



LO QUE AVANZAN LOS VISADOS DE OBRA. INFORME INMOBILIARIO DE LA CAIXA 2021.



- 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.

11 de diciembre de 2020

MARKETING INMOBILIARIO Y ESTUDIOS DE MERCADO INMOBILIARIOS

- El nivel de visados alcanzado hasta septiembre de 2020 es similar al de 2017, año que se cerró con unos 80.000 visados de obra nueva, una cifra que coincide con la previsión actual de visados de obra nueva para el año 2020.
- La actividad en el mercado inmobiliario español se está recuperando de la extraordinaria caída experimentada durante el primer confinamiento. Así, en el tercer trimestre de 2020, las compraventas de vivienda y los visados de obra nueva han recuperado gran parte del terreno perdido, una tendencia positiva que se estima que se afiance en 2021.

En concreto, el valor añadido bruto (VAB) de la construcción, en términos reales, descendió un 17,1% en el primer semestre de 2020, mientras que el PIB descendió un 12,8% en ese periodo. A pesar de que el VAB del sector constructor repuntó un 22,5% intertrimestral en el 3T 2020, todavía se encuentra un 11,0% por debajo del nivel registrado un año atrás. Para poner el dato en perspectiva, téngase en cuenta que el PIB del conjunto de la economía es un 8,7% inferior al del 3T 2019.

Por otro lado, los visados de obra nueva acumulan un descenso muy significativo, del 23,6% entre enero y septiembre de 2020, pero muestran una importante recuperación respecto al retroceso del 37,2% del segundo trimestre.

>Para aprender, practicar.

>Para enseñar, dar soluciones.

>Para progresar, luchar.

Formación inmobiliaria práctica > Sólo cuentan los resultados



El nivel de visados alcanzado hasta septiembre de 2020 es similar al de 2017, año que se cerró con unos 80.000 visados de obra nueva, una cifra que coincide con la previsión actual de visados de obra nueva para el año 2020. De cara al año 2021, se prevé que los visados de obra nueva sigan creciendo gradualmente hasta alcanzar la cifra de 90.000.

De este modo, la producción de vivienda nueva se situaría en consonancia con la creación neta de hogares en los últimos 12 meses (cifrada también en 90.000 por la EPA). En este sentido, es importante mencionar que el INE ha revisado sustancialmente a la baja las proyecciones de creación neta de hogares para los próximos años.

En concreto, el INE prevé que se formen unos 60.000 hogares por año entre 2021 y 2025, lo que supone menos de la mitad de los 135.000 hogares anuales proyectados hace dos años. Dichas proyecciones asumen unos flujos de entrada de extranjeros considerables en España, teniendo en cuenta que la previsión es que los hogares formados por personas de nacionalidad española desciendan en torno a los 100.000 por año. Los datos de mercado laboral en el sector de la construcción muestran, por el contrario, una evolución más positiva.

Los datos de la EPA muestran que la recuperación del empleo fue especialmente intensa en el sector de la construcción en el 3T 2020: la tasa interanual repuntó hasta el -1,6%, frente al -8,4% que registró en el 2T. Los datos de horas trabajadas reflejan mejor la evolución del empleo, en términos efectivos. Esta información señala que, en la construcción, las horas efectivas se situaron en el 3T ya algo por encima de su nivel de un año antes, con un aumento del 0,5%. Además, cabe destacar que los trabajadores del sector constructor que estuvieron afectados por un ERTE se han ido reincorporando al mercado laboral: si en el mes de abril representaban el 35,2% de los asalariados de la construcción, en octubre este porcentaje había descendido hasta el 3,4%.

El informe subraya que estos fondos europeos representan una oportunidad única para modernizar la economía española, que recibirá unos 72.000 millones de euros en transferencias no reembolsables entre 2021 y 2026, lo que equivale al 5,8% del PIB de 2019. Alrededor de un 6% de los fondos europeos NGEU se destinarán a la rehabilitación de viviendas y permitirán triplicar la inversión pública en este ámbito. En particular, el gobierno prevé que se rehabiliten 500.000 viviendas entre 2021 y 2023, un objetivo muy positivo para el sector si se materializa, pero también muy ambicioso, puesto que alcanzar este objetivo supone multiplicar el ritmo actual de rehabilitación por seis en tres años.

Inmobiliario

Informe Sectorial

1^{er} semestre 2021

Una recuperación verde,
social y digital

Situación y
perspectivas
del sector en un
entorno exigente

Así evolucionará
el precio de las
viviendas en
España en 2021

El Plan de
Recuperación
Europeo: una ola
verde para el sector
inmobiliario





INFORME SECTORIAL

Inmobiliario 2021 El *Informe Sectorial* es una publicación elaborada por CaixaBank Research

CaixaBank Research

Enric Fernández Economista jefe

Oriol Aspachs Director de Estudios

Sandra Jódar Directora de Estrategia Bancaria

Judit Montoriol Gariga *Lead economist*

Fecha de cierre de esta edición: 1 de diciembre de 2020

Sumario

2021



03 SITUACIÓN Y PERSPECTIVAS

La actividad en el sector inmobiliario se está recuperando de la excepcional caída experimentada en el segundo trimestre, una tendencia positiva que se prevé que se afiance en 2021.



11 PREVISIÓN POR PROVINCIAS

Mediante modelos de previsión usando *big data* y técnicas de *machine learning*, nuestra estimación es que el precio de la vivienda disminuirá en 7 de cada 10 provincias españolas en 2021.



17 NEXT GENERATION EU

La UE otorgará hasta 750.000 millones de euros a sus Estados miembros para impulsar la recuperación de la economía, un acuerdo sin precedentes que podría tener un impacto considerable sobre el sector inmobiliario.



20 REHABILITACIÓN DE VIVIENDA

Con los fondos europeos, el Gobierno prevé rehabilitar medio millón de viviendas entre 2021 y 2023 para mejorar su eficiencia energética. El fortalecimiento del parque de vivienda social en alquiler es otra prioridad.

«La casa debe ser el estuche de la vida,
la máquina de felicidad».

LE CORBUSIER



Inmobiliario

PREVISIONES DE CAIXABANK RESEARCH PARA EL SECTOR INMOBILIARIO ESPAÑOL

El reloj inmobiliario de CaixaBank Research muestra la evolución del precio de la vivienda y las compraventas a lo largo del ciclo.

Según nuestras previsiones, el ciclo actual será más corto que el anterior, puesto que la posición de partida del sector inmobiliario era mucho más sólida.

En 2020, el sector ha entrado en contracción y 2021 será un año de *impasse* en el que prevemos un crecimiento gradual de las compraventas, pero un cierto ajuste del precio.

Prevedemos que en 2022 se iniciará un nuevo ciclo expansivo del sector inmobiliario.



Nota: Se excluye el periodo 2010-2011 debido al efecto provocado por incentivos fiscales.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE, del Mitma y de previsiones de CaixaBank Research

Previsión del precio de la vivienda según modelos basados en *big data* y aplicando técnicas de *machine learning*

EL PRECIO DE LA VIVIENDA DISMINUIRÁ EN **7 de cada 10** provincias españolas en 2021 y crecerá de forma muy moderada en el resto



El Plan de Recuperación Europeo Next Generation EU, dotado con 750.000 millones de euros, contribuirá a afianzar la recuperación

La economía española recibirá **72.000 millones** de euros en transferencias no reembolsables entre 2021 y 2026, **el 5,8% del PIB de 2019**

500.000. Es el número de viviendas que se espera rehabilitar con el apoyo de los fondos europeos entre 2021 y 2023

Resumen ejecutivo

Una recuperación verde, social y digital

A estas alturas de la pandemia, a nadie le queda ninguna duda de que la **evolución de la situación sanitaria es el gran determinante del escenario económico**. Tras un periodo de relativa normalidad durante el verano, las restricciones a la movilidad y a la actividad se han tenido que volver a endurecer en gran parte de los países europeos. El impacto económico de esta segunda oleada es significativo, aunque claramente inferior al de los severos confinamientos del segundo trimestre. Esta situación ha enfriado las perspectivas económicas de cara al inicio del año 2021, aunque las perspectivas para la primavera son más halagüeñas, con las esperanzas puestas en la disponibilidad de una vacuna contra la COVID-19 y otras herramientas que ayuden a reforzar la estrategia sanitaria (como, por ejemplo, la práctica de test rápidos a la población, de forma masiva y a bajo coste).

La actividad en el mercado inmobiliario español se está recuperando de la extraordinaria caída experimentada durante el primer confinamiento.

Así, en el tercer trimestre de 2020, las compraventas de vivienda y los visados de obra nueva han recuperado gran parte del terreno perdido, una tendencia positiva que prevemos que se afiance en 2021. En cambio, el impacto de la crisis en el precio de la vivienda ha sido, por ahora, relativamente moderado, y seguimos esperando una cierta corrección en el tramo final de 2020 y la primera mitad del año 2021. En particular, los nuevos modelos de previsión del precio de la vivienda a nivel provincial de CaixaBank Research, basados en grandes cantidades de información (*big data*) y aplicando técnicas de *machine learning*, predicen que el precio de la vivienda disminuirá en 7 de cada 10 provincias españolas en 2021 y crecerá de forma muy moderada en el resto.

Con todo, es importante recordar que la magnitud del impacto económico de la COVID-19 es enorme y que las secuelas de la pandemia sobre el sector tardarán en desaparecer. En este sentido, **el Plan de Recuperación Europeo Next Generation EU**

(NGEU), dotado con la nada desdeñable cifra de 750.000 millones de euros, contribuirá de forma decisiva a afianzar la recuperación. Uno de los objetivos principales de la UE, al que este plan de recuperación pretende contribuir significativamente, es la transición ecológica hacia la neutralidad climática en 2050. En la UE los edificios son responsables de cerca del 40% de las emisiones de gases causantes del calentamiento global, por lo que la involucración y el compromiso del sector inmobiliario son imprescindibles para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero hasta los objetivos fijados. Así, por ejemplo, los edificios «inteligentes», más eficientes energéticamente, apoyan al mismo tiempo otro de los ejes que marca la Comisión, la transición digital.

Los fondos europeos representan una oportunidad única para modernizar la economía española, que recibirá unos 72.000 millones de euros en transferencias no reembolsables entre 2021 y 2026, lo que equivale al 5,8% del PIB de 2019. **Alrededor de un 6% de los fondos europeos NGEU se destinarán a la rehabilitación de viviendas y permitirán triplicar la inversión pública en este ámbito.** En particular, el Gobierno prevé que se rehabiliten 500.000 viviendas entre 2021 y 2023, un objetivo muy positivo para el sector si se materializa pero también muy ambicioso, puesto que alcanzar este objetivo supone multiplicar el ritmo actual de rehabilitación por seis en tres años.

