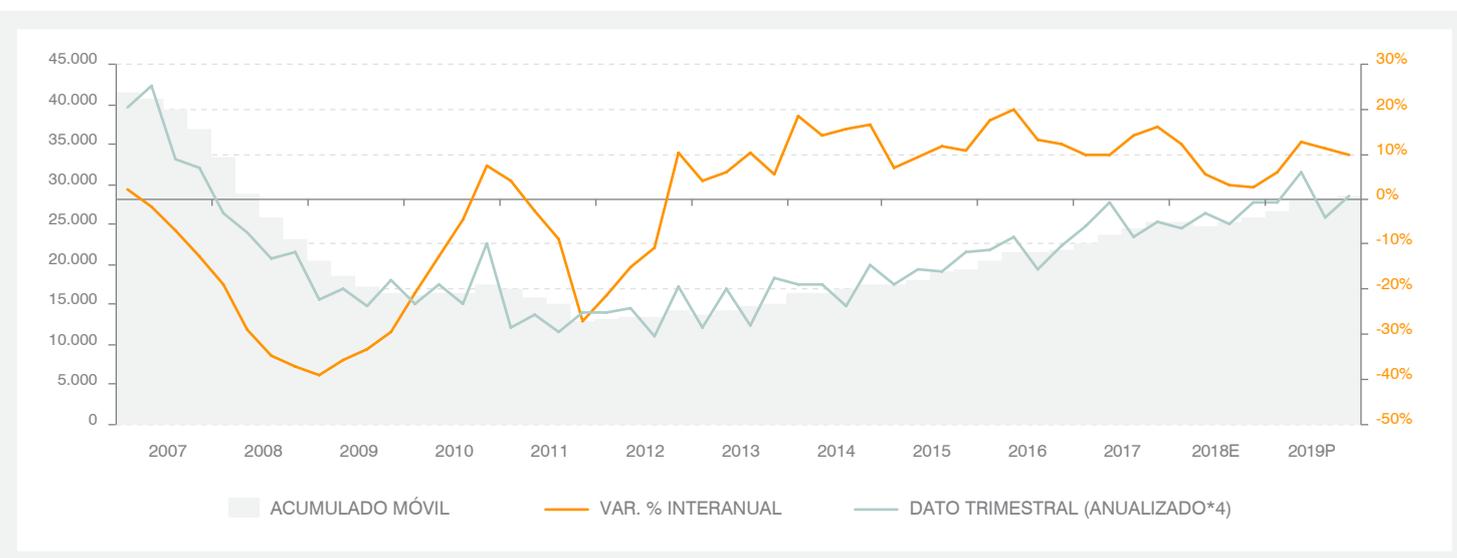
Se está produciendo un incremento importante de la actividad en la parte sur de la isla de Tenerife, especialmente en localizaciones cercanas a la costa, que se une a la buena marcha comentada en otras ediciones de las dos capitales: Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas. También continúa siendo relevante el dinamismo que presentan las islas de Lanzarote y Fuerteventura, más focalizadas a la vivienda vacacional y a la demanda extranjera. En un segundo nivel, podría situarse la costa de la isla de Gran Canaria, con un inferior crecimiento de la actividad y precio que la zona sur de Tenerife. Por último, el norte de la isla de Tenerife y sus zonas de interior, así como el interior de Gran Canaria, mantienen un menor nivel de movimiento inmobiliario.

En las islas, la localización del producto se convierte en la clave para su comercialización e incremento de precio: cuanto más cerca de la costa, mayor es el dinamismo; cuanto más al interior, mayor dificultad.

En definitiva, se mantiene la buena marcha de la demanda interna de primera residencia, así como un mayor impulso de la demanda extranjera que está ampliando su radio de acción a otras zonas de las islas.

El incremento en el valor medio de las compraventas viene explicado por este dinamismo del mercado, así como por un mix de producto de mejor calidad y con mayor participación de la obra nueva.

GRÁFICO 63. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.7 CANTABRIA

TABLA 15. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	492	511	3,9%	674	32,0%
Viviendas terminadas	494	520	5,3%	542	4,2%
Stock de vivienda nueva	0	0	-	0	-
Compraventas (vivienda libre)	6.415	7.066	10,1%	7.873	11,4%
Vivienda nueva	695	650	-6,5%	778	19,8%
Vivienda segunda mano	5.720	6.416	12,2%	7.095	10,6%
Valor medio de las compraventas	132.655	132.567	-0,1%	135.604	2,3%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

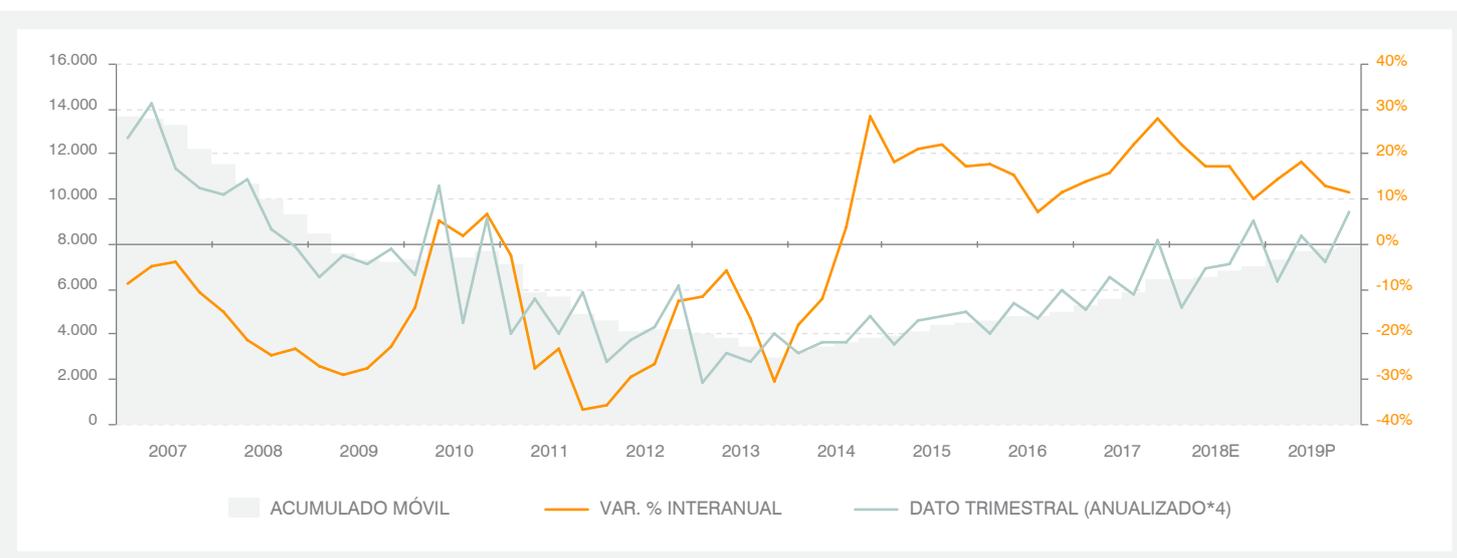
La actividad de obra nueva se centra fundamentalmente en la ciudad de Santander, donde las expectativas que se tenían de desarrollo de nuevas promociones no se han terminado de cumplir en los niveles esperados. No obstante, sí se está produciendo un aumento de la actividad promotora, especialmente en las zonas de entrada a la ciudad. La segunda población con mayor número de habitantes, Torrelavega, continúa acumulando bastante *stock* y con una demanda que se mantiene muy reactiva al precio.

El mercado de vivienda vacacional también ha mantenido buenos niveles de actividad, pero con cierta retracción por parte de los promotores a iniciar nuevos desarrollos. A pesar de que la demanda se ha reactivado, existe todavía en estas localizaciones bastante producto en *stock* pendiente de comercializar que se va drenando lentamente y que no permite la estabilización de precios necesaria ni la escasez de producto que permita la reactivación del mercado de obra nueva.

El *stock* se sigue concentrando en las zonas más interiores, con la A-8 como eje vertebrador de producto en demanda de primera y segunda residencia, y, como se ha comentado, en zonas de costa. Este mercado de interior se mantiene con niveles muy bajos de actividad.

Los valores medios de las compraventas se mantienen en rangos similares a los del pasado año, con una previsión de ligero incremento de cara al próximo año.

GRÁFICO 64. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.8 CASTILLA Y LEÓN

TABLA 16. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	3.627	3.858	6,4%	4.150	7,6%
Viviendas terminadas	2.862	3.453	20,6%	4.032	16,8%
Stock de vivienda nueva	32.489	31.839	-2,0%	31.290	-1,7%
Compraventas (vivienda libre)	22.662	24.539	8,3%	26.306	7,2%
Vivienda nueva	2.461	3.540	43,8%	3.610	2,0%
Vivienda segunda mano	20.201	20.999	3,9%	22.696	8,1%
Valor medio de las compraventas	96.951	101.115	4,3%	105.768	4,6%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

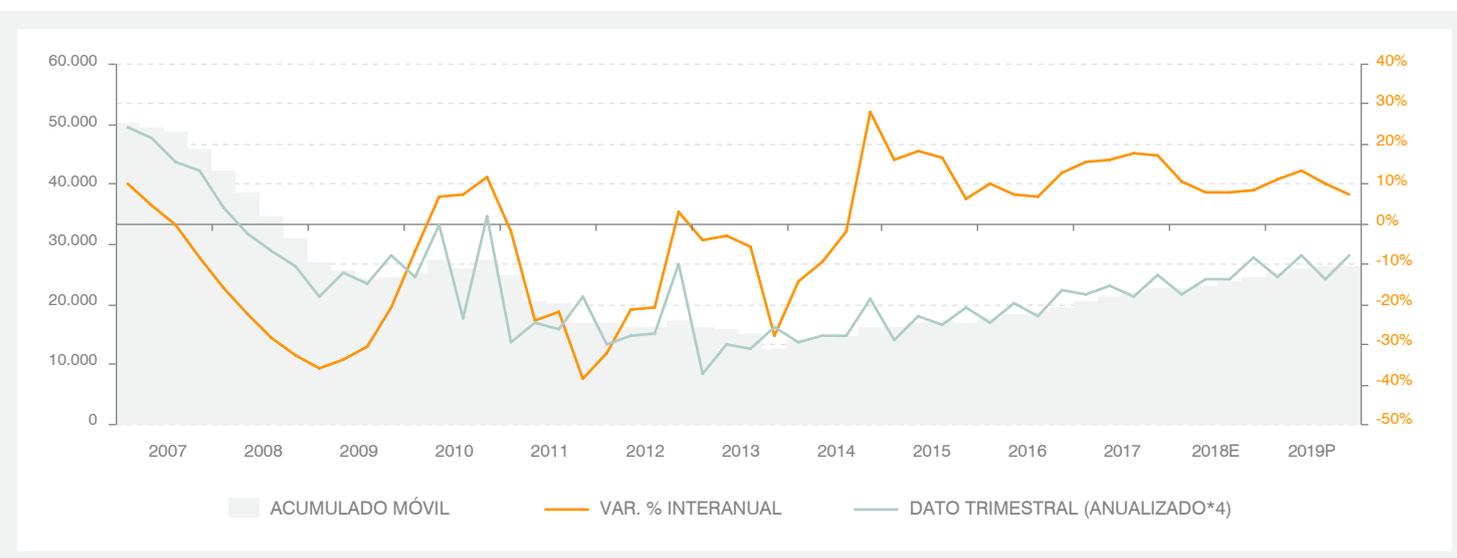
Se podría destacar un ligero aumento del dinamismo del mercado en esta comunidad, mostrando mejorías en el comportamiento del segmento de residencia habitual en las capitales de provincia así como del de segunda residencia en las localizaciones próximas a la provincia de Madrid.

La mayor actividad inmobiliaria sigue centrándose, especialmente, en Valladolid, ampliándose también a algunas localizaciones de su área de influencia, en Burgos y, aunque en menor medida, en Salamanca, dónde también se ha notado una ligera mejoría en los municipios más próximos de su entorno. Las localizaciones de la provincia de Ávila próximas a la Sierra de Gredos así como el sur de la provincia de Segovia son las que han mostrado avances en la demanda de segundas residencias en los últimos meses, teniendo esta demanda su origen en la Comunidad de Madrid e interesándose, principalmente, por viviendas unifamiliares.

El posicionamiento de producto y precio resulta fundamental para poder atraer a la demanda, de modo que el diseño de una buena vivienda y la cautela en la fijación del precio resultan determinantes para el éxito en la comercialización del producto.

Como ocurre en otras comunidades, se está produciendo cierta descompensación entre las viviendas terminadas y la obra nueva vendida. Esto se debe a que el periodo de ventas es más largo que en otras localizaciones, quedando restos de promociones por vender después de las entregas, así como por la finalización de obras en curso que pueden no estar siendo computadas dentro de la estadística de obra nueva.

