

ESTADÍSTICAS DE LA INVERSIÓN INMOBILIARIA EXTRANJERA EN 2018



- 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.

15 de noviembre de 2018

Doble estadística, de los notarios y de pisos.com

Según el informe notarial de inversión extranjera, en la primera mitad de 2018 los compradores con mayor peso sobre el total de extranjeros fueron los británicos (14,3%) seguidos de los otros extranjeros de fuera de la UE (11,2%), franceses (7,9%) alemanes (7,8%) y rumanos (7,3%).

El peso de los ciudadanos comunitarios (incluyendo todavía al Reino Unido) sobre el total de compraventas de extranjeros fue, en el primer semestre del año, el 66,7%, mientras que el 33,3% restante corresponde a compradores de fuera de la UE, entre los que destacaron los procedentes de Marruecos (6,9%), China (4,2%) y Rusia (3,2%).

Las nacionalidades con mayores incrementos en compraventa de vivienda libre, durante el primer semestre fueron Marruecos (28,8%), Irlanda (24,7%), Dinamarca (18,2%), Rusia (13,8%), otros compradores de fuera de la UE (12,3%), otros compradores de la UE (12,2%), Ecuador (11,0%) y Rumanía (10,9%) todos por encima de los dos dígitos. Mientras que los incrementos fueron más tímidos para británicos, holandeses, suecos, argentinos, portugueses e ucranianos, todos por debajo del 10%.

En el lado de las caídas, destaca por encima de todos Suiza (-13,2%) seguida por China (-6,4%) y Noruega (-5,1%), mientras que los franceses, belgas, alemanes, estadounidenses e italianos también vieron decrecer sus operaciones pero por debajo del 5%. Se consolida la recuperación de la actividad de los británicos mostrada ya el semestre anterior, que tras las perspectivas de



materialización del Brexit habían reducido notablemente sus compras (-23,6% en el segundo semestre de 2016 y -16,1% en el primero de 2017).



Separando por un criterio de residencia, entre los extranjeros residentes destaca la caída de las operaciones de chinos (-5,8%) y la subida de los marroquíes (29,7%) e irlandeses (26,7%).



Entre los no residentes, destaca la fuerte caída de los ecuatorianos (-42,1%) en contraposición a la fortísima subida del semestre anterior (250,0%), mientras que en las subidas destaca de nuevo Irlanda (23,8%).

En cuanto a los precios, entre los extranjeros residentes el mayor incremento lo registraron los italianos (16,5%) y la mayor caída los noruegos (-16,1%). Entre los no residentes en el lado positivo destacó Irlanda (30,8%) y en el negativo Ecuador (-41,9%).

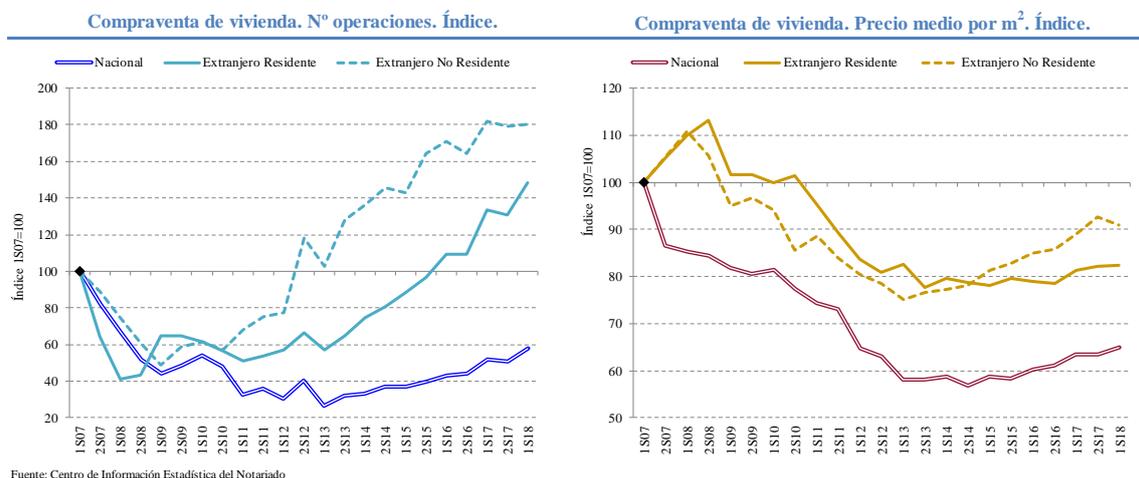
Según el informe de pisos.com, mientras que los españoles tardan cerca de ocho años en liquidar la hipoteca, la media europea no llega a superar los cinco años. Aunque la demanda extranjera ha descendido al 12,11%, el mercado británico ha aumentado hasta protagonizar el 16,17% del total de las compraventas en España.

Los británicos son los compradores más activos en nuestro país, lo que aleja definitivamente el Brexit como posible amenaza para el mercado nacional de segunda residencia.

Compraventa de vivienda libre por parte de compradores extranjeros

La compraventa de vivienda libre por parte de extranjeros siguió creciendo en el primer semestre de 2018, aunque rompe la tendencia del ritmo de dos dígitos registrado en los últimos dos semestres. Las compraventas ascendieron a las 53.359 operaciones, lo que supuso un incremento interanual del 5,6%. Las operaciones realizadas por compradores extranjeros representaron el 18,7% del total de las compraventas de vivienda realizadas en el semestre.

Diferenciando por residencia, el 44% de las operaciones de compraventa de extranjeros fueron realizadas por extranjeros no residentes. Por primera vez desde el 2010, las compraventas de este segmento de extranjeros se redujeron a nivel interanual (-0,8%). Los extranjeros residentes supusieron por tanto el 56% de las compraventas, que se incrementaron un 11,1% interanual, suponiendo una desaceleración en el crecimiento interanual, que en el primer semestre del pasado año se situó en el 20,2%.



En contraposición al pasado año, no todas las CC.AA. registraron alzas en el número de transacciones de vivienda libre por parte de extranjeros. Se ha registrado por tanto, un alto nivel de disparidad entre ellas. Nueve autonomías registraron incrementos superiores a la media nacional (5,6%), destacando por su fuerza Aragón (30,9%), Extremadura (27,4%), Murcia (21,3%) y Castilla La Mancha (20,2%), todos por encima del 20%. Cuatro autonomías sin embargo, han registrado caídas: Baleares (-11,2%), Canarias (-10,6%), Cataluña (-5,35) y Cantabria (-4,6%).

Por último, se registraron incrementos inferiores a la media nacional (5,6%) en las cuatro autonomías restantes: Castilla y León (5,5%), Madrid (5,4%), Asturias (5,4%) y Navarra (4,3%).

En conjunto, de nuevo durante este primer semestre de 2018, las compraventas de extranjeros se concentraron en parte del litoral mediterráneo y los archipiélagos. En este sentido, las CC.AA. con mayor peso de las transacciones de vivienda libre realizadas por extranjeros fueron Canarias (39,4%), Comunidad Valenciana (35,6%), Baleares (34,1%) y Murcia (27,4%), que vuelven a posicionarse como las cuatro autonomías dónde la compraventa de vivienda por parte de

extranjeros tiene más peso sobre el total, todas ellas superando la media nacional (18,7%). Supusieron un 10% o menos de las compraventas totales de extranjeros en la mayoría de regiones del centro peninsular y la Cornisa Cantábrica: Navarra (9,5%), Castilla-La Mancha (9,4%), País Vasco (5,2%), Castilla y León (5,0%), Asturias (4,5%), Cantabria (4,5%), Galicia (4,1%) y Extremadura (3,6%). Ligeramente inferiores a la media nacional se encuentran Andalucía (18,0%) y Cataluña (17,0%) y varios puntos por debajo se sitúan La Rioja (11,7%), Madrid (11,6%) y Aragón (11,2%).

Debe recordarse que la práctica totalidad de los extranjeros que compran un inmueble en España optan por acudir al notario para realizar la compraventa en escritura pública ya que, aunque no es obligatoria salvo que se contrate un préstamo hipotecario, les aporta seguridad jurídica.

El notario ajusta la escritura a la legalidad vigente. Para su elaboración, comprueba la identidad, capacidad y legitimación de vendedor y comprador, examina la suficiencia de los poderes aportados, verifica la descripción de la finca y las posibles discrepancias o coincidencias con la parcela catastral, consulta y analiza el estado de cargas de la vivienda y del pago de las cuotas a la comunidad, solicita el informe municipal sobre el pago del Impuesto sobre Bienes Inmuebles, exige el certificado de eficiencia energética, comunica telemáticamente al Catastro el cambio de titularidad catastral, presenta telemáticamente copia de la escritura en el Registro de la Propiedad el mismo día de la firma, notifica a las partes sus obligaciones legales y fiscales, explica el reparto de gastos de la operación, y gestiona, si las partes se lo piden, el pago de los diferentes gastos que conlleva la operación de compraventa.

Precio de la vivienda libre para extranjeros

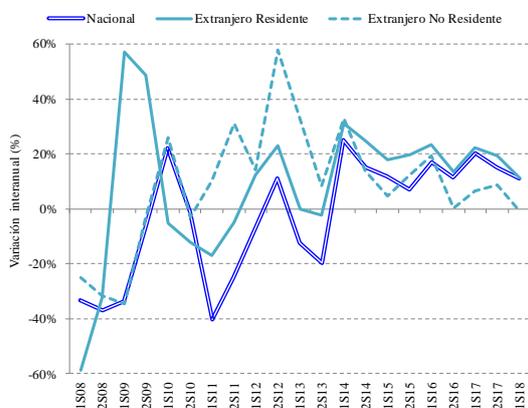
El precio promedio por metro cuadrado de las operaciones realizadas por compradores extranjeros en el primer semestre de 2018, referidas a vivienda libre, se situó en 1.687 €. Ello supuso un tímido incremento de los precios hasta el 0,9% interanual, muy por debajo de los registrados en el segundo semestre de 2017 (5,7% interanual). Los extranjeros no residentes pagaron precios mayores que los residentes (1984 €/m² frente a 1426 €/m², respectivamente). El precio medio pagado por los extranjeros no residentes creció a mayor velocidad (2,0% interanual) que por los residentes (1,4%), aunque esta diferencia es mucho menos significativa que en semestres anteriores.

A nivel autonómico la evolución de los precios fue también dispar, al caer en cinco autonomías, habiéndose producido la mayor de todas en Galicia (-11,8%), seguida por Navarra (-6,4%), Castilla y León (-3,2%), Cataluña (-2,2%) y La Rioja (-1,1%). Mientras, el precio aumentó en las doce restantes. Entre ellas, al igual que en el semestre anterior vuelve a destacar muy señaladamente el incremento en Extremadura (30,0%). De manera más moderada pero registrando ascensos de dos dígitos se situaron Madrid (12,8%) y País Vasco (11,4%).

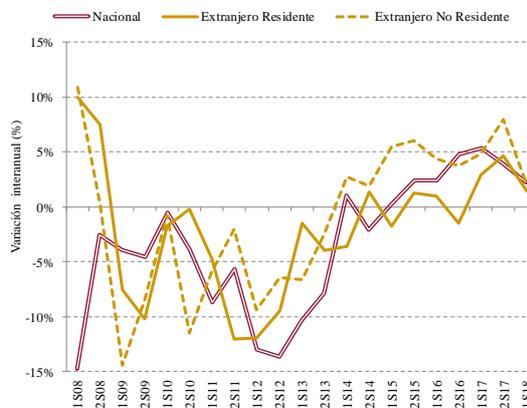
En niveles, el precio promedio por metro cuadrado para extranjeros siguió registrando fuertes diferencias por CC.AA. Durante el primer semestre del presente año se situó por debajo de la media nacional (1.687 €) en doce de las 17 CC.AA, sin llegar a superar los 1000 €/m² en seis de las mismas: Castilla-La Mancha, La Rioja, Extremadura, Castilla y León, Aragón y Galicia. Entre los 1000 € y la media nacional y de menos a más se ubicaron Murcia, Cantabria, Asturias, Navarra, Comunidad Valenciana, y Andalucía (en este último caso muy cerca del promedio nacional). Con precios superiores a la media nacional se encontraron, nuevamente, Canarias (1.865€), Cataluña (1.931 €), País Vasco (2.100 €), Madrid (2.178 €), y Baleares (2.790 €).

Finalmente, la evolución indica que en la primera mitad del año 2018 los precios medios en las operaciones en las que el comprador era nacional (2,2%) crecieron más que cuando fue extranjero residente (1,4%) y no residente (2,0%). De esta manera se vuelve a mantener la senda observada desde el 2014 con un crecimiento superior para los precios de compradores nacionales sobre los de extranjeros, que se rompió el semestre pasado.

Compraventa de vivienda. N° operaciones. Variación interanual



Compraventa de vivienda. Precio medio por m². Variación interanual



Fuente: Centro de Información Estadística del Notariado

Anexo 1. Tablas correspondientes a compraventa de vivienda libre según nacionalidad y residencia

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 |
|---------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Extranjero | 33.148 | 24.526 | 18.054 | 16.658 | 19.426 | 20.667 | 20.369 | 18.858 | 19.069 | 20.601 | 21.592 | 28.722 | 24.850 | 29.696 | 32.822 | 35.225 | 36.370 | 40.786 | 44.169 | 43.448 | 50.543 | 49.573 | 53.359 |
| No residente | 13.002 | 11.568 | 9.735 | 7.910 | 6.364 | 7.664 | 8.005 | 7.435 | 8.813 | 9.745 | 10.053 | 15.387 | 13.338 | 16.663 | 17.732 | 18.959 | 18.578 | 21.329 | 22.199 | 21.374 | 23.642 | 23.258 | 23.464 |
| Residente | 20.146 | 12.958 | 8.319 | 8.748 | 13.062 | 13.003 | 12.364 | 11.423 | 10.256 | 10.856 | 11.539 | 13.335 | 11.512 | 13.033 | 15.090 | 16.266 | 17.792 | 19.457 | 21.970 | 22.074 | 26.901 | 26.315 | 29.895 |
| Nacional | 402.686 | 329.479 | 267.943 | 207.728 | 178.080 | 195.644 | 217.378 | 193.427 | 130.142 | 145.072 | 121.484 | 161.289 | 106.381 | 129.610 | 133.086 | 149.101 | 148.805 | 159.756 | 174.018 | 178.249 | 209.124 | 204.950 | 232.463 |
| No residente | 4.426 | 2.700 | 1.626 | 1.526 | 1.104 | 718 | 524 | 507 | 309 | 483 | 379 | 664 | 440 | 663 | 689 | 917 | 765 | 902 | 872 | 996 | 1.076 | 1.181 | 1.148 |
| Residente | 398.260 | 326.779 | 266.317 | 206.202 | 176.976 | 194.926 | 216.854 | 192.920 | 129.833 | 144.589 | 121.105 | 160.625 | 105.941 | 128.947 | 132.397 | 148.184 | 148.040 | 158.854 | 173.146 | 177.253 | 208.048 | 203.769 | 231.315 |
| Total general | 435.834 | 354.005 | 285.997 | 224.386 | 197.506 | 216.311 | 237.747 | 212.285 | 149.211 | 165.673 | 143.076 | 190.011 | 131.231 | 159.306 | 165.908 | 184.326 | 185.175 | 200.542 | 218.187 | 221.697 | 259.667 | 254.523 | 285.822 |
| <i>Peso (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Extranjero | 7,6% | 6,9% | 6,3% | 7,4% | 9,8% | 9,6% | 8,6% | 8,9% | 12,8% | 12,4% | 15,1% | 15,1% | 18,9% | 18,6% | 19,8% | 19,1% | 19,6% | 20,3% | 20,2% | 19,6% | 19,5% | 19,5% | 18,7% |
| No residente | 3,2% | 4,2% | 5,3% | 4,7% | 3,2% | 3,7% | 3,9% | 3,9% | 4,6% | 4,7% | 4,6% | 5,3% | 5,7% | 5,6% | 5,4% | 5,8% | 5,1% | 5,2% | 5,3% | 4,9% | 4,6% | 4,9% | 4,4% |
| Residente | 60,8% | 52,8% | 46,1% | 52,5% | 67,2% | 62,9% | 60,7% | 60,6% | 53,8% | 52,7% | 53,4% | 46,4% | 46,3% | 43,9% | 46,0% | 46,2% | 48,9% | 47,7% | 49,7% | 50,8% | 53,2% | 53,1% | 56,0% |
| Nacional | 92,4% | 93,1% | 93,7% | 92,6% | 90,2% | 90,4% | 91,4% | 91,1% | 87,2% | 87,6% | 84,9% | 84,9% | 81,1% | 81,4% | 80,2% | 80,9% | 80,4% | 79,7% | 79,8% | 80,4% | 80,5% | 80,5% | 81,3% |
| No residente | 1,1% | 0,8% | 0,6% | 0,7% | 0,6% | 0,4% | 0,2% | 0,3% | 0,2% | 0,3% | 0,3% | 0,4% | 0,4% | 0,5% | 0,5% | 0,6% | 0,5% | 0,6% | 0,5% | 0,6% | 0,5% | 0,6% | 0,5% |
| Residente | 98,9% | 99,2% | 99,4% | 99,3% | 99,4% | 99,6% | 99,8% | 99,7% | 99,8% | 99,7% | 99,7% | 99,6% | 99,6% | 99,5% | 99,5% | 99,4% | 99,5% | 99,4% | 99,5% | 99,4% | 99,5% | 99,4% | 99,5% |
| Total general | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Extranjero | | -45,5% | -32,1% | 7,6% | 24,1% | 4,9% | -8,8% | -6,4% | 9,2% | 13,2% | 39,4% | 15,1% | 3,4% | 32,1% | 18,6% | 10,8% | 15,8% | 21,4% | 6,5% | 14,4% | 14,1% | 5,6% | |
| No residente | | -25,1% | -31,6% | -34,6% | -3,1% | 25,8% | -3,0% | 10,1% | 31,1% | 14,1% | 57,9% | 32,7% | 8,3% | 32,9% | 13,8% | 4,8% | 12,5% | 19,5% | 0,2% | 6,5% | 8,8% | -0,8% | |
| Residente | | -58,7% | -32,5% | 57,0% | 48,6% | -5,3% | -12,2% | -17,0% | -5,0% | 12,5% | 22,8% | -0,2% | -2,3% | 31,1% | 24,8% | 17,9% | 19,6% | 23,5% | 13,5% | 22,4% | 19,2% | 11,1% | |
| Nacional | | -33,5% | -37,0% | -33,5% | -5,8% | 22,1% | -1,1% | -40,1% | -25,0% | -6,7% | 11,2% | -12,4% | -19,6% | 25,1% | 15,0% | 11,8% | 7,1% | 16,9% | 11,6% | 20,2% | 15,0% | 11,2% | |
| No residente | | -63,3% | -43,5% | -32,1% | -52,9% | -52,5% | -29,4% | -41,0% | -4,7% | 22,7% | 37,5% | 16,1% | -0,2% | 56,6% | 38,3% | 11,0% | -1,6% | 14,0% | 10,4% | 23,4% | 18,6% | 6,7% | |
| Residente | | -33,1% | -36,9% | -33,5% | -5,5% | 22,5% | -1,0% | -40,1% | -11,1% | -6,7% | 11,1% | -12,5% | -19,7% | 25,0% | 14,9% | 11,8% | 7,2% | 17,0% | 11,6% | 20,2% | 15,0% | 11,2% | |
| Total general | | -34,4% | -36,6% | -30,9% | -3,6% | 20,4% | -1,9% | -37,2% | -22,0% | -4,1% | 14,7% | -8,3% | -16,2% | 26,4% | 15,7% | 11,6% | 8,8% | 17,8% | 10,5% | 19,0% | 14,8% | 10,1% | |
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Extranjero | 1.907 € | 2.052 € | 2.184 € | 2.125 € | 1.866 € | 1.899 € | 1.862 € | 1.803 € | 1.788 € | 1.686 € | 1.599 € | 1.570 € | 1.548 € | 1.540 € | 1.552 € | 1.555 € | 1.581 € | 1.615 € | 1.620 € | 1.624 € | 1.671 € | 1.716 € | 1.687 € |
| No residente | 2.185 € | 2.303 € | 2.422 € | 2.309 € | 2.074 € | 2.114 € | 2.059 € | 1.872 € | 1.937 € | 1.834 € | 1.756 € | 1.716 € | 1.640 € | 1.674 € | 1.685 € | 1.706 € | 1.778 € | 1.810 € | 1.856 € | 1.877 € | 1.946 € | 2.026 € | 1.984 € |
| Residente | 1.731 € | 1.822 € | 1.903 € | 1.959 € | 1.759 € | 1.758 € | 1.728 € | 1.756 € | 1.646 € | 1.544 € | 1.450 € | 1.399 € | 1.428 € | 1.344 € | 1.376 € | 1.362 € | 1.352 € | 1.379 € | 1.366 € | 1.357 € | 1.406 € | 1.420 € | 1.426 € |
| Nacional | 2.132 € | 1.847 € | 1.817 € | 1.801 € | 1.746 € | 1.719 € | 1.737 € | 1.651 € | 1.586 € | 1.557 € | 1.381 € | 1.344 € | 1.238 € | 1.238 € | 1.251 € | 1.212 € | 1.254 € | 1.241 € | 1.285 € | 1.301 € | 1.354 € | 1.350 € | 1.384 € |
| No residente | 2.218 € | 2.293 € | 2.456 € | 2.114 € | 1.956 € | 1.906 € | 2.167 € | 2.036 € | 2.225 € | 1.928 € | 1.761 € | 1.680 € | 1.559 € | 1.449 € | 1.630 € | 1.697 € | 1.697 € | 1.747 € | 1.939 € | 1.800 € | 1.957 € | 2.050 € | 2.205 € |
| Residente | 2.131 € | 1.843 € | 1.812 € | 1.798 € | 1.744 € | 1.718 € | 1.736 € | 1.650 € | 1.585 € | 1.555 € | 1.379 € | 1.342 € | 1.237 € | 1.236 € | 1.249 € | 1.209 € | 1.252 € | 1.238 € | 1.281 € | 1.298 € | 1.351 € | 1.346 € | 1.380 € |
| Total general | 2.113 € | 1.862 € | 1.842 € | 1.828 € | 1.760 € | 1.738 € | 1.749 € | 1.666 € | 1.616 € | 1.575 € | 1.417 € | 1.381 € | 1.303 € | 1.304 € | 1.315 € | 1.284 € | 1.324 € | 1.324 € | 1.356 € | 1.368 € | 1.420 € | 1.426 € | 1.443 € |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Extranjero | | 14,5% | 3,5% | -14,6% | -10,6% | -0,2% | -5,1% | -4,0% | -6,5% | -10,5% | -6,9% | -3,2% | -1,9% | 0,2% | 1,0% | 1,9% | 3,8% | 2,5% | 0,6% | 3,1% | 5,7% | 0,9% | |
| No residente | | 10,9% | 0,2% | -14,4% | -8,4% | -0,7% | -11,4% | -5,9% | -2,0% | -9,3% | -6,4% | -6,6% | -2,5% | 2,8% | 1,9% | 5,5% | 6,1% | 4,4% | 3,7% | 4,8% | 8,0% | 2,0% | |
| Residente | | 9,9% | 7,5% | -7,6% | -10,2% | -1,7% | -0,2% | -4,7% | -12,0% | -11,9% | -9,4% | -1,5% | -3,9% | -3,6% | 1,3% | -1,7% | 1,3% | 1,0% | -1,5% | 2,9% | 4,6% | 1,4% | |
| Nacional | | -14,8% | -2,5% | -3,9% | -4,6% | -0,5% | -4,0% | -8,7% | -5,7% | -13,0% | -13,7% | -10,3% | -7,9% | 1,0% | -2,1% | 0,2% | 2,4% | 2,4% | 4,8% | 5,4% | 3,8% | 2,2% | |
| No residente | | 10,7% | -7,8% | -20,4% | -9,8% | 10,8% | 6,8% | 2,7% | -5,3% | -20,9% | -12,9% | -11,5% | -13,7% | 4,6% | 17,1% | 4,1% | 3,0% | 14,3% | 3,1% | 1,0% | 13,9% | 12,6% | |
| Residente | | -14,9% | -2,4% | -3,8% | -4,5% | -0,5% | -4,0% | -8,7% | -5,7% | -13,0% | -13,7% | -10,3% | -7,9% | 1,0% | -2,2% | 0,2% | 2,4% | 2,4% | 4,8% | 5,4% | 3,8% | 2,1% | |
| Total general | | -12,9% | -1,8% | -4,5% | -4,9% | -0,6% | -4,2% | -7,6% | -5,4% | -12,3% | -12,4% | -8,1% | -5,6% | 1,0% | -1,5% | 0,7% | 3,2% | 2,4% | 3,3% | 4,7% | 4,2% | 1,6% | |