Además de la rehabilitación, **otra de las prioridades de las políticas de vivienda para los próximos años es el fortalecimiento de la vivienda social.** El fuerte impacto económico y social de la crisis de la COVID-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de crear un amplio parque público de viviendas en alquiler para solventar la actual carestía y tener la capacidad para dar una solución habitacional a la población más vulnerable. Unas políticas que deberían impulsar una recuperación verde, social y digital.



Situación y perspectivas

Un entorno exigente para el sector inmobiliario español

La actividad en el mercado inmobiliario se está recuperando de la extraordinaria caída que experimentó entre los meses de marzo y junio. Así, las compraventas de vivienda y los visados de obra nueva han recuperado gran parte del terreno perdido en el tercer trimestre de 2020, una tendencia que prevemos que se afiance en 2021. El precio de la vivienda, que hasta la fecha ha mantenido una evolución débil pero sin llegar a registrar ajustes pronunciados, esperamos que mantenga una tónica similar en los próximos trimestres, y es probable que cierre 2021 con un descenso de alrededor del 2%.

La segunda oleada del virus empaña las perspectivas económicas para 2021

A lo largo del verano, superado el pico de la pandemia de los meses de marzo, abril y mayo, la economía mundial experimentó una reactivación notable y generalizada en la mayoría de los países. Sin embargo, **los últimos indicadores muestran que la segunda ola de la COVID-19 está enfriando rápidamente la recuperación**, de manera que no podemos descartar un nuevo retroceso de la actividad en el 4T 2020. Con todo, es muy importante remarcar que el impacto económico de las nuevas restricciones a la movilidad está siendo claramente inferior al de los estrictos confinamientos del segundo trimestre.

La economía española también se recuperó con fuerza en el 3T 2020 después del confinamiento. En concreto, tras caer un 17,8% en el 2T 2020, el PIB de España avanzó un significativo 16,7% intertrimestral en el 3T 2020, lo cual confirma la reactivación económica a pesar de que el registro todavía se emplace un 8,7% por debajo del nivel del mismo trimestre del año anterior. Sin embargo, como ha sucedido en las principales economías internacionales, **los últimos indicadores sugieren un enfriamiento de la recuperación y un tono más dubitativo de la actividad en el 4T** a causa de la segunda oleada de contagios.

La pandemia es el gran determinante del escenario económico. La segunda oleada del virus nos ha llevado a revisar las previsiones a la baja para 2021, si bien los recientes avances en el plano sanitario aportan notas de esperanza



No sorprende que el giro que han tomado los acontecimientos, peor de lo que se anticipaba hace unos meses, haya afectado a las perspectivas de crecimiento. Así, **el escenario actual de CaixaBank Research contempla un crecimiento del PIB del 6,0%¹ en 2021**, un rebote todavía notable pero inferior al previsto anteriormente (del 8,6%). Este escenario descansa sobre una serie de hipótesis, entre las cuales destaca la probabilidad de que la vacuna contra la COVID-19 esté disponible en los primeros meses del año, en principio para los colectivos de mayor riesgo, y que se extiendan otras herramientas que diversifiquen la estrategia sanitaria (como, por ejemplo, la práctica de test rápidos a la población, de forma masiva y a bajo coste), lo cual apoyaría a la actividad económica y garantizaría una recuperación más resiliente. Con todo, no se espera que el PIB de España alcance los niveles previos a la crisis hasta el año 2023, algo más tarde que nuestros principales socios europeos, dado el mayor peso para la economía española del sector turístico, que continuará operando muy por debajo de su potencial.

En cuanto al mercado inmobiliario, la actividad también se ha ido recuperando tras haber experimentado una caída de una magnitud inaudita durante el confinamiento. **Así, desde el verano se observa una notable recuperación de la compraventa de viviendas y de los visados de obra nueva**, una tendencia que prevemos que se afiance en 2021. **En cambio, los efectos de la crisis en el precio de la vivienda han sido, por ahora, relativamente moderados**, pero seguimos esperando una cierta corrección en el tramo final de 2020 y en la primera mitad del año 2021. Así pues, el sector inmobiliario seguirá recuperándose gradualmente a lo largo de 2021 del fuerte impacto que ha provocado la pandemia en el sector.

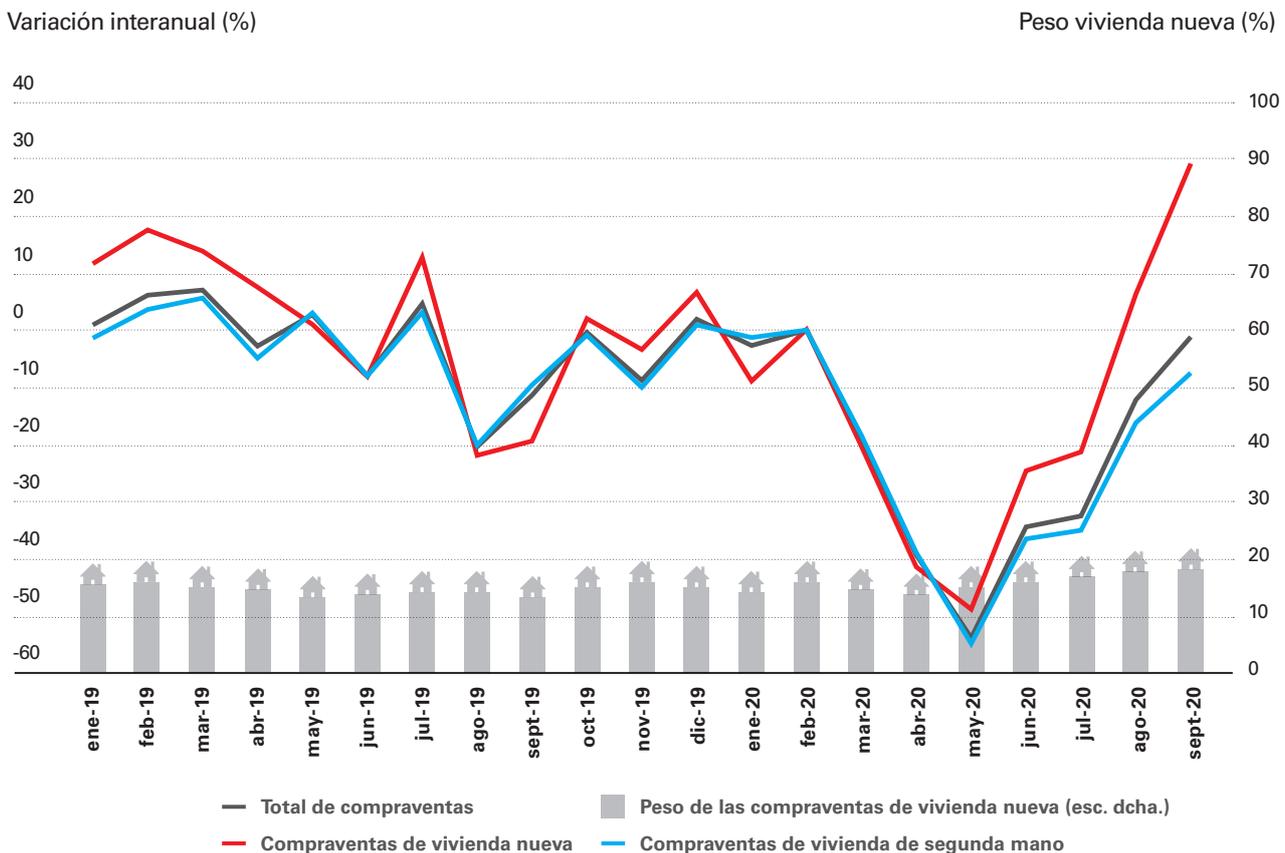
① Para más detalles, léase la Nota Breve "Actualización del escenario macroeconómico", disponible en: <https://www.caixa-bankresearch.com/en/publicaciones/notas-breves-actualidad-economica-y-financiera/espana/actualizacion-del-escenario>



La demanda de vivienda ha recuperado gran parte del terreno perdido, pero seguirá por debajo de su potencial mientras no se consolide la recuperación de la economía

La demanda de vivienda se ha recuperado muy rápidamente desde el verano. Así, el número de compraventas apenas descendió en septiembre (-1,1% interanual), dejando atrás las fuertes caídas experimentadas durante el confinamiento (-36% interanual entre marzo y julio). Se observa una importante dicotomía entre la evolución de la vivienda nueva y la de segunda mano: la compraventa de vivienda nueva ha repuntado con fuerza (+29,2% interanual), mientras que la compraventa de segunda mano sigue descendiendo en términos interanuales, aunque de forma más suave que en meses anteriores (-7,4% interanual en septiembre frente al -16,1% interanual en agosto). En consecuencia, el peso de las compraventas de vivienda nueva ha alcanzado el 22,2% del total, frente al 18,4% que representaron en 2019.

La compraventa de vivienda nueva repunta tras el confinamiento



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE.

Un dato interesante es que **la compraventa de viviendas unifamiliares ha cobrado fuerza** durante la pandemia y en el 3T 2020 marcó el máximo de la serie histórica, con el 20,4% del total de transacciones registradas en ese trimestre.² Se constata así un cierto cambio en las preferencias de los consumidores, que buscan viviendas con mayor superficie y espacios abiertos, como terrazas y jardines, como consecuencia de los meses de confinamiento que forzó la crisis sanitaria.