GRÁFICO 65. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.9 CASTILLA-LA MANCHA

TABLA 17. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	2.946	3.537	20,1%	4.006	13,3%
Viviendas terminadas	2.784	2.953	6,1%	3.277	11,0%
Stock de vivienda nueva	40.936	38.685	-5,5%	36.663	-5,2%
Compraventas (vivienda libre)	19.603	22.203	13,3%	24.019	8,2%
Vivienda nueva	2.684	2.568	-4,3%	2.809	9,4%
Vivienda segunda mano	16.919	19.636	16,1%	21.211	8,0%
Valor medio de las compraventas	85.021	91.722	7,9%	94.290	2,8%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

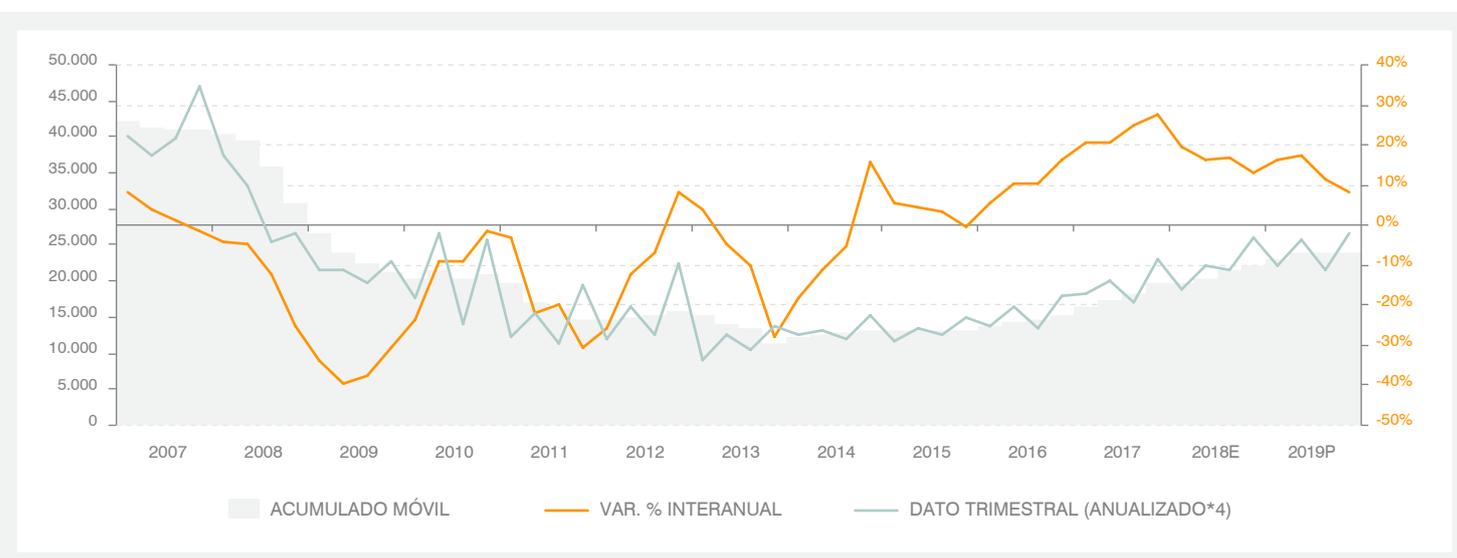
En la zona norte de Toledo más próxima a Madrid se ha notado un incremento del número de operaciones de compraventa así como del precio por el efecto expulsión que está provocando el aumento del importe de la vivienda en la zona sur de la Comunidad de Madrid. Esta zona próxima estaría delimitada a 30-40 kilómetros de distancia de Madrid, siendo factores muy relevantes a la hora de decidir la localidad dónde comprar la vivienda el nivel de comunicaciones, tanto por carretera como por transporte público, que tenga el municipio con la capital y su área metropolitana. Una vez superada esta zona próxima, el volumen de ventas se ve ajustado de manera muy importante siendo, una vez más, un factor condicionante las comunicaciones con Madrid. Del mismo modo, se ha producido un efecto similar en las localizaciones de la provincia de Guadalajara limítrofes con Madrid. En ambos casos, la vivienda más demandada en estas áreas se corresponde con vivienda unifamiliar, que puede estar igualando en precio a la vivienda plurifamiliar de los municipios madrileños. Por tanto, el aumento de la actividad en estas zonas colindantes con Madrid está muy condicionado al precio, siendo este el eslabón clave para que se detonen operaciones de venta.

En el resto de la comunidad autónoma, salvo en las capitales de provincia, principalmente Ciudad Real y Albacete, y en menor medida Cuenca, el mercado continúa siendo débil y muy supeditado a precios ajustados. Existe un problema real de demanda, que se agrava más en localizaciones de menos de 20.000 habitantes, en las que resulta muy difícil realizar operaciones aún a precios competitivos.

El incremento porcentual de precios con que se prevé que finalice el año esta comunidad autónoma viene marcado por diferentes factores: las ventas que se están reactivando en los municipios cercanos a la Comunidad de Madrid; a la mayor calidad de las viviendas vendidas en la actualidad; y a un punto de partida muy económico que provoca variaciones porcentuales significativas.

En resumen, se podría hablar de la existencia de micromercados muy condicionados por el precio y con un mayor nivel de actividad en los municipios limítrofes con Madrid. Éstos comienzan a notar efectos parecidos a los que se produjeron en el anterior *boom* inmobiliario y que condujeron al desarrollo residencial de muchos municipios de esta comunidad autónoma.

GRÁFICO 66. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.10 CATALUÑA

TABLA 18. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	10.081	11.841	17,5%	12.291	3,8%
Viviendas terminadas	8.330	9.077	9,0%	10.852	19,6%
Stock de vivienda nueva	75.799	75.041	-1,0%	74.497	-0,7%
Compraventas (vivienda libre)	83.820	88.392	5,5%	95.703	8,3%
Vivienda nueva	5.729	6.154	7,4%	6.756	9,8%
Vivienda segunda mano	78.091	82.238	5,3%	88.947	8,2%
Valor medio de las compraventas	169.979	176.330	3,7%	185.142	5,0%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

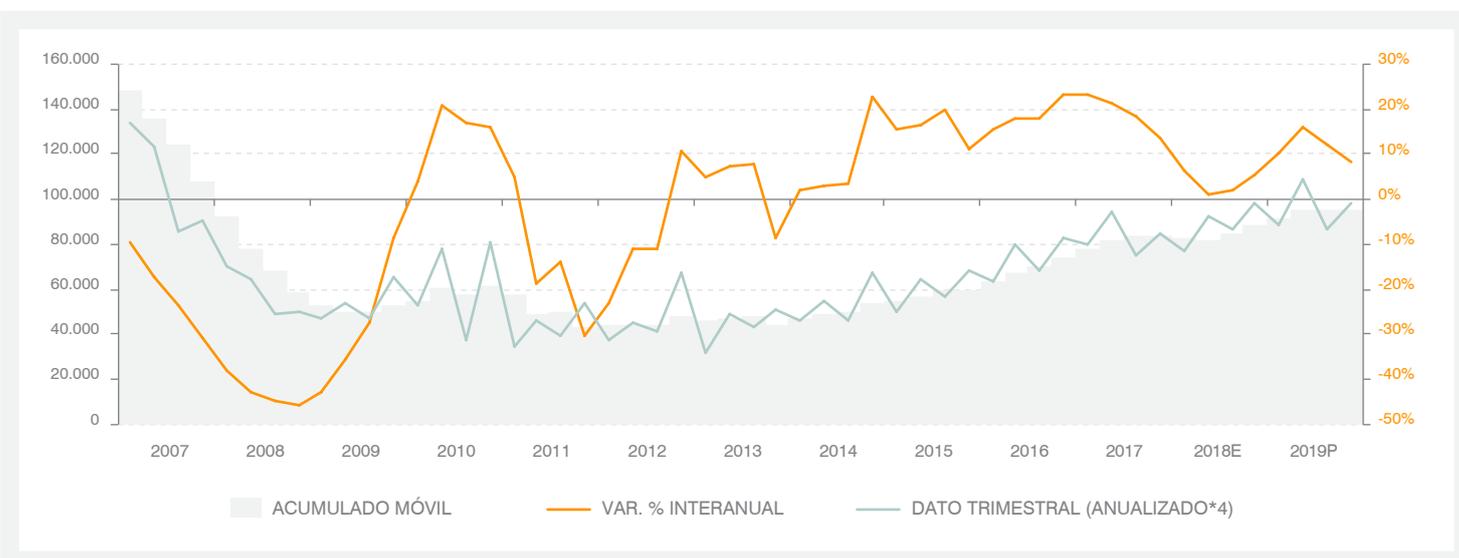
El sector residencial en Cataluña continúa presentando diferentes realidades en función de las zonas de las que se esté hablando, con un comportamiento general similar al del pasado año, salvo en el municipio de Barcelona. Como ubicación destacada dentro del mercado catalán, la capital parece estar alcanzando techo en el incremento de precios, de modo que en el mercado de segunda mano comienza a percibirse cierta moderación de éstos e incluso descensos en algunos barrios. No obstante, el mercado de obra nueva mantiene el elevado dinamismo que presentaba en meses anteriores.

La primera y segunda corona metropolitanas de Barcelona, así como las otras tres capitales de provincia, mantienen el comportamiento que presentaban en los meses anteriores, destacando quizá un ligero acortamiento de los tiempos de venta y una buena actividad residencial.

En cuanto a la vivienda vacacional, se mantiene la misma actividad dinámica que en periodos anteriores, tanto en la Costa Brava, especialmente en la comarca del Empordá, como en el Valle de Arán.

El stock residencial mantiene su concentración en zonas interiores y con demanda local en las que el volumen de producto sin vender supera la potencial, de modo que, aún con niveles bajos de precio, los periodos de venta son muy dilatados. También hay que considerar que una parte del que se registra en las estadísticas ha sido alquilado.

GRÁFICO 67. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.11 COMUNIDAD VALENCIANA

TABLA 19. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	8.727	10.055	15,2%	11.232	11,7%
Viviendas terminadas	6.068	6.982	15,1%	8.458	21,1%
Stock de vivienda nueva	89.318	86.460	-3,2%	83.931	-2,9%
Compraventas (vivienda libre)	74.617	87.737	17,6%	96.519	10,0%
Vivienda nueva	6.171	7.113	15,3%	8.003	12,5%
Vivienda segunda mano	68.446	80.625	17,8%	88.516	9,8%
Valor medio de las compraventas	109.555	114.649	4,6%	118.459	3,3%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

La situación en esta comunidad autónoma presenta pocas variaciones respecto a los dos semestres anteriores. Quizá lo más destacable es una mayor absorción de *stock* en ubicaciones de costa, con una perspectiva de mayor dinamismo para el próximo año, y el aumento de la actividad en la ciudad de Valencia como ya se apuntaba en ediciones anteriores. La liquidez del mercado ha aumentado, se está notando un incremento del precio y un importante repunte de la venta de obra nueva sobre plano, que incidirá en el crecimiento del volumen de obra nueva terminada que se prevé para 2019.

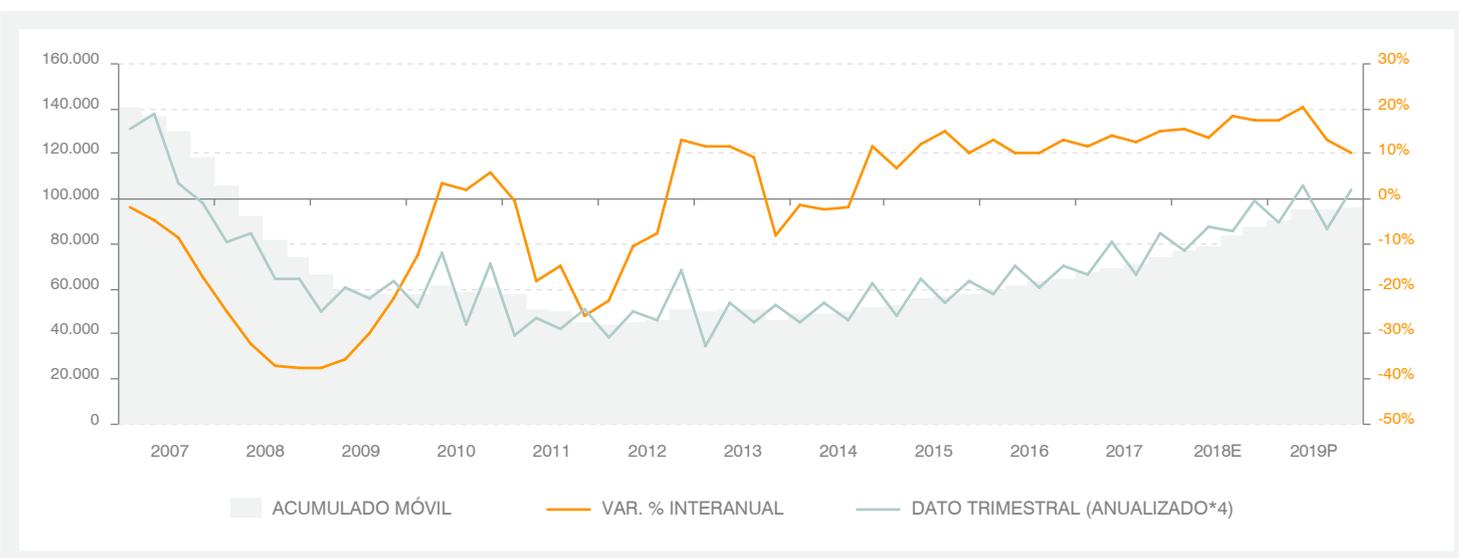
En el resto de localizaciones la situación se mantiene. Hay todavía importantes volúmenes de *stock* que se van absorbiendo lentamente a través de una demanda muy reactiva al precio, con mercados más activos en el entorno de la ciudad de Valencia, en Alicante y algo menos en Castellón. En las zonas más interiores, el comportamiento del mercado cambia teniendo niveles más bajos

de actividad, escasa promoción de obra nueva y drenaje más lento del *stock*.

Las ventas de obra nueva se van a mantener este año en niveles similares a los de 2017, con un volumen relevante de producto en *stock* proveniente de la crisis y de la finalización y venta de alguna obra parada. Para el próximo año, se prevé que crezca esta tipología de operaciones en la que cobrará más presencia la entrega de promociones que se han comenzado a vender y construir el pasado año y en el inicio de éste.

El valor medio de las compraventas ha subido este año debido a la mejor calidad del producto comercializado el pasado año, más que por un crecimiento real en los precios de mercado.

GRÁFICO 68. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.12 EXTREMADURA

TABLA 20. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	1.210	1.387	14,6%	1.533	10,5%
Viviendas terminadas	1.153	1.317	14,2%	1.440	9,3%
Stock de vivienda nueva	757	871	15,0%	1.004	15,3%
Compraventas (vivienda libre)	7.128	7.942	11,4%	8.490	6,9%
Vivienda nueva	302	389	28,7%	448	15,3%
Vivienda segunda mano	6.826	7.553	10,7%	8.042	6,5%
Valor medio de las compraventas	74.955	80.057	6,8%	82.136	2,6%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

Pocas variaciones presenta la situación del mercado residencial extremeño, que se mantiene en una dinámica muy similar a la que presentaba en los últimos meses, apuntando, si cabe, una ligera mejoría, que puede observarse en la evolución positiva de sus indicadores principales.

Las compraventas van a presentar un repunte a finales del presente año, fundamentado en el mayor volumen de operaciones realizadas en el mercado de segunda mano. La obra nueva también se incrementa, con un relevante aumento porcentual basado en una cifra de partida muy baja. El desfase existente entre la obra nueva terminada y las compraventas se debe, muy probablemente, a la finalización de proyectos paralizados que pueden no figurar como transmisiones de obra nueva en la estadística de ventas.