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR PARTE DE COMPRADORES EXTRANJEROS SEGÚN CC.AA. - NÚMERO DE OPERACIONES

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Andalucía | 6.252 | 5.646 | 4.236 | 3.016 | 2.763 | 3.453 | 3.637 | 3.328 | 3.623 | 3.794 | 3.739 | 5.596 | 4.833 | 6.117 | 6.641 | 7.261 | 7.459 | 8.381 | 8.536 | 7.814 | 8.996 | 8.811 | 9.737 |
| Aragón | 459 | 291 | 187 | 336 | 761 | 532 | 283 | 303 | 260 | 256 | 247 | 372 | 234 | 245 | 280 | 423 | 443 | 541 | 551 | 676 | 660 | 695 | 864 |
| Asturias | 148 | 116 | 78 | 126 | 309 | 319 | 133 | 124 | 82 | 109 | 76 | 108 | 83 | 90 | 99 | 144 | 120 | 166 | 158 | 190 | 203 | 234 | 214 |
| Islas Baleares | 1.668 | 1.108 | 860 | 782 | 928 | 1.347 | 1.281 | 1.435 | 1.342 | 1.695 | 1.404 | 2.162 | 1.453 | 2.229 | 2.009 | 2.589 | 2.506 | 3.208 | 3.288 | 3.417 | 3.575 | 3.606 | 3.173 |
| Islas Canarias | 3.296 | 1.897 | 1.606 | 1.437 | 1.467 | 1.281 | 1.684 | 1.576 | 2.239 | 1.874 | 2.720 | 2.345 | 3.008 | 2.994 | 3.833 | 3.226 | 4.152 | 3.715 | 5.162 | 4.276 | 5.941 | 4.647 | 5.312 |
| Cantabria | 137 | 100 | 66 | 86 | 142 | 136 | 103 | 103 | 76 | 73 | 37 | 124 | 54 | 65 | 64 | 93 | 69 | 128 | 118 | 128 | 152 | 177 | 145 |
| Castilla y León | 341 | 258 | 171 | 614 | 970 | 665 | 425 | 364 | 222 | 254 | 209 | 349 | 153 | 186 | 237 | 287 | 307 | 397 | 421 | 458 | 585 | 530 | 617 |
| Castilla-La Mancha | 809 | 606 | 335 | 391 | 818 | 601 | 419 | 332 | 275 | 284 | 317 | 372 | 232 | 246 | 298 | 367 | 487 | 559 | 650 | 699 | 868 | 901 | 1.043 |
| Cataluña | 3.883 | 2.609 | 1.848 | 1.602 | 2.044 | 2.846 | 3.151 | 2.920 | 2.841 | 3.375 | 3.520 | 4.542 | 3.779 | 4.781 | 5.349 | 5.875 | 5.450 | 6.341 | 6.670 | 7.196 | 7.993 | 7.384 | 7.570 |
| Comunidad Valenciana | 9.731 | 6.970 | 4.875 | 3.748 | 4.111 | 4.618 | 5.173 | 4.935 | 5.315 | 5.945 | 6.380 | 8.759 | 8.186 | 9.173 | 9.797 | 10.048 | 10.165 | 11.159 | 11.928 | 11.859 | 13.376 | 14.206 | 15.613 |
| Extremadura | 75 | 69 | 54 | 350 | 280 | 255 | 112 | 77 | 86 | 67 | 48 | 68 | 44 | 56 | 68 | 65 | 63 | 83 | 96 | 91 | 113 | 141 | 144 |
| Galicia | 202 | 264 | 327 | 391 | 622 | 520 | 416 | 336 | 238 | 276 | 194 | 322 | 139 | 200 | 172 | 286 | 222 | 342 | 270 | 357 | 324 | 392 | 387 |
| Comunidad de Madrid | 2.352 | 1.399 | 790 | 1.019 | 2.411 | 1.962 | 1.733 | 1.713 | 1.272 | 1.376 | 1.633 | 1.962 | 1.353 | 1.752 | 2.299 | 2.789 | 2.933 | 3.301 | 3.657 | 3.717 | 4.658 | 4.644 | 4.911 |
| Murcia | 3.187 | 2.804 | 2.397 | 2.143 | 1.031 | 1.334 | 1.084 | 829 | 768 | 844 | 754 | 1.250 | 1.029 | 1.228 | 1.226 | 1.258 | 1.413 | 1.709 | 1.905 | 1.746 | 2.014 | 2.155 | 2.442 |
| Navarra | 135 | 91 | 45 | 125 | 169 | 94 | 91 | 96 | 77 | 92 | 83 | 116 | 71 | 74 | 102 | 122 | 124 | 193 | 208 | 194 | 299 | 260 | 312 |
| La Rioja | 249 | 129 | 78 | 299 | 289 | 259 | 160 | 97 | 78 | 65 | 60 | 76 | 61 | 78 | 87 | 94 | 129 | 160 | 123 | 161 | 215 | 201 | 246 |
| País Vasco | 210 | 151 | 82 | 173 | 291 | 413 | 463 | 250 | 248 | 195 | 147 | 171 | 113 | 161 | 234 | 271 | 293 | 368 | 400 | 431 | 521 | 535 | 562 |
| Nacional | 33.148 | 24.526 | 18.054 | 16.658 | 19.426 | 20.667 | 20.369 | 18.858 | 19.069 | 20.601 | 21.592 | 28.722 | 24.850 | 29.696 | 32.822 | 35.225 | 36.370 | 40.786 | 44.169 | 43.448 | 50.543 | 49.573 | 53.359 |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Andalucía | | -32,2% | -46,6% | -34,8% | 14,5% | 31,6% | -3,6% | -0,4% | 14,0% | 3,2% | 47,5% | 29,3% | 9,3% | 37,4% | 18,7% | 12,3% | 15,4% | 14,4% | -6,8% | 5,4% | 12,8% | 8,2% | |
| Aragón | | -59,3% | 15,5% | 307,0% | 58,3% | -62,8% | -43,0% | -8,1% | -15,5% | -5,0% | 45,3% | -5,3% | -34,1% | 19,7% | 72,7% | 58,2% | 27,9% | 24,4% | 25,0% | 19,8% | 2,8% | 30,9% | |
| Asturias | | -47,3% | 8,6% | 296,2% | 153,2% | -57,0% | -61,1% | -38,3% | -12,1% | -7,3% | -0,9% | 9,2% | -16,7% | 19,3% | 60,0% | 21,2% | 15,3% | 31,7% | 14,5% | 28,5% | 23,2% | 5,4% | |
| Islas Baleares | | -48,4% | -29,4% | 7,9% | 72,3% | 38,0% | 6,5% | 4,8% | 18,1% | 4,6% | 27,6% | 3,5% | 3,1% | 38,3% | 16,2% | 24,7% | 23,9% | 31,2% | 6,5% | 8,7% | 5,5% | -11,2% | |
| Islas Canarias | | -51,3% | -24,2% | -8,7% | -10,9% | 14,8% | 23,0% | 33,0% | 18,9% | 21,5% | 25,1% | 10,6% | 27,7% | 27,4% | 7,7% | 8,3% | 15,2% | 24,3% | 15,1% | 15,1% | 8,7% | -10,6% | |
| Cantabria | | -51,8% | -14,0% | 115,2% | 58,1% | -27,5% | -24,3% | -26,2% | -29,1% | -51,3% | 69,9% | 45,9% | -47,6% | 18,5% | 43,1% | 7,8% | 37,6% | 71,0% | 0,0% | 28,8% | 38,3% | -4,6% | |
| Castilla y León | | -49,9% | 138,0% | 467,3% | 8,3% | -56,2% | -45,3% | -47,8% | -30,2% | -5,9% | 37,4% | -26,8% | -46,7% | 54,9% | 54,3% | 29,5% | 38,3% | 37,1% | 15,4% | 39,0% | 15,7% | 5,5% | |
| Castilla-La Mancha | | -58,6% | -35,5% | 144,2% | 53,7% | -48,8% | -44,8% | -34,4% | -14,5% | 15,3% | 31,0% | -26,8% | -33,9% | 28,4% | 49,2% | 63,4% | 52,3% | 33,5% | 25,0% | 33,5% | 28,9% | 20,2% | |
| Cataluña | | -52,4% | -38,6% | 10,6% | 77,7% | 54,2% | 2,6% | -9,8% | 15,6% | 23,9% | 34,6% | 7,4% | 5,3% | 41,5% | 22,9% | 1,9% | 7,9% | 22,4% | 13,5% | 19,8% | 2,6% | -5,3% | |
| Comunidad Valenciana | | -49,9% | -46,2% | -15,7% | 23,2% | 25,8% | 6,9% | 2,7% | 20,5% | 20,0% | 47,3% | 28,3% | 4,7% | 19,7% | 9,5% | 3,8% | 11,1% | 17,3% | 6,3% | 12,1% | 19,8% | 16,7% | |
| Extremadura | | -28,0% | 407,2% | 418,5% | -27,1% | -60,0% | -69,8% | -23,2% | -13,0% | -44,2% | 1,5% | -8,3% | -17,6% | 54,5% | 16,1% | -7,4% | 27,7% | 52,4% | 9,6% | 17,7% | 54,9% | 27,4% | |
| Galicia | | 61,9% | 48,1% | 90,2% | 33,0% | -33,1% | -35,4% | -42,8% | -17,9% | -18,5% | 16,7% | -28,4% | -37,9% | 23,7% | 43,0% | 29,1% | 19,6% | 21,6% | 4,4% | 20,0% | 9,8% | 19,4% | |
| Comunidad de Madrid | | -66,4% | -27,2% | 205,2% | 92,5% | -28,1% | -12,7% | -26,6% | -19,7% | 28,4% | 42,6% | -17,1% | -10,7% | 69,9% | 59,2% | 27,6% | 18,4% | 24,7% | 12,6% | 27,4% | 24,9% | 5,4% | |
| Murcia | | -24,8% | -23,6% | -57,0% | -37,8% | 5,1% | -37,9% | -29,2% | 1,8% | -1,8% | 48,1% | 36,5% | -1,8% | 19,1% | 2,4% | 15,3% | 35,9% | 34,8% | 2,2% | 5,7% | 23,4% | 21,3% | |
| Navarra | | -66,7% | 37,4% | 275,6% | -24,8% | -46,2% | 2,1% | -15,4% | -4,2% | 7,8% | 26,1% | -14,5% | -36,2% | 43,7% | 64,9% | 21,6% | 58,2% | 67,7% | 0,5% | 43,8% | 34,0% | 4,3% | |
| La Rioja | | -68,7% | 131,8% | 270,5% | -13,4% | -44,6% | -62,5% | -51,3% | -33,0% | -23,1% | 16,9% | 1,7% | 2,6% | 42,6% | 20,5% | 48,3% | 70,2% | -4,7% | 0,6% | 74,8% | 24,8% | 14,4% | |
| País Vasco | | -61,0% | 14,6% | 254,9% | 138,7% | 59,1% | -39,5% | -46,4% | -22,0% | -40,7% | -12,3% | -23,1% | -5,8% | 107,1% | 68,3% | 25,2% | 35,8% | 36,5% | 17,1% | 30,3% | 24,1% | 7,9% | |
| Nacional | | -45,5% | -32,1% | 7,6% | 24,1% | 4,9% | -8,8% | -6,4% | 9,2% | 13,2% | 39,4% | 15,1% | 3,4% | 32,1% | 18,6% | 10,8% | 15,8% | 21,4% | 6,5% | 14,4% | 14,1% | 5,6% | |

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR PARTE DE COMPRADORES EXTRANJEROS SEGÚN CC.AA. - PRECIO MEDIO POR M2