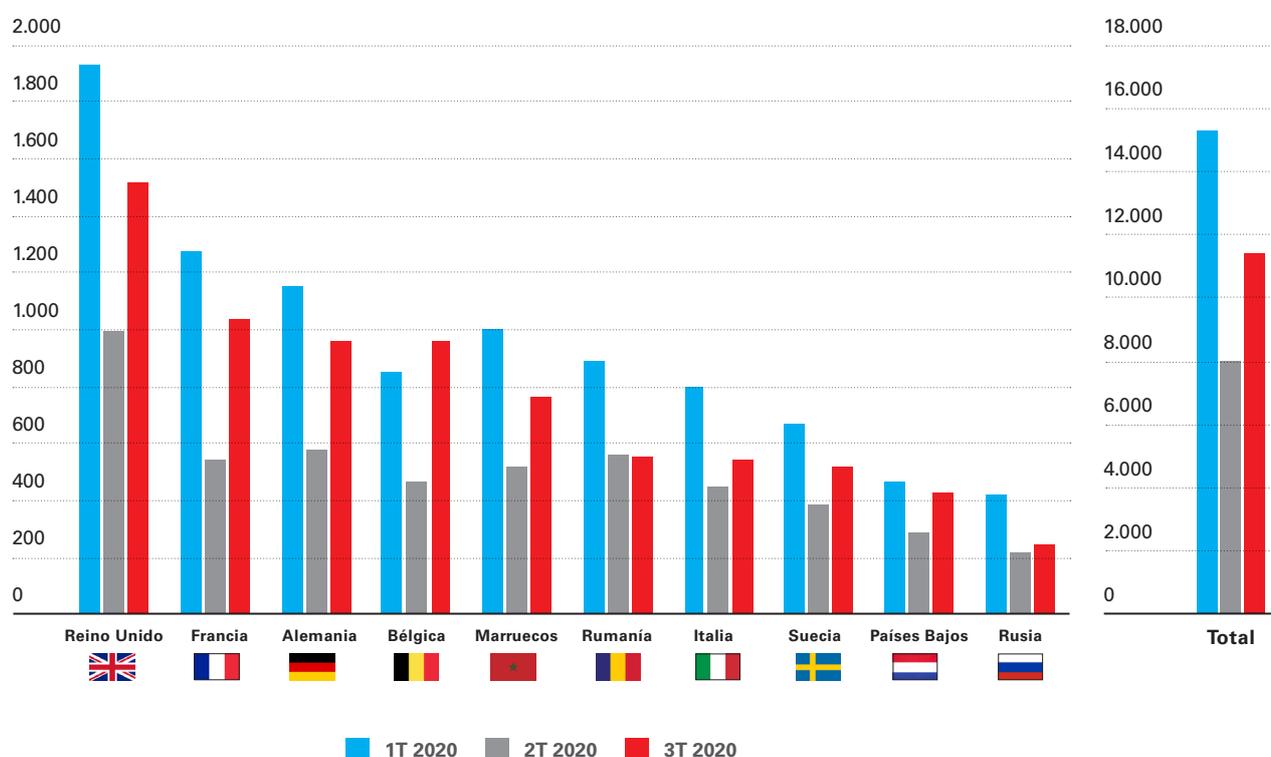
² Datos del Colegio de Registradores.

También destaca la vigorosa recuperación de la compraventa de viviendas por parte de extranjeros³ en el 3T 2020 (+42,5% intertrimestral), después del intenso descenso del 2T (-46,6% intertrimestral), de modo que el peso de las compras de extranjeros ha alcanzado el 11,4% frente al 10,7% en el 2T. En números absolutos, esto se traduce en cerca de 11.400 compraventas por parte de extranjeros en el 3T 2020 frente a las 8.000 del 2T, un dato que, sin embargo, todavía está muy alejado de las más de 15.000 del 1T y de un año atrás. Como es habitual, británicos, franceses, alemanes y belgas son los principales compradores, generalmente por razones vacacionales. Tras estas nacionalidades se sitúan marroquíes y rumanos, cuya compra suele ir asociada a fines residenciales. Italianos, suecos, holandeses y rusos completan el top 10 de compradores por nacionalidad.

③ Datos del Colegio de Registradores.

Compraventas por parte de extranjeros por nacionalidad

Número de compraventas



Fuente: CaixaBank Research, a partir del Colegio de Registradores.

A pesar de que la demanda de vivienda se ha recuperado con fuerza desde el confinamiento, el empeoramiento de la situación económica puede volver a comprometer la demanda de vivienda en los próximos meses



Previsiones de CaixaBank Research para el sector inmobiliario español



Fuente: CaixaBank Research.

De cara a los próximos meses, **prevedemos que el ritmo de crecimiento de las compraventas se modere ligeramente**. Por una parte, por el agotamiento de la demanda embalsada durante el confinamiento, puesto que ya se han podido llevar a cabo la mayor parte de las transacciones que se posponer por las restricciones a la movilidad. Y, por otra parte, por el impacto de la situación económica sobre la renta bruta disponible de las familias. Si bien es importante remarcar que el mercado laboral ha evolucionado muy positivamente desde el confinamiento (la EPA del 3T 2020 muestra un fuerte rebote del total de horas efectivas trabajadas y un incremento del empleo del 3% respecto al 2T), en los últimos meses se observa una reducción de la reactivación de los trabajadores en ERTE de la primera ola, a los que se suman los trabajadores afectados por los ERTE de la segunda ola. En CaixaBank Research prevedemos que la tasa de paro aumente significativamente en el 1T 2021 (hasta el 19%) debido a un incremento de la destrucción de la ocupación en los próximos meses. Sin embargo, la creación de empleo debería ganar vigor en el 2T 2021, especialmente de cara al verano, siempre y cuando se confirme nuestra hipótesis de que la situación epidemiológica permitirá desarrollar la temporada turística con relativa normalidad.

Los factores que sostienen el avance de la demanda (esencialmente, el crecimiento sostenido del empleo, la recuperación de los salarios y la demanda extranjera) seguirán debilitados mientras la situación epidemiológica no mejore

Por su parte, **las condiciones financieras seguirán apoyando la demanda de vivienda**. Es muy probable que el BCE prolongue en los próximos meses algunas de las medidas de política monetaria que, con rapidez y contundencia, puso en marcha al inicio de la pandemia (desde compras de activos estimadas en casi 2 billones de euros en 2020-2021 e inyecciones de liquidez en condiciones muy favorables, hasta la relajación regulatoria y de colateral). Un reflejo de la efectividad de las medidas es que la nueva concesión de crédito

a los hogares para la compra de vivienda continuó progresando (-6,9% interanual en el acumulado de enero a octubre frente a la caída del 37,3% interanual entre marzo y mayo). Por otro lado, la encuesta de préstamos bancarios del 3T muestra un cierto endurecimiento en los criterios de aprobación de préstamos a los hogares para la adquisición de vivienda, aunque las condiciones generales de los nuevos préstamos no reflejan cambios.⁴

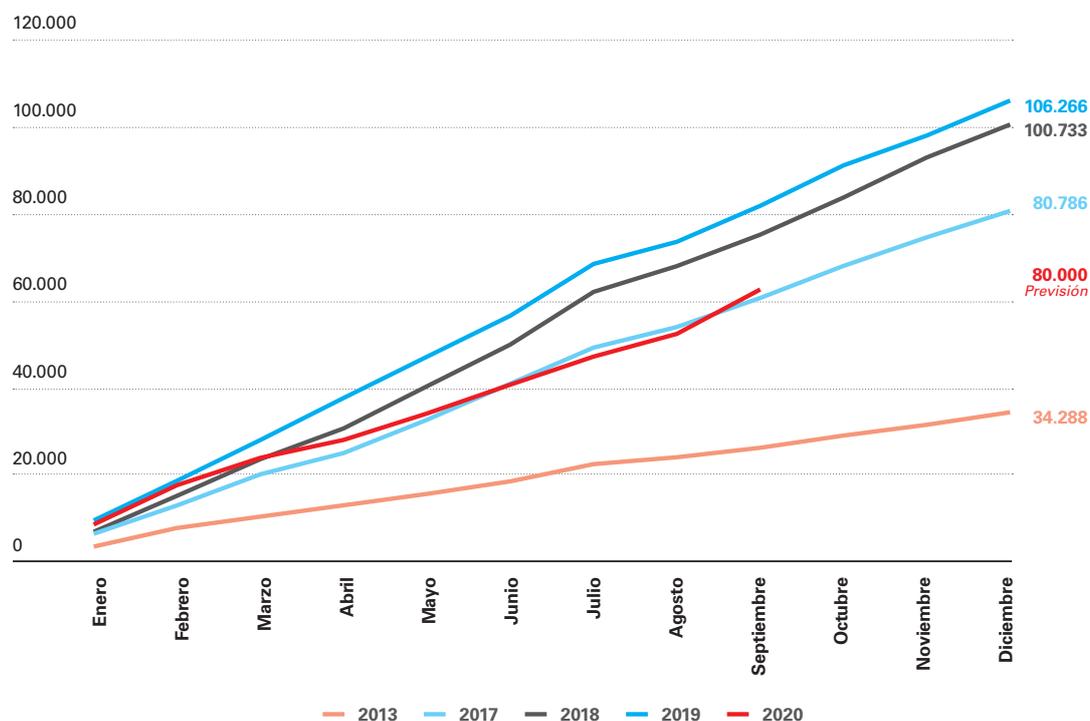
④ Véase la «Encuesta sobre préstamos bancarios en España: octubre de 2020», Banco de España, disponible en <https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/Informes-BoletinesRevistas/ArticulosAnaliticos/20/T4/descargar/Fich/be2004-art34.pdf>

Los indicadores de oferta señalan una recuperación todavía incompleta en el sector inmobiliario

El sector constructor se ha visto muy afectado por la crisis del coronavirus y está tardando más en recuperarse que el conjunto de la economía, según los datos de contabilidad nacional. En concreto, el valor añadido bruto (VAB) de la construcción, en términos reales, descendió un 17,1% en el primer semestre de 2020, mientras que el PIB descendió un 12,8% en ese periodo. A pesar de que el VAB del sector constructor repuntó un 22,5% intertrimestral en el 3T 2020, todavía se encuentra un 11,0% por debajo del nivel registrado un año atrás. Para poner el dato en perspectiva, téngase en cuenta que el PIB del conjunto de la economía es un 8,7% inferior al del 3T 2019. Por otro lado, **los visados de obra nueva acumulan un descenso muy significativo**, del 23,6% entre enero y septiembre de 2020, pero muestran una importante recuperación respecto al retroceso del 37,2% del segundo trimestre. En el siguiente gráfico puede observarse que el nivel de visados alcanzado hasta septiembre de 2020 es similar al de 2017, año que se cerró con unos 80.000 visados de obra nueva, una cifra que coincide con nuestra previsión actual de visados de obra nueva para el año 2020.

Los visados de obra nueva se sitúan en niveles similares a los de 2017

Número de visados acumulados a lo largo del año



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.