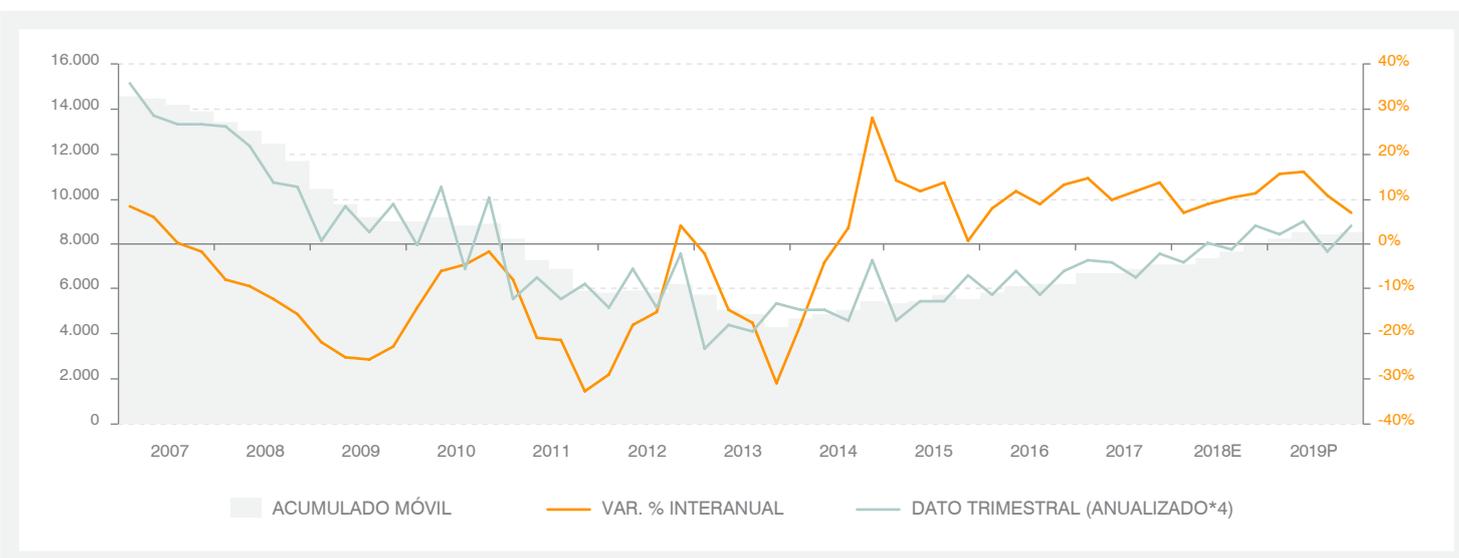
También el volumen de viviendas iniciadas de obra nueva esperado para finalizar el año y para el 2019 es algo más elevado que en 2017, indicando, al menos, una estabilización en la actividad promotora.

Los valores medios de las compraventas presentan también ligeras subidas, que pueden parecer porcentualmente elevadas a finales de este año por partir de una cifra realmente económica.

El único indicador negativo se observa en la evolución del *stock* que, debido a lo ya comentado respecto a las compraventas de obra nueva, presenta una dinámica ascendente al terminarse un mayor volumen de viviendas de las que se venden.

A destacar, tanto en Badajoz capital como en sus poblaciones más importantes (Don Benito, Almendralejo y Mérida), un repunte moderado de la demanda. En cuanto a Cáceres, también ha habido un incremento ligero de precios y una demanda que se focaliza, como en Badajoz, en las poblaciones con mayor número de habitantes: la capital Cáceres y Plasencia. Además del repunte de la demanda, en las capitales de provincia se puede apreciar también como la obra nueva se está volviendo a activar.

GRÁFICO 69. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.13 GALICIA

TABLA 21. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	2.370	2.573	8,6%	2.701	5,0%
Viviendas terminadas	1.812	1.983	9,4%	2.624	32,3%
Stock de vivienda nueva	23.346	22.412	-4,0%	21.577	-3,7%
Compraventas (vivienda libre)	17.009	19.010	11,8%	20.725	9,0%
Vivienda nueva	1.888	2.200	16,5%	2.812	27,8%
Vivienda segunda mano	15.121	16.809	11,2%	17.913	6,6%
Valor medio de las compraventas	109.295	112.085	2,6%	114.301	2,0%

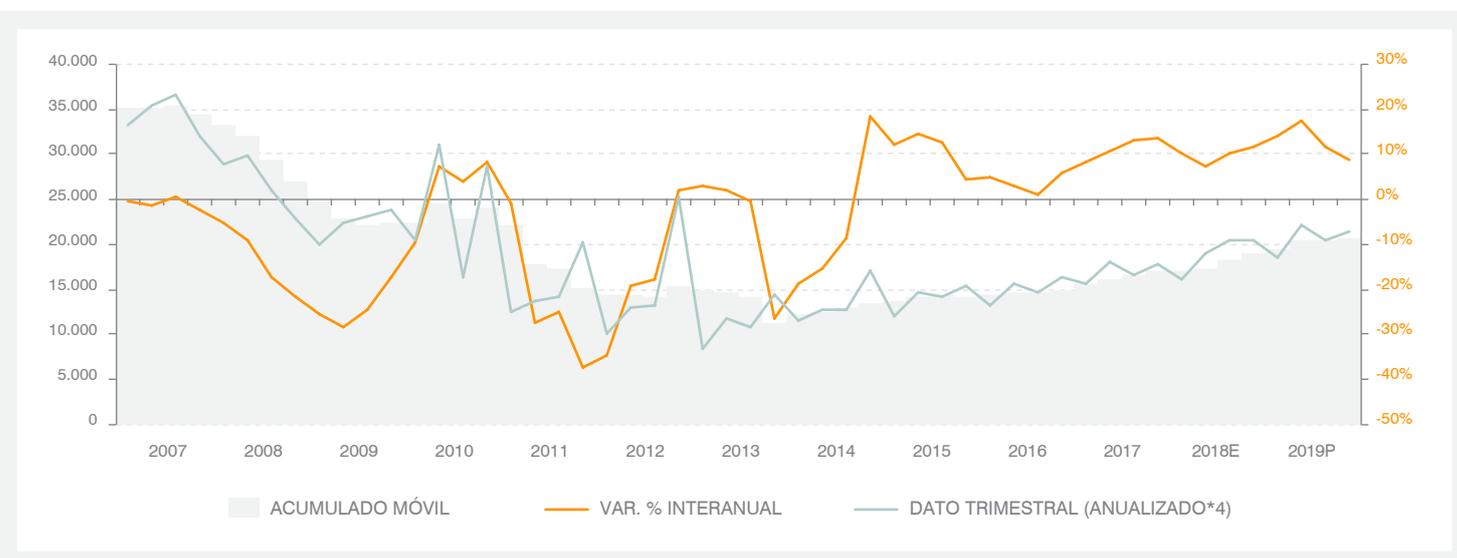
Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

El sector residencial continúa muy centrado en, por este orden, Vigo, como la ciudad más dinámica en producción de obra nueva de la comunidad, A Coruña y Santiago. La diferencia de Vigo con el resto de las ciudades gallegas estriba en su mayor actividad industrial y derivada que ha permitido crear una corona metropolitana de municipios que generan un nivel de dinamismo en el sector más allá del de la propia ciudad. En el resto de las ciudades el movimiento percibido es inferior, de modo que se podría también graduar el movimiento residencial de mayor a menor en Pontevedra, Lugo y Orense, en las que ya se están produciendo incluso algunas operaciones de compra de suelo, especialmente en las dos primeras de cara a promociones con previsión de salida inmediata.

El mercado de vivienda vacacional sigue muy marcado por la división entre Rías Altas y Rías Baixas e incluso a lo largo del último año se podría hablar de diferentes mercados diferenciados. Por un

lado, las localizaciones *prime* dirigidas a un público con mayor poder adquisitivo, generalmente localizadas entre Baiona y Sanxenxo (y sus respectivos entornos de costa); por el otro, hay zonas que tienen un producto dirigido a niveles de renta intermedio, generalmente por debajo de los 100.000€ y situadas por encima de Sanxenxo hacia la provincia de A Coruña; y, finalmente, el resto de áreas tienen un *stock* segmentado en localizaciones con demanda más focalizada a nivel local y de arraigo a la zona. La primera de ellas, la situada más al sur en el eje Baiona-Nigrán, es la que mayor actividad presenta con incrementos de precio y demanda más altas, contando también con una climatología más benigna. La costa cantábrica y la Costa da Morte siguen acumulando más *stock* y siendo más reactivas al precio al ser áreas en las que, además, las comunicaciones no se realizan de modo tan rápido como en el resto. Solo se excluye de esta situación la costa cercana a A Coruña y su entorno de costa Sur de Santiago, que sí mantiene un dinamismo más elevado.

GRÁFICO 70. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.14 COMUNIDAD DE MADRID

TABLA 22. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	19.147	24.356	27,2%	27.175	11,6%
Viviendas terminadas	11.300	12.968	14,8%	15.619	20,4%
Stock de vivienda nueva	41.258	40.237	-2,5%	39.355	-2,2%
Compraventas (vivienda libre)	76.600	86.992	13,6%	97.819	12,4%
Vivienda nueva	7.755	9.620	24,0%	13.507	40,4%
Vivienda segunda mano	68.845	77.373	12,4%	84.312	9,0%
Valor medio de las compraventas	212.640	230.378	8,3%	241.518	4,8%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

La demanda continúa siendo muy fuerte con reducidos periodos de venta y mantenimiento en el incremento de precios, tanto en obra nueva como en segunda mano. La zona *prime* de la almendra central y la zona noroeste de la capital siguen como las de demanda más elevada y en las que los incrementos de precio permanecen con un mayor crecimiento, pudiendo llegar a superar los dos dígitos porcentuales.

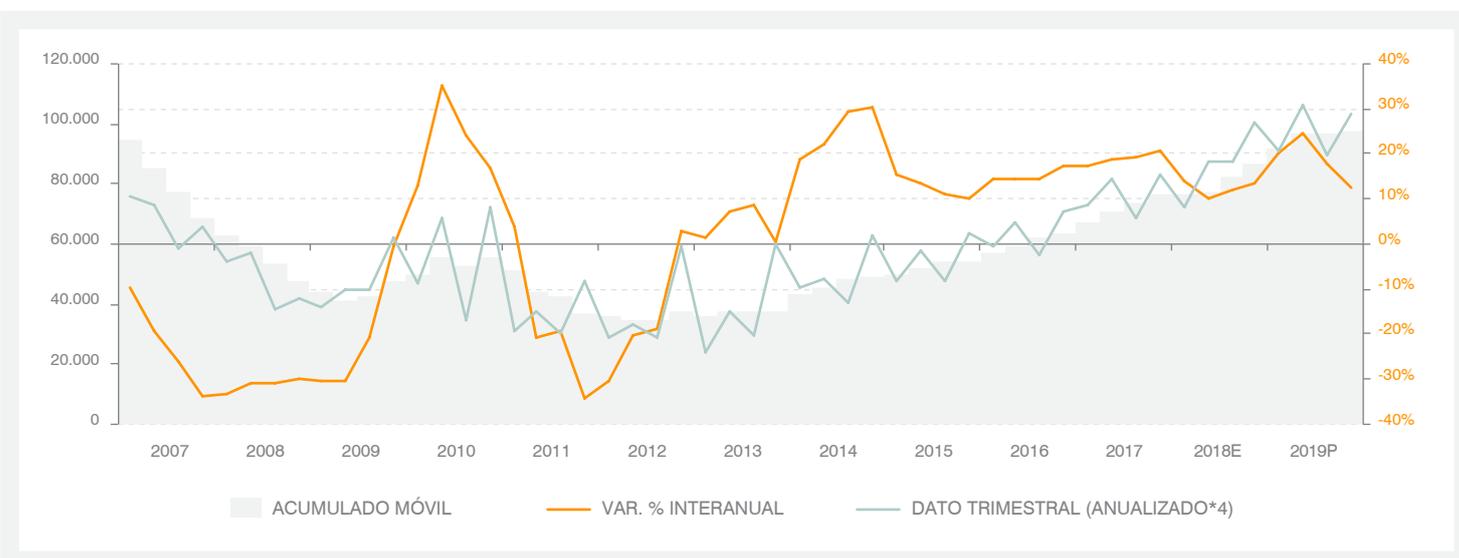
El comportamiento es similar en municipios del Área Metropolitana Oeste, como Boadilla del Monte, Majadahonda, Pozuelo de Alarcón o Las Rozas y, en general, de la primera corona metropolitana de la capital con poblaciones por encima de los 80.000 habitantes.

En esta ocasión, también cabe destacar el mejor comportamiento de la demanda de segunda residencia en municipios a los que se accede principalmente por la A-6, especialmente en vivienda unifamiliar. Esta búsqueda también se ha incrementado en el entorno de la A-1, con niveles de precios más reducidos que en el área anterior.

En municipios más alejados de la capital, por encima de los 40 o 50 kilómetros, las compraventas no terminan de reactivarse presentando una situación en la que el precio resulta determinante para detonar una operación, con preferencia por la vivienda unifamiliar y en la que las comunicaciones también resultan un factor concluyente en la decisión de compra. Es precisamente en estas localizaciones donde se produce la mayor concentración del *stock* pendiente de la capital, además de algunas situaciones puntuales en otros municipios con más demanda en las que, la mayoría de las ocasiones, el *stock* no se ha consumido como venta por haber pasado a formar parte del mercado de alquiler.

La buena marcha del mercado también está incrementando el diferencial entre los proyectos visados y los que finalmente se terminan, como ha ocurrido en otros momentos de mercado, con igual pujanza.

GRÁFICO 71. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.15 REGIÓN DE MURCIA

TABLA 23. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	1.182	1.863	57,7%	2.348	26,0%
Viviendas terminadas	666	766	15,0%	872	13,8%
Stock de vivienda nueva	22.096	21.322	-3,5%	20.635	-3,2%
Compraventas (vivienda libre)	14.956	18.023	20,5%	19.836	10,1%
Vivienda nueva	1.372	1.409	2,7%	1.497	6,2%
Vivienda segunda mano	13.584	16.615	22,3%	18.339	10,4%
Valor medio de las compraventas	93.256	95.548	2,5%	95.808	0,3%

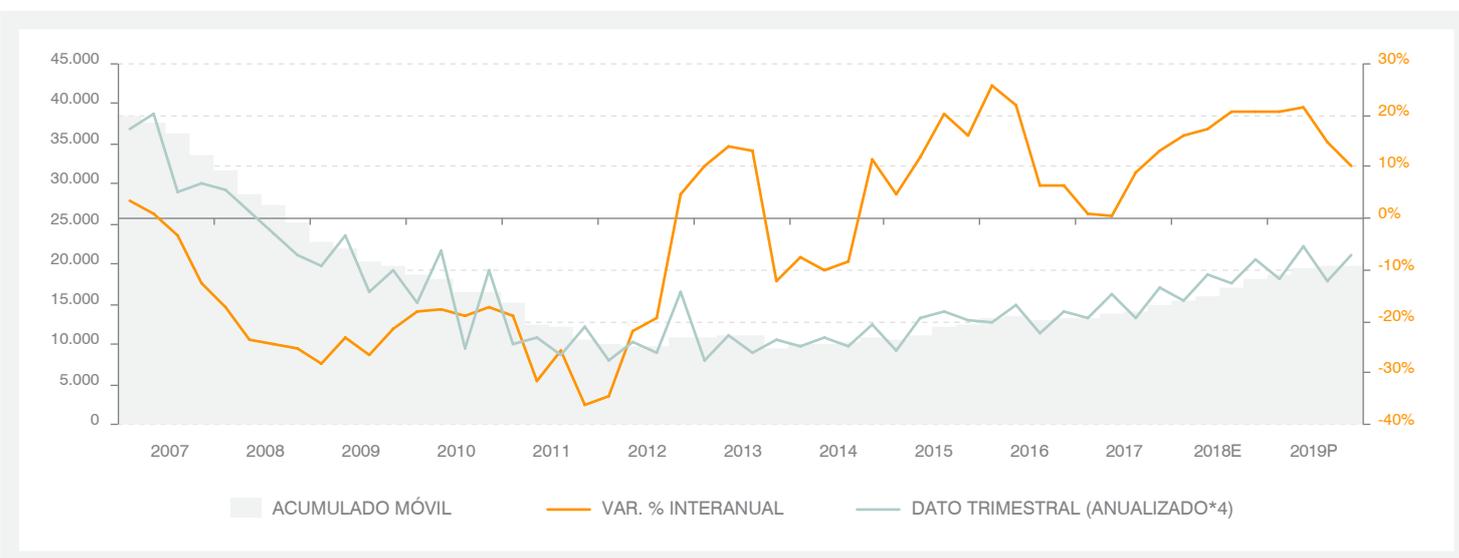
Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

La ciudad de Murcia ha presentado en el último trimestre un importante incremento de la actividad de obra nueva, con un considerable auge de la presencia de comercializaciones sobre plano y grúas. La reacción de la demanda ante este aumento de la oferta está siendo muy buena, alcanzándose óptimos niveles de comercialización.