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Andalucía | 1.963 € | 2.023 € | 2.135 € | 2.231 € | 1.852 € | 1.919 € | 1.829 € | 1.692 € | 1.773 € | 1.651 € | 1.557 € | 1.644 € | 1.695 € | 1.528 € | 1.520 € | 1.515 € | 1.557 € | 1.542 € | 1.520 € | 1.611 € | 1.607 € | 1.674 € | 1.655 € |
| Aragón | 1.523 € | 1.641 € | 1.472 € | 1.729 € | 1.717 € | 1.701 € | 1.219 € | 1.361 € | 1.208 € | 986 € | 1.033 € | 1.040 € | 791 € | 905 € | 724 € | 978 € | 740 € | 797 € | 791 € | 696 € | 768 € | 781 € | 786 € |
| Asturias | 1.387 € | 1.429 € | 1.754 € | 1.568 € | 1.429 € | 1.514 € | 1.697 € | 1.507 € | 1.486 € | 1.468 € | 1.313 € | 1.269 € | 1.107 € | 1.141 € | 1.126 € | 931 € | 1.061 € | 1.133 € | 946 € | 939 € | 1.018 € | 1.063 € | 1.079 € |
| Islas Baleares | 2.531 € | 3.170 € | 3.262 € | 3.391 € | 2.571 € | 2.595 € | 2.605 € | 2.524 € | 2.617 € | 2.410 € | 2.486 € | 2.258 € | 2.210 € | 2.378 € | 2.501 € | 2.416 € | 2.563 € | 2.604 € | 2.776 € | 2.577 € | 2.723 € | 2.885 € | 2.790 € |
| Islas Canarias | 1.972 € | 1.993 € | 2.159 € | 2.032 € | 1.830 € | 1.901 € | 1.774 € | 1.690 € | 1.757 € | 1.630 € | 1.644 € | 1.519 € | 1.676 € | 1.557 € | 1.543 € | 1.479 € | 1.565 € | 1.530 € | 1.661 € | 1.590 € | 1.743 € | 1.766 € | 1.865 € |
| Cantabria | 1.909 € | 1.926 € | 1.918 € | 1.566 € | 1.362 € | 1.503 € | 1.568 € | 1.680 € | 1.413 € | 1.543 € | 1.335 € | 1.256 € | 1.223 € | 1.273 € | 1.352 € | 1.147 € | 1.051 € | 1.133 € | 947 € | 1.037 € | 971 € | 1.119 € | 1.035 € |
| Castilla y León | 1.216 € | 1.281 € | 1.120 € | 1.535 € | 1.443 € | 1.284 € | 1.083 € | 1.044 € | 953 € | 900 € | 876 € | 900 € | 825 € | 625 € | 764 € | 685 € | 729 € | 696 € | 754 € | 728 € | 744 € | 733 € | 720 € |
| Castilla-La Mancha | 1.097 € | 1.112 € | 1.071 € | 1.088 € | 1.185 € | 1.098 € | 1.086 € | 995 € | 993 € | 960 € | 772 € | 702 € | 636 € | 617 € | 603 € | 553 € | 594 € | 599 € | 640 € | 657 € | 594 € | 613 € | 625 € |
| Cataluña | 2.691 € | 2.677 € | 2.673 € | 2.566 € | 2.370 € | 2.323 € | 2.286 € | 2.286 € | 2.118 € | 2.102 € | 1.869 € | 1.741 € | 1.717 € | 1.799 € | 1.855 € | 1.822 € | 1.843 € | 1.867 € | 1.825 € | 1.860 € | 1.973 € | 1.986 € | 1.931 € |
| Comunidad Valenciana | 1.494 € | 1.691 € | 1.922 € | 1.779 € | 1.638 € | 1.514 € | 1.521 € | 1.461 € | 1.452 € | 1.320 € | 1.253 € | 1.291 € | 1.223 € | 1.171 € | 1.187 € | 1.211 € | 1.228 € | 1.270 € | 1.275 € | 1.281 € | 1.270 € | 1.308 € | 1.304 € |
| Extremadura | 757 € | 655 € | 746 € | 1.001 € | 886 € | 957 € | 903 € | 769 € | 874 € | 769 € | 754 € | 704 € | 633 € | 596 € | 565 € | 502 € | 504 € | 608 € | 741 € | 548 € | 553 € | 793 € | 718 € |
| Galicia | 1.335 € | 1.234 € | 1.215 € | 1.271 € | 1.243 € | 1.224 € | 1.238 € | 1.093 € | 965 € | 1.207 € | 1.118 € | 1.075 € | 1.008 € | 1.065 € | 888 € | 938 € | 845 € | 822 € | 852 € | 727 € | 930 € | 847 € | 820 € |
| Comunidad de Madrid | 2.659 € | 2.735 € | 2.817 € | 2.522 € | 2.247 € | 2.382 € | 2.292 € | 2.386 € | 2.202 € | 1.948 € | 1.935 € | 1.774 € | 1.774 € | 1.720 € | 1.795 € | 1.783 € | 1.827 € | 1.904 € | 1.808 € | 1.864 € | 1.931 € | 2.021 € | 2.178 € |
| Murcia | 1.856 € | 2.119 € | 2.163 € | 2.157 € | 2.031 € | 2.023 € | 1.810 € | 1.466 € | 1.397 € | 1.387 € | 1.250 € | 1.151 € | 1.088 € | 1.173 € | 1.104 € | 1.101 € | 1.046 € | 1.161 € | 1.089 € | 1.074 € | 1.010 € | 1.114 € | 1.026 € |
| Navarra | 1.481 € | 1.554 € | 1.634 € | 1.357 € | 1.494 € | 1.390 € | 1.316 € | 1.006 € | 1.180 € | 1.231 € | 1.116 € | 1.269 € | 1.301 € | 1.261 € | 1.112 € | 1.211 € | 920 € | 1.077 € | 992 € | 1.014 € | 1.177 € | 981 € | 1.102 € |
| La Rioja | 1.252 € | 939 € | 1.089 € | 3.258 € | 2.016 € | 1.843 € | 1.679 € | 1.286 € | 1.070 € | 1.125 € | 850 € | 929 € | 763 € | 780 € | 718 € | 889 € | 663 € | 745 € | 682 € | 680 € | 719 € | 632 € | 712 € |
| País Vasco | 3.225 € | 3.148 € | 3.570 € | 2.598 € | 2.393 € | 2.175 € | 2.085 € | 2.775 € | 2.416 € | 2.479 € | 2.543 € | 2.509 € | 1.873 € | 2.377 € | 2.001 € | 1.953 € | 1.972 € | 2.109 € | 1.868 € | 1.941 € | 1.885 € | 2.116 € | 2.100 € |
| Nacional | 1.907 € | 2.052 € | 2.184 € | 2.125 € | 1.866 € | 1.899 € | 1.862 € | 1.803 € | 1.788 € | 1.686 € | 1.599 € | 1.570 € | 1.548 € | 1.540 € | 1.552 € | 1.555 € | 1.581 € | 1.615 € | 1.620 € | 1.624 € | 1.671 € | 1.716 € | 1.687 € |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Andalucía | | 8,7% | 10,3% | -13,2% | -14,0% | -1,2% | -11,8% | -3,1% | -2,4% | -12,2% | -0,4% | 8,9% | -7,1% | -10,3% | -0,8% | 2,4% | 1,7% | -2,4% | 4,5% | 5,7% | 3,9% | 3,0% | |
| Aragón | | -3,3% | 5,3% | 16,6% | -1,6% | -29,0% | -20,0% | -0,9% | -27,5% | -14,5% | 5,4% | -23,5% | -12,9% | -8,5% | 8,0% | 2,2% | -18,5% | 6,9% | -12,7% | -3,0% | 12,3% | 2,4% | |
| Asturias | | 26,5% | 9,7% | -18,6% | -3,5% | 18,8% | -0,4% | -12,5% | -2,6% | -11,6% | -13,5% | -15,7% | -10,1% | 1,8% | -18,4% | -5,8% | 21,6% | -10,9% | -17,1% | 7,7% | 13,2% | 5,9% | |
| Islas Baleares | | 28,9% | 7,0% | -21,2% | -23,5% | 1,3% | -2,7% | 0,4% | -4,5% | -5,0% | -6,3% | -11,1% | 5,3% | 13,2% | 1,6% | 2,5% | 7,8% | 8,3% | -1,0% | -1,9% | 12,0% | 2,5% | |
| Islas Canarias | | 9,5% | 2,0% | -15,3% | -6,4% | -3,0% | -11,1% | -0,9% | -3,6% | -6,5% | -6,9% | 2,0% | 2,5% | -7,9% | -5,0% | 1,5% | 3,5% | 6,1% | 3,9% | 4,9% | 11,1% | 7,0% | |
| Cantabria | | 0,5% | -18,7% | -29,0% | -4,0% | 15,1% | 11,7% | -9,9% | -8,2% | -5,5% | -18,6% | -8,4% | 1,4% | 10,6% | -9,9% | -22,3% | -1,3% | -9,9% | -8,4% | 2,6% | 7,9% | 6,6% | |
| Castilla y León | | -7,9% | 19,8% | 28,9% | -16,3% | -25,0% | -18,7% | -12,0% | -13,8% | -8,1% | 0,0% | -5,8% | -30,5% | -7,4% | 9,5% | -4,6% | 1,7% | 3,5% | 4,5% | -1,4% | 0,7% | -3,2% | |
| Castilla-La Mancha | | -2,4% | -2,1% | 10,7% | 0,9% | -8,3% | -9,4% | -8,5% | -3,5% | -22,2% | -26,9% | -17,7% | -12,1% | -5,2% | -10,4% | -1,4% | 8,4% | 7,7% | 9,7% | -7,3% | -6,7% | 5,2% | |
| Cataluña | | -0,7% | -4,1% | -11,3% | -9,5% | -3,5% | -1,6% | -7,3% | -8,0% | -11,8% | -17,2% | -8,1% | 3,3% | 8,0% | 1,3% | -0,7% | 2,5% | -1,0% | -0,4% | 8,1% | 6,8% | -2,2% | |
| Comunidad Valenciana | | 28,6% | 5,2% | -14,8% | -14,9% | -7,1% | -3,5% | -4,5% | -9,7% | -13,7% | -2,2% | -2,4% | -9,4% | -3,0% | 3,5% | 3,5% | 4,8% | 3,9% | 0,9% | -0,4% | 2,1% | 2,7% | |
| Extremadura | | -1,4% | 52,8% | 18,8% | -4,4% | 1,9% | -19,7% | -3,2% | 0,1% | -13,7% | -8,4% | -16,1% | -15,4% | -10,8% | -15,7% | -10,7% | 21,2% | 47,1% | -10,0% | -25,4% | 44,8% | 30,0% | |
| Galicia | | -9,0% | 3,0% | 2,3% | -3,7% | -0,4% | -10,7% | -22,1% | 10,4% | 15,8% | -11,0% | -9,8% | -0,9% | -11,9% | -11,9% | -4,9% | -12,4% | 0,9% | -11,6% | 9,1% | 16,5% | -11,8% | |
| Comunidad de Madrid | | 6,0% | -7,8% | -20,2% | -5,6% | 2,0% | 0,2% | -3,9% | -18,3% | -12,1% | -8,9% | -8,3% | -3,1% | 1,2% | 3,7% | 1,8% | 6,8% | -1,0% | -2,1% | 6,8% | 8,4% | 12,8% | |
| Murcia | | 16,5% | 1,8% | -6,1% | -6,2% | -10,9% | -27,5% | -22,8% | -5,4% | -10,5% | -17,0% | -13,0% | 1,9% | 1,5% | -6,1% | -5,2% | 5,4% | 4,1% | -7,5% | -7,2% | 3,8% | 1,5% | |
| Navarra | | 10,3% | -12,7% | -8,6% | 2,4% | -11,9% | -27,6% | -10,3% | 22,4% | -5,4% | 3,1% | 16,6% | -0,6% | -14,5% | -4,0% | -17,3% | -11,0% | 7,9% | -5,9% | 18,6% | -3,3% | -6,4% | |
| La Rioja | | -13,0% | 246,8% | 85,1% | -43,4% | -16,7% | -30,2% | -36,3% | -12,5% | -20,5% | -17,5% | -10,3% | -16,0% | -5,9% | 13,9% | -7,6% | -16,2% | 2,9% | -8,8% | 5,4% | -7,0% | -1,1% | |
| País Vasco | | 10,7% | -17,5% | -33,0% | -16,3% | -12,9% | 27,6% | 15,9% | -10,6% | 5,3% | 1,2% | -26,3% | -5,2% | 6,8% | -17,9% | -1,4% | 8,0% | -5,3% | -8,0% | 0,9% | 9,0% | 11,4% | |
| Nacional | | 14,5% | 3,5% | -14,6% | -10,6% | -0,2% | -5,1% | -4,0% | -6,5% | -10,5% | -6,9% | -3,2% | -1,9% | 0,2% | 1,0% | 1,9% | 3,8% | 2,5% | 0,6% | 3,1% | 5,7% | 0,9% | |

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR PARTE DE COMPRADORES EXTRANJEROS SEGÚN NACIONALIDAD - NÚMERO DE OPERACIONES

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | 444 | 559 | 667 | 979 | 1.179 | 1.379 | 1.411 | 1.434 | 1.472 | 1.647 | 1.622 | 2.075 | 1.866 | 2.312 | 2.453 | 2.699 | 2.773 | 3.018 | 3.312 | 3.476 | 4.225 | 4.031 | 4.138 |
| Argelia | 130 | 72 | 72 | 44 | 111 | 119 | 93 | 116 | 202 | 362 | 603 | 862 | 882 | 689 | | | | | | | | | |
| Argentina | 665 | 413 | 230 | 436 | 712 | 614 | 421 | 420 | 326 | 338 | 314 | 388 | 255 | 297 | 343 | 400 | 369 | 487 | 480 | 518 | 624 | 580 | 646 |
| Bélgica | 246 | 297 | 337 | 404 | 673 | 535 | 756 | 647 | 838 | 889 | 1.178 | 1.734 | 1.772 | 1.940 | 2.138 | 2.237 | 2.217 | 2.192 | 2.435 | 2.499 | 3.123 | 2.910 | 2.981 |
| China | 609 | 411 | 370 | 249 | 266 | 501 | 871 | 882 | 777 | 912 | 988 | 1.217 | 812 | 1.005 | 1.345 | 1.797 | 1.730 | 1.964 | 2.032 | 2.166 | 2.375 | 2.562 | 2.222 |
| Dinamarca | 309 | 306 | 311 | 236 | 192 | 211 | 260 | 208 | 244 | 240 | 243 | 300 | 299 | 360 | 370 | 378 | 334 | 385 | 465 | 393 | 457 | 509 | 540 |
| Ecuador | 2.971 | 1.561 | 524 | 240 | 181 | 269 | 229 | 225 | 185 | 193 | 149 | 172 | 106 | 135 | 125 | 142 | 170 | 214 | 291 | 304 | 391 | 404 | 434 |
| EE.UU. | 192 | 138 | 137 | 241 | 776 | 448 | 218 | 186 | 154 | 143 | 168 | 216 | 180 | 288 | 320 | 338 | 364 | 520 | 444 | 452 | 565 | 569 | 556 |
| Francia | 860 | 941 | 764 | 925 | 1.015 | 1.422 | 1.572 | 1.615 | 1.741 | 2.025 | 1.968 | 2.596 | 2.536 | 3.415 | 3.559 | 3.579 | 3.195 | 3.550 | 3.545 | 4.051 | 4.412 | 4.158 | 4.211 |
| Irlanda | 1.426 | 1.089 | 950 | 805 | 565 | 482 | 465 | 258 | 228 | 238 | 226 | 262 | 218 | 318 | 387 | 489 | 475 | 568 | 599 | 623 | 623 | 715 | 777 |
| Italia | 892 | 651 | 589 | 598 | 1.014 | 999 | 1.202 | 1.149 | 1.093 | 1.175 | 1.320 | 1.250 | 1.103 | 1.392 | 1.732 | 1.818 | 2.095 | 2.141 | 2.899 | 2.808 | 3.618 | 3.205 | 3.609 |
| Marruecos | 2.135 | 1.068 | 531 | 497 | 615 | 621 | 453 | 455 | 445 | 488 | 691 | 773 | 935 | 904 | 1.140 | 1.183 | 1.381 | 1.544 | 2.079 | 1.959 | 2.843 | 2.657 | 3.662 |
| Noruega | 401 | 424 | 417 | 335 | 352 | 505 | 683 | 663 | 845 | 930 | 1.186 | 1.407 | 1.367 | 1.426 | 1.377 | 1.257 | 1.061 | 1.044 | 1.022 | 978 | 1.128 | 1.007 | 1.070 |
| Países Bajos | 630 | 566 | 570 | 551 | 708 | 776 | 824 | 680 | 672 | 698 | 587 | 835 | 600 | 979 | 762 | 822 | 865 | 922 | 1.070 | 1.271 | 1.359 | 1.368 | 1.445 |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | 253 | 294 | 303 | 367 | 428 | 417 | 543 | 553 | 549 |
| Reino Unido | 10.723 | 9.158 | 6.833 | 4.944 | 3.344 | 3.869 | 3.506 | 3.213 | 3.163 | 3.158 | 3.016 | 4.119 | 3.662 | 4.530 | 5.077 | 6.430 | 7.159 | 8.800 | 8.336 | 6.722 | 6.996 | 7.246 | 7.613 |
| Rumanía | 1.872 | 1.024 | 534 | 346 | 548 | 463 | 790 | 785 | 743 | 829 | 816 | 954 | 787 | 832 | 1.163 | 1.411 | 1.876 | 2.235 | 2.553 | 2.686 | 3.492 | 3.367 | 3.872 |
| Rusia | 571 | 677 | 825 | 946 | 868 | 932 | 1.112 | 1.130 | 1.265 | 1.661 | 1.816 | 2.382 | 2.037 | 2.426 | 2.573 | 2.104 | 1.470 | 1.314 | 1.292 | 1.328 | 1.484 | 1.545 | 1.689 |
| Suecia | 340 | 317 | 310 | 225 | 219 | 410 | 665 | 578 | 895 | 821 | 758 | 1.187 | 1.284 | 1.526 | 1.725 | 1.685 | 1.827 | 2.102 | 2.594 | 2.375 | 2.564 | 2.775 | 2.688 |
| Suiza | 68 | 99 | 106 | 130 | 357 | 221 | 212 | 275 | 223 | 330 | 286 | 360 | 328 | 432 | 453 | 473 | 504 | 557 | | | | | |
| Ucrania | 386 | 193 | 146 | 116 | 77 | 132 | 184 | 172 | 232 | 228 | 251 | 356 | 339 | 384 | | | | | 804 | 721 | 929 | 793 | 936 |
| Otros UE | 2.095 | 1.203 | 919 | 1.009 | 1.594 | 1.822 | 1.630 | 1.287 | 1.378 | 1.267 | 1.315 | 2.720 | 1.499 | 1.618 | 1.649 | 1.627 | 1.950 | 1.971 | 2.583 | 2.429 | 2.896 | 2.689 | 3.248 |
| Otros Fuera UE | 5.183 | 3.359 | 1.912 | 2.402 | 4.060 | 3.937 | 2.812 | 2.480 | 1.948 | 2.029 | 2.091 | 2.557 | 1.983 | 2.488 | 3.878 | 4.062 | 4.252 | 4.891 | 4.414 | 4.739 | 5.320 | 5.422 | 5.973 |
| Total general | 33.148 | 24.526 | 18.054 | 16.658 | 19.426 | 20.667 | 20.369 | 18.858 | 19.069 | 20.601 | 21.592 | 28.722 | 24.850 | 29.696 | 32.822 | 35.225 | 36.370 | 40.786 | 44.169 | 43.448 | 50.543 | 49.573 | 53.359 |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | | 50,2% | 75,1% | 76,8% | 40,9% | 19,7% | 4,0% | 4,3% | 14,9% | 10,2% | 26,0% | 15,0% | 11,4% | 31,5% | 16,7% | 13,0% | 11,8% | 19,4% | 15,2% | 27,6% | 16,0% | -2,1% | |
| Argelia | | -44,6% | -38,9% | 54,2% | 170,5% | -16,2% | -2,5% | 117,2% | 212,1% | 198,5% | 138,1% | 46,3% | -20,1% | | | | | | | | | | |
| Argentina | | -65,4% | 5,6% | 209,6% | 40,8% | -40,9% | -31,6% | -22,6% | -19,5% | -3,7% | 14,8% | -18,8% | -23,5% | 34,5% | 34,7% | 7,6% | 21,8% | 30,1% | 6,4% | 30,0% | 12,0% | 3,5% | |
| Bélgica | | 37,0% | 36,0% | 99,7% | 32,4% | 12,3% | 20,9% | 10,8% | 37,4% | 40,6% | 95,1% | 50,4% | 11,9% | 20,7% | 15,3% | 3,7% | -2,0% | 9,8% | 14,0% | 28,3% | 16,4% | -4,5% | |
| China | | -39,2% | -39,4% | -28,1% | 101,2% | 227,4% | 76,0% | -10,8% | 3,4% | 27,2% | 33,4% | -17,4% | -17,8% | -17,4% | 65,6% | 78,8% | 28,6% | 9,3% | 17,5% | 10,3% | 16,9% | 18,3% | -6,4% |
| Dinamarca | | 0,6% | -22,9% | -38,3% | -10,6% | 35,4% | -1,4% | -6,2% | 15,4% | -0,4% | 25,0% | 23,0% | 20,0% | 23,7% | 5,0% | -9,7% | 1,9% | 39,2% | 2,1% | -1,7% | 29,5% | 18,2% | |
| Ecuador | | -82,4% | -84,6% | -65,5% | 12,1% | 26,5% | -16,4% | -19,2% | -14,2% | -19,5% | -10,9% | -28,9% | -21,5% | 17,9% | 5,2% | 36,0% | 50,7% | 71,2% | 42,1% | 34,4% | 32,9% | 11,0% | |
| EE.UU. | | -28,6% | 74,6% | 466,4% | 85,9% | -71,9% | -58,5% | -29,4% | -23,1% | 9,1% | 51,0% | 7,1% | 33,3% | 77,8% | 17,4% | 13,8% | 53,8% | 22,0% | -13,1% | 27,3% | 25,9% | -1,6% | |
| Francia | | -11,2% | -1,7% | 32,9% | 53,7% | 54,9% | 13,6% | 10,8% | 25,4% | 13,0% | 28,2% | 28,9% | 31,5% | 40,3% | 4,8% | -10,2% | -0,8% | 11,0% | 14,1% | 24,5% | 2,6% | -4,6% | |
| Irlanda | | -33,4% | -26,1% | -40,5% | -40,1% | -17,7% | -46,5% | -51,0% | -7,8% | -0,9% | 10,1% | -3,5% | 21,4% | 77,5% | 53,8% | 22,7% | 16,2% | 26,1% | 9,7% | 4,0% | 14,8% | 24,7% | |
| Italia | | -34,0% | -8,1% | 72,2% | 67,1% | 18,5% | 15,0% | -9,1% | 2,3% | 20,8% | 6,4% | -16,4% | 11,4% | 57,0% | 30,6% | 21,0% | 17,8% | 38,4% | 31,2% | 24,8% | 14,1% | -0,2% | |
| Marruecos | | -75,1% | -53,5% | 15,8% | 24,9% | -26,3% | -26,7% | -1,8% | 7,3% | 55,3% | 58,4% | 35,3% | 16,9% | 21,9% | 30,9% | 21,1% | 30,5% | 50,5% | 26,9% | 36,7% | 35,6% | 28,8% | |
| Noruega | | 4,0% | -21,0% | -15,6% | 50,7% | 94,0% | 31,3% | 23,7% | 40,3% | 40,4% | 51,3% | 15,3% | 1,4% | 0,7% | -11,9% | -22,9% | -16,9% | -3,7% | -6,3% | 10,4% | 3,0% | -5,1% | |
| Países Bajos | | -9,5% | -2,7% | 24,2% | 40,8% | 16,4% | -12,4% | -18,4% | 2,6% | -12,6% | 19,6% | 2,2% | 17,2% | 27,0% | -16,0% | 13,5% | 12,2% | 23,7% | 37,9% | 27,0% | 7,6% | 6,3% | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | | 19,8% | 24,8% | 41,3% | 13,6% | 26,9% | 32,6% | 1,1% | |
| Reino Unido | | -36,3% | -46,0% | -51,1% | -21,7% | 4,8% | -17,0% | -9,8% | -1,7% | -4,6% | 30,4% | 21,4% | 10,0% | 38,6% | 41,9% | 41,0% | 36,9% | 16,4% | -23,6% | -16,1% | 7,8% | 8,8% | |
| Rumanía | | -71,5% | -66,2% | 2,6% | 33,8% | 44,2% | 69,5% | -5,9% | 5,6% | 9,8% | 15,1% | -3,6% | -12,8% | 47,8% | 69,6% | 61,3% | 58,4% | 36,1% | 20,2% | 36,8% | 25,4% | 10,9% | |
| Rusia | | 44,5% | 39,7% | 5,2% | -1,5% | 28,1% | 21,2% | 13,8% | 47,0% | 43,6% | 43,4% | 12,2% | 1,8% | 26,3% | -13,3% | -42,9% | -37,5% | -12,1% | 1,1% | 14,9% | 16,3% | 13,8% | |
| Suecia | | -8,8% | -29,0% | -29,4% | 82,2% | 203,7% | 41,0% | 34,6% | 42,0% | -15,3% | 44,6% | 69,4% | 28,6% | 34,3% | 10,4% | 5,9% | 24,7% | 42,0% | 13,0% | -1,2% | 16,8% | 4,8% | |
| Suiza | | 55,9% | 31,3% | 236,8% | 70,0% | -40,6% | 24,4% | 5,2% | 20,0% | 28,3% | 9,1% | 14,7% | 20,0% | 38,1% | 9,5% | 11,3% | 17,8% | -2,4% | -4,3% | 17,1% | -4,7% | -13,2% | |
| Ucrania | | -62,2% | -39,9% | -47,3% | 13,8% | 139,0% | 30,3% | 26,1% | 32,6% | 8,2% | 56,1% | 35,1% | 7,9% | | | | | | | 15,5% | 10,0% | 0,8% | |
| Otros UE | | -56,1% | -16,1% | 73,4% | 80,6% | 2,3% | -29,4% | -15,5% | -1,6% | -4,6% | 114,7% | 14,0% | -40,5% | 10,0% | 0,6% | 18,3% | 21,1% | 32,5% | 23,2% | 12,1% | 10,7% | 12,2% | |
| Otros Fuera UE | | -63,1% | -28,5% | 112,3% | 63,9% | -30,7% | -37,0% | -30,7% | -18,2% | 7,3% | 26,0% | -5,2% | -2,7% | 95,6% | 63,3% | 9,6% | 20,4% | 3,8% | -3,1% | 20,5% | 14,4% | 12,3% | |
| Total general | | -45,5% | -32,1% | 7,6% | 24,1% | 4,9% | -8,8% | -6,4% | 9,2% | 13,2% | 39,4% | 15,1% | 3,4% | 32,1% | 18,6% | 10,8% | 15,8% | 21,4% | 6,5% | 14,4% | 14,1% | 5,6% | |