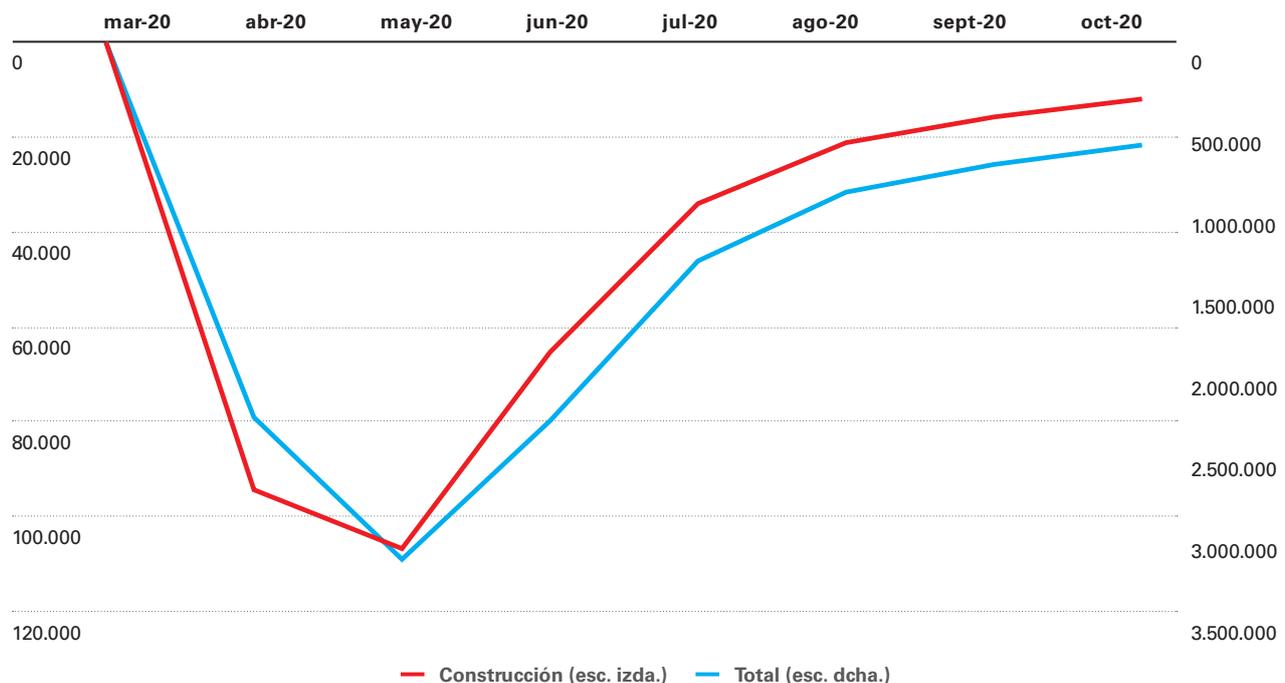
De cara al año 2021, preveemos que los visados de obra nueva sigan creciendo gradualmente hasta alcanzar la cifra de 90.000. De este modo, la producción de vivienda nueva se situaría en consonancia con la creación neta de hogares en los últimos 12 meses (cifrada también en 90.000 por la EPA). En este sentido, es importante mencionar que el INE ha revisado sustancialmente a la baja las proyecciones de creación neta de hogares para los próximos años. En concreto, el INE prevé que se formen unos 60.000 hogares por año entre 2021 y 2025, lo que supone menos de la mitad de los 135.000 hogares anuales proyectados hace dos años. Dichas proyecciones asumen unos flujos de entrada de extranjeros considerables en España, teniendo en cuenta que la previsión es que los hogares formados por personas de nacionalidad española desciendan en torno a los 100.000 por año.

Los datos de mercado laboral en el sector de la construcción muestran, por el contrario, una evolución más positiva

Los datos de la EPA muestran que la recuperación del empleo fue especialmente intensa en el sector de la construcción en el 3T 2020: la tasa interanual repuntó hasta el -1,6%, frente al -8,4% que registró en el 2T. Los datos de horas trabajadas reflejan mejor la evolución del empleo, en términos efectivos. Esta información señala que, en la construcción, las horas efectivas se situaron en el 3T ya algo por encima de su nivel de un año antes, con un aumento del 0,5%. Además, cabe destacar que los trabajadores del sector constructor que estuvieron afectados por un ERTE se han ido reincorporando al mercado laboral: si en el mes de abril representaban el 35,2% de los asalariados de la construcción, en octubre este porcentaje había descendido hasta el 3,4%.⁵ Los ERTE, por tanto, han sido un mecanismo altamente eficaz para salvaguardar las relaciones laborales durante los meses más duros de la pandemia.

⁵ Datos de afiliación promedio del mes.

Trabajadores por cuenta ajena afectados por ERTE



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del MITRAMISS



El precio de la vivienda empieza a ajustarse

El impacto de la crisis del coronavirus sobre el precio de la vivienda ha sido, por ahora, relativamente moderado debido a la elevada inercia de los precios de la vivienda en los cambios de ciclo. Según la estadística publicada por el Mitma (basada en precios de tasación), el precio de la vivienda aumentó un 0,6% intertrimestral en el 3T 2020, rompiendo así la tendencia descendente de los dos trimestres anteriores. En términos interanuales, el precio suavizó su descenso (-1,1% interanual frente al -1,7% del 2T). Por otra parte, el indicador de precios del Colegio de Registradores (basado en ventas repetidas) anotó una caída del 0,2% intertrimestral en el 3T 2020. Si bien en términos interanuales sigue en positivo (0,8%), este indicador muestra una marcada desaceleración respecto al avance del 7,3% interanual registrado en el 3T 2019. Por su lado, el precio de la vivienda del INE (basado en precios de transacción) también bajó una marcha, pasando de un crecimiento del 3,2% interanual en el 1T al 2,1% en el 2T, pero este indicador todavía no ha registrado descensos en términos intertrimestrales. Los datos del INE muestran una mejor evolución del precio de la vivienda nueva que el de segunda mano. En concreto, el precio de la vivienda nueva avanzó un 4,2% interanual en el 2T 2020, mientras que el precio de la vivienda de segunda mano anotó un avance más tímido, del 1,8%.

Otro indicador que resulta de especial relevancia en situaciones de elevada incertidumbre como la actual es el tiempo que se tarda en vender una vivienda, pues puede denotar una mayor dificultad de compradores y vendedores en acordar el nuevo precio de equilibrio para las transacciones. En este sentido, los distintos indicadores disponibles en los portales inmobiliarios apuntan a un cierto incremento del tiempo que pasa entre la publicación de un anuncio de venta y la fecha de la transacción. Según los datos de Idealista, **se tardaba unos seis meses en vender una vivienda durante el 3T 2020, casi un mes más que un año antes.**⁶

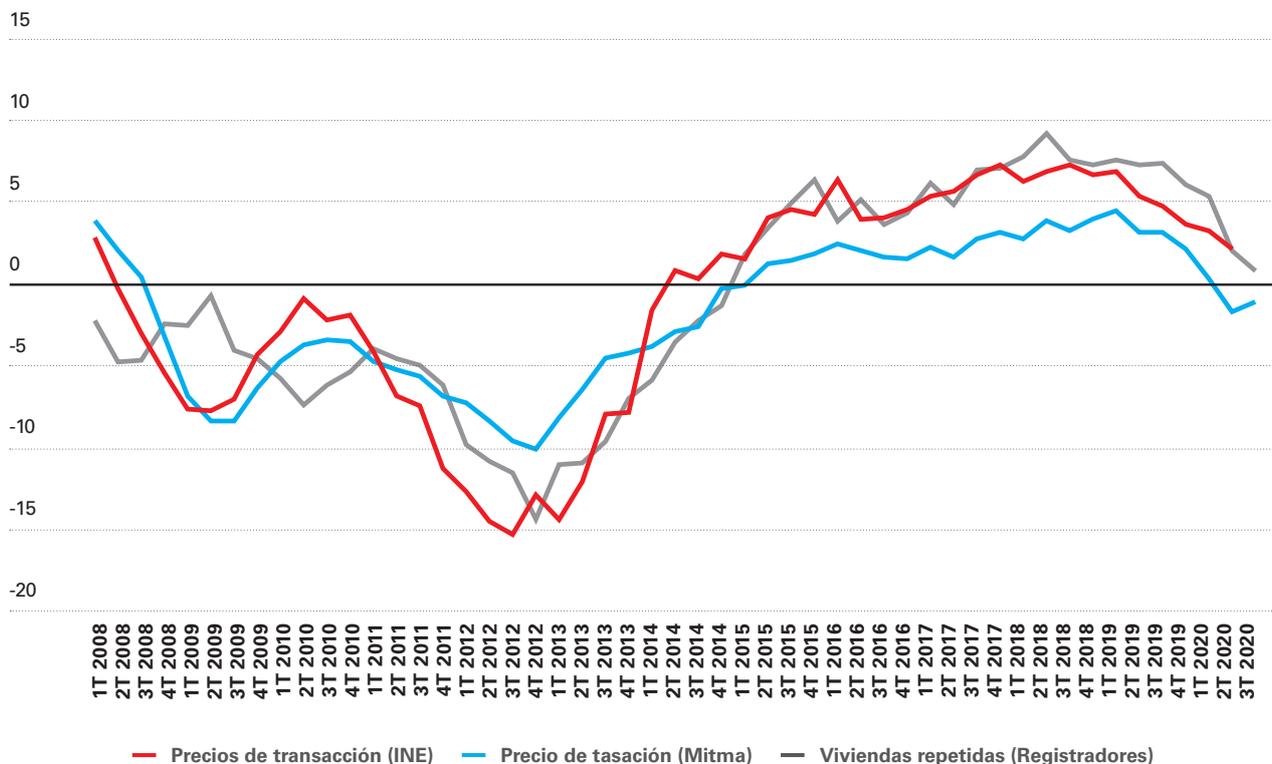
© Estudio de Idealista disponible en <https://www.idealista.com/news/inmobiliario/vivienda/2020/11/10/787808-dime-donde-vives-y-te-dire-cuanto-tardaras-en-vender-tu-casa-ahora>



Así pues, a pesar de que el descenso del precio de la vivienda ha sido relativamente moderado hasta la fecha, seguimos proyectando una corrección algo más acusada en el tramo final de 2020 y la primera mitad del año 2021. La reactivación de la actividad prevista a partir de la primavera debería apoyar la gradual recuperación del precio de la vivienda en la segunda mitad de 2021. Con todo, la profunda crisis económica generada por la COVID-19 hará que la recuperación sea muy paulatina, de modo que no prevemos que se alcancen los niveles de precios de antes de la crisis hasta el año 2024.

El precio de la vivienda flexiona a la baja

Variación interanual (%)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del INE, Colegio de Registradores y Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

El mercado del alquiler se resiente más

Según los indicadores disponibles en distintos portales inmobiliarios, **el precio del alquiler ha empezado a descender en la mayor parte de provincias y municipios de España**, si bien existe una elevada heterogeneidad entre los distintos mercados. Un factor que está incidiendo de manera decisiva sobre los precios de los alquileres en determinadas zonas es el notable incremento de la oferta de pisos en alquiler derivado del trasvase de viviendas que se destinaban a alquiler turístico a corto plazo al mercado residencial. Según un estudio de Fotocasa, el 64% de los propietarios de pisos turísticos se ha pasado al alquiler tradicional.⁷ Asimismo, se observa un incremento en el tiempo promedio que se tarda en alquilar una vivienda, que según un estudio de Servihabitat⁸ ha alcanzado los 58 días, casi 10 días más que hace un año, pero todavía lejos de los 64 días que se tardaba en 2017.