Esta situación está incidiendo en un importante repunte en el volumen de viviendas iniciadas, tanto para este año como para el próximo, así como en una previsión de crecimiento constante de las terminadas que se reflejará especialmente a finales del año próximo y durante 2020. También podemos observar repuntes en el número de transacciones que están siendo relevantes en el presente año y lo serán en el que viene.

Fuera de esta localización, la situación de mercado se mantiene con elevados niveles de stock en productos muy reactivos al precio, con baja demanda y largos periodos de comercialización, a pesar de las buenas calidades de las viviendas.

GRÁFICO 72. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.16 NAVARRA

TABLA 24. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	1.328	1.811	36,4%	2.058	13,7%
Viviendas terminadas	1.197	1.273	6,3%	1.473	15,7%
Stock de vivienda nueva	1.222	1.185	-3,0%	1.153	-2,7%
Compraventas (vivienda libre)	5.590	6.147	10,0%	6.733	9,5%
Vivienda nueva	1.132	1.284	13,5%	1.579	22,9%
Vivienda segunda mano	4.458	4.862	9,1%	5.155	6,0%
Valor medio de las compraventas	145.452	154.037	5,9%	158.979	3,2%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

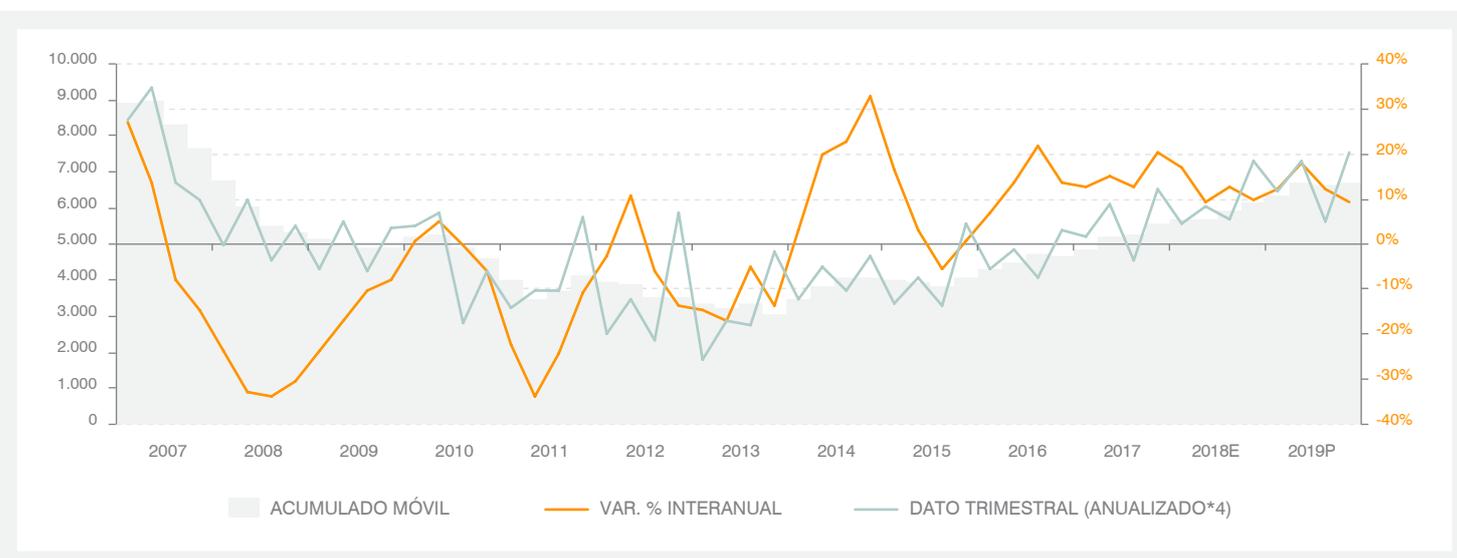
Se mantiene el dinamismo de mercado de los últimos años, continuando el incremento de inicio de obra nueva al abrigo de una buena situación económica. Pamplona mantiene el liderazgo de esta actividad, con un interés relevante tanto del comprador de primer acceso y reposición como del inversor. La demanda embalsada durante la crisis todavía no se ha agotado y mantiene unos importantes niveles de desarrollo residencial.

Además, la actividad también ha comenzado a ser más importante en otras localizaciones con mayor población como, por ejemplo, Estella. Incluso en el sur de la provincia, donde el mercado ha tardado más tiempo en recuperarse, se viene observando un número más alto de operaciones. En definitiva, el movimiento ya no se centra solo en la capital, sino también en otras poblaciones de referencia de la Comunidad Foral.

La demanda no solo es relevante en el mercado de obra nueva sino que también mantiene niveles importantes en la de segunda mano, como hemos comentado ya, con importante relevancia del inversor.

Cabe destacar la importancia de las transacciones de obra nueva en el mercado navarro que suponen algo más del 20% del total en 2018 y que se prevé que sean más del 23% en 2019. Estos porcentajes están muy por encima de los que se registran a nivel nacional donde las compraventas de obra nueva representan el 9,5% del total en 2018 y se prevé que sean del 9% para 2019.

GRÁFICO 73. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.17 PAÍS VASCO

TABLA 25. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	5.166	5.942	15,0%	6.476	9,0%
Viviendas terminadas	3.548	3.776	6,4%	4.489	18,9%
Stock de vivienda nueva	5.324	4.526	-15,0%	3.859	-14,7%
Compraventas (vivienda libre)	19.741	20.577	4,2%	22.189	7,8%
Vivienda nueva	2.325	2.470	6,2%	2.892	17,1%
Vivienda segunda mano	17.416	18.107	4,0%	19.298	6,6%
Valor medio de las compraventas	200.347	206.059	2,9%	210.524	2,2%

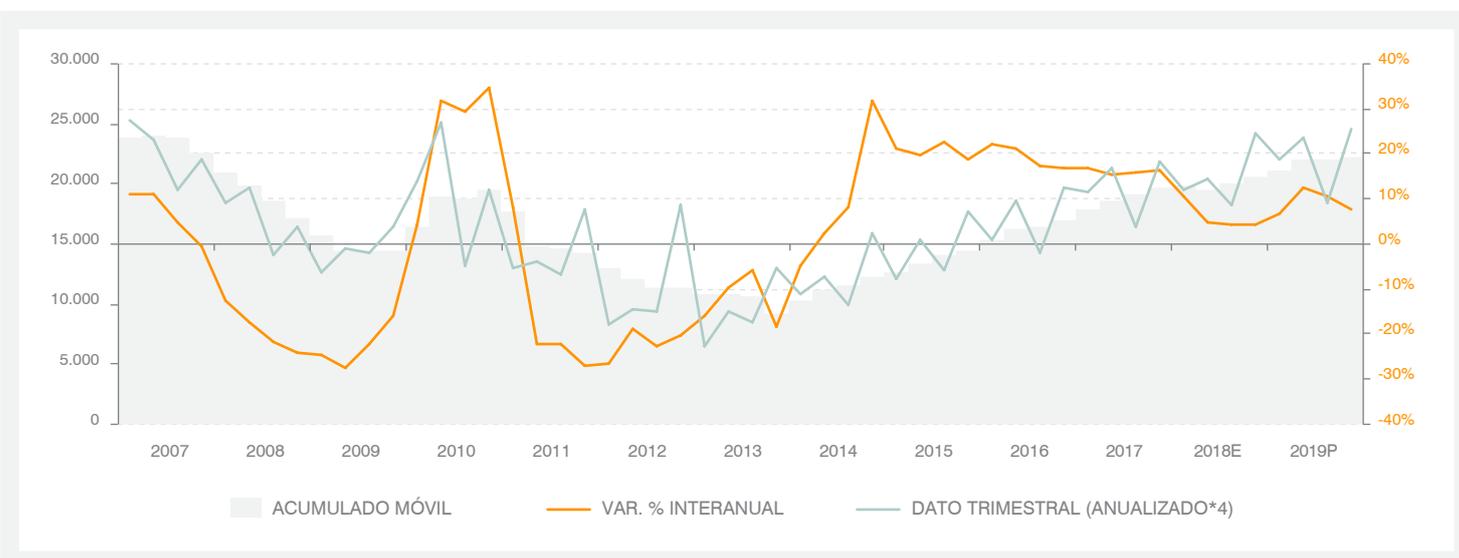
Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

La actividad promotora mantiene los niveles de producción de semestres anteriores, con importante carencia de producto de obra nueva, especialmente en San Sebastián y Bilbao, que no se llega a compensar con el mercado de segunda mano. En Vitoria, la construcción de viviendas parece estar presentando un ligero repunte en las zonas de nuevo desarrollo, no consolidadas todavía y en las que se ha ido consumiendo bastante *stock* en los pasados meses.

El mercado permanece muy dinámico, concentrado especialmente en las tres capitales de provincia y sus cinturones metropolitanos, y con inferior volumen de actividad en los municipios más interiores, que son los que concentran el *stock* restante.

El precio medio de las compraventas presenta un previsible leve descenso en el País Vasco en este año por una mayor concentración de las transacciones en localizaciones de menor importe medio por vivienda como son los cinturones periféricos de las grandes ciudades. Para el próximo año, tanto el incremento del peso de la obra nueva, como el del precio que se está produciendo en estas áreas por la mayor presión de la demanda hacen prever un aumento del importe medio de las ventas.

GRÁFICO 74. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.18 LA RIOJA

TABLA 26. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	424	301	-29,0%	309	2,6%
Viviendas terminadas	441	475	7,7%	464	-2,3%
Stock de vivienda nueva	9.154	9.063	-1,0%	8.997	-0,7%
Compraventas (vivienda libre)	3.486	4.289	23,0%	4.801	11,9%
Vivienda nueva	258	419	62,4%	586	39,9%
Vivienda segunda mano	3.228	3.870	19,9%	4.215	8,9%
Valor medio de las compraventas	122.906	125.092	1,8%	126.600	1,2%

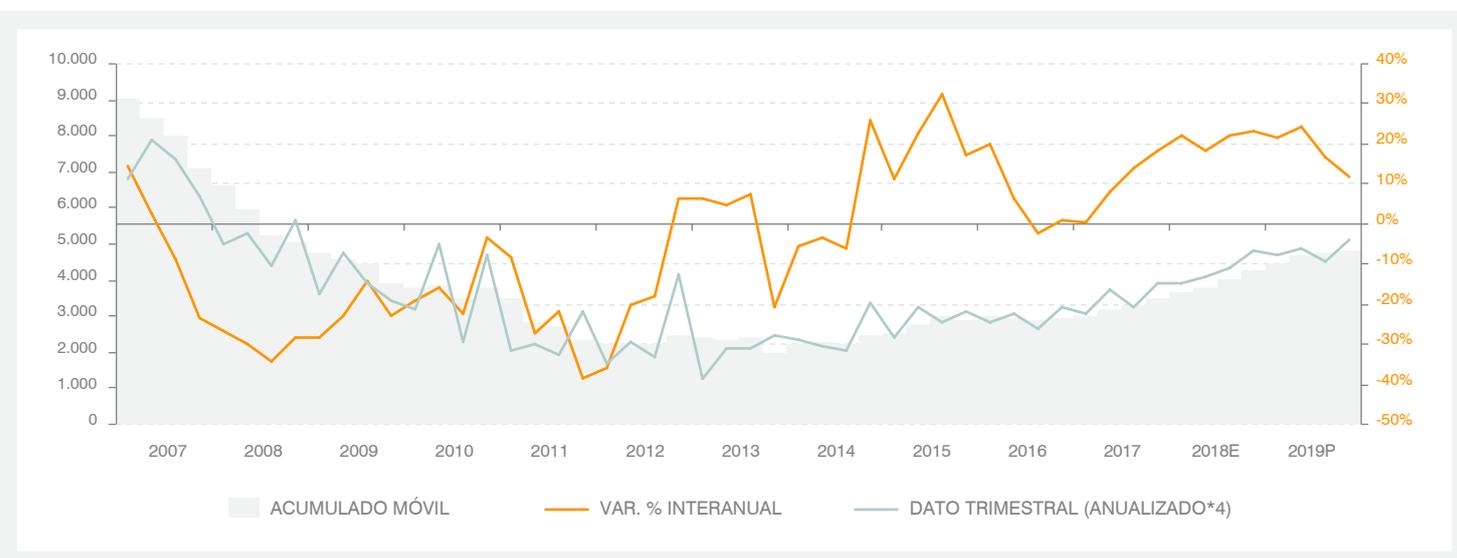
Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

La actividad promotora parece haber detenido el impulso de los dos últimos años, muy concentrada en la capital. El cliente de Logroño ha experimentado una cualificación importante a lo largo de estos últimos años, por lo que se ha interesado por comprar en el centro de la ciudad y ha ido expulsando demanda por precio hacia localizaciones periféricas, de modo que se ha reactivado, incluso, el nivel de actividad en Lardero, comenzando a consumirse *stock* e incluso iniciándose nuevas promociones.

El factor precio continúa siendo determinante en la decisión de compra, salvo en la zona céntrica de la ciudad, ya que la demanda sigue siendo muy reactiva a precios altos en el producto y esto puede llevar a la no finalización de las ofertas.

El mercado en el resto de la comunidad autónoma se mantiene en segmentos parecidos al de los semestres anteriores, con un componente muy local y algo más reactiva en los municipios de mayor tamaño. El volumen de producto en *stock* y en gestión por parte de entidades financieras o inversores continúa siendo elevado en estas zonas y va teniendo salida en el mercado de forma lenta.