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR PARTE DE COMPRADORES EXTRANJEROS SEGÚN NACIONALIDAD - PRECIO MEDIO M2

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 | |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | 1.951 € | 2.299 € | 2.359 € | 1.885 € | 1.772 € | 1.886 € | 1.982 € | 1.839 € | 1.865 € | 1.866 € | 1.843 € | 1.877 € | 1.671 € | 1.738 € | 1.760 € | 1.821 € | 1.885 € | 1.988 € | 2.055 € | 1.962 € | 2.127 € | 2.180 € | 2.065 € | |
| Argelia | 1.309 € | 1.459 € | 1.759 € | 1.943 € | 2.192 € | 2.005 € | 1.582 € | 1.566 € | 1.351 € | 1.198 € | 1.044 € | 965 € | 903 € | 949 € | | | | | | | | | | |
| Argentina | 1.819 € | 1.794 € | 1.891 € | 2.233 € | 2.177 € | 1.897 € | 1.637 € | 1.739 € | 1.428 € | 1.480 € | 1.470 € | 1.550 € | 1.132 € | 1.205 € | 1.407 € | 1.321 € | 1.296 € | 1.338 € | 1.423 € | 1.284 € | 1.649 € | 1.512 € | 1.585 € | |
| Bélgica | 2.074 € | 2.076 € | 2.016 € | 1.919 € | 1.562 € | 1.761 € | 1.823 € | 1.778 € | 1.772 € | 1.674 € | 1.514 € | 1.584 € | 1.519 € | 1.368 € | 1.463 € | 1.465 € | 1.466 € | 1.535 € | 1.596 € | 1.614 € | 1.678 € | 1.752 € | 1.777 € | |
| China | 2.131 € | 2.104 € | 2.168 € | 1.976 € | 2.028 € | 1.675 € | 1.769 € | 1.784 € | 1.535 € | 1.501 € | 1.379 € | 1.263 € | 1.097 € | 1.171 € | 1.397 € | 1.362 € | 1.374 € | 1.481 € | 1.503 € | 1.544 € | 1.592 € | 1.641 € | 1.596 € | |
| Dinamarca | 2.353 € | 2.549 € | 2.613 € | 2.367 € | 2.322 € | 2.090 € | 2.186 € | 2.274 € | 2.138 € | 2.079 € | 1.845 € | 1.939 € | 1.973 € | 1.934 € | 1.831 € | 1.632 € | 1.519 € | 2.056 € | 2.161 € | 1.896 € | 1.951 € | 2.203 € | 2.273 € | |
| Ecuador | 1.905 € | 1.824 € | 1.871 € | 1.565 € | 1.792 € | 1.577 € | 1.493 € | 1.429 € | 1.342 € | 1.321 € | 1.193 € | 1.039 € | 964 € | 1.604 € | 1.210 € | 1.098 € | 1.044 € | 1.127 € | 969 € | 891 € | 1.038 € | 1.096 € | 973 € | |
| EE.UU. | 2.493 € | 2.161 € | 2.946 € | 1.872 € | 1.773 € | 2.067 € | 2.176 € | 1.996 € | 1.724 € | 2.029 € | 1.537 € | 1.731 € | 1.749 € | 1.842 € | 1.991 € | 2.159 € | 2.120 € | 1.927 € | 2.172 € | 2.157 € | 2.142 € | 2.182 € | 2.312 € | |
| Francia | 1.978 € | 2.013 € | 2.167 € | 2.475 € | 1.945 € | 1.993 € | 1.856 € | 1.918 € | 1.823 € | 1.728 € | 1.705 € | 1.510 € | 1.595 € | 1.494 € | 1.501 € | 1.458 € | 1.649 € | 1.570 € | 1.679 € | 1.668 € | 1.730 € | 1.755 € | 1.768 € | |
| Irlanda | 2.285 € | 2.210 € | 2.423 € | 2.008 € | 1.773 € | 1.754 € | 1.726 € | 1.528 € | 1.766 € | 1.660 € | 1.473 € | 1.445 € | 1.513 € | 1.383 € | 1.436 € | 1.351 € | 1.581 € | 1.521 € | 1.639 € | 1.556 € | 1.546 € | 1.598 € | 1.862 € | |
| Italia | 2.558 € | 2.146 € | 2.403 € | 2.080 € | 2.042 € | 2.144 € | 2.052 € | 2.064 € | 2.000 € | 1.959 € | 1.826 € | 1.613 € | 1.551 € | 1.635 € | 1.603 € | 1.589 € | 1.589 € | 1.570 € | 1.659 € | 1.597 € | 1.661 € | 1.816 € | 1.901 € | |
| Marruecos | 1.321 € | 1.341 € | 1.391 € | 1.637 € | 1.497 € | 1.619 € | 1.419 € | 1.474 € | 1.220 € | 1.176 € | 1.061 € | 931 € | 957 € | 889 € | 822 € | 782 € | 734 € | 706 € | 761 € | 699 € | 699 € | 754 € | 727 € | |
| Noruega | 2.182 € | 2.101 € | 2.597 € | 2.201 € | 2.317 € | 1.904 € | 1.906 € | 1.886 € | 1.920 € | 1.788 € | 1.775 € | 1.745 € | 1.814 € | 1.816 € | 1.800 € | 1.758 € | 1.854 € | 1.915 € | 1.931 € | 2.140 € | 1.988 € | 2.151 € | 1.908 € | |
| Países Bajos | 2.007 € | 2.217 € | 2.160 € | 2.036 € | 1.918 € | 1.787 € | 1.885 € | 1.787 € | 1.648 € | 1.633 € | 1.717 € | 1.458 € | 1.432 € | 1.393 € | 1.485 € | 1.668 € | 1.532 € | 1.693 € | 1.792 € | 1.730 € | 1.832 € | 1.764 € | | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | 1.288 € | 1.333 € | 1.211 € | 1.184 € | 1.318 € | 1.342 € | 1.582 € | 1.443 € | 1.666 € | |
| Reino Unido | 1.912 € | 2.102 € | 2.183 € | 2.061 € | 1.804 € | 1.901 € | 1.822 € | 1.706 € | 1.763 € | 1.602 € | 1.542 € | 1.486 € | 1.635 € | 1.474 € | 1.480 € | 1.478 € | 1.525 € | 1.566 € | 1.529 € | 1.534 € | 1.581 € | 1.984 € | 1.621 € | |
| Rumanía | 1.455 € | 1.399 € | 1.332 € | 1.614 € | 1.593 € | 1.374 € | 1.342 € | 1.219 € | 1.275 € | 1.164 € | 1.031 € | 950 € | 813 € | 806 € | 862 € | 855 € | 849 € | 870 € | 844 € | 856 € | 898 € | 901 € | 926 € | |
| Rusia | 2.119 € | 2.775 € | 2.826 € | 2.641 € | 2.392 € | 2.394 € | 2.330 € | 2.209 € | 2.031 € | 2.015 € | 1.859 € | 1.937 € | 1.843 € | 1.833 € | 1.778 € | 1.878 € | 1.945 € | 1.902 € | 2.043 € | 1.986 € | 1.821 € | 1.984 € | 1.911 € | |
| Suecia | 2.497 € | 2.396 € | 2.240 € | 2.158 € | 2.403 € | 2.241 € | 2.078 € | 1.834 € | 1.950 € | 1.820 € | 2.017 € | 1.837 € | 1.723 € | 1.884 € | 1.775 € | 1.854 € | 1.887 € | 2.025 € | 1.998 € | 2.121 € | 2.261 € | 2.199 € | 2.202 € | |
| Suiza | 1.586 € | 1.851 € | 2.127 € | 2.086 € | 1.764 € | 2.181 € | 2.377 € | 2.270 € | 1.833 € | 1.952 € | 2.101 € | 1.750 € | 2.111 € | 1.748 € | 1.735 € | 1.762 € | 2.145 € | 1.999 € | 2.678 € | 2.205 € | 2.003 € | 2.268 € | 2.144 € | |
| Ucrania | 1.710 € | 1.785 € | 1.965 € | 2.147 € | 1.695 € | 1.442 € | 1.687 € | 1.558 € | 1.384 € | 1.376 € | 1.259 € | 1.402 € | 1.073 € | 1.421 € | | | | | 1.189 € | 1.173 € | 1.296 € | 1.268 € | 1.713 € | |
| Otros UE | 1.901 € | 1.971 € | 2.094 € | 2.281 € | 1.914 € | 1.842 € | 1.787 € | 1.763 € | 1.758 € | 1.454 € | 1.351 € | 1.423 € | 1.397 € | 1.482 € | 1.581 € | 1.842 € | 1.699 € | 1.760 € | 1.592 € | 1.594 € | 1.623 € | 1.702 € | 1.606 € | |
| Otros Fuera UE | 1.933 € | 2.088 € | 2.061 € | 2.238 € | 1.782 € | 1.837 € | 1.786 € | 1.804 € | 1.830 € | 1.619 € | 1.435 € | 1.434 € | 1.366 € | 1.503 € | 1.530 € | 1.529 € | 1.474 € | 1.572 € | 1.474 € | 1.579 € | 1.656 € | 1.607 € | 1.670 € | |
| Total general | 1.907 € | 2.052 € | 2.184 € | 2.125 € | 1.866 € | 1.899 € | 1.862 € | 1.803 € | 1.788 € | 1.686 € | 1.599 € | 1.570 € | 1.548 € | 1.540 € | 1.552 € | 1.555 € | 1.581 € | 1.615 € | 1.620 € | 1.624 € | 1.671 € | 1.716 € | 1.687 € | |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | | | 20,9% | -18,0% | -24,9% | 0,0% | 11,9% | -2,5% | -5,9% | 1,5% | -1,2% | 0,6% | -9,3% | -7,4% | 5,3% | 4,8% | 7,1% | 9,2% | 9,0% | -1,3% | 3,5% | 11,1% | -2,9% | |
| Argelia | | | 34,3% | 33,2% | 24,7% | 3,2% | -27,9% | -21,9% | -14,6% | -23,5% | -22,7% | -19,4% | -13,5% | -1,7% | | | | | | | | | | |
| Argentina | | | 4,0% | 24,5% | 15,1% | -15,1% | -24,8% | -8,3% | -12,8% | -14,9% | 3,0% | 4,7% | -23,0% | -22,2% | 24,3% | 9,6% | -7,9% | 1,3% | 9,9% | -4,1% | 15,8% | 17,8% | -3,9% | |
| Bélgica | | | -2,8% | -7,6% | -22,5% | -8,2% | 16,7% | 0,9% | -2,8% | -5,8% | -14,5% | -5,4% | 0,3% | -13,6% | -3,7% | 7,1% | 0,2% | 4,8% | 8,8% | 5,1% | 5,2% | 8,5% | 5,9% | |
| China | | | 1,7% | -6,1% | -6,5% | -15,2% | -12,8% | 6,5% | -10,1% | -15,9% | -10,1% | -15,8% | -20,5% | -7,3% | 27,3% | 16,4% | -1,6% | 8,7% | 9,4% | 4,2% | 5,9% | 6,3% | 0,2% | |
| Dinamarca | | | 11,0% | -7,2% | -11,1% | -11,7% | -5,9% | 8,8% | -2,2% | -8,6% | -13,7% | -6,8% | 7,0% | -0,2% | -7,2% | -15,6% | -17,0% | 26,0% | 42,2% | -7,8% | -9,7% | 16,2% | 16,5% | |
| Ecuador | | | -1,8% | -14,2% | -4,3% | 0,7% | -16,6% | -9,4% | -10,1% | -7,6% | -11,1% | -21,3% | -19,2% | 54,4% | 25,5% | -31,5% | -13,7% | 2,7% | -7,3% | -21,0% | 7,1% | 23,1% | -6,3% | |
| EE.UU. | | | 18,2% | -13,3% | -39,8% | 10,4% | 22,8% | -3,4% | -20,8% | 1,7% | -10,9% | -14,7% | 13,8% | 6,4% | 13,8% | 17,2% | 6,5% | -10,7% | 2,5% | 11,9% | -1,4% | 1,2% | 7,9% | |
| Francia | | | 9,5% | 23,0% | -10,3% | -19,5% | -4,6% | -3,8% | -1,8% | -9,9% | -6,5% | -12,7% | -6,4% | -1,0% | -5,9% | -2,4% | 9,8% | 7,7% | 1,8% | 6,3% | 3,1% | 5,2% | 2,2% | |
| Irlanda | | | 6,1% | -9,2% | -26,8% | -12,7% | -2,6% | -12,9% | 2,3% | 8,7% | -16,6% | -12,9% | 2,7% | -4,3% | -5,1% | -2,3% | 10,1% | 12,6% | 3,7% | 2,3% | -5,7% | 2,7% | 20,5% | |
| Italia | | | -6,1% | -3,1% | -15,0% | 3,1% | 0,5% | -3,8% | -2,5% | -5,1% | -8,7% | -17,7% | -15,1% | 1,4% | 3,4% | -2,8% | -0,9% | 1,6% | 4,4% | -1,1% | 0,1% | 13,7% | 14,5% | |
| Marruecos | | | 5,3% | 22,1% | 7,6% | -1,2% | -5,2% | -8,9% | -14,0% | -20,2% | -13,0% | -20,8% | -9,8% | -4,5% | -14,1% | -12,0% | -10,8% | -9,7% | 3,7% | -1,0% | -8,2% | 7,9% | 4,0% | |
| Noruega | | | 19,0% | 4,8% | -10,8% | -13,5% | -17,7% | -0,9% | 0,7% | -5,2% | -7,6% | -2,5% | 2,2% | 4,1% | -0,8% | -3,2% | 3,0% | 8,9% | 4,2% | 11,8% | 2,9% | 0,5% | -4,0% | |
| Países Bajos | | | 7,6% | -8,2% | -11,2% | -12,2% | -6,8% | -7,9% | 0,0% | 0,2% | -8,6% | 4,2% | -10,7% | -16,6% | -4,4% | 3,8% | 19,7% | 3,1% | 1,5% | 16,9% | 2,1% | 2,2% | 2,0% | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | | | -6,0% | -11,1% | 8,9% | 13,3% | 20,0% | 7,5% | 5,3% | |
| Reino Unido | | | 14,2% | -1,9% | -17,4% | -7,8% | 1,0% | -10,2% | -3,3% | -6,1% | -12,5% | -7,3% | 6,1% | -0,8% | -9,5% | 0,3% | 3,0% | 5,9% | 0,3% | -2,0% | 3,4% | 6,1% | 2,6% | |
| Rumanía | | | -8,5% | 15,4% | 19,6% | -14,9% | -15,8% | -11,3% | -5,0% | -4,6% | -19,2% | -18,3% | -21,1% | -15,2% | 6,0% | 6,1% | -1,6% | 1,8% | -0,6% | -1,6% | 6,4% | 5,3% | 3,2% | |
| Rusia | | | 33,4% | -4,8% | -15,4% | -9,4% | -2,6% | -7,7% | -12,8% | -8,8% | -8,5% | -4,8% | -3,5% | 2,5% | 9,4% | 1,3% | 5,0% | 4,5% | -10,9% | -0,1% | 5,0% | | | |
| Suecia | | | -10,3% | -9,9% | 7,3% | 3,8% | -13,5% | -18,1% | -6,1% | -0,8% | 3,4% | 0,9% | -14,6% | 2,6% | 3,0% | -1,6% | 6,3% | 9,2% | 5,8% | 4,7% | 13,2% | 3,7% | -2,6% | |
| Suiza | | | 34,1% | 12,7% | -17,0% | 4,6% | 34,7% | 4,1% | -22,9% | -14,0% | 14,7% | -10,4% | 0,5% | -0,1% | -17,8% | 0,8% | 23,6% | 13,4% | 24,9% | 10,3% | -25,2% | 2,9% | 7,1% | |
| Ucrania | | | 14,9% | 20,3% | -13,7% | -32,8% | -0,5% | 8,1% | -17,9% | -11,7% | -9,1% | 1,8% | -14,8% | 1,4% | | | | | | | 9,0% | 8,1% | -9,6% | |
| Otros UE | | | 10,1% | 15,7% | -8,6% | -19,3% | -6,6% | -4,3% | -1,6% | -17,6% | -23,1% | -2,1% | 3,4% | 4,1% | 13,2% | 24,3% | 7,5% | -4,4% | -6,3% | -9,5% | 2,0% | 6,8% | -1,1% | |
| Otros Fuera UE | | | 6,6% | 7,2% | -13,6% | -17,9% | 0,2% | -1,8% | 2,5% | -10,3% | -21,6% | -11,4% | -4,8% | 4,8% | 12,1% | 1,7% | -3,7% | | | | | | | |