⁷ Disponible en <https://blogprofesional.fotocasa.es/el-64-de-los-propietarios-de-pisos-turisticos-se-ha-pasado-al-alquiler-residencial-durante-la-pandemia/>

⁸ Disponible en https://corporate.servihabitat.com/documents/uploads/contenido/estudios/Servihabitat-Trends_MercadoAlquiler_ESPpdf

Previsión del precio de la vivienda por provincias

¿Cómo evolucionará el precio de la vivienda en las provincias españolas en 2021?

CaixaBank Research ha desarrollado unos nuevos modelos de previsión del precio de la vivienda a nivel provincial usando grandes cantidades de información (*big data*) y aplicando técnicas de *machine learning*. Según estos modelos, el precio de la vivienda disminuirá en 7 de cada 10 provincias españolas en 2021 y crecerá de forma muy moderada en el resto. Comparando las previsiones actuales con las que proyectaban los modelos antes de la pandemia, observamos una notable corrección del crecimiento previsto en el precio de la vivienda a un año vista, de unos 4 p. p. en promedio. Dicha corrección ha sido más acusada en las provincias con una mayor concentración urbana y una mayor dependencia del turismo extranjero, aunque, a pesar de ello, estas zonas siguen siendo las más dinámicas.

Big data y machine learning aplicados a la predicción de la evolución del precio de la vivienda

En este artículo analizamos las previsiones del precio de la vivienda para 2021 a nivel provincial, obtenidas a partir de los modelos de aprendizaje automático de la nueva herramienta de *big data* inmobiliario de CaixaBank. Esta herramienta combina los millones de datos internos de CaixaBank con fuentes externas de datos contrastados. Esto permite aplicar algoritmos de *machine learning*, que mejoran las previsiones a medida que se va contando con más información. Para entrenar los modelos, se han usado las series históricas del precio de la vivienda del Ministerio de Transporte, Movilidad y Agenda Urbana, basado en tasaciones de viviendas libres. La mayor parte de estos datos proviene de tasaciones de viviendas con más de 5 años de antigüedad, de modo que las previsiones del precio de la vivienda que presentamos en este artículo reflejan en gran medida la evolución del mercado de la vivienda de segunda mano.

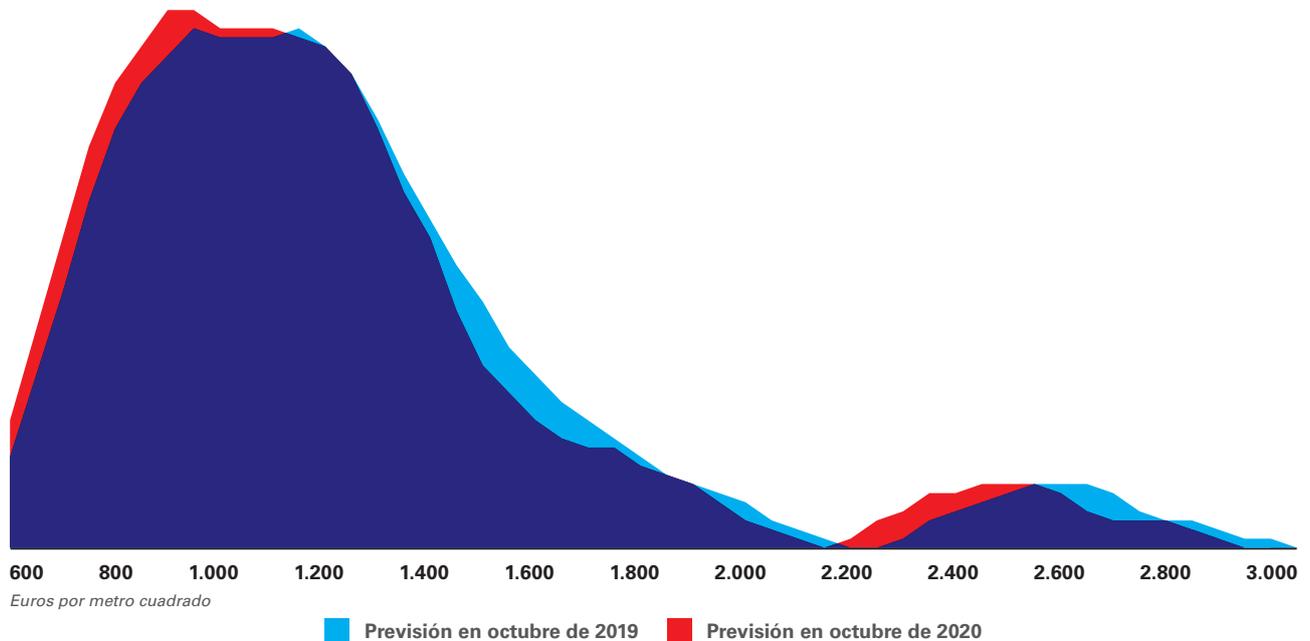
¿Cómo ha afectado la pandemia a las previsiones del precio de la vivienda?

El mercado inmobiliario español ha experimentado un fuerte ajuste de las expectativas sobre la evolución del precio de la vivienda como consecuencia de la COVID-19. Si comparamos la distribución de los precios de la vivienda proyectada por los modelos hace un año (octubre de 2019) con las proyecciones más recientes (octubre de 2020), observamos un desplazamiento de la distribución de precios a la izquierda. Es decir, los modelos proyectan en la actualidad unos precios de la vivienda significativamente inferiores a los proyectados hace un año.



Las previsiones del precio de la vivienda se han revisado a la baja de forma generalizada en el último año

Distribuciones de la previsión del precio de la vivienda provincial a 1 año vista (frecuencia)



Nota: Las previsiones se presentan en color azul y rojo para octubre de 2019 y 2020, respectivamente. Cuando estas dos áreas se solapan, se representa con un color más oscuro.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de modelos internos y datos del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

En concreto, en octubre de 2019, los modelos predecían un aumento del precio de la vivienda a un año vista en prácticamente todas las provincias, y un aumento promedio del 3,5%. Las mayores subidas se esperaban en las provincias de Valencia (+7,4%), Navarra (+6,5%), Zaragoza (+6,5%) y Madrid (+6,4%). Y solamente se preveían descensos en cuatro provincias: Ciudad Real (-1,4%), Zamora (-1,3%), Palencia (-0,8%) y Ávila (-0,3%).

Las previsiones del precio de la vivienda se han revisado a la baja de forma generalizada a causa del impacto de la COVID-19: mientras que hace un año se preveía un aumento en 9 de cada 10 provincias, en la actualidad se espera un descenso en 7 de cada 10

La previsión de los modelos en octubre de 2020 es que el precio de la vivienda a un año vista baje en 7 de cada 10 provincias. Sin embargo, los modelos todavía proyectan incrementos de precios, si bien mucho más moderados que hace un año, en casi un tercio de las provincias, entre las cuales destacan Málaga (+2,0%) y Madrid (+0,8%).

Resulta evidente, por tanto, que el ajuste de previsiones a la baja en el último año ha sido generalizado y muy significativo. En particular, la previsión del crecimiento del precio de la vivienda a un año vista se ha revisado a la baja en unos 4 p. p. entre octubre de 2019 y octubre de 2020.

¿Qué factores explican el importante cambio de expectativas en el precio de la vivienda?

El mayor ajuste de previsiones entre octubre de 2019 y octubre de 2020 se ha producido en las provincias urbanas.⁹ Mientras que hace un año los modelos predecían una revalorización de la vivienda del 5% en promedio a un año vista en las provincias urbanas, actualmente predicen un ligero descenso de los precios entre el 3T 2020 y el 3T 2021 (-0,2% en promedio). En cambio, las provincias rurales han sufrido un ajuste significativamente inferior en las proyecciones del precio de la vivienda (unos 3 p. p. en el último año). No obstante, al ser mercados inmobiliarios que ya eran mucho menos dinámicos antes de la pandemia (hace un año se proyectaba un incremento del precio de la vivienda del 1,2% en promedio en las provincias rurales), el cambio de expectativas ha llevado a proyectar descensos notables en los precios de la vivienda en la mayor parte de las zonas rurales (del -2,0% en promedio entre el 3T 2020 y el 3T 2021).

Se observa un patrón similar si dividimos las provincias en dos grupos según su grado de dependencia del turismo extranjero. En concreto, consideramos que una provincia depende del turismo extranjero si más de un 10% del gasto en TPV (terminales de punto de venta) de CaixaBank en la provincia en 2019 se realizó con tarjetas extranjeras.¹⁰ Tras hacer la división, encontramos que **la previsión del precio de la vivienda en las provincias dependientes del turismo se ha ajustado notablemente en el último año:** de un crecimiento promedio a un año vista del 4,7% previsto en octubre de 2019 al -0,4% previsto actualmente. En cambio, las provincias con menor dependencia del turismo han experimentado un menor reajuste de las expectativas sobre la evolución del precio de la vivienda a un año vista aunque aún son las provincias en las que se espera un mayor descenso de precios en el próximo año.

⁹ Una provincia se considera rural si más del 50% de su población vive en municipios rurales (municipios de menos de 30.000 habitantes o bien municipios cuya densidad de población es inferior a 100 habitantes/km²). Una provincia se considera urbana si menos del 15% de la población vive en municipios rurales. El resto de las provincias se consideran intermedias.