GRÁFICO 75. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.



Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

8. VISIÓN POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS

8.19 CEUTA Y MELILLA

TABLA 27. PRINCIPALES MAGNITUDES.

	2017	2018E	%Var 2018/2017	2019P	%Var 2019/2018
Viviendas iniciadas	80	100	--	40	--
Viviendas terminadas	44	544	--	822	--
Stock de vivienda nueva	693	693	0,0%	695	0,3%
Compraventas (vivienda libre)	1.034	1.044	1,0%	1.198	14,7%
Vivienda nueva	209	246	17,7%	351	42,5%
Vivienda segunda mano	825	798	-3,3%	847	6,2%
Valor medio de las compraventas	159.578	153.487	-3,8%	148.568	-3,2%

Fuente: MFOM y elaboración propia. Nota: E (estimación), P (previsión).

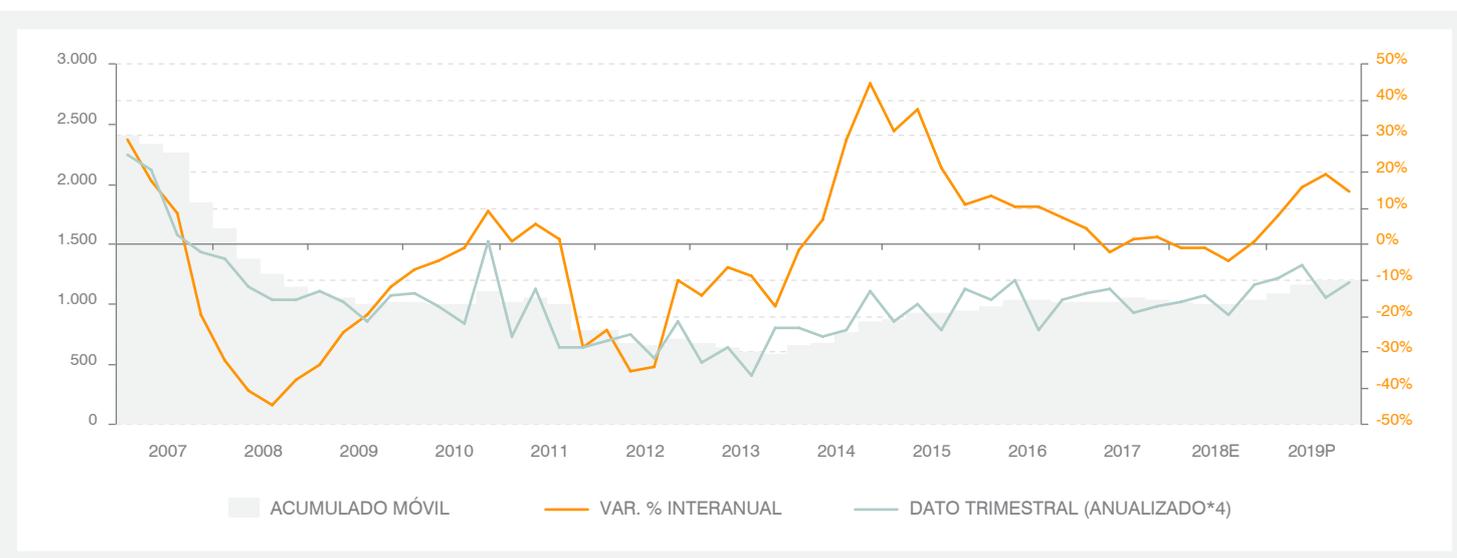
La actividad en estos mercados no ha presentado grandes variaciones respecto a semestres anteriores manteniendo, con las particularidades de estas ciudades, un buen nivel de dinamismo.

Parece que en este año se va a producir un ligero incremento en el volumen de viviendas iniciadas que, previsiblemente, se moderará el año que viene. El stock residencial apenas presenta variaciones y se concentra en producto en gestión que irá saliendo poco a poco al mercado y consumiéndose.

Los importes medios de las compraventas parece que se han ido moderando a lo largo del presente año y se prevé que continúen así en el futuro. La razón hay que buscarla en una mayor concentración de las transacciones en producto algo peor localizado, lo que hace descender el importe de las ventas. No obstante, en mercados con tan poco número de transacciones no se puede

hablar de un descenso del precio el cual, en función del comportamiento de la oferta y la demanda, podría presentar una tendencia diferente en los próximos años.

GRÁFICO 76. EVOLUCIÓN DE LA COMPRAVENTA DE VIVIENDAS.

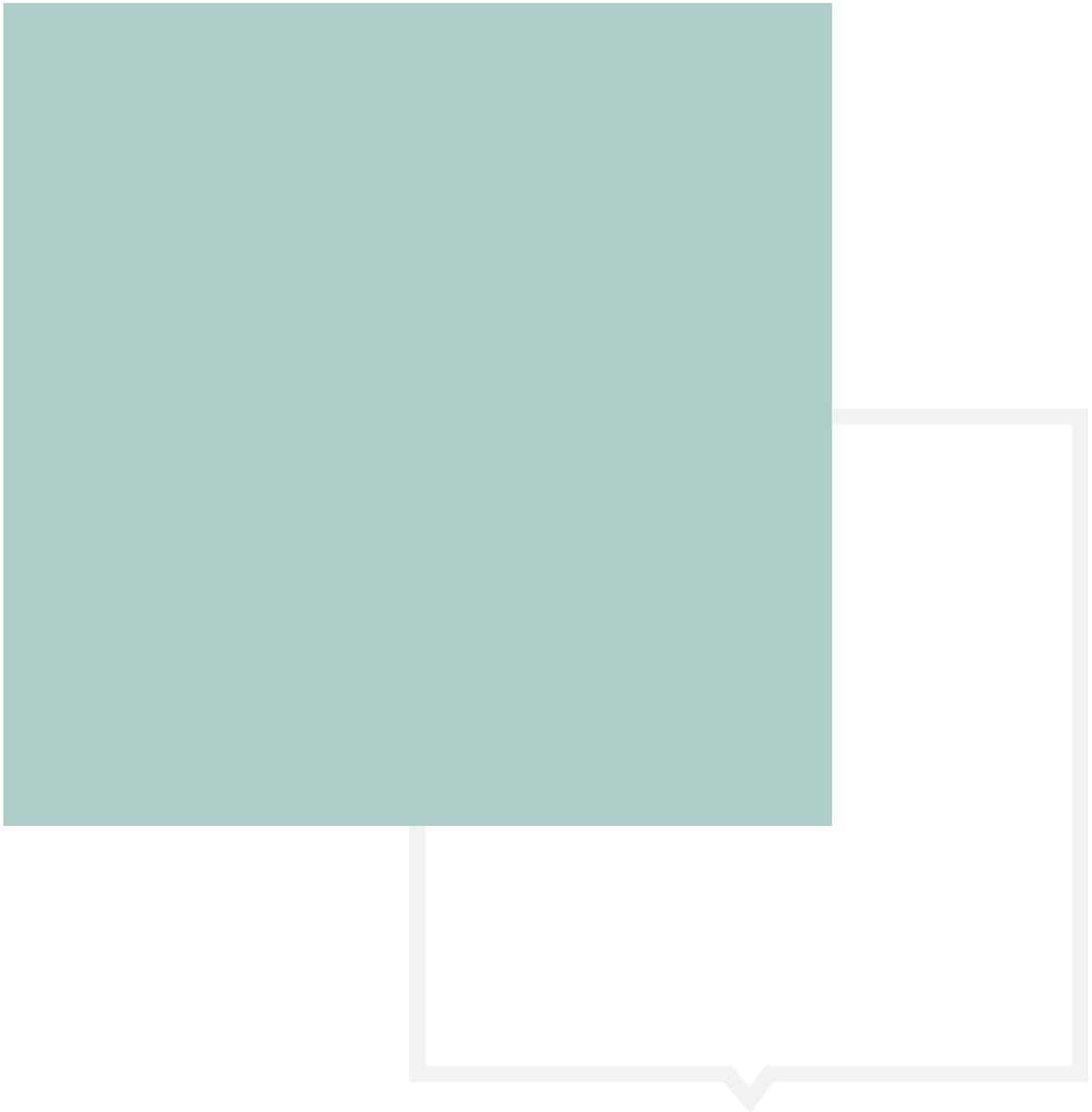


Fuente: MFOM y elaboración propia

Nota: E (estimación), P (previsión)

El acumulado móvil ofrece tamaño del mercado y genera una tasa de variación tendencial

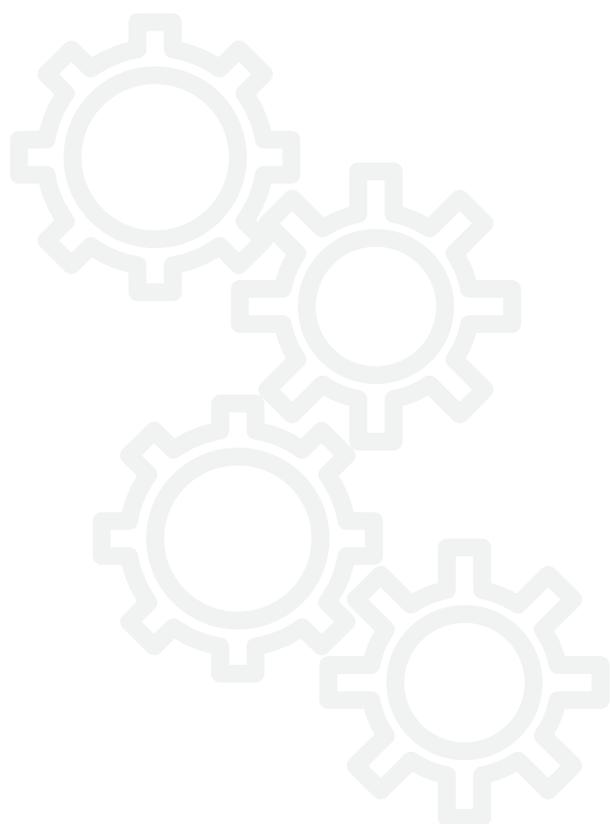
9. METODOLOGÍA



9. METODOLOGÍA

9.1 PREVISIONES REALIZADAS POR CEPREDE

Para realizar el análisis de previsiones, Servihabitat ha contado con el soporte de CEPREDE (Centro de Predicción Económica), centro especializado en predicciones económicas y empresariales desde 1981, al que posteriormente añadió el análisis sectorial y regional, para completar una amplia gama de modelos econométricos aplicados a intercambios comerciales, nuevas tecnologías, mercados de la energía, de los seguros y del automóvil, entre otros.



El trabajo de previsión de la evolución de las principales variables que definen el mercado residencial en España se ha organizado en las siguientes fases:

1ª FASE

Mediante un conjunto de variables de oferta y de demanda, incluyendo precios, a partir de la información de fuentes oficiales, se modeliza la realidad del sector inmobiliario a nivel nacional.

2ª FASE

Dicha modelización se enmarca dentro del contexto económico macro, que resume trimestralmente el modelo Wharton-UAM de CEPREDE, con más de 1.000 variables de todas las dimensiones, para contextualizar el sector dentro del escenario principal de la economía en materia de empleo, inflación, consumo, inversión, población, hogares, financiamiento, etc.

3ª FASE

De esta manera, la previsión sectorial es congruente con el entorno y, a continuación, se procede a descender al ámbito territorial de las comunidades autónomas.

Además, se dispone de una representación de variables de oferta, demanda y precios del sector inmobiliario. La previsión se realiza para el año 2018 y también se dispone de variables con información mensual y trimestral para capturar los cambios de la manera más temprana posible.

4ª FASE

Las previsiones regionales se instrumentan por parte de CEPREDE mediante un modelo de alta frecuencia mensual para las comunidades autónomas con variables clave.

5ª FASE

En la parte final del proceso y contando con la información procedente de la encuesta realizada por Servihabitat a su Red de agentes colaboradores (APIs), se contrastan las previsiones con las opiniones de los especialistas del sector inmobiliario.

9. METODOLOGÍA

9.2 ENCUESTAS A LA RED DE AGENTES COLABORADORES (APIs) DE SERVIHABITAT

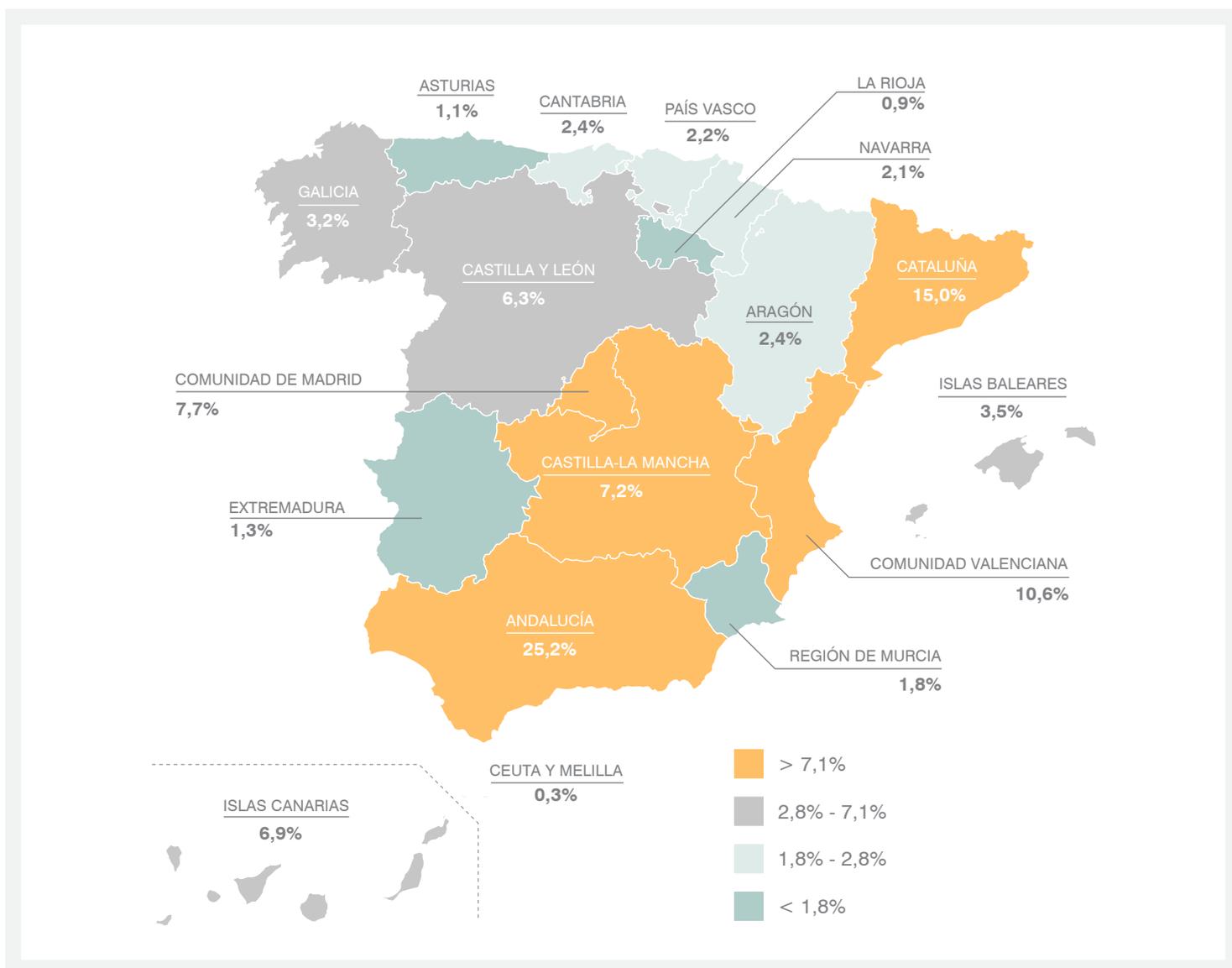
Para establecer el pulso sobre la evolución del mercado residencial según la opinión de los agentes comerciales que conforman la Red de agentes colaboradores (APIs) de Servihabitatt se ha optado por la elaboración de una encuesta.