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR PARTE DE COMPRADORES EXTRANJEROS RESIDENTES SEGÚN NACIONALIDAD - NÚMERO DE OPERACIONES

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 |
|---------------------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | 176 | 273 | 294 | 589 | 660 | 715 | 658 | 658 | 594 | 631 | 616 | 731 | 617 | 794 | 886 | 948 | 1.019 | 1.059 | 1.141 | 1.124 | 1.496 | 1.391 | 1.536 |
| Argelia | 121 | 61 | 49 | 27 | 86 | 89 | 57 | 72 | 101 | 142 | 241 | 310 | 327 | 274 | | | 307 | 375 | 395 | 431 | 520 | 466 | 563 |
| Argentina | 660 | 395 | 221 | 426 | 699 | 606 | 412 | 403 | 315 | 316 | 299 | 355 | 221 | 232 | 271 | 317 | 307 | 485 | 510 | 465 | 591 | 562 | 631 |
| Bélgica | 115 | 123 | 136 | 203 | 380 | 213 | 274 | 244 | 281 | 279 | 375 | 415 | 452 | 415 | 436 | 424 | 462 | 485 | 1.746 | 1.868 | 2.055 | 2.180 | 1.936 |
| China | 604 | 409 | 364 | 244 | 259 | 498 | 868 | 873 | 767 | 899 | 969 | 1.170 | 785 | 917 | 1.169 | 1.607 | 1.565 | 1.741 | 64 | 85 | 123 | 81 | 104 |
| Dinamarca | 79 | 67 | 62 | 49 | 48 | 51 | 69 | 45 | 57 | 57 | 46 | 56 | 76 | 77 | 85 | 84 | 64 | 85 | 123 | 81 | 98 | 113 | 104 |
| Ecuador | 2.965 | 1.557 | 523 | 236 | 178 | 268 | 228 | 221 | 183 | 191 | 146 | 170 | 104 | 129 | 120 | 136 | 160 | 203 | 277 | 298 | 372 | 383 | 423 |
| EE.UU. | 113 | 79 | 64 | 194 | 715 | 376 | 170 | 132 | 109 | 89 | 115 | 117 | 104 | 152 | 160 | 179 | 199 | 273 | 226 | 254 | 339 | 308 | 325 |
| Francia | 529 | 449 | 417 | 454 | 567 | 675 | 850 | 831 | 743 | 832 | 817 | 951 | 857 | 1.101 | 1.251 | 1.162 | 1.172 | 1.283 | 1.402 | 1.460 | 1.705 | 1.620 | 1.835 |
| Irlanda | 152 | 151 | 157 | 264 | 222 | 203 | 174 | 84 | 75 | 79 | 78 | 74 | 66 | 91 | 122 | 154 | 147 | 146 | 169 | 173 | 195 | 188 | 247 |
| Italia | 702 | 513 | 440 | 459 | 843 | 808 | 1.002 | 957 | 838 | 890 | 1.004 | 991 | 800 | 891 | 1.226 | 1.305 | 1.446 | 1.491 | 1.934 | 2.013 | 2.479 | 2.366 | 2.676 |
| Marruecos | 2.111 | 1.045 | 492 | 434 | 561 | 575 | 416 | 406 | 401 | 439 | 622 | 686 | 854 | 829 | 1.062 | 1.118 | 1.334 | 1.490 | 2.008 | 1.890 | 2.740 | 2.560 | 3.555 |
| Noruega | 96 | 105 | 89 | 85 | 53 | 106 | 120 | 129 | 142 | 140 | 219 | 195 | 206 | 173 | 173 | 164 | 151 | 118 | 139 | 128 | 168 | 144 | 185 |
| Países Bajos | 252 | 223 | 191 | 223 | 360 | 318 | 329 | 295 | 276 | 263 | 224 | 365 | 205 | 448 | 293 | 302 | 347 | 339 | 423 | 501 | 536 | 535 | 553 |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | 213 | 244 | 266 | 319 | 385 | 382 | 465 | 472 | 491 |
| Reino Unido | 2.467 | 2.120 | 1.626 | 1.180 | 1.145 | 1.287 | 1.372 | 1.289 | 1.218 | 1.223 | 1.240 | 1.408 | 1.573 | 1.596 | 1.696 | 1.975 | 2.160 | 2.387 | 2.349 | 2.000 | 2.250 | 2.243 | 2.509 |
| Rumanía | 1.858 | 1.011 | 529 | 338 | 521 | 455 | 785 | 778 | 731 | 818 | 801 | 934 | 769 | 801 | 1.125 | 1.379 | 1.833 | 2.188 | 2.491 | 2.622 | 3.373 | 3.273 | 3.740 |
| Rusia | 306 | 248 | 244 | 259 | 335 | 321 | 402 | 406 | 405 | 533 | 634 | 791 | 694 | 872 | 975 | 758 | 633 | 550 | 618 | 613 | 766 | 780 | 879 |
| Suecia | 106 | 74 | 85 | 62 | 42 | 107 | 152 | 126 | 162 | 143 | 138 | 163 | 156 | 194 | 221 | 211 | 226 | 241 | 276 | 221 | 293 | 289 | 319 |
| Suiza | 26 | 38 | 64 | 81 | 282 | 121 | 104 | 147 | 73 | 120 | 98 | 111 | 106 | 132 | 142 | 144 | 154 | 161 | 134 | 134 | 180 | 150 | 172 |
| Ucrania | 357 | 176 | 119 | 90 | 47 | 105 | 161 | 156 | 202 | 189 | 210 | 284 | 259 | 291 | | | | | 594 | 555 | 709 | 596 | 737 |
| Otros UE | 1.451 | 849 | 582 | 732 | 1.318 | 1.472 | 1.205 | 940 | 900 | 833 | 861 | 981 | 796 | 945 | 913 | 872 | 1.067 | 1.112 | 1.442 | 1.359 | 1.629 | 1.586 | 1.857 |
| Otros Fuera UE | 4.900 | 2.992 | 1.571 | 2.119 | 3.741 | 3.634 | 2.556 | 2.231 | 1.683 | 1.750 | 1.786 | 2.077 | 1.485 | 1.679 | 2.551 | 2.783 | 3.080 | 3.411 | 3.188 | 3.502 | 3.942 | 4.110 | 4.622 |
| Total general | 20.146 | 12.958 | 8.319 | 8.748 | 13.062 | 13.003 | 12.364 | 11.423 | 10.256 | 10.856 | 11.539 | 13.335 | 11.512 | 13.033 | 15.090 | 16.266 | 17.792 | 19.457 | 21.970 | 22.074 | 26.901 | 26.315 | 29.895 |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | 67,0% | 115,8% | 124,5% | 21,4% | -0,3% | -8,0% | -9,7% | -4,1% | 3,7% | 15,8% | 0,2% | 8,6% | 43,6% | 19,4% | 15,0% | 11,7% | 12,0% | 6,1% | 31,1% | 23,8% | 2,7% | | |
| Argelia | -59,5% | -55,7% | 75,5% | 229,6% | -33,7% | -19,1% | 77,2% | 97,2% | 138,6% | 118,3% | 35,7% | -11,6% | | | | | | | | | | | |
| Argentina | -66,5% | 7,8% | 216,3% | 42,3% | -41,1% | -33,5% | -23,5% | -21,6% | -5,1% | 12,3% | -26,1% | -34,6% | 22,6% | 36,6% | 13,3% | 18,3% | 28,7% | 14,9% | 31,6% | 8,1% | 8,3% | | |
| Bélgica | 18,3% | 65,0% | 179,4% | 4,9% | -27,9% | 14,6% | 2,6% | 14,3% | 33,5% | 48,7% | 20,5% | 0,0% | -3,5% | 2,2% | 6,0% | 14,4% | 10,4% | -4,1% | 15,9% | 20,9% | 6,8% | | |
| China | -39,7% | -40,3% | -28,8% | 104,1% | -235,1% | 75,3% | -11,6% | 3,0% | 26,3% | 30,1% | -19,0% | -21,6% | 48,9% | 75,2% | 33,9% | 8,3% | 11,6% | 7,3% | 17,7% | 16,7% | -5,8% | | |
| Dinamarca | -21,5% | -26,9% | -22,6% | 4,1% | 43,8% | -11,8% | -17,4% | 26,7% | -19,3% | -1,8% | 65,2% | 37,5% | 11,8% | 9,1% | -24,7% | 1,2% | 92,2% | -4,7% | -20,3% | 39,5% | 6,1% | | |
| Ecuador | -82,4% | -84,8% | -66,0% | 13,6% | 28,1% | -17,5% | -19,7% | -13,6% | -20,2% | -11,0% | -28,8% | -24,1% | 15,4% | 5,4% | 33,3% | 49,3% | 73,1% | 46,8% | 34,3% | 28,5% | 13,7% | | |
| EE.UU. | -43,4% | 145,6% | 1017,2% | 93,8% | -76,2% | -64,9% | -35,9% | -32,6% | 5,5% | 31,5% | -9,6% | 29,9% | 53,8% | 17,8% | 24,4% | 52,5% | 13,6% | -7,0% | 50,0% | 21,3% | -4,1% | | |
| Francia | -21,2% | 1,1% | 36,0% | 48,7% | 49,9% | 23,1% | -12,6% | 0,1% | 10,0% | 14,3% | 4,9% | 15,8% | 46,0% | 5,5% | -6,3% | 10,4% | 19,6% | 13,8% | 21,6% | 11,0% | 7,6% | | |
| Irlanda | 3,3% | 74,8% | 41,4% | -23,1% | -21,6% | -58,6% | -56,9% | -6,0% | 4,0% | -6,3% | -15,4% | 23,0% | 84,8% | 69,2% | 20,5% | -5,2% | 15,0% | 18,5% | 15,4% | 8,7% | 26,7% | | |
| Italia | -37,3% | -10,5% | 91,6% | 76,0% | 18,9% | 18,4% | -16,4% | -7,0% | 19,8% | 11,3% | -20,3% | -10,1% | 53,3% | 46,5% | 17,9% | 14,3% | 33,7% | 35,0% | 28,2% | 17,5% | 7,9% | | |
| Marruecos | -76,7% | -58,5% | 14,0% | 32,5% | -25,8% | -29,4% | -3,6% | 8,1% | 55,1% | 56,3% | 37,3% | 20,8% | 24,4% | 34,9% | 25,6% | 33,3% | 50,5% | 26,8% | 36,5% | 35,4% | 29,7% | | |
| Noruega | -7,3% | -19,0% | -40,4% | 24,7% | 126,4% | 21,7% | 18,3% | 8,5% | 54,2% | 39,3% | -5,9% | -11,3% | -16,0% | -5,2% | -12,7% | -28,0% | -7,9% | 8,5% | 20,9% | 12,5% | 10,1% | | |
| Países Bajos | -24,2% | 0,0% | 88,5% | 42,6% | -8,6% | -7,2% | -16,1% | -10,8% | -18,8% | 38,8% | -8,5% | 22,7% | 42,9% | -32,6% | 18,4% | 12,3% | 21,9% | 47,8% | 26,7% | 6,8% | 3,2% | | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | 24,9% | 30,7% | 44,7% | 19,7% | 20,8% | 23,6% | 5,6% | | |
| Reino Unido | -34,1% | -44,3% | -29,6% | 9,1% | 19,8% | 0,2% | -11,2% | -5,1% | 1,8% | 15,1% | 26,9% | 13,4% | 7,8% | 23,7% | 27,4% | 20,9% | 8,7% | -16,2% | -4,2% | 12,2% | 11,5% | | |
| Rumanía | -71,5% | -66,6% | -1,5% | 34,6% | 50,7% | 71,0% | -6,9% | 5,1% | 9,6% | 14,2% | -4,0% | -14,2% | 46,3% | 72,2% | 62,9% | 58,7% | 35,9% | 19,8% | 35,4% | 24,8% | 10,9% | | |
| Rusia | -20,3% | 4,4% | 37,3% | 23,9% | 20,0% | 26,5% | 0,7% | 31,3% | 56,5% | 48,4% | 9,5% | 10,2% | 40,5% | -13,1% | -35,1% | -27,4% | -2,4% | 11,5% | 23,9% | 27,2% | 14,8% | | |
| Suecia | -19,8% | -16,2% | -50,6% | 72,6% | 261,9% | 17,8% | 6,6% | 13,5% | -14,8% | 14,0% | 13,0% | 19,0% | 41,7% | 8,8% | 2,3% | 14,2% | 22,1% | -8,3% | 6,2% | 30,8% | 8,9% | | |
| Suiza | 146,2% | 113,2% | 340,6% | 49,4% | -63,1% | 21,5% | -29,8% | -18,4% | 34,2% | -7,5% | 8,2% | 18,9% | 34,0% | 9,1% | 8,5% | 11,8% | -13,0% | -16,8% | 34,3% | 11,9% | -4,4% | | |
| Ucrania | -66,7% | -48,9% | -60,5% | 16,7% | 242,6% | 48,6% | 25,5% | 21,2% | 4,0% | 50,3% | 23,3% | 2,5% | | | | | | | 19,4% | 7,4% | 3,9% | | |
| Otros UE | -59,9% | -13,8% | 126,5% | 101,1% | -8,6% | -36,1% | -25,3% | -11,4% | -4,3% | 17,8% | -7,5% | -3,7% | 14,7% | -7,7% | 16,9% | 27,5% | 35,1% | 22,2% | 13,0% | 16,7% | 14,0% | | |
| Otros Fuera UE | -67,9% | -29,2% | 138,1% | 71,5% | -31,7% | -38,6% | -34,2% | -21,6% | 6,1% | 18,7% | -16,9% | -19,2% | 71,8% | 65,8% | 20,7% | 22,6% | 3,5% | 2,7% | 23,7% | 17,4% | 17,3% | | |
| Total general | -58,7% | -32,5% | 57,0% | 48,6% | -5,3% | -12,2% | -17,0% | -5,0% | 12,5% | 22,8% | -0,2% | -2,3% | 31,1% | 24,8% | 17,9% | 19,6% | 23,5% | 13,5% | 22,4% | 19,2% | 11,1% | | |

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR PARTE DE COMPRADORES EXTRANJEROS RESIDENTES SEGÚN NACIONALIDAD - PRECIO MEDIO M2