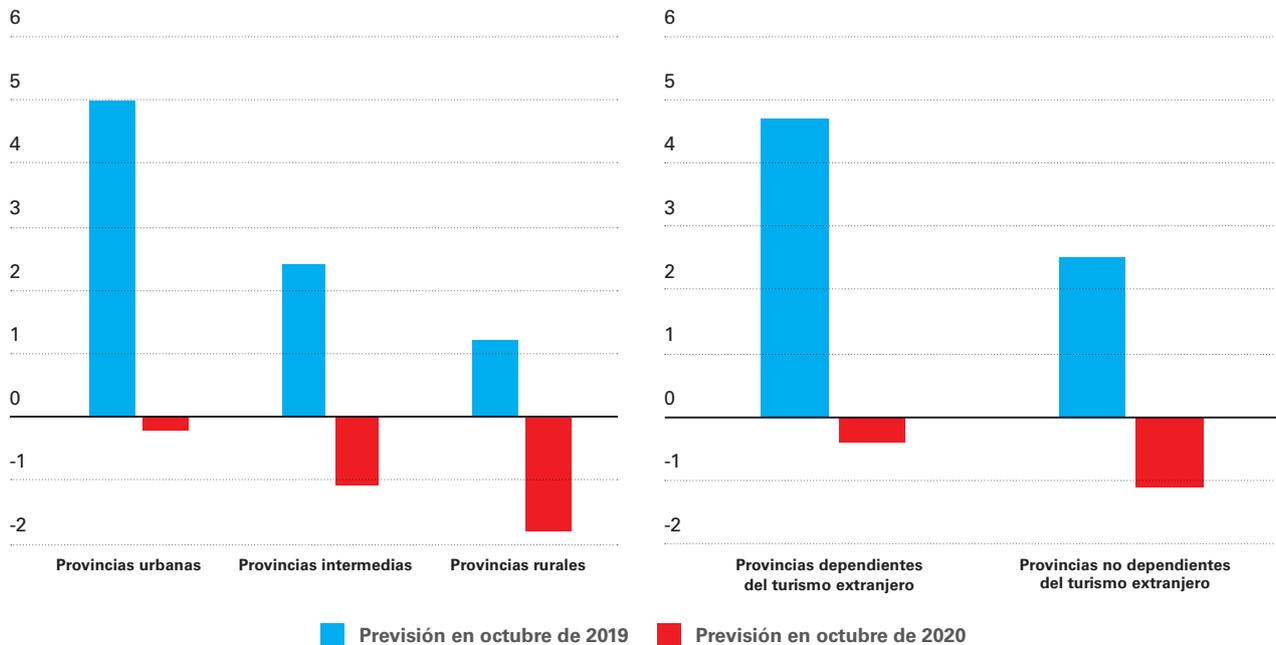
¹⁰ Las provincias dependientes del turismo extranjero según este criterio son Alicante, Baleares, Barcelona, Girona, Las Palmas, Málaga, Santa Cruz de Tenerife y Tarragona.





Las provincias urbanas y las dependientes del turismo extranjero siguen siendo las más dinámicas a pesar de haber sufrido el mayor ajuste de previsiones

Variación promedio del precio de la vivienda a 1 año vista (%)



Notas: Una provincia se considera rural si más del 50% de su población vive en municipios rurales (municipios de menos de 30.000 habitantes o bien municipios cuya densidad de población es inferior a 100 habitantes/km²). Una provincia se considera urbana si menos del 15% de la población vive en municipios rurales. El resto de las provincias se consideran intermedias. Una provincia se clasifica como dependiente del turismo extranjero si más de un 10% del gasto en TPV en 2019 se realizó con tarjetas extranjeras.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de modelos internos y datos del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

Las provincias donde más crecía el precio de la vivienda es donde se ha producido un mayor ajuste de expectativas pero, a pesar de ello, siguen siendo las más dinámicas

Zoom a Barcelona y Madrid

La provincia de Barcelona y la Comunidad de Madrid concentran una gran parte de la actividad inmobiliaria y, por ello, es importante analizarlas con mayor detalle. En el siguiente gráfico observamos la evolución del precio de la vivienda desde 2005, junto con las previsiones del modelo en octubre de 2019 y en octubre de 2020. La corrección resulta evidente, tal y como resumimos a continuación:

VARIACIÓN DEL PRECIO DE LA VIVIENDA ESPERADO A 1 AÑO VISTA

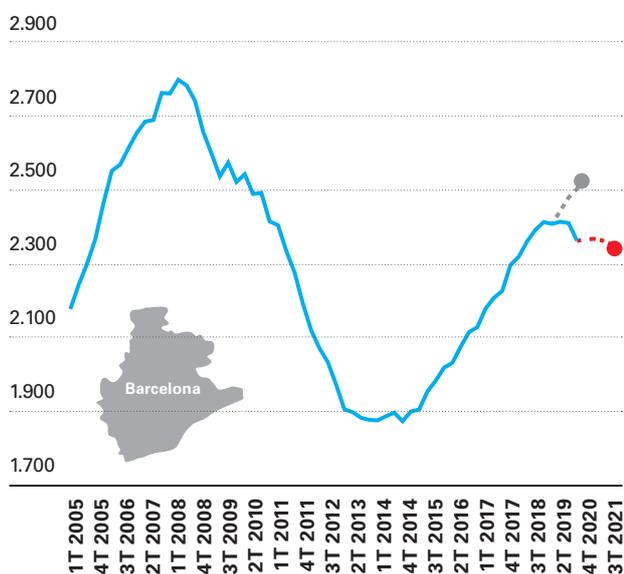
		Octubre 2019	Octubre 2020	Ajuste de expectativas
	PROVINCIA DE BARCELONA	+5,5%	-1,1%	-6,6 p. p.
	COMUNIDAD DE MADRID	+6,4%	+0,8%	-5,6 p. p.

- En la provincia de Barcelona: en octubre de 2019 se esperaba un incremento del precio del 5,5%. Actualmente, el modelo predice un descenso en el precio a 1 año vista del 1,1%. Por tanto, el ajuste de expectativas ha sido importante (6,6 p. p.).

- En la Comunidad de Madrid: en octubre de 2019 se esperaba un incremento del precio del 6,4%. Actualmente, el modelo predice un aumento muy moderado en el precio a 1 año vista, del 0,8%. Por tanto, el ajuste de expectativas ha sido algo inferior al de Barcelona pero también significativo (5,6 p. p.).

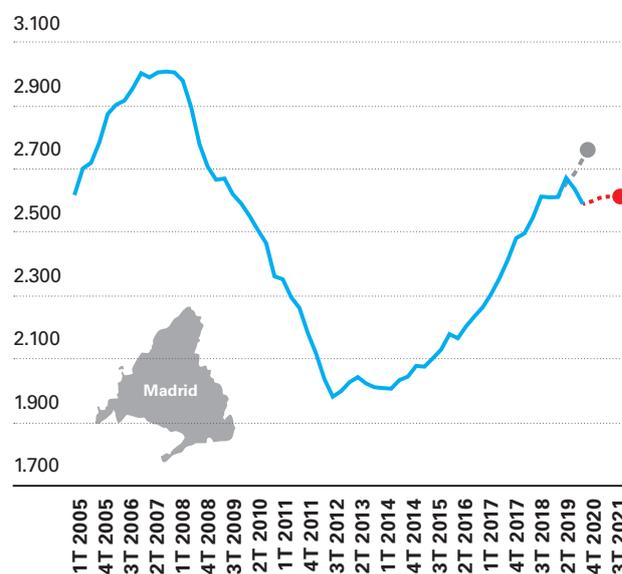
Precio de la vivienda en la provincia de Barcelona

Euros por metro cuadrado



Precio de la vivienda en la Comunidad de Madrid

Euros por metro cuadrado



-- Previsión en octubre de 2019 - - Previsión en octubre de 2020

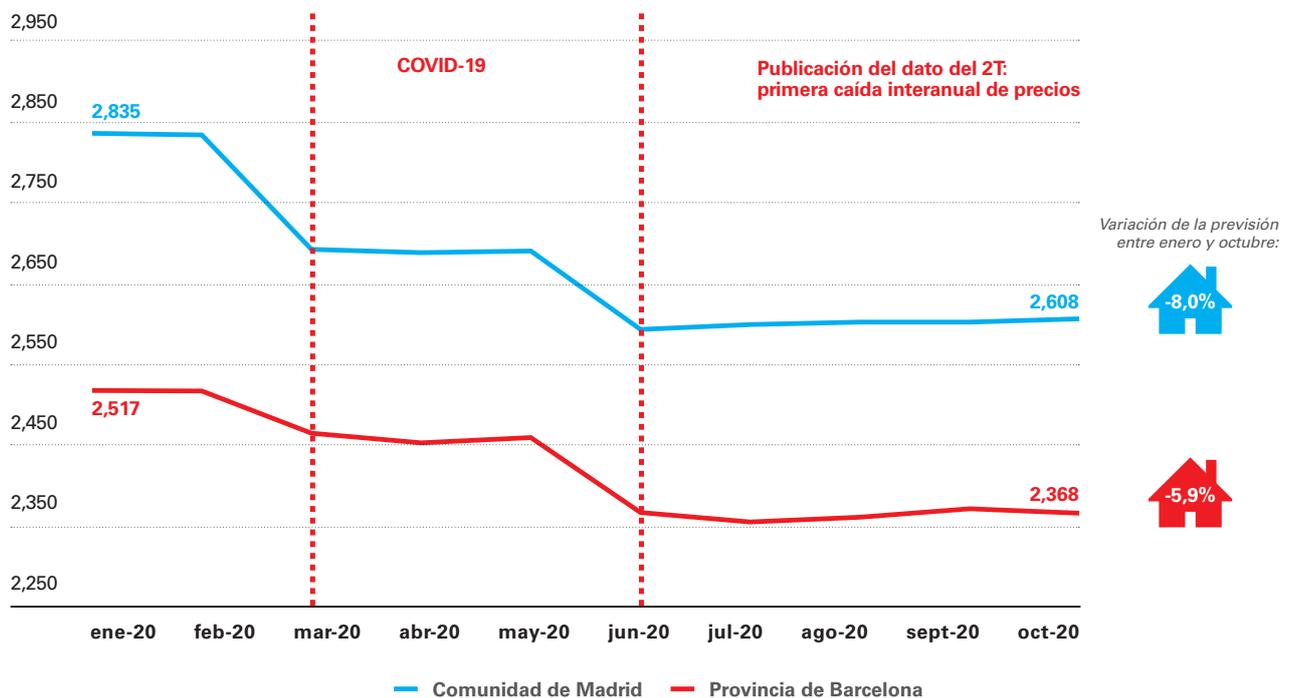
Fuente: CaixaBank Research, a partir de modelos internos y datos del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.



Finalmente, resulta interesante observar la evolución de las previsiones mes a mes, para advertir cómo el modelo va aprendiendo y recalibrando la previsión a medida que llega nueva información. En el siguiente gráfico se observa un primer salto en las previsiones en marzo de 2020, con la llegada de la COVID-19, y un segundo salto en junio de 2020 con la incorporación del dato del 2T 2020, que arrojó la primera caída interanual de precios de la vivienda (la variable objetivo de nuestros modelos de previsión).

Evolución de la previsión del precio de la vivienda a diciembre de 2020

Euros por metro cuadrado



Fuente: CaixaBank Research, a partir de modelos internos y datos del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

Estos resultados son una muestra del elevado potencial que ofrece la combinación del *big data* con modelos de aprendizaje automático para predecir la evolución futura del mercado inmobiliario español. Una información especialmente relevante en un contexto como el actual, donde la elevada incertidumbre sobre la evolución de la pandemia y su impacto sobre la economía nos exige reevaluar continuamente nuestro escenario de previsiones con el fin de poder tomar decisiones más informadas y acertadas.