Para ello, se ha realizado un cuestionario estructurado y diseñado al efecto, que cada uno de los agentes ha podido responder de manera individual.

Las preguntas se han formulado en función del área geográfica en la que cada agente ejerce su labor comercial, así como el mercado

principal de demanda al que se dirige: primera residencia, segunda residencia o ambas. A su vez, se han incorporado las valoraciones y opiniones sobre el mercado ofrecidas por los Directores Territoriales de Servihabitatt, que han servido para ampliar la información analizada y profundizar en datos locales.

Los resultados consolidados en los cuestionarios reflejan las opiniones de 914 agentes, cuya distribución geográfica es la siguiente:



Fuente: Servihabitatt. Encuesta de Septiembre de 2018

Nota: Los intervalos que presenta la leyenda corresponden a los cuartiles de la muestra

9. METODOLOGÍA

9.3 FUENTES DE INFORMACIÓN UTILIZADAS EN EL INFORME

SURVEY DATA: SERVIHABITAT

Cuestionario de 30 preguntas dirigidas a una amplia muestra de en torno a 1.000 agentes colaboradores (APIs), con frecuencia semestral (marzo y septiembre).

HARD DATA: FUENTES OFICIALES CONSULTADAS

1. Banco de España
2. CEPREDE (Centro de Predicción Económica)
3. CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas)
4. Colegio General del Notariado
5. Colegio Oficial de Registradores
6. Eurostat
7. INE (Instituto Nacional de Estadística)
8. MFOM (Ministerio de Fomento)
9. MINECO (Ministerio de Economía, Industria y Competitividad)
10. Seguridad Social
11. SEPE (Servicio Público de Empleo)

La información referida al mercado de alquiler que aparece en el presente documento ha sido elaborada a partir de fuentes oficiales, datos propios de la cartera de inmuebles de alquiler gestionada por Servihabitat, así como de los principales portales inmobiliarios que ofrecen viviendas en alquiler.





Servihabitat

AVISO: Este es un documento informativo que contiene previsiones y estimaciones que pueden estar sujetas a cambios sin notificación previa. Servihabitat no se responsabiliza del uso que hagan terceros de las informaciones contenidas en dicho documento.

MADRID

Avda. de Burgos, 12
28036 - Madrid

BARCELONA

C/ Provençals, 39
08019 – Barcelona

Tel: (+34) 902 15 01 02 | contactocorporativo@servihabitat.com





CURSO/GUÍA PRÁCTICA DE MARKETING INMOBILIARIO Y ESTUDIOS DE MERCADO INMOBILIARIOS





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	21
PARTE PRIMERA	22
El marketing inmobiliario y la creación del producto inmobiliario.	22
Capítulo 1. El producto inmobiliario atendiendo a la demanda.	22
1. Las necesidades de la demanda potencial de un producto inmobiliario.	23
a. El producto inmobiliario y el mercado.	24
b. Diseño y presentación del producto inmobiliario.	24
c. Competencia de otros promotores inmobiliarios.	24
d. Capacidad técnica y de producción para el producto inmobiliario previsto.	24
e. Capacidad financiera.	24
f. Canales de comercialización del producto inmobiliario.	25
2. Estrategia de suelo en el que promocionar.	25
3. Cálculos y estudios de rentabilidad inmobiliaria.	26
TALLER DE TRABAJO	28
El Marketing inmobiliario en internet (Inbound marketing).	28
TALLER DE TRABAJO	39
Esquemas. Las 4 P del marketing inmobiliario: (Producto, Precio, Plaza y Promoción).	39
PARTE SEGUNDA	51
Departamento de marketing de una promotora inmobiliaria.	51
Capítulo 2. El equipo comercial de promotora inmobiliaria	51
1. Uno sólo vende 1 piso. Un equipo de 2, vende 5 pisos.	51
2. El Jefe de Ventas de una Promotora Inmobiliaria: es más fácil vender que enseñar a vender.	57
TALLER DE TRABAJO.	61
Organigrama comercial de una empresa inmobiliaria.	61
1. La gestión comercial en la estructura de la empresa inmobiliaria.	61
Dirección de marketing o comercial	61
2. Funciones de dirección para la promoción y venta de inmuebles.	62
Planificación	62
Organización	62
Personal	62
Dirección	62
Control	62
a. Estrategia de productos inmobiliarios.	63
b. Estrategia publicitaria y promocional inmobiliaria.	63
Equipos de ventas y colaboradores externos.	64
Participación en la política de precios.	64
Investigación comercial.	64



3. Organización de la Dirección Comercial inmobiliaria.	64
a. Las formas de organización	64
b. Servicios de apoyo a la Dirección Comercial.	66
Servicio de Estudios Comerciales (SEC).	66
Servicio de Ejecución de Ventas (SEV).	67
TALLER DE TRABAJO	68
¿Cómo diseñar un producto inmobiliario?	68
1. Perspectiva comercial del producto inmobiliario.	68
2. Producto que encaje en la demanda inmobiliaria.	69
3. Diseño del producto inmobiliario.	69
4. Análisis de la competencia inmobiliaria.	69
5. Análisis realista de la capacidad de la promotora inmobiliaria para un producto inmobiliario.	70
6. Estimación del coste de marketing de un producto inmobiliario.	70
TALLER DE TRABAJO	71
La perspectiva comercial en la selección de suelo para promociones inmobiliarias.	71
1. Búsqueda y selección de suelo para una promoción inmobiliaria.	71
2. Determinar el tipo de suelo a adquirir.	72
a. Detalle del tipo de suelo de interés.	72
b. Información urbanística e inmobiliaria requerida.	72
c. Plan de negociación con presencia de la propiedad.	72
3. Estudio preliminar de rentabilidad.	72
TALLER DE TRABAJO	73
La perspectiva comercial en la concepción del producto inmobiliario.	73
1. ¿Cuáles son los factores de aprecio del producto inmobiliario?	73
a. Cualidades funcionales.	73
b. Relación precio/calidad.	74
c. Aprovechamiento de superficie y distribución.	74
d. Diseño exterior del inmueble. Fachadas.	74
d. Diseño interior del inmueble. Acabados.	74
e. Nombre de la promoción.	74
f. Reputación y marca de la promotora inmobiliaria.	75
2. Diseño y concepción del producto.	75
a. Fidelidad al estilo de la promotora inmobiliaria. Satisfacción de clientes anteriores.	75
b. Comparativa con competencia.	75
c. Tendencias de diseño inmobiliario.	75
3. Factores comerciales a considerar en la selección de promociones inmobiliarias.	76
a. Suelo. Zona y entorno.	76
b. Rentabilidad.	76
c. Mercado de zona. Demanda.	76
d. Concepción general del encaje de la promoción inmobiliaria en la zona.	76
TALLER DE TRABAJO.	77



¿Cómo establecer el precio correcto? _____	77
1. Precios en función del coste _____	77
2. Precios en función de un conocimiento superficial de la oferta _____	78
3. Precio adecuado y marketing de soporte. _____	79
TALLER DE TRABAJO _____	81
Planificación, comercialización y marketing de áreas industriales. _____	81
1. El Plan Director y precomercialización. _____	81
2. Comercialización de parques empresariales. _____	82
3. Innovación en el Plan Director y diferenciación para mejorar el marketing. _____	83
4. Comercialización y Marketing de áreas empresariales. Métodos. _____	84
5. Fases en la comercialización _____	84
Estudio de alternativas estratégicas de comercialización. _____	84
Elaboración del plan integral de comercialización. _____	84
Precomercialización de un área piloto. _____	85
Comercialización de un área piloto. _____	85
Precomercialización del resto del ámbito. _____	86
Comercialización del resto del ámbito. _____	86
6. Política de comunicación ajustada al marketing. _____	86
7. Clases de Marketing. _____	87
Caso práctico. El proceso de marketing de un área empresarial _____	87
TALLER DE TRABAJO. _____	89
Prima de riesgos y rentabilidad de suelo industrial (polígonos industriales y logísticos). _____	89
CHECK-LIST _____	91
Realización de un Plan director de comercialización relacionado con el plan de negocio y el estudio de rentabilidades (TIR / VAN) _____	91
Elaborar el Plan Director _____	91
Elaborar el Plan de Precomercialización _____	91
Elaborar el Plan de Comercialización _____	91
Establecer la estrategia de Comunicación _____	91
Elaborar el Plan de Marketing (incl. DAFO) _____	91
Elaborar la Cuenta de Resultados Previsional y estudio de rentabilidades (TIR / VAN) _____	91
PARTE TERCERA _____	92
Marketing mix inmobiliario. _____	92
Capítulo 3. Plan de Marketing y marketing mix (producto inmobiliario demandado, precio, publicidad). _____	92
• Política de productos. _____	92
• Política de precios. _____	92
• Política de fuerzas de venta. _____	92
• Política de publicidad, promoción y relaciones públicas. _____	92



TALLER DE TRABAJO _____ **94**

¿Qué es el marketing mix inmobiliario? Las "4Ps" _____ **94**

1. La función del marketing mix será la de lograr incrementar la satisfacción del cliente, para que éste vuelva a escoger el producto y además lo recomiende. _____ **94**

2. Las "4Ps" _____ **95**

Precio _____ 95

Producto _____ 96

Distribución _____ 96

Promoción _____ 96

3. Las 3P que se añadieron a las 4P. _____ **96**

Personal _____ 96

Procesos _____ 97

Presentación _____ 97

TALLER DE TRABAJO _____ **98**

El estudio del mercado. Marketing estratégico: el plan de marketing. Marketing mix: precio, producto, promoción y distribución. _____ **98**

1. El estudio del mercado _____ **98**

Precio _____ 98

Clientes potenciales _____ 98

Competencia _____ 98

2. El mercado inmobiliario. _____ **99**

a. Tamaño del mercado _____ 99

b. Estructura del mercado _____ 99

c. Estructura del mercado _____ 100

3. La clientela inmobiliaria. _____ **101**

¿Qué hay que saber de los clientes? _____ 101

4. ¿Cómo y dónde encontrar información sobre el potencial cliente inmobiliario? _____ **101**

5. El producto inmobiliario. _____ **102**

6. ¿Cómo diferenciar el producto inmobiliario? La marca. _____ **103**

7. El precio _____ **104**

8. La publicidad inmobiliaria: dar a conocer el producto con un mensaje adecuado a los compradores inmobiliarios. _____ **104**

Capítulo 4. El marketing en el proceso de concepción de productos inmobiliarios.

Características del producto inmobiliario. _____ **106**

La importancia de los factores en el diseño y concepción del producto. _____ 106

- Cualidades funcionales _____ 106

- Relación de calidad _____ 106

- Superficie y distribución _____ 106

- Estética externa _____ 106

- Estética interna _____ 106

- Nombre _____ 106

- Marca _____ 106

TALLER DE TRABAJO _____ **109**



Los factores que aseguran el éxito de un producto inmobiliario.	109
Factor suelo.	109
Factor rentabilidad.	109
Factor mercado/demanda.	110
Factor zona	110
Factor duración de promoción inmobiliaria.	110
Factor diseño del producto inmobiliario.	110
Factor financiación.	110
Factor planning de construcción.	110
Factor calidad de producto inmobiliario.	110
Factor precio	110
Capítulo 5. Técnicas de marketing inmobiliario según el producto.	111
1. Para producto residencial	111
a. Demanda familiar	112
b. Demanda unipersonal	113
c. Segunda residencia	113
d. Tercera edad	114
e. Inversores	114
2. Para oficinas, industrias y locales comerciales	114
a. Producto industrial	114
b. Producto terciario (oficinas y locales)	115
c. Garajes y varios.	115
TALLER DE TRABAJO	116
¿Qué nos enseña un estudio previo de la demanda inmobiliaria?	116
Motivaciones de los compradores inmobiliarios.	116
Características del producto inmobiliario.	116
Características de la demanda inmobiliaria.	116
Capítulo 6. Los elementos que deciden la compra de una vivienda.	118
1. Introducción.	118
2. Primera residencia	119
Ubicación	119
Precio	119
Calidades de la vivienda	119
Transporte público	120
Proximidad al lugar de trabajo o estudios de los miembros del hogar.	120
3. Segunda residencia	120
Ubicación	120
Precio	120
Calidades de la vivienda	120
Climatización	120
Inversión.	121
4. Conclusión. La valoración de la postventa como imagen de marca.	121
Capítulo 7. La publicidad para dar a conocer el producto.	123
1. Introducción al ámbito publicitario.	123
2. Concentración en prensa.	124



3. Requisitos del anuncio en prensa. _____	125
4. La radio. _____	126
5. Requisitos de la cuña publicitaria en radio. _____	126
6. La visita, la clave de la venta. _____	127
7. El folleto. _____	127
8. Requisitos del folleto a entregar en la visita. _____	127
9. Las técnicas agresivas americanas. _____	127
10. La información por teléfono _____	129
TALLER DE TRABAJO _____	131
Caso práctico. ¿Cómo diseñar un folleto informativo de una promoción inmobiliaria? _____	131
1. Los datos técnicos figuran en el estudio de viabilidad de la promoción inmobiliaria. _____	131
2. Preparación de la documentación para ser adjuntada en folleto informativo. _____	132
Planos _____	132
Memoria de calidades. _____	132
Precios y condiciones de pago. _____	132
Documentación contractual y legal. _____	132
Diseño de la carpeta de presentación. _____	132
TALLER DE TRABAJO. _____	135
¿Hay alguna estrategia infalible para vender inmuebles? No. _____	135
TALLER DE TRABAJO _____	137
Las claves de un buen anuncio de venta de vivienda. _____	137
1. La descripción de la vivienda. _____	137
2. La foto de calidad. _____	137
3. El vídeo inmobiliario. El detalle al que no llega la foto. _____	137
4. Las redes sociales. _____	138
TALLER DE TRABAJO _____	139
El Home Staging en el marketing inmobiliario. Diferencias entre el Home Staging y el interiorismo. _____	139
1. ¿Qué es el home Staging? _____	139
2. Origen del Home Staging. _____	140
3. Diferencias entre el Home Staging y el interiorismo. _____	140
4. Ventajas del Home Staging. _____	141
5. Técnicas Home Staging. _____	141
a. Resaltar los puntos fuertes y minimizar los puntos débiles de un inmueble. _____	142
b. Consejos del Home Staging. _____	143
6. ¿Por qué es mejor que lo haga un profesional de Home Staging? _____	143