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 | |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | 1.706 € | 2.097 € | 2.015 € | 1.422 € | 1.391 € | 1.568 € | 1.837 € | 1.778 € | 1.650 € | 1.613 € | 1.628 € | 1.544 € | 1.441 € | 1.396 € | 1.453 € | 1.700 € | 1.640 € | 1.701 € | 1.726 € | 1.639 € | 1.792 € | 1.776 € | 1.751 € | |
| Argelia | 1.209 € | 1.248 € | 1.648 € | 1.879 € | 2.501 € | 1.993 € | 1.579 € | 1.652 € | 1.291 € | 1.041 € | 933 € | 940 € | 904 € | 988 € | | | | | | | | | | |
| Argentina | 1.816 € | 1.783 € | 1.926 € | 2.216 € | 2.175 € | 1.887 € | 1.595 € | 1.735 € | 1.423 € | 1.438 € | 1.454 € | 1.427 € | 1.062 € | 1.128 € | 1.296 € | 1.192 € | 1.242 € | 1.251 € | 1.307 € | 1.235 € | 1.591 € | 1.429 € | 1.550 € | |
| Bélgica | 1.946 € | 1.971 € | 1.621 € | 1.514 € | 1.254 € | 1.648 € | 1.831 € | 1.854 € | 1.855 € | 1.581 € | 1.407 € | 1.538 € | 1.540 € | 1.567 € | 1.567 € | 1.348 € | 1.362 € | 1.592 € | 1.569 € | 1.539 € | 1.489 € | 1.662 € | 1.650 € | |
| China | 2.133 € | 2.103 € | 2.151 € | 1.948 € | 1.996 € | 1.676 € | 1.759 € | 1.779 € | 1.539 € | 1.504 € | 1.363 € | 1.271 € | 1.078 € | 1.110 € | 1.234 € | 1.256 € | 1.235 € | 1.378 € | 1.340 € | 1.365 € | 1.440 € | 1.428 € | 1.452 € | |
| Dinamarca | 2.584 € | 2.770 € | 2.105 € | 2.153 € | 1.711 € | 2.028 € | 2.038 € | 2.581 € | 2.108 € | 2.306 € | 1.738 € | 2.094 € | 2.777 € | 2.030 € | 1.772 € | 1.555 € | 1.307 € | 1.857 € | 2.074 € | 1.836 € | 1.580 € | 1.775 € | 1.760 € | |
| Ecuador | 1.906 € | 1.824 € | 1.869 € | 1.582 € | 1.845 € | 1.577 € | 1.490 € | 1.400 € | 1.341 € | 1.315 € | 1.172 € | 1.022 € | 959 € | 1.596 € | 1.099 € | 1.046 € | 911 € | 931 € | 896 € | 883 € | 941 € | 966 € | 951 € | |
| EE.UU. | 2.854 € | 2.088 € | 2.968 € | 1.719 € | 1.780 € | 2.019 € | 1.946 € | 1.962 € | 1.628 € | 1.866 € | 1.800 € | 1.745 € | 1.787 € | 1.702 € | 2.162 € | 1.827 € | 2.003 € | 1.903 € | 2.147 € | 2.011 € | 2.021 € | 2.206 € | 2.271 € | |
| Francia | 1.993 € | 1.813 € | 2.126 € | 2.904 € | 1.866 € | 1.957 € | 1.924 € | 1.906 € | 1.728 € | 1.688 € | 1.634 € | 1.499 € | 1.644 € | 1.485 € | 1.526 € | 1.380 € | 1.669 € | 1.660 € | 1.629 € | 1.779 € | 1.805 € | 1.863 € | 1.797 € | |
| Irlanda | 2.214 € | 1.810 € | 2.210 € | 1.607 € | 1.596 € | 1.549 € | 1.544 € | 1.651 € | 1.877 € | 1.617 € | 1.440 € | 1.512 € | 1.331 € | 1.454 € | 1.520 € | 1.380 € | 1.563 € | 1.715 € | 1.581 € | 1.457 € | 1.614 € | 1.149 € | 1.627 € | |
| Italia | 2.554 € | 2.095 € | 2.269 € | 1.968 € | 2.061 € | 2.108 € | 1.923 € | 2.054 € | 1.931 € | 1.768 € | 1.850 € | 1.546 € | 1.417 € | 1.526 € | 1.503 € | 1.561 € | 1.504 € | 1.528 € | 1.570 € | 1.537 € | 1.565 € | 1.754 € | 1.823 € | |
| Marruecos | 1.316 € | 1.311 € | 1.336 € | 1.522 € | 1.472 € | 1.541 € | 1.357 € | 1.389 € | 1.085 € | 1.114 € | 973 € | 851 € | 758 € | 782 € | 747 € | 736 € | 706 € | 654 € | 681 € | 646 € | 652 € | 682 € | 693 € | |
| Noruega | 2.085 € | 2.079 € | 2.516 € | 2.087 € | 2.040 € | 1.769 € | 1.606 € | 1.976 € | 1.873 € | 1.915 € | 1.908 € | 1.832 € | 1.845 € | 1.559 € | 1.854 € | 1.668 € | 1.791 € | 1.738 € | 1.591 € | 1.863 € | 1.964 € | 1.887 € | 1.649 € | |
| Países Bajos | 1.885 € | 2.228 € | 1.911 € | 1.724 € | 1.701 € | 1.570 € | 1.811 € | 1.642 € | 1.778 € | 1.656 € | 1.494 € | 1.704 € | 1.558 € | 1.402 € | 1.190 € | 1.412 € | 1.480 € | 1.267 € | 1.648 € | 1.679 € | 1.645 € | 1.510 € | 1.569 € | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reino Unido | 1.404 € | 1.729 € | 1.873 € | 1.786 € | 1.613 € | 1.689 € | 1.669 € | 1.617 € | 1.717 € | 1.477 € | 1.454 € | 1.442 € | 1.951 € | 1.332 € | 1.395 € | 1.361 € | 1.469 € | 1.407 € | 1.456 € | 1.419 € | 1.428 € | 1.455 € | 1.442 € | |
| Rumanía | 1.460 € | 1.385 € | 1.330 € | 1.455 € | 1.607 € | 1.359 € | 1.328 € | 1.216 € | 1.259 € | 1.155 € | 1.003 € | 945 € | 805 € | 792 € | 801 € | 846 € | 840 € | 850 € | 839 € | 841 € | 873 € | 880 € | 913 € | |
| Rusia | 1.967 € | 2.502 € | 2.447 € | 2.512 € | 2.419 € | 2.284 € | 2.077 € | 2.192 € | 1.911 € | 1.987 € | 1.608 € | 1.728 € | 1.828 € | 1.687 € | 1.752 € | 1.693 € | 1.686 € | 1.649 € | 1.794 € | 1.533 € | 1.576 € | 1.655 € | 1.635 € | |
| Suecia | 2.200 € | 1.890 € | 2.097 € | 1.820 € | 2.186 € | 2.265 € | 2.042 € | 1.988 € | 1.909 € | 1.938 € | 1.957 € | 1.921 € | 1.647 € | 1.865 € | 1.806 € | 1.649 € | 1.697 € | 1.743 € | 2.071 € | 1.876 € | 1.945 € | 1.816 € | 2.022 € | |
| Suiza | 1.085 € | 1.701 € | 2.024 € | 1.832 € | 1.582 € | 1.868 € | 2.227 € | 2.764 € | 1.931 € | 1.317 € | 1.876 € | 1.633 € | 2.465 € | 1.439 € | 1.745 € | 1.690 € | 1.753 € | 1.910 € | 1.987 € | 1.903 € | 1.727 € | 1.627 € | 1.989 € | |
| Ucrania | 1.667 € | 1.721 € | 1.731 € | 1.798 € | 1.437 € | 1.347 € | 1.416 € | 1.506 € | 1.333 € | 1.284 € | 1.067 € | 1.077 € | 911 € | 1.018 € | | | | | 1.021 € | 1.066 € | 1.087 € | 1.172 € | 1.037 € | |
| Otros UE | 1.697 € | 1.718 € | 1.810 € | 2.122 € | 1.862 € | 1.766 € | 1.673 € | 1.754 € | 1.508 € | 1.353 € | 1.310 € | 1.321 € | 1.168 € | 1.241 € | 1.215 € | 1.510 € | 1.337 € | 1.318 € | 1.258 € | 1.282 € | 1.329 € | 1.293 € | 1.313 € | |
| Otros Fuera UE | 1.910 € | 2.028 € | 1.893 € | 2.194 € | 1.757 € | 1.743 € | 1.685 € | 1.749 € | 1.677 € | 1.571 € | 1.366 € | 1.288 € | 1.174 € | 1.328 € | 1.324 € | 1.284 € | 1.224 € | 1.319 € | 1.256 € | 1.307 € | 1.394 € | 1.384 € | 1.432 € | |
| Total general | 1.731 € | 1.822 € | 1.903 € | 1.959 € | 1.759 € | 1.758 € | 1.728 € | 1.756 € | 1.646 € | 1.544 € | 1.450 € | 1.399 € | 1.428 € | 1.344 € | 1.376 € | 1.362 € | 1.352 € | 1.379 € | 1.366 € | 1.357 € | 1.406 € | 1.420 € | 1.426 € | |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | | 18,2% | -32,2% | -31,0% | 10,3% | 32,0% | 13,4% | -10,1% | -9,3% | -1,3% | -4,3% | -11,5% | -9,6% | 0,8% | 21,8% | 12,9% | 0,1% | 5,3% | -3,7% | 3,8% | 8,3% | -2,3% | | |
| Argelia | | 36,2% | 50,5% | 51,8% | 6,1% | -36,9% | -17,1% | -18,2% | -37,0% | -27,7% | -9,7% | -3,0% | 5,1% | | | | | | | | | | | |
| Argentina | | 6,1% | 24,3% | 12,9% | -14,8% | -26,6% | -8,1% | -10,8% | -17,1% | 2,2% | -0,8% | -27,0% | -21,0% | 22,0% | 5,6% | -4,1% | 5,0% | 5,2% | -1,3% | 21,7% | 15,6% | -2,5% | | |
| Bélgica | | -16,7% | -23,2% | -22,6% | 8,8% | 46,0% | 12,5% | 1,3% | -14,7% | -24,2% | -2,7% | 9,4% | 1,9% | 1,8% | -14,0% | -13,1% | 18,1% | 15,2% | -3,3% | -5,1% | 8,0% | 10,8% | | |
| China | | 0,8% | -7,4% | -7,2% | -13,9% | -11,9% | 6,1% | -12,5% | -15,4% | -11,4% | -15,5% | -20,9% | -12,7% | 14,4% | 13,2% | 0,1% | 9,7% | 8,5% | -1,0% | 7,5% | 4,6% | 0,9% | | |
| Dinamarca | | -18,5% | -22,2% | -18,7% | -5,8% | 19,1% | 27,2% | 3,4% | -10,7% | -17,5% | -9,2% | 59,8% | -3,0% | -36,2% | -23,4% | -26,3% | 19,4% | 58,7% | -1,2% | -23,8% | -3,3% | 11,3% | | |
| Ecuador | | -1,9% | -13,3% | -1,3% | -0,3% | -19,2% | -11,2% | -10,0% | -6,1% | -12,6% | -22,3% | -18,1% | 56,2% | 14,6% | -34,5% | -17,1% | -11,0% | -1,7% | -5,1% | 5,0% | 9,3% | 1,0% | | |
| EE.UU. | | 4,0% | -17,7% | -40,0% | 17,5% | 9,3% | -2,8% | -16,3% | -4,9% | 10,5% | -6,5% | -0,7% | -2,5% | 20,9% | 7,4% | -7,3% | 4,2% | 7,2% | 5,7% | -5,9% | 9,7% | 12,4% | | |
| Francia | | 6,7% | 60,1% | -12,3% | -32,6% | 3,1% | -2,6% | -10,2% | -11,5% | -5,5% | -11,2% | 0,6% | -0,9% | -7,2% | -7,1% | 9,4% | 20,3% | -2,4% | 7,2% | 10,8% | 4,7% | -0,5% | | |
| Irlanda | | -0,2% | -11,2% | -27,8% | -3,7% | -3,3% | 6,6% | 21,6% | -2,1% | -23,3% | -6,5% | -7,5% | -3,8% | 14,2% | -5,1% | 2,8% | 24,3% | 1,1% | -15,0% | 2,1% | -21,2% | 0,8% | | |
| Italia | | -11,2% | -6,1% | -9,2% | 7,2% | -6,7% | -2,6% | 0,4% | -13,9% | -4,2% | -12,6% | -23,4% | -1,3% | 6,0% | 2,3% | 0,0% | -2,1% | 4,4% | 0,6% | -0,3% | 14,1% | 16,5% | | |
| Marruecos | | 1,5% | 16,1% | 10,2% | 1,2% | -7,8% | -9,8% | -20,1% | -19,8% | -10,3% | -23,6% | -22,2% | -8,2% | -1,4% | -5,9% | -5,5% | -11,1% | -3,5% | -1,3% | -4,3% | 5,6% | 6,3% | | |
| Noruega | | 20,7% | 0,4% | -18,9% | -15,3% | -21,2% | 11,7% | 16,6% | -3,1% | 1,9% | -4,3% | -3,3% | -14,9% | 0,5% | 7,0% | -3,4% | 4,2% | -11,1% | 7,2% | 23,4% | 1,3% | -16,1% | | |
| Países Bajos | | 1,4% | -22,6% | -11,0% | -8,9% | 6,5% | 4,5% | -1,9% | 0,9% | -15,9% | 2,9% | 4,2% | -17,7% | -23,6% | 0,7% | 24,3% | -10,3% | 11,4% | 32,5% | -0,2% | -10,1% | -4,6% | | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Reino Unido | | 33,4% | 3,3% | -13,9% | -5,5% | 3,5% | -4,3% | 2,8% | -8,6% | -15,3% | -2,4% | 34,2% | -7,6% | -28,5% | 2,1% | 5,3% | 3,4% | -0,9% | 0,9% | -2,0% | 2,5% | 1,0% | | |
| Rumanía | | -8,9% | 5,0% | 20,8% | -6,6% | -17,4% | -10,5% | -5,2% | -5,0% | -20,3% | -18,2% | -19,8% | -16,1% | -0,5% | 6,8% | 4,9% | 0,5% | 0,0% | -1,0% | 3,9% | 4,6% | 4,6% | | |
| Rusia | | 24,4% | 0,4% | -1,1% | -9,1% | -14,1% | -4,0% | -8,0% | -9,4% | -15,9% | -13,0% | 13,7% | -2,4% | -4,1% | 0,4% | -3,8% | -2,6% | 6,4% | -7,0% | -12,2% | 8,0% | 3,7% | | |
| Suecia | | -4,6% | -3,7% | 4,2% | 24,4% | -6,6% | -12,2% | -6,5% | -2,5% | 2,5% | -0,9% | -15,8% | -2,9% | 9,6% | -11,6% | -6,0% | 5,7% | 22,0% | 7,6% | -6,1% | -3,2% | 4,0% | | |
| Suiza | | 86,6% | 7,7% | -21,8% | 2,0% | 40,8% | 48,0% | -13,3% | -52,3% | -2,8% | 23,9% | 31,3% | -11,9% | -29,2% | 17,4% | 0,5% | 13,0% | 13,3% | -0,4% | -13,1% | -14,5% | 15,2% | | |
| Ucrania | | 3,8% | 4,5% | -17,0% | -25,1% | -1,4% | 11,8% | -5,9% | -14,7% | -20,0% | -16,1% | -14,5% | -5,5% | | | | | | | 6,4% | 10,0% | -4,6% | | |
| Otros UE | | 6,6% | 23,5% | 2,9% | -16,8% | -10,2% | -0,7% | -9,8% | -22,9% | -13,1% | -2,4% | -10,8% | -6,1% | 4,0% | 21,7% | 10,0% | -12,7% | -5,9% | -2,8% | 5,6% | 0,9% | -1,2% | | |
| Otros Fuera UE | | -0,9% | 8,2% | -7,2% | -20,6% | -4,1% | 0,4% | -0,5% | -10,2% | -18,6% | -18,0% | -14,0% | 3,1% | 12,7% | -3,3% | -7,5% | 2,7% | 2,6% | -0,9% | 10,9% | 5,9% | 2,8% | | |
| Total general | | 9,9% | 7,5% | -7,6% | -10,2% | -1,7% | -0,2% | -4,7% | | | | | | | | | | | | | | | | |

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR PARTE DE COMPRADORES EXTRANJEROS NO RESIDENTES SEGÚN NACIONALIDAD - NÚMERO DE OPERACIONES