Next Generation EU

El Plan de Recuperación Europeo: una ola verde para el sector inmobiliario

El pasado julio se cristalizó la respuesta económica europea a la crisis de la COVID-19: el Consejo Europeo aprobó el Plan de Recuperación Europeo, el llamado NGEU, a través del cual la Unión Europea otorgará hasta 750.000 millones de euros a sus Estados miembros para impulsar la recuperación de la economía tras el *shock* de la pandemia. Se trata de un acuerdo sin precedentes, que podría tener un impacto considerable sobre el sector inmobiliario europeo, ya que uno de los objetivos principales de la UE, al que este Plan de Recuperación pretende contribuir significativamente, consiste en reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 55% en 2030 respecto a los niveles de 1990. Está claro que la renovación del parque de edificios europeo, donde se realiza un 40% del consumo energético del continente, será clave para lograr este objetivo climático.

El funcionamiento del Plan de Recuperación y el reto climático

El elemento principal del NGEU, el Mecanismo de Recuperación, otorgará entre 2021 y 2026 hasta 312.500 millones de euros en transferencias y 360.000 millones en préstamos a los Estados miembros, según su tamaño y el impacto de la crisis de la COVID-19 que hayan sufrido. Según las previsiones actuales de la Comisión Europea, se estima que España e Italia podrían llegar a recibir unos 60.000 millones de euros (un 4,8% y 3,7% del PIB, respectivamente)¹¹ del Fondo de Recuperación; Francia, unos 30.000 millones (1,3% del PIB); Portugal, 13.000 millones (6,2% del PIB), y Alemania, unos 20.000 millones (0,6% del PIB). **Para acceder a estos fondos, los países de la UE deben elaborar Planes de Recuperación Nacionales y detallar tanto los proyectos de inversión que financiarán con los fondos como las reformas que los acompañarán.** Estos proyectos y reformas deberán contribuir a cuatro objetivos generales: i) la promoción de la cohesión económica, social y territorial de la Unión Europea, ii) el fortalecimiento de la resiliencia económica y social, iii) la mitigación del impacto social y económico de esta crisis, y iv) el apoyo a las transiciones ecológica y digital. Además, cada plan de recuperación y resiliencia deberá destinar un mínimo del 37% del gasto a cuestiones relacionadas con el clima.¹²

¹¹ Los 72.000 millones que España espera recibir de la UE incluyen 12.500 millones del fondo REACT-EU.

¹² Para más detalles, léase el artículo «Todo lo que siempre quiso saber sobre el Plan de Recuperación europeo y nunca se atrevió a preguntar», disponible en <https://www.caixa-bankresearch.com/es/economia-y-mercados/sector-publico/todo-lo-siempre-quiso-saber-sobre-plan-recuperacion-europeo-y-987>

El Fondo de Recuperación europeo NGEU tiene una dotación elevada y puede suponer un revulsivo importante para renovar el parque de edificios europeo, una condición *sine qua non* para alcanzar los objetivos de emisiones acordados

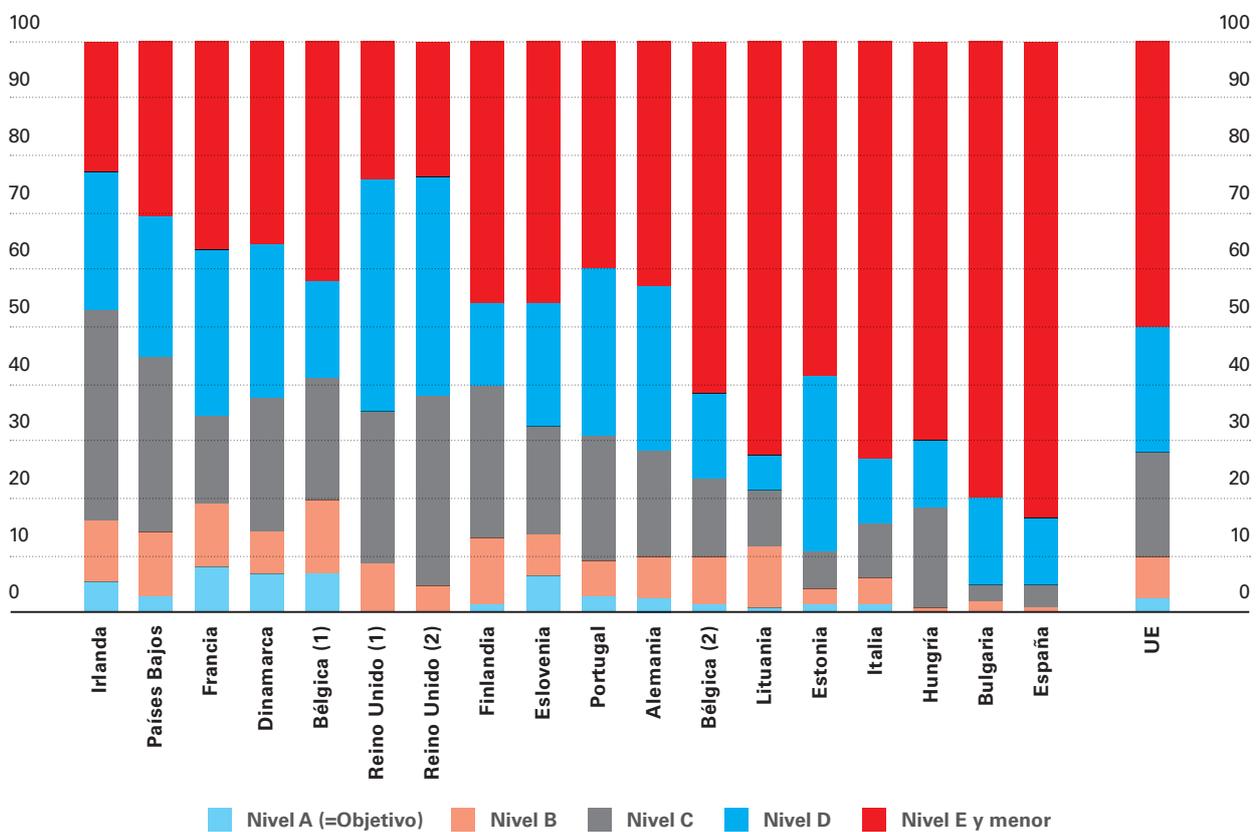


Renovación del parque de edificios europeo: un objetivo clave

La Comisión Europea ha identificado la renovación del parque de edificios europeo como una de las prioridades para la transición ecológica. Más de 200 millones de edificios, que representan el 85% del parque europeo, fueron construidos antes de 2001 y la mayoría no son energéticamente eficientes. En el gráfico siguiente se puede ver que en muchos países, sobre todo en España, todavía queda mucho trabajo por hacer para mejorar la eficiencia energética media del parque de viviendas. La velocidad de renovación actual es demasiado lenta para cumplir con el objetivo de la reducción de las emisiones en un 55% en 2030. Según la Comisión, son necesarios unos 90.000 millones de euros por año en inversiones públicas y privadas europeas para lograr el ritmo de renovación deseado.

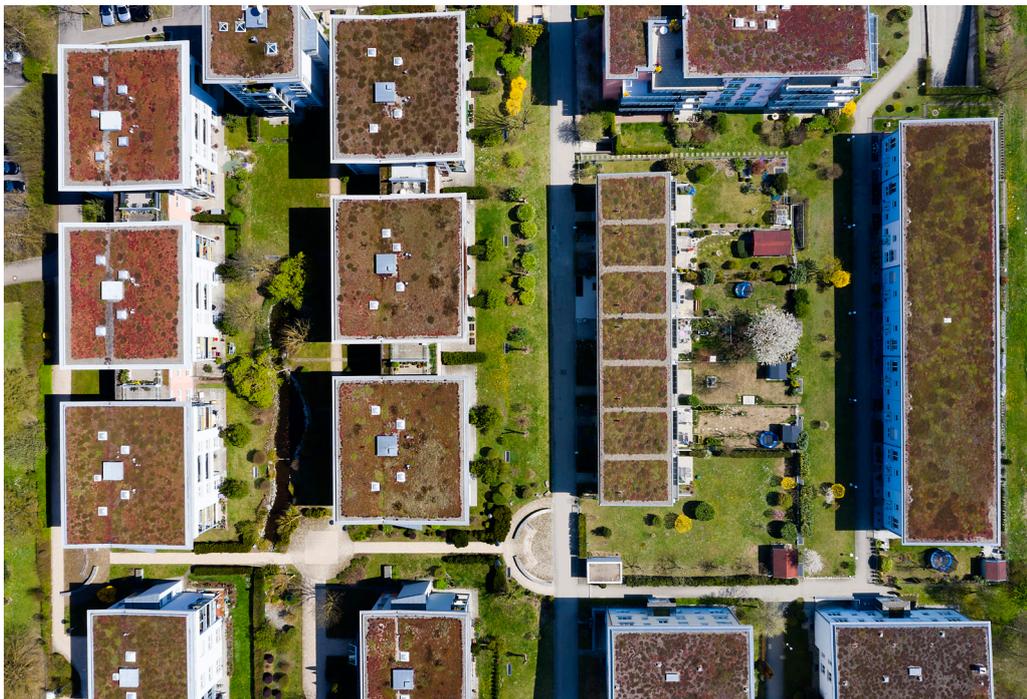
Proporción de viviendas por grado de eficiencia

Porcentaje del parque nacional de viviendas por grado de eficiencia EPC (%)



Nota: Bélgica (1) = Región Flamenca; Bélgica (2) = Región Valona; Reino Unido (1) = Inglaterra y Gales; Reino Unido (2) = Escocia.
Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del Fondo Monetario Internacional.

Ante esta situación, **la Comisión Europea recomienda que la renovación del parque de viviendas sea una de las prioridades de los planes de recuperación nacionales.** Estas renovaciones podrían contribuir de manera simultánea a los dos objetivos europeos de transición ecológica y digitalización de la economía, por ejemplo, a través de edificios «inteligentes» que pueden ser más eficientes desde un punto de vista energético e incluso producir su propia energía.



En consecuencia, Alemania, Francia y España ya han anunciado una serie de medidas de renovación que cuentan financiar con fondos europeos. En Alemania, el Gobierno ha comunicado que aumentaría la dotación de su programa de renovación energética de edificios de los 1.500 millones de euros iniciales a 2.500 millones, y también ha dado a conocer la creación de un nuevo programa, dotado de 2.000 millones de euros, para promover la adaptación climática de edificios municipales. En Francia, el Plan de Relance incluye 6.700 millones de euros entre 2021 y 2022 para renovar viviendas privadas, locales de pymes, edificios públicos y edificios de vivienda social.