TALLER DE TRABAJO.	145
El dossier de ventas: la respuesta a todas las preguntas.	145
Dossier de información	145
Sobre la empresa.	145
Sobre la obra.	145
Sobre la oferta y la demanda.	145
Sobre la comercialización.	146
Sobre el producto.	146
Sobre la venta.	146
Fichas de venta inmobiliaria.	146
Postventa.	147
PARTE CUARTA	148
Marketing inmobiliario para comerciales.	148
Capítulo 8. Técnicas de marketing inmobiliario en relaciones personales.	148
1. La importancia del contacto personal.	148
2. El primer contacto: el decisivo.	150
3. No es caro: lo vale.	152
4. Una respuesta a cada "pero".	153
TALLER DE TRABAJO.	156
Guía de conversación en marketing inmobiliario telefónico.	156
Comprador: Al contado	159
TALLER DE TRABAJO.	160
Check-list de los pasos a seguir en el proceso de venta.	160
1. Aspectos generales de la actividad comercial inmobiliaria.	160
2. ¿Qué decir en la primera visita del cliente?	164
3. El momento del "sí compro".	165
Capítulo 9. El Piso piloto: la clave del éxito.	168
1. ¿Por qué es tan decisivo el piso piloto?	168
2. ¿Por qué el piso piloto no puede ser la oficina de venta?	173
3. Oficinas centrales de venta.	174
4. Oficinas periféricas de ventas.	174
5. Oficinas móviles de venta.	174
Capítulo 10. Estructuración por fases de aproximación del cliente en la venta inmobiliaria: claves para el éxito.	176
1. La visita o presentación de la oferta inmobiliaria.	177
2. ¿Cómo efectuar la oferta	178
3. Tratamiento de las objeciones.	178



4. Remate de la venta y seguimiento del cliente. _____	178
5. Conclusiones _____	181
TALLER DE TRABAJO. _____	183
Argumentos de venta _____	183
Capítulo 11. La postventa. Entrega de viviendas y servicio al cliente: imagen de marca. _____	186
TALLER DE TRABAJO. _____	189
El servicio postventa inmobiliario _____	189
TALLER DE TRABAJO. _____	190
La postventa inmobiliaria, la gran asignatura pendiente. _____	190
Capítulo 12. La fidelización del cliente. _____	192
1. Vale más un cliente que una venta. _____	192
2. La fidelización según se la clase de promotora. _____	192
3. Ahorre de costes de comercialización. _____	195
4. Vender otros productos a los mismos clientes. _____	195
5. Indicadores de satisfacción y mercado. _____	195
6. Aumentar el valor añadido día a día. _____	196
Capítulo 13. El marketing en la promoción en comunidad y cooperativa. _____	198
1. Introducción. _____	198
2. ¿Por qué se vende mal y con margen de beneficio, frente a la gran demanda? _____	198
3. Cuando el ahorro no vence las dudas del futuro comunero. _____	199
4. El perfil de la demanda. Gran ciudad: cooperativa. Mediana: comunidad. _____	201
5. Ventajas e inconvenientes de las cooperativas y comunidades. _____	203
Capítulo 14. Consejos finales y resumen de conceptos. _____	205
Factores de compra _____	205
Lista de espera _____	205
Canales de venta _____	205
Clientes vendedores _____	205
Oficina de venta in situ _____	206
Piso Piloto _____	206
Vendedor competente consciente _____	206
Formación _____	206
Control de calidad _____	206
Horarios _____	206
Atención telefónica _____	206
Informarse de las necesidades _____	207
Venta en grupo _____	207
Precio _____	207
Seguimiento _____	207
La primera visita _____	207
Publicidad _____	207



Costes de comercialización _____	208
Honorarios de vendedores _____	208
Plan de medios _____	208
Control de resultados _____	208
Ratio de ventas _____	209
Posventa _____	209
Atención _____	209
Expectativas _____	209
SAT _____	209
Proceso burocrático-técnico _____	209
Fidelizar clientes _____	209
Fichero de clientes _____	210
Objetivo cero en insatisfacción _____	210
Entrega de llaves _____	210
Formulario de entrega de llaves _____	210
Incidencia _____	210
Manual de instrucciones _____	210
Estatutos reguladores de la comunidad de propietarios _____	210
Rectificación de servicio _____	210
Control del grado de satisfacción final del cliente _____	210
Interrelación del SAT con otros departamentos _____	211
Las responsabilidades del SAT _____	211
Revisión anticipada de la vivienda _____	211
Tratamiento de post-venta _____	211
Percepción final del cliente _____	211
CHECK-LIST _____	213
Desarrollar un programa de mejora de comercialización inmobiliaria. _____	213
1. Venta por objetivos. _____	213
2. Estructurar la venta. Decisión de venta personal. _____	213
3. Prospección de Clientes y técnicas de fidelización. _____	213
4. Técnicas de venta inmobiliaria. _____	214
5. Negociación y cierre en venta inmobiliaria. _____	214
PARTE QUINTA. _____	216
Publicidad en la compraventa de inmuebles. Reglas a respetar por el promotor _____	216
Capítulo 15. Publicidad en la compraventa de inmuebles. _____	216
1. Reglas publicitarias a respetar por el promotor _____	216
2. ¿Qué información es ilícita? _____	217
3. Medidas de protección que la normativa de consumidores y usuarios prevé para el comprador de vivienda. _____	217
4. Los anuncios, panfletos y en general todo folleto publicitario _____	220
TALLER DE TRABAJO _____	222
Los jueces ya han dicho mucho de los “folletos”. _____	222
TALLER DE TRABAJO _____	224



Cuidado con los plazos de entrega que los jueces ya han dado disgustos serios. _____	224
TALLER DE TRABAJO _____	229
El régimen de las cantidades entregadas a cuenta de vivienda _____	229
Ley 20/2015, de 14 de julio, de ordenación, supervisión y solvencia de las entidades aseguradoras y reaseguradoras (disposición final tercera) que deroga la Ley 57/1968. _____	229
CHECK-LIST _____	239
Principales estrategias de comercialización y marketing inmobiliario para llegar al cliente nacional y extranjero. _____	239
Análisis de las mejores herramientas de marketing para la promoción y ventas de los diferentes productos inmobiliarios turísticos. _____	239
Métodos que pueden utilizarse para fijar el precio de venta. _____	239
¿Cómo analizar los datos de mercado?: estudiar la oferta y demanda. _____	239
Actuales técnicas de investigación de mercado como base de la promoción y del proyecto con el fin de enfocar cada promoción al tipo de cliente. _____	239
¿Cómo establecer el mejor plan de Marketing y comunicación para captar y fidelizar clientes? _____	239
¿Qué debemos conocer sobre el usuario final y sus necesidades? _____	239
Canales de distribución _____	239
Servicio postventa _____	239
Formulas para llegar al público objetivo: comprador nacional y extranjero. _____	239
¿Cuáles son sus motivaciones al comprar y que demandan diferencias? _____	239
PARTE SEXTA. _____	240
Investigación del mercado inmobiliario _____	240
Capítulo 16. Investigación del mercado inmobiliario _____	240
1. Introducción: Una nueva actividad. _____	240
a. El porcentaje de intención de compra de la vivienda familiar. _____	241
b. La falta de adecuación de la oferta a las necesidades y posibilidades de esta demanda. _____	241
2. Los sistemas de información en el mercado inmobiliario _____	241
a. Información e investigación del mercado inmobiliario. _____	241
b. Datos fiables y objetivos. _____	241
c. Fuentes internas y externas de investigación del mercado inmobiliario. _____	242
3. La identificación de segmentos y la selección de públicos objetivos. _____	243
a. La estrategia comercial como fruto del estudio de marketing inmobiliario. _____	243
b. Siempre a corto y medio plazo en el mercado inmobiliario. _____	243
c. Estadística de la demanda inmobiliaria más análisis cualitativo de resultados. _____	243
d. La elección del solar clave en el estudio de marketing inmobiliario. _____	244
4. Estudio de la oferta inmobiliaria. _____	244
a. El estudio del mercado inmobiliario y el análisis de la competencia. _____	244
b. Clarificar la información que se necesita: tipología, plazo de entrega, precio, etc. _____	245
c. Estudio de la competencia. Simulación de compras y comparativas. _____	245
1. Superficie del producto inmobiliario. _____	245



2. Ritmo de ventas de la competencia. _____	246
3. Fechas de entrega. _____	246
5. Previsión de la demanda en el mercado inmobiliario _____	246
a. Conocer la demanda inmobiliaria. _____	246
b. El "universo" o muestra representativa. _____	247
6. Clases de encuestas. El muestreo. _____	247
a. Encuesta online y postal. _____	247
b. Encuesta telefónica _____	247
c. Encuesta personal. _____	248
d. El tamaño de la muestra. _____	248
e. El cuestionario. _____	249
7. Las listas de espera como fuente de información de la demanda inmobiliaria real. _____	250
8. Resultados de marketing _____	251
a. Información del grado de cumplimiento de los objetivos durante la comercialización. _____	251
b. Descubrir los puntos fuertes de la promoción inmobiliaria para resaltarlos. _____	251
d. Valoración de la estrategia de comunicación. _____	251
e. Estudio de las fichas cliente elaboradas por los vendedores. _____	251
f. Control resumen de todas las visitas del mes. _____	252
9. Anticiparse a los movimientos cíclicos del mercado. _____	252
a. Análisis del mercado de los consumidores. Comportamiento del comprador. _____	252
b. Edad y nivel económico. _____	252
c. Ciclos económicos. _____	253
Capítulo 17. El comprador y la oferta _____	255
A. Clases de demanda en función de la necesidad. _____	255
1. Primera demanda. _____	255
2. Demanda familiar. _____	255
3. Demanda de tercera edad. _____	256
4. Residencial. _____	256
B. Clases de demanda según el colectivo. _____	256
1. Familiar. _____	256
2. Demanda unipersonal. _____	257
3. Segunda residencia. _____	257
4. Tercera edad. _____	258
5. Inversores. _____	258
TALLER DE TRABAJO. _____	260
¿Cómo garantizar el éxito en la promoción inmobiliaria _____	260
1. Como enfocar la oferta a la demanda _____	260
2. Factores diferenciadores de la demanda inmobiliaria: una decisión de grupo familiar. _____	262
3. Prever el tipo de comprador que se interesará en nuestro producto. _____	263
TALLER DE TRABAJO. _____	266



Técnicas de programación y previsión de ventas inmobiliarias.	266
1. Previsiones de ventas inmobiliarias.	266
Estudio de las ventas anteriores de productos inmobiliarios similares.	266
Estudio de los indicadores generales de la actividad económica.	266
Estudio del mercado potencial. (Estudio de demanda).	266
Estudio de la oferta actual en la zona sobre la que vamos a incidir.	266
Estudio de la situación general de las ventas de la competencia.	266
2. Indicadores de política comercial inmobiliaria.	266
a. Población	266
b. Capacidad económica.	267
TALLER DE TRABAJO.	268
Investigación y estudios de mercado inmobiliario.	268
1. Estudios de mercado de oferta y demanda, cualitativos y cuantitativos.	268
2. Categorías de estudios de mercado inmobiliarios.	269
a. Investigación de productos y servicios	269
b. Investigación del mercado	270
c. Investigación de las ventas	270
d. Investigación de la publicidad.	270
3. Fases de la investigación del mercado inmobiliario.	272
a. Definición precisa del problema inmobiliario a investigar.	272
b. Desarrollar el mejor procedimiento para obtener la información inmobiliaria.	272
c. Localizar la información inmobiliaria que necesitamos.	273
d. Precisar las técnicas de recogida de información inmobiliaria.	273
e. La interpretación de los datos inmobiliarios obtenidos.	276
f. Resumen e informe con los resultados inmobiliarios. Informe para la dirección. Informe técnico. Informe sobre datos obtenidos. Informe persuasivo.	276
4. Partes del informe del mercado inmobiliario.	276
El informe técnico.	277
El informe persuasivo para el gran público.	277
TALLER DE TRABAJO	279
Los informes del Observatorio de vivienda y suelo del Ministerio de Fomento	279
1. Actividad de la construcción y de la promoción residencial.	279
2. Mercado de la vivienda. Precios y transacciones.	279
3. Mercado del suelo. Precios y transacciones.	279
4. Rehabilitación.	279
5. Alquiler de vivienda.	279
6. Financiación y acceso a la vivienda.	279
7. Créditos dudosos y lanzamientos.	279
8. Sector de la construcción.	279
TALLER DE TRABAJO	335
Modelo de estudio de demanda de vivienda	335



SISTEMÁTICA _____	336
Contenido _____	336
Actividad edificatoria general: _____	336
Cuantificación del mercado en número de promociones, número de viviendas en venta inicial y por vender. _____	336
Análisis y segmentación de la muestra: _____	336
Análisis del producto. _____	336
Análisis de los precios. _____	336
Análisis de comercialización y dinámica de ventas. _____	336
Análisis de financiación. _____	336
Ficha, fotografía y documentación comercial de las promociones. _____	336
Plano de localización de las promociones. _____	336
Cuadros tabulados de precios y características de comercialización y calidades _____	336
ÍNDICE DE ENCUESTA _____	336
1- Preliminares _____	336
Referente a la necesidad del estudio de demanda de vivienda _____	336
Objetivos del estudio de necesidad de vivienda de protección pública _____	336
Metodología empleada _____	336
2- Fuentes de información directa _____	336
Descripción de la encuesta realizada _____	336
Encuesta tipo _____	336
Resultados encuesta _____	336
Participación _____	336
Tablas resumen de resultados de la encuesta _____	336
Tabla de resultados de cada encuesta _____	336
Gráficos y comentarios de los resultados de la encuesta _____	336
Interpretación de los resultados de la encuesta _____	337
Conclusiones de la encuesta _____	337
3- fuentes de información indirectas _____	337
Análisis sociodemográfico de la localidad _____	337
Estudio poblacional _____	337
Construcción _____	337
El turismo residencial _____	337
4- conclusiones estudio de demanda _____	337
PARTE SÉPTIMA _____	396
Estudios de mercado inmobiliario. _____	396
Capítulo 18. El difícil acceso a la información inmobiliaria. _____	396
1. Ineficiencia informativa del mercado inmobiliario. _____	396
2. Factores microeconómicos que influyen en la oferta y demanda de activos inmobiliarios. _	397
a. Factores que influyen en la demanda inmobiliaria. _____	397
• las características constructivas _____	397
• características de la propiedad _____	397
• características de localización. _____	397
b. Factores que influyen en la oferta inmobiliaria. _____	398
1. Aversión al riesgo y a la venta con minusvalías _____	398
2. Análisis del mercado de ocupación de inmuebles destinados a actividades económicas, primas de riesgo por el riesgo en los flujos de caja y valoraciones del mercado inmobiliario. _____	399
3. Metodología de investigación del mercado inmobiliario. _____	400
a. Modelos de investigación del ciclo inmobiliario. _____	400
b. Datos a investigar: nº de vivienda, ratio precio/vivienda/renta, financiación, etc. _____	400