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | 268 | 286 | 373 | 390 | 519 | 664 | 753 | 776 | 878 | 1.016 | 1.006 | 1.344 | 1.249 | 1.518 | 1.567 | 1.751 | 1.754 | 1.959 | 2.171 | 2.352 | 2.729 | 2.640 | 2.602 |
| Argelia | 9 | 11 | 23 | 17 | 25 | 30 | 36 | 44 | 101 | 220 | 362 | 552 | 555 | 415 | | | | | | | | | |
| Argentina | 5 | 18 | 9 | 10 | 13 | 8 | 9 | 17 | 11 | 22 | 15 | 33 | 34 | 65 | 72 | 83 | 62 | 112 | 85 | 87 | 104 | 114 | 83 |
| Bélgica | 131 | 174 | 201 | 201 | 293 | 322 | 482 | 403 | 557 | 610 | 803 | 1.319 | 1.320 | 1.525 | 1.702 | 1.813 | 1.755 | 1.707 | 1.925 | 2.034 | 2.532 | 2.348 | 2.350 |
| China | 5 | 2 | 6 | 5 | 7 | 3 | 3 | 9 | 10 | 13 | 19 | 47 | 27 | 88 | 176 | 190 | 165 | 223 | 286 | 298 | 320 | 382 | 286 |
| Dinamarca | 230 | 239 | 249 | 187 | 144 | 160 | 191 | 163 | 187 | 183 | 197 | 244 | 223 | 283 | 285 | 294 | 270 | 300 | 342 | 312 | 359 | 396 | 436 |
| Ecuador | 6 | 4 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 6 | 5 | 6 | 10 | 11 | 14 | 6 | 19 | 21 | 11 |
| EE.UU. | 79 | 59 | 73 | 47 | 61 | 72 | 48 | 54 | 45 | 54 | 53 | 99 | 76 | 136 | 160 | 159 | 165 | 247 | 218 | 198 | 226 | 261 | 231 |
| Francia | 331 | 492 | 347 | 471 | 448 | 747 | 722 | 784 | 998 | 1.193 | 1.151 | 1.645 | 1.679 | 2.314 | 2.308 | 2.417 | 2.023 | 2.267 | 2.143 | 2.591 | 2.707 | 2.538 | 2.376 |
| Irlanda | 1.274 | 938 | 793 | 541 | 343 | 279 | 291 | 174 | 153 | 159 | 148 | 188 | 152 | 227 | 265 | 335 | 328 | 422 | 430 | 450 | 428 | 527 | 530 |
| Italia | 190 | 138 | 149 | 139 | 171 | 191 | 200 | 192 | 255 | 285 | 316 | 259 | 303 | 501 | 506 | 513 | 649 | 650 | 965 | 795 | 1.139 | 839 | 933 |
| Marruecos | 24 | 23 | 39 | 63 | 54 | 46 | 37 | 49 | 44 | 49 | 69 | 87 | 81 | 75 | 78 | 65 | 47 | 54 | 71 | 69 | 103 | 97 | 107 |
| Noruega | 305 | 319 | 328 | 250 | 299 | 399 | 563 | 534 | 703 | 790 | 967 | 1.212 | 1.161 | 1.253 | 1.204 | 1.093 | 910 | 926 | 883 | 850 | 960 | 863 | 885 |
| Países Bajos | 378 | 343 | 379 | 328 | 348 | 458 | 495 | 385 | 396 | 435 | 363 | 470 | 395 | 531 | 469 | 520 | 518 | 583 | 647 | 770 | 823 | 833 | 892 |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | 40 | 50 | 37 | 48 | 43 | 35 | 78 | 81 | 58 |
| Reino Unido | 8.256 | 7.038 | 5.207 | 3.764 | 2.199 | 2.582 | 2.134 | 1.924 | 1.945 | 1.935 | 1.776 | 2.711 | 2.089 | 2.934 | 3.381 | 4.455 | 4.999 | 6.413 | 5.987 | 4.722 | 4.746 | 5.003 | 5.104 |
| Rumanía | 14 | 13 | 5 | 8 | 27 | 8 | 5 | 7 | 12 | 11 | 15 | 20 | 18 | 31 | 38 | 32 | 43 | 47 | 62 | 64 | 119 | 94 | 132 |
| Rusia | 265 | 429 | 581 | 687 | 533 | 611 | 710 | 724 | 860 | 1.128 | 1.182 | 1.591 | 1.343 | 1.554 | 1.598 | 1.346 | 837 | 764 | 674 | 715 | 718 | 765 | 810 |
| Suecia | 234 | 243 | 225 | 163 | 177 | 303 | 513 | 452 | 733 | 678 | 620 | 1.024 | 1.128 | 1.332 | 1.504 | 1.474 | 1.601 | 1.861 | 2.318 | 2.154 | 2.271 | 2.486 | 2.369 |
| Suiza | 42 | 61 | 42 | 49 | 75 | 100 | 108 | 128 | 150 | 210 | 188 | 249 | 222 | 300 | 311 | 329 | 350 | 396 | 358 | 399 | 396 | 358 | 328 |
| Ucrania | 29 | 17 | 27 | 26 | 30 | 27 | 23 | 16 | 30 | 39 | 41 | 72 | 80 | 93 | | | | | 210 | 166 | 220 | 197 | 199 |
| Otros UE | 644 | 354 | 337 | 277 | 276 | 350 | 425 | 347 | 478 | 434 | 454 | 1.739 | 703 | 673 | 736 | 755 | 883 | 859 | 1.141 | 1.070 | 1.267 | 1.103 | 1.391 |
| Otros Fuera UE | 283 | 367 | 341 | 283 | 319 | 303 | 256 | 249 | 265 | 279 | 305 | 480 | 498 | 809 | 1.327 | 1.279 | 1.172 | 1.480 | 1.226 | 1.237 | 1.378 | 1.312 | 1.351 |
| Total general | 13.002 | 11.568 | 9.735 | 7.910 | 6.364 | 7.664 | 8.005 | 7.435 | 8.813 | 9.745 | 10.053 | 15.387 | 13.338 | 16.663 | 17.732 | 18.959 | 18.578 | 21.329 | 22.199 | 21.374 | 23.642 | 23.258 | 23.464 |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | | 39,2% | 36,4% | 39,1% | 70,3% | 45,1% | 16,9% | 16,6% | 30,9% | 14,6% | 32,3% | 24,2% | 12,9% | 25,5% | 15,3% | 11,9% | 11,9% | 23,8% | 20,1% | 25,7% | 12,2% | -4,7% | |
| Argelia | | 155,6% | 54,5% | 8,7% | 76,5% | 44,0% | 46,7% | 180,6% | 400,0% | 258,4% | 150,9% | 53,3% | -24,8% | | | | | | | | | | |
| Argentina | | 80,0% | -44,4% | 44,4% | -20,0% | -30,8% | 112,5% | 22,2% | 29,4% | 36,4% | 50,0% | 126,7% | 97,0% | 111,8% | 27,7% | -13,9% | 34,9% | 37,1% | -22,3% | 22,4% | 31,0% | -20,2% | |
| Bélgica | | 53,4% | 15,5% | 45,8% | 60,2% | 64,5% | 25,2% | 15,6% | 51,4% | 44,2% | 116,2% | 64,4% | 15,6% | 28,9% | 18,9% | 3,1% | -5,8% | 9,7% | 19,2% | 31,5% | 15,4% | -7,2% | |
| China | | 20,0% | 150,0% | 16,7% | -40,0% | -57,1% | 200,0% | 233,3% | 44,4% | 90,0% | 261,5% | 42,1% | 87,2% | 551,9% | 115,9% | -6,3% | 17,4% | 73,3% | 33,6% | 11,9% | 28,2% | -10,6% | |
| Dinamarca | | 8,3% | -21,8% | -42,2% | -14,4% | 32,6% | 1,9% | -2,1% | 12,3% | 5,3% | 33,3% | 13,2% | 16,0% | 27,8% | 3,9% | -5,3% | 2,0% | 26,7% | 4,0% | 5,0% | 26,9% | 21,4% | |
| Ecuador | | -83,3% | 0,0% | 200,0% | -75,0% | -66,7% | 300,0% | 100,0% | -50,0% | 50,0% | 0,0% | -33,3% | 200,0% | 150,0% | 0,0% | 100,0% | 83,3% | 40,0% | -45,5% | 35,7% | 250,0% | -42,1% | |
| EE.UU. | | -7,6% | -20,3% | -16,4% | 53,2% | -21,3% | -25,0% | -6,3% | 0,0% | 17,8% | 83,3% | 43,4% | 37,4% | 110,5% | 16,9% | 3,1% | 55,3% | 32,1% | -19,8% | 3,7% | 31,8% | 2,2% | |
| Francia | | 4,8% | -4,3% | 29,1% | 58,6% | 61,2% | 5,0% | 38,2% | 52,2% | 15,3% | 37,9% | 45,9% | 40,7% | 37,5% | 4,5% | -12,3% | -6,2% | 5,9% | 14,3% | 26,3% | -2,0% | -12,2% | |
| Irlanda | | -37,8% | -42,3% | -56,7% | -48,4% | -15,2% | -37,6% | -47,4% | -8,6% | -3,3% | 18,2% | 2,7% | 20,7% | 74,3% | 47,6% | 23,8% | 26,0% | 31,1% | 6,6% | -0,5% | 17,1% | 23,8% | |
| Italia | | -21,6% | 0,7% | 14,8% | 37,4% | 17,0% | 0,5% | 27,5% | 48,4% | 23,9% | -9,1% | -4,1% | 93,4% | 67,0% | 2,4% | 28,3% | 26,7% | 48,7% | 22,3% | 18,0% | 5,5% | -18,1% | |
| Marruecos | | 62,5% | 173,9% | 38,5% | -27,0% | -31,5% | 6,5% | 18,9% | 0,0% | 56,8% | 77,6% | 17,4% | -13,8% | -3,7% | -13,3% | -39,7% | -16,9% | 51,1% | 27,8% | 45,1% | 40,6% | 3,9% | |
| Noruega | | 7,5% | -21,6% | -8,8% | 59,6% | 88,3% | 33,8% | 24,9% | 47,9% | 37,6% | 53,4% | 20,1% | 3,4% | 3,7% | -12,8% | -24,4% | -15,3% | -3,0% | -8,2% | 8,7% | 1,5% | -7,8% | |
| Países Bajos | | 0,3% | -4,4% | -8,2% | 39,6% | 42,2% | -15,9% | -20,0% | 13,0% | -8,3% | 8,0% | 8,8% | 13,0% | 18,7% | -2,1% | 10,4% | 12,1% | 24,9% | 32,1% | 27,2% | 8,2% | 8,4% | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | | -7,5% | -4,0% | 16,2% | -27,1% | 81,4% | 131,4% | -25,6% | |
| Reino Unido | | -36,9% | -46,5% | -57,8% | -31,4% | -3,0% | -25,5% | -8,9% | 0,6% | -8,7% | 40,1% | 17,6% | 8,2% | 61,8% | 51,8% | 47,9% | 44,0% | 19,8% | -26,4% | -20,7% | 6,0% | 7,5% | |
| Rumanía | | -64,3% | -38,5% | 440,0% | 0,0% | -81,5% | -12,5% | 140,0% | 57,1% | 25,0% | 81,8% | 20,0% | 55,0% | 111,1% | 3,2% | 13,2% | 46,9% | 44,2% | 36,2% | 91,9% | 46,9% | 10,9% | |
| Rusia | | 119,2% | 60,1% | -8,3% | -11,1% | 33,2% | 18,5% | 21,1% | 55,8% | 37,4% | 41,0% | 13,6% | -2,3% | 19,0% | -13,4% | -47,6% | -43,2% | -19,5% | -6,4% | 6,5% | 7,0% | 12,8% | |
| Suecia | | -3,8% | -32,9% | -21,3% | 85,9% | 189,8% | 49,2% | 42,9% | 50,0% | -15,4% | 51,0% | 81,9% | 30,1% | 33,3% | 10,7% | 6,4% | 26,3% | 44,8% | 15,7% | -2,0% | 15,4% | 4,3% | |
| Suiza | | 0,0% | -19,7% | 78,6% | 104,1% | 44,0% | 28,0% | 38,9% | 64,1% | 25,3% | 18,6% | 18,1% | 20,5% | 40,1% | 9,7% | 12,5% | 20,4% | 2,3% | 0,8% | 10,6% | -10,3% | -17,2% | |
| Ucrania | | -6,9% | 52,9% | 11,1% | 3,8% | -23,3% | -40,7% | 30,4% | 143,8% | 36,7% | 84,6% | 95,1% | 29,2% | | | | | | | 4,8% | 18,7% | -9,5% | |
| Otros UE | | -47,7% | -21,8% | -18,1% | 26,4% | 54,0% | -0,9% | 12,5% | 25,1% | -5,0% | 300,7% | 54,8% | -61,3% | 4,7% | 12,2% | 20,0% | 13,8% | 29,2% | 24,6% | 11,0% | 3,1% | 9,8% | |
| Otros Fuera UE | | 20,5% | -22,9% | -6,5% | 7,1% | -19,7% | -17,8% | 3,5% | 12,0% | 15,1% | 72,0% | 63,3% | 68,5% | 166,5% | 58,1% | -11,7% | 15,7% | 4,6% | -16,4% | 12,4% | 6,1% | -2,0% | |
| Total general | | -25,1% | -31,6% | -34,6% | -3,1% | 25,8% | -3,0% | 10,1% | 31,1% | 14,1% | 57,9% | 32,7% | 8,3% | 32,9% | 13,8% | 4,8% | 12,5% | 19,5% | 0,2% | 6,5% | 8,8% | -0,8% | |

COMPRAVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR PARTE DE COMPRADORES EXTRANJEROS NO RESIDENTES SEGÚN NACIONALIDAD - PRECIO MEDIO M2