Capítulo 19. Estudios de mercado inmobiliario.	401
1. Análisis del mercado: oferta y demanda.	401
Los estudios de mercado. Análisis de la oferta y la demanda.	401
Estudio de la oferta. Estudio de la competencia.	401
Estudio de la demanda.	401
Estudios de mercado. Departamento comercial/de márketing.	401
Producto inmobiliario que demanda el mercado.	401
2. ¿Qué es un estudio de mercado inmobiliario?	402
a. Utilidad del estudio de mercado inmobiliario.	402
b. Tipos de estudio de mercado inmobiliario.	402
➤ Estudio de viabilidad comercial inmobiliaria.	402
➤ Estudio de aprovechamiento urbanístico.	402
➤ Estudio económico-financiero de los ritmos de venta inmobiliarios.	402
c. Objetivos de los estudios de mercado inmobiliario.	402
d. ¿Son fiables los estudios de mercado inmobiliarios?	403
1. Censo, tipo de estadística y encuesta.	403
2. Indicadores de tendencias inmobiliarias.	404
3. Estrategia inversora en función del producto inmobiliario.	404
4. ¿Es vendible el producto que se puede promover? Diseño del producto inmobiliario.	405
Diseño óptimo del producto inmobiliario: adecuar el estudio técnico y comercial a las posibilidades del promotor inmobiliario.	405
5. ¿Por cuánto se puede vender?	405
Capítulo 20. Estudios de mercado inmobiliario.	407
1. ¿Qué es un estudio de mercado inmobiliario? Una radiografía del mercado inmobiliario de una zona.	407
2. ¿Para qué sirve un estudio de mercado inmobiliario?	407
3. ¿Quién está interesado en comprar un inmueble en esa zona?	407
a. Análisis socioeconómico de la demanda inmobiliaria (target group).	408
b. Análisis estratégico de la competencia inmobiliaria de la zona.	409
4. Ya sabemos quien está interesado, ahora vamos a segmentarlo por edades, capacidad financiera, etc.	409
5. Al promotor inmobiliario le interesa conocer el “nicho de mercado”.	409
6. Fases de elaboración de un estudio de mercado inmobiliario.	410
a. Fase de lanzamiento.	410
Pruebas de concepto inmobiliario.	410
Pruebas del producto inmobiliario.	411
Expectativas del consumidor inmobiliario.	411
Investigación de estrategia publicitaria.	411
Pruebas de seguimiento del proyecto inmobiliario.	411
b. Fase intermedia.	411
c. Fase final de seguimiento.	411
7. Metodología del proyecto inmobiliario.	412
a. Definición del tipo de estudio de mercado inmobiliario a realizar.	412
b. Análisis previo de la situación inmobiliaria actual.	413
c. Análisis DAFO.	413



Debilidades. _____	414
Amenazas. _____	414
Fortalezas. _____	414
Oportunidades. _____	414
d. Definición de objetivos. _____	415
e. Fuentes de información disponibles. _____	415
f. Elección de la muestra. _____	415
g. Elección de técnicas (cuantitativas, cualitativas) _____	415
h. Recogida y elaboración de datos. _____	415
i. Interpretación de datos. _____	415
j. Elaboración y presentación del informe final. _____	415
TALLER DE TRABAJO _____	416
Técnicas y fuentes de información para la elaboración de su estudio de mercado inmobiliario en función de la procedencia de los datos y la tipología de la información. _____	416
1. Según la procedencia de los datos. _____	416
a. Fuentes primarias. _____	416
b. Fuentes secundarias. _____	417
2. Según la tipología de la información inmobiliaria a obtener. _____	419
a. Técnicas cuantitativas. _____	419
Encuestas. _____	419
Elección de la muestra. _____	419
Paneles. _____	419
b. Técnicas cualitativas. _____	420
Observación directa. _____	420
Entrevista en profundidad. _____	421
Reuniones en grupo. _____	421
CHECK-LIST _____	423
Desarrollar estudio de mercado en base a los siguientes puntos: _____	423
Análisis general del mercado inmobiliario. _____	423
Datos generales del área de estudio. _____	423
Información general. _____	423
Datos de la población. _____	423
Geografía municipal. _____	423
Accesos por carretera. _____	423
Accesos por transporte público. _____	423
Información socioeconómica. Estadísticas y tendencias. _____	423
Segmentación por zonas. _____	423
Análisis de viviendas de segunda mano y mercado de obra nueva. Datos de las promociones existentes a la venta y conclusiones. _____	423
Condiciones hipotecarias que ofrecen los bancos. _____	423
Hipótesis del perfil del cliente. _____	424
DAFO comercial _____	424
Fortalezas _____	424
Oportunidades _____	424
Amenazas _____	424
Análisis y evaluación de riesgos. _____	425
PARTE OCTAVA _____	427
Casos prácticos sobre elaboración de estudios de mercado inmobiliario. _____	427



TALLER DE TRABAJO	427
Fuentes de información de un estudio de mercado inmobiliario a efectos de localización y análisis de titularidades.	427
1. Expedientes municipales de licencias de obras	427
Información que vamos a obtener:	427
• memoria explicativa del tipo de obra	427
• plano de localización del solar	427
• planos de edificación –plantas, alzados, secciones, cimientos y saneamiento, etc.–	427
• presupuesto de ejecución material	427
• informes de los correspondientes técnicos municipales	427
2. Sistemas de geografía catastral. Sistemas de Información Geográfica (SIG) y Google maps.	428
Ventajas de los Sistemas de Información Geográfica (SIG)	428
• cartografía	428
• mapas	428
• datos de promotor, situación, número de viviendas, año y calificación del tipo de viviendas.	428
• datos urbanísticos.	428
3. Cálculo de edificabilidad en función de la superficie de los solares.	430
a. Precauciones con los datos de superficie en bruto. Computar cesiones en zonas nuevas.	430
b. En caso de edificios, destino de plantas bajas.	430
c. Tipología edificatoria, la morfología de edificación y tipo de promotores.	430
d. Datos urbanísticos de las fichas municipales.	430
e. Cambios urbanísticos que hacen más rentable la sustitución de edificios antiguos por nuevos.	431
4. Comprobar titularidades en base a Catastro y Registro de la Propiedad.	431
5. Anuncios en internet.	434
6. Entrevistas.	434
TALLER DE TRABAJO	436
Esquemas.	436
¿Cómo calcular la demanda del mercado inmobiliario? Fórmula de cálculo.	436
Clasificación y segmentación del mercado inmobiliario.	436
TALLER DE TRABAJO	446
Esquemas.	446
Investigación del mercado inmobiliario.	446
Comprender las necesidades de los consumidores como objetivo de una investigación de mercado inmobiliario.	446
TALLER DE TRABAJO	461
Esquemas.	461
Técnicas de investigación del mercado inmobiliario.	461
Técnica para elaborar pronósticos inmobiliarios.	461
Metodologías cuantitativas y cualitativas de los estudios de mercado.	461
Fases del proceso de una investigación de mercado.	461
Encuestas inmobiliarias.	461
TALLER DE TRABAJO	467
Modelo y esquemas de un estudio de mercado para una promoción inmobiliaria.	467



Situación de la promoción. _____	467
Tablas de promociones y promotores de la zona. _____	467
Ofertas inicial y actual para promociones. _____	467
Ofertas inicial y actual en base a tipologías. _____	467
Comparativa con promociones de la zona (ofertas iniciales y de ventas por tipologías). _____	467
Cuadros y gráficos de superficies. _____	467
Precios homogeneizados. _____	467
Precios unitarios. _____	467
Distribución de las ventas. _____	467
Calidades. _____	467
Fichas de promoción. _____	467
Modelo de encuesta. _____	467
TALLER DE TRABAJO _____	481
Metodología estadística de un estudio de mercado inmobiliario. Método hedónico. Caso aplicado a la evolución de precios de una ciudad española. _____	481
TALLER DE TRABAJO _____	502
Estudio de mercado inmobiliario de una gran ciudad española enfocado a la tipología de usuarios de oficinas para inversores extranjeros. _____	502
TALLER DE TRABAJO _____	509
Estudio de mercado inmobiliario de una gran ciudad española zonificando las áreas de oficinas para inversores extranjeros. _____	509
TALLER DE TRABAJO _____	516
Estudio de mercado de gran capital con análisis de suelo disponible por zonas y barrios. Destinado a gran inversión extranjera inmobiliaria. _____	516
TALLER DE TRABAJO _____	523
Estudio de mercado inmobiliario regional de organismo público. _____	523
1. Ámbito del informe. Marco normativo y coordinación _____	523
2. Metodología, análisis y conclusiones del informe del mercado inmobiliario. _____	523
3. Ámbito de estudio. _____	523
4. Fuentes (registro, catastro, datos notariales, portales de internet, información APIs, anuncios en general). _____	523
5. Periodo del estudio. _____	523
TALLER DE TRABAJO _____	661
Modelo de estudio de mercado inmobiliario a efectos catastrales. _____	661
Análisis y conclusiones de los estudios de mercado inmobiliario que han servido de base para la redacción de la ponencia de valores. _____	662
Aplicación de los estudios realizados a un número suficiente de fincas, al objeto de comprobar la relación de los valores catastrales con los valores de mercado. _____	662
Datos Territoriales municipales. _____	662
Situación socio-Económica _____	662
Características principales de la dinámica demográfica del municipio. _____	662
Datos Inmobiliarios (evolución del número de inmuebles y tasa de crecimiento medio en los últimos cinco años). _____	662



Porcentaje de bienes inmuebles urbanos por uso (almacén-estacionamiento comercial, industrial, otros usos, residencial y suelo vacante).	662
Datos de Mercado.	662
Oferta del mercado de obra nueva y segunda mano en todos los segmentos inmobiliarios.	662
Descargas masivas de información de portales de Internet, datos de valores de tasación de observatorio catastral de mercado, OCMI y valores declarados de transmisiones, proporcionados por los notarios y registradores.	662
Datos de tasación y valor declarado en escritura.	662
Estudio de la oferta inmobiliaria de ámbito municipal.	662
Expectativas de desarrollo inmobiliario conforme al planeamiento urbanístico.	662
Detalle en función de suelo industrial (polígonos), suelo residencial, suelo de uso exclusivo comercial, plazas de garaje y aparcamientos, etc.).	662

TALLER DE TRABAJO **689**

El estudio de absorción inmobiliaria como parte del estudio de mercado inmobiliario. **689**

1. ¿Qué es el estudio de absorción inmobiliaria? **689**

2. Precaución con los estudios de absorción inmobiliaria: se refieren al pasado. **689**

3. Ejemplo de informe en el que se analizan los tiempos medios de absorción de suelo finalista por ciudades y regiones. **689**

4. Ejemplo de informe de absorción neta de oficinas en zona prime en relación a la salida al mercado de nueva oferta. **737**

TALLER DE TRABAJO **763**

Ejemplo de Estudio de Mercado para una promoción inmobiliaria residencial. **763**

1. Productos y Precios **763**

- Estudios de oferta 763
 - Identificación y cuantificación 763
 - Programas, superficies y precios 763
 - Ventas, ratios y matrices de posicionamiento 763
 - Calidades 763
 - El trabajo de campo 763
- Estudios de demanda 763

2. Tabla con la muestra considerada. Promoción inmobiliaria/promotora/situación/todo vendido/lista de espera/en venta. **764**

Oferta inicial por promociones	764
Oferta inicial por tipologías	764
Oferta actual por promociones	764
Oferta actual por tipologías	764
Comparativo oferta inicial y ventas	764
Precios venta mínimo/medio/máximo	764
Precios unitarios € / m ²	764
Distribución de las ventas	764
Media actual por promoción	764
Meses vendiendo	764
Viviendas vendidas	764
Ritmo de ventas	764
Ritmo relativo	764
Posicionamiento	764
Matriz de posicionamiento uds/mes y precio/m ²	764



Calidades _____	764
Resumen de comercialización _____	764
TALLER DE TRABAJO _____	785
Estudio de mercado residencial de un barrio de una gran ciudad. _____	785
1. Caracterización del ámbito _____	786
2. Tipología de zonas _____	786
Zonas urbanas céntricas _____	786
Superficie _____	786
Población _____	786
Densidad (Hab./Ha.) _____	786
3. Datos socioeconómicos. Población extranjera. Procedencia población extranjera. Pirámide de población. Nivel de estudios. Estado civil. Tasa de actividad. _____	786
4. Usos por número de inmuebles _____	786
5. El número total de inmuebles en el ámbito y porcentaje de uso residencial. _____	786
6. Inmuebles por año de construcción. _____	786
7. Inmuebles por ubicación en planta. _____	786
8. Datos de oferta/demanda. _____	786
Oferta de compra-venta. _____	786
Oferta por tipología _____	786
Oferta por rango de superficie _____	786
Oferta por rango de precios _____	786
Oferta por tipología _____	786
Demanda por número de dormitorios _____	786
Demanda por rango de precios _____	786
9. Alquileres. Valor unitario en alquiler _____	786
10. La rentabilidad bruta media (Gross yield) _____	786

¿QUÉ APRENDERÁ?



- **Diseño y presentación del producto inmobiliario.**
- **Departamento de marketing de una promotora inmobiliaria.**
- **Plan de Marketing y marketing mix (producto inmobiliario demandado, precio, publicidad).**
- **Técnicas de marketing inmobiliario según el producto.**
- **Técnicas de marketing inmobiliario en relaciones personales.**
- **La fidelización del cliente.**
- **El marketing en la promoción inmobiliaria en comunidad y cooperativa.**
- **Investigación del mercado inmobiliario**



PARTE PRIMERA

El marketing inmobiliario y la creación del producto inmobiliario.

Capítulo 1. El producto inmobiliario atendiendo a la demanda.