| SEMESTRE | 1S07 | 2S07 | 1S08 | 2S08 | 1S09 | 2S09 | 1S10 | 2S10 | 1S11 | 2S11 | 1S12 | 2S12 | 1S13 | 2S13 | 1S14 | 2S14 | 1S15 | 2S15 | 1S16 | 2S16 | 1S17 | 2S17 | 1S18 | |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--|
| <i>Nivel</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | 2.143 € | 2.474 € | 2.613 € | 2.607 € | 2.212 € | 2.229 € | 2.106 € | 1.889 € | 1.990 € | 2.015 € | 1.970 € | 2.048 € | 1.782 € | 1.900 € | 1.931 € | 1.890 € | 2.016 € | 2.154 € | 2.219 € | 2.113 € | 2.311 € | 2.398 € | 2.256 € | |
| Argentina | 3.104 € | 3.803 € | 1.958 € | 2.038 € | 1.464 € | 2.041 € | 1.588 € | 1.391 € | 1.410 € | 1.311 € | 1.128 € | 980 € | 902 € | 924 € | | | | | | | | | | |
| Argentinia | 2.319 € | 2.038 € | 1.466 € | 3.458 € | 2.327 € | 2.521 € | 2.973 € | 1.839 € | 1.616 € | 2.113 € | 1.751 € | 3.458 € | 1.551 € | 1.618 € | 1.849 € | 1.894 € | 1.682 € | 1.664 € | 2.097 € | 1.545 € | 1.924 € | 1.995 € | 1.829 € | |
| Bélgica | 2.195 € | 2.151 € | 2.318 € | 2.377 € | 2.075 € | 1.826 € | 1.816 € | 1.719 € | 1.738 € | 1.718 € | 1.578 € | 1.599 € | 1.512 € | 1.319 € | 1.435 € | 1.496 € | 1.498 € | 1.519 € | 1.603 € | 1.632 € | 1.726 € | 1.777 € | 1.813 € | |
| China | 2.038 € | 2.323 € | 3.645 € | 4.035 € | 2.782 € | 1.569 € | 4.516 € | 2.265 € | 1.296 € | 1.233 € | 2.143 € | 1.159 € | 1.574 € | 1.757 € | 2.234 € | 2.163 € | 2.517 € | 2.139 € | 2.455 € | 2.625 € | 2.549 € | 2.792 € | 2.555 € | |
| Dinamarca | 2.280 € | 2.492 € | 2.788 € | 2.426 € | 2.494 € | 2.116 € | 2.226 € | 2.188 € | 2.147 € | 1.986 € | 1.876 € | 1.892 € | 1.668 € | 1.910 € | 1.850 € | 1.654 € | 1.580 € | 2.116 € | 2.186 € | 1.915 € | 2.061 € | 2.359 € | 2.415 € | |
| Ecuador | 1.553 € | 1.301 € | 3.455 € | 961 € | 574 € | | 1.724 € | 3.210 € | 1.451 € | 2.000 € | 4.907 € | 2.534 € | 1.113 € | 1.754 € | 3.056 € | 2.083 € | 2.477 € | 3.153 € | 2.363 € | 1.302 € | 2.764 € | 2.695 € | 1.605 € | |
| EE.UU. | 1.999 € | 2.249 € | 2.923 € | 2.398 € | 1.708 € | 2.298 € | 2.712 € | 2.100 € | 2.089 € | 2.344 € | 1.230 € | 1.712 € | 1.705 € | 2.025 € | 1.839 € | 2.552 € | 2.269 € | 1.955 € | 2.204 € | 2.372 € | 2.309 € | 2.152 € | 2.366 € | |
| Francia | 1.953 € | 2.235 € | 2.225 € | 1.982 € | 2.056 € | 2.029 € | 1.767 € | 1.934 € | 1.892 € | 1.759 € | 1.760 € | 1.517 € | 1.569 € | 1.498 € | 1.486 € | 1.498 € | 1.635 € | 1.514 € | 1.715 € | 1.600 € | 1.677 € | 1.677 € | 1.744 € | |
| Irlanda | 2.293 € | 2.286 € | 2.470 € | 2.236 € | 1.904 € | 1.939 € | 1.853 € | 1.472 € | 1.717 € | 1.681 € | 1.496 € | 1.415 € | 1.596 € | 1.355 € | 1.394 € | 1.338 € | 1.590 € | 1.463 € | 1.664 € | 1.600 € | 1.511 € | 1.868 € | 1.977 € | |
| Italia | 2.573 € | 2.313 € | 2.846 € | 2.540 € | 1.940 € | 2.266 € | 2.821 € | 2.119 € | 2.244 € | 2.651 € | 1.759 € | 1.864 € | 1.898 € | 1.930 € | 1.869 € | 1.668 € | 1.802 € | 1.834 € | 1.879 € | 1.764 € | 1.916 € | 2.017 € | 2.167 € | |
| Marruecos | 1.920 € | 2.758 € | 2.265 € | 2.532 € | 1.797 € | 2.399 € | 2.003 € | 2.184 € | 2.226 € | 1.647 € | 1.664 € | 1.345 € | 2.059 € | 1.525 € | 1.392 € | 1.283 € | 1.047 € | 1.731 € | 1.830 € | 1.700 € | 1.675 € | 1.870 € | 1.606 € | |
| Noruega | 2.216 € | 2.109 € | 2.624 € | 2.243 € | 2.375 € | 1.934 € | 1.995 € | 1.861 € | 1.930 € | 1.761 € | 1.741 € | 1.730 € | 1.809 € | 1.852 € | 1.792 € | 1.773 € | 1.865 € | 1.943 € | 1.988 € | 2.182 € | 1.992 € | 2.195 € | 1.972 € | |
| Países Bajos | 2.098 € | 2.210 € | 2.273 € | 2.237 € | 2.150 € | 1.928 € | 1.771 € | 1.646 € | 1.794 € | 1.644 € | 1.737 € | 1.727 € | 1.401 € | 1.444 € | 1.538 € | 1.526 € | 1.805 € | 1.702 € | 1.722 € | 1.868 € | 1.780 € | 2.047 € | 1.874 € | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | 1.833 € | 1.276 € | 2.774 € | 1.494 € | 2.136 € | 2.227 € | 1.820 € | 1.893 € | 1.830 € | |
| Reino Unido | 2.152 € | 2.242 € | 2.290 € | 2.156 € | 1.908 € | 2.016 € | 1.927 € | 1.770 € | 1.792 € | 1.682 € | 1.601 € | 1.509 € | 1.435 € | 1.544 € | 1.522 € | 1.531 € | 1.549 € | 1.628 € | 1.562 € | 1.586 € | 1.661 € | 1.713 € | 1.714 € | |
| Rumanía | 1.075 € | 2.263 € | 1.497 € | 3.254 € | 1.405 € | 2.278 € | 3.176 € | 1.833 € | 2.508 € | 1.731 € | 2.213 € | 1.091 € | 1.100 € | 1.146 € | 2.580 € | 1.336 € | 1.244 € | 1.482 € | 999 € | 1.553 € | 1.517 € | 1.612 € | 1.263 € | |
| Rusia | 2.274 € | 2.919 € | 2.969 € | 2.689 € | 2.377 € | 2.446 € | 2.446 € | 2.217 € | 2.089 € | 2.025 € | 1.978 € | 2.031 € | 1.851 € | 1.907 € | 1.791 € | 1.966 € | 2.123 € | 2.082 € | 2.222 € | 2.319 € | 2.052 € | 2.282 € | 2.140 € | |
| Suecia | 2.673 € | 2.579 € | 2.310 € | 2.355 € | 2.471 € | 2.233 € | 2.089 € | 1.783 € | 1.960 € | 1.793 € | 2.032 € | 1.823 € | 1.735 € | 1.888 € | 1.769 € | 1.889 € | 1.922 € | 2.071 € | 1.988 € | 2.149 € | 2.310 € | 2.257 € | 2.229 € | |
| Suiza | 2.106 € | 1.934 € | 2.297 € | 2.344 € | 2.306 € | 2.438 € | 2.491 € | 1.903 € | 1.782 € | 2.323 € | 2.218 € | 1.804 € | 1.963 € | 1.866 € | 1.731 € | 1.799 € | 2.292 € | 2.041 € | 2.962 € | 2.294 € | 2.108 € | 2.543 € | 2.210 € | |
| Ucrania | 2.072 € | 2.311 € | 3.029 € | 3.314 € | 2.105 € | 1.755 € | 3.102 € | 2.135 € | 1.722 € | 1.805 € | 2.131 € | 2.429 € | 1.490 € | 2.237 € | 1.653 € | 1.565 € | 1.653 € | 1.565 € | 1.927 € | 1.592 € | 1.592 € | 1.592 € | 1.653 € | |
| Otros UE | 2.307 € | 2.551 € | 2.493 € | 2.679 € | 2.112 € | 2.116 € | 2.104 € | 1.787 € | 2.178 € | 1.633 € | 1.420 € | 1.548 € | 1.668 € | 1.783 € | 2.003 € | 2.201 € | 2.091 € | 2.245 € | 2.005 € | 1.960 € | 1.992 € | 2.233 € | 1.993 € | |
| Otros Fuera UE | 2.281 € | 2.522 € | 2.755 € | 2.494 € | 2.052 € | 2.752 € | 2.636 € | 2.212 € | 2.561 € | 1.852 € | 1.733 € | 1.933 € | 1.806 € | 1.798 € | 1.880 € | 2.010 € | 2.040 € | 2.073 € | 2.130 € | 2.361 € | 2.362 € | 2.259 € | 2.385 € | |
| Total general | 2.185 € | 2.303 € | 2.422 € | 2.309 € | 2.074 € | 2.114 € | 2.059 € | 1.872 € | 1.937 € | 1.834 € | 1.756 € | 1.716 € | 1.640 € | 1.674 € | 1.685 € | 1.706 € | 1.778 € | 1.810 € | 1.856 € | 1.877 € | 1.946 € | 2.026 € | 1.984 € | |
| <i>Variación interanual (%)</i> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Alemania | | 21,9% | 5,4% | -15,4% | -14,5% | -4,8% | -15,3% | -5,5% | 6,7% | -1,0% | 1,7% | -9,5% | -7,2% | 8,4% | -0,5% | 4,4% | 14,0% | 10,1% | -1,9% | 4,1% | 13,4% | -2,3% | | |
| Argentina | | -36,9% | -46,4% | -25,2% | 0,1% | 8,5% | -31,8% | -11,2% | -5,8% | -20,0% | -25,2% | -20,0% | -5,7% | | | | | | | | | | | |
| Argentinia | | -36,8% | 69,7% | 58,7% | -27,1% | 27,8% | -27,1% | -45,6% | 14,9% | 8,4% | 63,6% | -11,5% | -53,2% | 19,2% | 17,0% | -9,0% | -12,1% | 24,6% | -7,1% | -8,2% | 29,1% | -4,9% | | |
| Bélgica | | 5,6% | 10,5% | -10,5% | -23,2% | -12,5% | -5,8% | -4,3% | -0,1% | -9,2% | -6,9% | -4,1% | -17,5% | -5,1% | 13,4% | 4,4% | 1,5% | 7,0% | 7,5% | 7,7% | 8,9% | 5,1% | | |
| China | | 78,9% | 73,7% | -23,7% | -61,1% | 62,3% | 44,4% | -71,3% | -45,5% | 65,4% | -6,0% | -26,6% | 51,6% | 42,0% | 23,1% | 12,7% | -1,1% | -2,4% | 22,7% | 3,8% | 6,3% | 0,2% | | |
| Dinamarca | | 22,3% | -2,7% | -10,5% | -12,8% | -10,7% | 3,4% | -3,6% | -9,2% | -12,6% | -4,7% | -11,1% | 0,9% | 10,9% | -13,4% | -14,6% | 27,9% | 38,3% | -9,5% | -5,7% | 23,1% | 17,2% | | |
| Ecuador | | 122,5% | -26,1% | -83,4% | | 200,2% | | -15,8% | -37,7% | 238,1% | 26,7% | -77,3% | -30,8% | 174,7% | 18,8% | -19,0% | 51,3% | -4,6% | -58,7% | 17,0% | 107,0% | -41,9% | | |
| EE.UU. | | 46,2% | 6,6% | -41,6% | -4,1% | 58,8% | -8,6% | -23,0% | 11,6% | -41,1% | -27,0% | 38,6% | 18,3% | 7,9% | 26,0% | 23,4% | -23,4% | -2,9% | 21,3% | 4,8% | -9,3% | 2,5% | | |
| Francia | | 13,9% | -11,3% | -7,6% | 2,4% | -14,1% | -4,7% | 7,1% | -9,0% | -7,0% | -13,8% | -10,9% | -1,2% | -5,3% | 0,0% | 10,0% | 1,0% | 4,9% | 5,7% | -2,2% | 4,8% | 4,0% | | |
| Irlanda | | 7,7% | -2,2% | -22,9% | -13,3% | -2,7% | -24,1% | -7,3% | 14,2% | -12,9% | -15,9% | 6,7% | -4,2% | -12,7% | -1,3% | 14,0% | 9,3% | 4,6% | 9,3% | -9,2% | 16,8% | 30,8% | | |
| Italia | | 10,6% | 9,8% | -31,8% | -10,8% | 45,4% | -6,5% | -20,5% | 25,1% | -21,6% | -29,7% | 7,9% | 3,5% | -1,5% | -13,6% | -3,6% | 10,0% | 4,3% | -3,8% | 1,9% | 14,3% | 13,1% | | |
| Marruecos | | 17,9% | -8,2% | -20,7% | -5,3% | 11,5% | -8,9% | 11,1% | -24,6% | -25,3% | -18,4% | 23,8% | 13,5% | -32,4% | -15,9% | -24,8% | 34,9% | 74,8% | -1,8% | -8,5% | 10,0% | -4,1% | | |
| Noruega | | 18,4% | 6,4% | -9,5% | -13,8% | -16,0% | -3,8% | -3,3% | -5,4% | -9,8% | -1,7% | 3,9% | 7,1% | -1,0% | -4,3% | 4,1% | 9,6% | 6,6% | 12,3% | 0,2% | 0,6% | -1,0% | | |
| Países Bajos | | 8,4% | 1,2% | -5,4% | -13,8% | -17,6% | -14,6% | 1,3% | -0,1% | -3,2% | 5,0% | -19,3% | -16,4% | 9,8% | 5,7% | 17,4% | 11,5% | -4,6% | 9,8% | 3,4% | 9,6% | 5,3% | | |
| Portugal | | | | | | | | | | | | | | | | 51,3% | 17,1% | -23,0% | 49,0% | -14,8% | -15,0% | 0,5% | | |
| Reino Unido | | 6,4% | -3,8% | -16,7% | -6,5% | 1,0% | -12,2% | -7,0% | -5,0% | -10,6% | -10,3% | -10,4% | 2,3% | 6,1% | -0,9% | 1,7% | 6,3% | 0,8% | -2,6% | 6,3% | 8,0% | 3,2% | | |
| Rumanía | | 39,2% | 43,8% | -6,2% | -30,0% | 126,1% | -19,5% | -21,0% | -5,6% | -11,8% | -37,0% | -50,3% | 5,1% | 134,6% | 16,6% | -51,8% | 10,9% | -19,7% | 4,8% | 51,9% | 3,8% | -16,8% | | |
| Rusia | | 30,6% | -7,9% | -19,9% | -9,0% | 2,9% | -9,4% | -14,6% | -8,6% | -5,3% | 0,3% | -6,4% | 0,3% | -3,2% | 3,1% | 18,6% | 5,9% | 4,6% | 11,4% | -7,6% | -1,6% | 4,3% | | |
| Suecia | | -13,6% | -8,7% | 7,0% | -5,2% | -15,5% | -20,2% | -6,2% | 0,6% | 3,7% | 1,7% | -14,6% | 3,6% | 2,0% | 0,0% | 8,6% | 9,6% | 3,4% | 3,8% | 16,2% | 5,0% | -3,5% | | |
| Suiza | | 9,1% | 21,2% | 0,4% | 4,0% | 8,0% | -21,9% | -28,5% | 22,1% | 24,4% | -22,4% | -11,5% | 3,4% | -11,8% | -3,6% | 32,4% | 13,4% | 29,3% | 12,4% | -28,8% | 10,9% | 4,8% | | |
| Ucrania | | 46,2% | 43,4% | -30,5% | -47,0% | 47,3% | 21,6% | -44,5% | -15,5% | 23,8% | 34,6% | -30,1% | -7,9% | | | | | | | | 16,6% | 1,8% | -14,2% | |
| Otros UE | | 8,1% | 5,0% | -15,3% | -21,0% | -0,4% | -15,5% | 3,5% | -8,6% | -34,8% | -5,2% | 17,4% | 15,2% | 20,1% | 23,5% | 4,4% | 2,0% | -4,1% | -12,7% | -0,6% | 13,9% | 0,0% | | |
| Otros Fuera | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Nota metodológica

Los datos ofrecidos en esta nota de prensa proceden del Centro de Información Estadística del Notariado (www.cienotariado.org), una base de datos elaborada por el Consejo General del Notariado y son un reflejo fiel de la actividad económica española.

Estos datos provienen del Índice Único Informatizado del Notariado y están disociados de cualquier dato personal y debidamente anonimizados. El proceso de agregación de la información es el siguiente:

1. El notario, fuente de información objetiva

La labor diaria del notario le permite obtener una información directa y fiel en relación a aspectos de orden jurídico y económico capitales, gracias a ejercer una función indispensable para los ciudadanos y las empresas y de intermediación entre estos y las Administraciones Públicas. De ahí que su actividad constituya una fuente de información sumamente precisa e independiente, difícil de obtener por medio de otras prácticas profesionales y administrativas.

2. La escritura pública

Para que la actividad del notario pueda reportar una información válida y medible, los datos recogidos en la escritura pública deben ser parametrizados de modo que puedan ser procesados por sus sistemas informáticos. De esta manera, de cada acto notarial celebrado es posible extraer los datos maestros de sujetos y objetos que son motivo de una inscripción en el registro, o de los cuales derive algún derecho del ciudadano reconocido legalmente, sin que ello suponga perjuicio alguno de su privacidad.

3. Participación de todas las notarías de España, sin exclusión de ningún tipo

Si a este hecho sumamos que el colectivo notarial ha implantado en todo el país una red propia que mantiene permanentemente conectadas a todas las notarías del país (independientemente de su dimensión y localización geográfica), los Colegios Notariales y el Consejo General del Notariado, así como los organismos públicos y privados colaboradores, resulta manifiesta su capacidad de proporcionar una información completa e inmediata imposible de obtener por otros medios.

4. El Índice Único Informatizado, una Base de Datos de excepcional valor

De este modo, recopilando el conjunto de actos celebrados en todas las notarías españolas en una base de datos única, el Consejo General del Notariado obtiene el denominado Índice Único Informatizado, que se actualiza quincenalmente. Este índice es una herramienta fundamental para la prevención del blanqueo de capitales y del fraude fiscal. De esos datos, y tras un proceso de anonimización de los mismos, se obtienen las estadísticas que permiten ofrecer de primera mano indicadores de capital importancia relativos a la riqueza del país con un decalaje temporal de dos meses en el caso de las series nacionales y de cuatro en el caso de las series regionales.

5. Seguridad y confidencialidad plenas para todos los actos notariales

El registro de los datos en el Índice Único Informatizado se realiza siguiendo un estricto protocolo diseñado para garantizar el correcto cumplimiento de la función notarial. Por ejemplo, para la transmisión de estos datos es imprescindible la presencia del notario en la notaría y su firma electrónica (FEREN), así como la utilización de componentes tecnológicos especialmente diseñados para este cometido, e implantados en cada despacho notarial, como el uso de aplicaciones integradas y servidores seguros.

El envío de los mismos por medios telemáticos a las diferentes instancias corporativas y a los organismos colaboradores, se realiza mediante la Red Privada Notarial (RENO), de uso exclusivo del colectivo notarial, a la que no puede acceder ningún usuario que provenga de una red pública como Internet.

Por último, el Consejo General del Notariado hace hincapié en que los datos de carácter confidencial registrados en los actos notariales se mantienen bajo su custodia y salvaguarda en el Centro de Proceso de Datos de los Servicios Centrales de la Agencia Notarial de Certificación (Ancert), un complejo dispositivo dotado de fuertes medidas de seguridad, en cumplimiento con lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y en virtud al fin último de su función pública, la protección del derecho privado de las personas.

Daneses, irlandeses y holandeses son los europeos que más fácil tienen ser propietarios en España

- Según pisos.com, mientras que los españoles tardan cerca de ocho años en liquidar la hipoteca, la media europea no llega a superar los cinco años.
- Aunque la demanda extranjera ha descendido al 12,11%, el mercado británico ha aumentado hasta protagonizar el 16,17% del total de las compraventas en España¹.
- Los británicos son los compradores más activos en nuestro país, lo que aleja definitivamente el Brexit como posible amenaza para el mercado nacional de segunda residencia.

Madrid, 15 de noviembre de 2018.- La demanda extranjera de viviendas en territorio nacional ha descendido ligeramente respecto al mismo periodo del año pasado, pasando del 12,92% al 12,11%, lo que ha supuesto cerca de 16.000 compras menos¹. En este contexto, el portal inmobiliario www.pisos.com ha comparado las posibilidades de acceso a la vivienda en España, tanto para ciudadanos nacionales como para nuestros vecinos europeos, en función de su capacidad adquisitiva.

En concreto, solo tres países de la Unión Europea superan el porcentaje que, de media, destinan los españoles al pago de la vivienda, estimado en un 35,27%: polacos, rumanos y búlgaros (106,65% de media). El resto de países que protagonizan la compra de viviendas en España se quedan lejos de este porcentaje, de forma que los daneses (15,18%), irlandeses (20,72%) y holandeses (21,18%) son los europeos que menos invierten en el pago de la hipoteca.

Aunque la demanda extranjera ha descendido levemente, la nacionalidad con mayor peso en la compra de vivienda nacional sigue siendo la británica, que han aumentado hasta protagonizar el 16,17% de las operaciones, según la Estadística Registral Inmobiliaria correspondiente al tercer trimestre del año, elaborada por el Colegio de Registradores de España. Le siguen Francia (7,66%), Alemania (6,81%), Suecia (5,22%), Bélgica (5,92%), Italia (5,19%), Rumanía (5,86%), Holanda (2,66%), Polonia (1,55%), Irlanda (1,32%), Bulgaria (1,32%) y Dinamarca (0,92%).

Las facilidades de acceso a la oferta nacional varían en función de la remuneración media mensual de cada país. Mientras que, en España, el sueldo medio mensual se sitúa en torno a los 1.639 euros², en Dinamarca, Irlanda y Holanda los ingresos están muy por encima de esta cifra (3.807 €/mes, 2.790 €/mes y 2.729 €/mes, respectivamente). Teniendo en cuenta que la cuota hipotecaria media mensual de la vivienda nacional ronda los 578 euros³, el plazo de amortización es más corto en estos casos. Así, mientras que los españoles tardan aproximadamente cerca de 8 años en completar el pago de la hipoteca, el promedio de estos países es de más de 3 años para los daneses, cerca de 4 años y medio para irlandeses y poco más de 4 años y medio en el caso de los holandeses. Por su parte, los polacos, rumanos y búlgaros tardan, de media, más de 22 años en adquirir una vivienda en España.

Según Ferran Font, director de Estudios de pisos.com, “los compradores extranjeros siguen manteniendo su peso en el mercado nacional, especialmente los británicos, que lideran esta estadística e incluso aumentan su notoriedad, lo que aleja definitivamente el Brexit como posible amenaza”. Respecto a la evolución de las hipotecas, el experto señala que “el número de compraventas sigue creciendo y mostrando madurez a largo plazo, pero sigue siendo necesario recuperar las oportunidades para los compradores nacionales. Afrontar una hipoteca requiere un esfuerzo económico importante y las posibilidades de ahorro están limitadas por el salario medio mensual. Sin solvencia y capacidad de pago suficientes no se puede asumir un compromiso tan importante”.

| PAÍS | COMPRARENTAS SEGÚN NACIONALIDAD (SOLO EUROPEOS) | SALARIO MEDIO MENSUAL | SALARIO MEDIO ANUAL | CUOTA HIPOTECARIA MENSUAL | % DEDICADO AL PAGO DE LA VIVIENDA | PRECIO VIVIENDA | AÑOS AMORTIZACIÓN |
|-------------|---|-----------------------|---------------------|---------------------------|-----------------------------------|-----------------|-------------------|
| Reino Unido | 16,17% | 2.381 € | 28.572 € | 578 € | 24,28% | 149.040 € | 5,22 |
| Francia | 7,66% | 2.356 € | 28.272 € | 578 € | 24,53% | 149.040 € | 5,27 |
| Alemania | 6,81% | 2.719 € | 32.628 € | 578 € | 21,26% | 149.040 € | 4,57 |
| Suecia | 5,22% | 2.710 € | 32.520 € | 578 € | 21,33% | 149.040 € | 4,58 |
| Bélgica | 5,92% | 2.608 € | 31.296 € | 578 € | 22,16% | 149.040 € | 4,76 |
| Italia | 5,19% | 2.033 € | 24.396 € | 578 € | 28,43% | 149.040 € | 6,11 |
| Rumanía | 5,86% | 563 € | 6.756 € | 578 € | 102,66% | 149.040 € | 22,06 |
| Holanda | 2,66% | 2.729 € | 32.748 € | 578 € | 21,18% | 149.040 € | 4,55 |
| Polonia | 1,55% | 768 € | 9.216 € | 578 € | 75,26% | 149.040 € | 16,17 |
| Irlanda | 1,32% | 2.790 € | 33.480 € | 578 € | 20,72% | 149.040 € | 4,45 |
| Bulgaria | 1,13% | 407 € | 4.884 € | 578 € | 142,01% | 149.040 € | 30,52 |
| Dinamarca | 0,92% | 3.807 € | 45.684 € | 578 € | 15,18% | 149.040 € | 3,26 |
| España | | 1.639 € | 19.668 € | 578 € | 35,27% | 149.040 € | 7,58 |

Referencias

¹ [Estadística Registral Inmobiliaria 3T 2018](#). Colegio de Registradores de España.

² [VI Monitor Anual Adecco](#) sobre salarios

³ [Informe mensual de precios de venta de pisos.com](#). Octubre 2018.



Sobre nosotros

pisos.com es un portal inmobiliario que ayuda a particulares y profesionales a comprar, vender y alquilar cualquier tipo de inmueble de forma rápida y sencilla. Su oferta incluye casas, pisos, locales, oficinas, naves, terrenos, garajes y trasteros de obra nueva y segunda mano en toda España. Además, pisos.com cuenta también con el portal inmobiliario de referencia para quienes buscan habitación o compañero de piso: pisocompartido.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 / _____ | 91 |
| 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.