En el siguiente artículo, veremos cómo España utilizará los fondos europeos para financiar una ola de renovación del parque de edificios español.



Rehabilitación y vivienda social

NGEU: una oportunidad para relanzar el sector inmobiliario español

El Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de la economía española puede ser un importante catalizador para el sector inmobiliario. Con la ayuda de los fondos europeos, el Gobierno prevé rehabilitar medio millón de viviendas entre 2021 y 2023, con la finalidad de mejorar su eficiencia energética y contribuir así a alcanzar los objetivos de descarbonización acordados. Por otra parte, los Presupuestos Generales del Estado contemplan un notable incremento de la dotación destinada a aumentar el parque de vivienda social en alquiler, una política muy necesaria ante el agravamiento de los problemas de asequibilidad de los alquileres para los grupos de población más vulnerables.

Next Generation EU: una oportunidad histórica para la economía española

El Fondo de Recuperación Europeo (Next Generation EU), representa una oportunidad única para modernizar la economía española y aumentar su crecimiento potencial. No en vano, España recibirá unos 72.000 millones de euros en transferencias no reembolsables entre 2021 y 2026, lo que equivale al 5,8% del PIB de 2019.¹³ Aunque el primer pago de la Comisión Europea no se espera hasta mediados de 2021,¹⁴ el Gobierno prevé anticipar fondos para acelerar las inversiones y espera ejecutar 26.634 millones de euros en 2021, según recoge el anteproyecto de los Presupuestos Generales del Estado (PGE). Una parte importante, tal como veremos, se destinará a apoyar la transición ecológica y digital del sector inmobiliario.

¹³ Dicha cantidad puede llegar a 140.000 millones de euros si incluimos los préstamos. Para más detalles, léase «Next Generation EU: una oportunidad de oro para la economía española», disponible en <https://www.caixa-bankresearch.com/es/economia-y-mercados/sector-publico/next-generation-eu-oportunidad-oro-economia-espanola?index>

¹⁴ Se espera que la UE desembolse el primer tramo de los fondos, de 6.400 millones de euros, en el 3T 2021.



NGEU y PGE 2021: una importante dotación destinada a políticas de vivienda

En materia de vivienda, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) presentado por el Gobierno español para canalizar los fondos europeos del NGEU¹⁵ se centra especialmente en el **plan de rehabilitación de viviendas y regeneración urbana**. Esta política está bien alineada con los objetivos fijados por la Comisión, ya que la renovación del parque de edificios europeo es una de las prioridades clave.¹⁶ Así, el PRTR subraya la importancia de mejorar la habitabilidad e impulsar el sector de la construcción en clave sostenible (mejorando la eficiencia energética, impulsando infraestructuras verdes y desplegando techos solares) y digital (mediante aplicaciones inteligentes en edificios). En concreto, **el PRTR contempla la rehabilitación de 500.000 viviendas entre 2021 y 2023**. Se trata de un objetivo ambicioso, muy positivo para el sector si se materializa y, como veremos a continuación, el impacto medioambiental puede ser muy significativo dada la situación actual del parque de viviendas.

¹⁵ En octubre, el Gobierno presentó un esbozo del Plan con las líneas maestras. El Plan definitivo se debe remitir a la Comisión Europea antes del 30 de abril de 2021 y se espera que el Consejo Europeo lo apruebe en junio de 2021.

¹⁶ Véase el artículo «El Plan de Recuperación Europeo: una ola verde para el sector inmobiliario» en este mismo Informe Sectorial.

Alrededor de un 6% de los fondos europeos NGEU se destinarán a la rehabilitación de viviendas con lo que se triplicará la inversión pública en este ámbito

Según el Ministerio de Política Territorial, se destinarán 4.500 millones de euros del NGEU (un 6,25% del total de transferencias) para la rehabilitación de viviendas en los próximos años. **En 2021, según se recoge en los PGE, se canalizarán 1.651 millones de euros a cargo del NGEU para financiar políticas de vivienda y de fomento de la edificación**. Si se materializa, esta cantidad por sí sola representaría más del triple de las partidas de vivienda incluidas en los PGE durante el promedio de los últimos cinco años, cuando oscilaban entre los 460 y los 510 millones de euros por ejercicio. Además, este montante representa un 73% del total presupuestado en los PGE 2021 en políticas de vivienda (2.253 millones de euros) y un 6,2% de los mencionados 26.634 millones de euros de fondos europeos NGEU que se esperan ejecutar en 2021.

Los PGE 2021 incluyen una dotación presupuestaria de 2.253 millones de euros en materia de vivienda, de los cuales 1.651 millones proceden de fondos europeos y se destinarán a rehabilitación de vivienda y, por otra parte, 569 millones se destinarán a políticas sociales de vivienda



Los 1.651 millones de euros de fondos del NGEU en 2021 se utilizarán en tres programas: uno para la rehabilitación de entornos residenciales (viviendas y barrios), gestionado principalmente por las comunidades autónomas mediante convenios y por valor de 1.550 millones de euros; otro centrado en la rehabilitación digital y sostenible de edificios públicos, por valor de 81 millones, y un último dotado de una partida de 20 millones para la rehabilitación del patrimonio arquitectónico. De este modo, aunque los fondos europeos no financiarán directamente programas de vivienda social, permitirán liberar fondos para aumentar la dotación en este ámbito en los PGE 2021: **la dotación total presupuestada de 2.253 millones de euros para vivienda incluye 569 millones de euros para vivienda social**, lo que supone un aumento del 20% respecto a los presupuestos anteriores. Esta dotación se destinará principalmente a ayudas al alquiler para familias vulnerables y al plan de 20.000 viviendas para alquiler social.

Por otra parte, **los PGE contemplan 500 millones de euros en fondos NGEU destinados a economía circular**, lo que debería permitir un mejor aprovechamiento de los recursos y aumentar la competitividad de diversos sectores estratégicos. Sin embargo, no han trascendido los detalles acerca de si una parte del presupuesto se dedicará específicamente al sector de la construcción.

El parque de viviendas en España: envejecido e ineficiente energéticamente

El plan de rehabilitación de la vivienda supone una oportunidad única para impulsar la descarbonización del sector inmobiliario, pero también para paliar algunas de las problemáticas actuales de la vivienda. En particular, al envejecimiento del parque (el 50% de las viviendas en España tiene 40 años o más), se suma una elevada variabilidad en cuanto a características y prestaciones, en términos de eficiencia energética, habitabilidad o accesibilidad.

España tiene un parque de viviendas envejecido y una gran parte se construyó prestando poca atención a la eficiencia energética

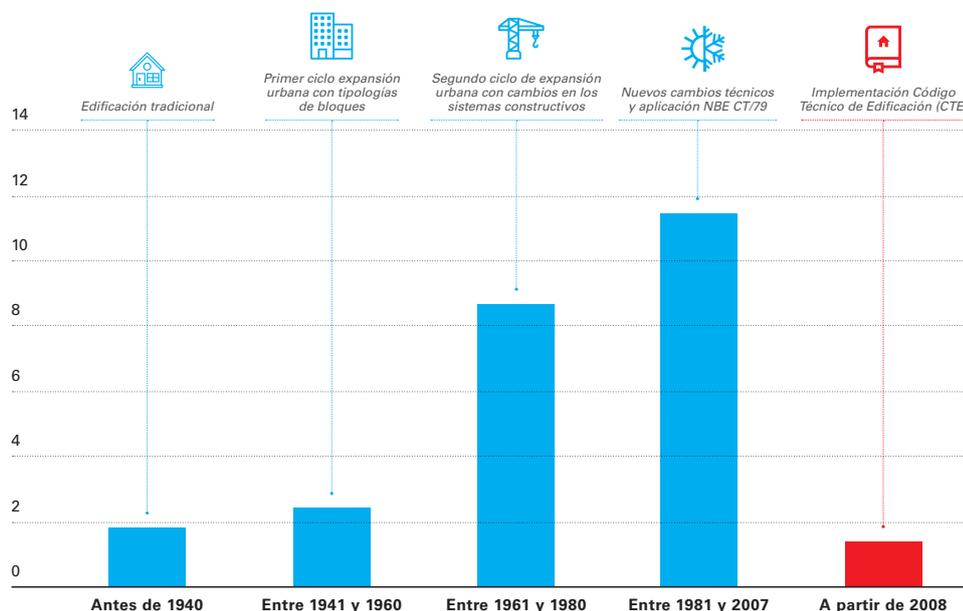
En algunos casos, estas diferencias son fruto de la normativa técnica vigente en el momento de la construcción. Por ejemplo, como muestra el siguiente gráfico, la mitad del parque residencial en España fue construido antes de que entrara en vigor la primera normativa básica de edificación, en 1980. Es decir, unos 12,8 millones de viviendas se construyeron siguiendo normas que regulaban la seguridad de las estructuras, pero que no contemplaban cuestiones relativas al aislamiento térmico o el consumo energético.¹⁷ Asimismo, un 44% adicional de viviendas (unos 11,4 millones) fueron construidas entre 1981 y 2007, antes de que entrara en vigor el Primer Código Técnico de Edificación, que establecía requisitos mínimos en materia de seguridad, habitabilidad y eficiencia energética.¹⁸ El resultado es que **el parque residencial en España es en su gran mayoría ineficiente desde el punto de vista energético** y requiere de una actualización profunda para cumplir con los objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero con los que se ha comprometido España.

¹⁷ A partir de 1960, se introdujeron varias ordenanzas provinciales que regulaban, aunque de forma tímida, el aislamiento térmico de las viviendas de protección oficial.

¹⁸ No obstante, al estar construidas con posterioridad a la normativa básica de edificación CT-79, estas viviendas disponen de un cierto grado de aislamiento térmico (en fachadas y cubiertas), lo que garantiza un mínimo de confort térmico. Además, durante este periodo, cada vez era más habitual el uso de carpinterías de aluminio y la instalación de doble vidrio en puertas y ventanas, que también contribuye a mejorar el aislamiento térmico de la vivienda.

Segmentación de la vivienda en España según año de construcción y normativa técnica

Millones de viviendas



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos de la Estrategia a largo plazo para la rehabilitación energética en el sector de la edificación en España (ERESEE, 2020).



Además, **parte del parque residencial en España sufre de problemáticas diversas que afectan a su habitabilidad y calidad.** Una de estas problemáticas es el tamaño reducido de algunas viviendas. Concretamente, el 13% de las viviendas en España tiene un tamaño inferior a los 60 m², mientras que el 46% tiene una superficie entre 61 y 90 m². Las rehabilitaciones orientadas a mejorar el aprovechamiento del espacio (como, por ejemplo, el cerramiento de terrazas) pueden ser de gran ayuda a la hora de aumentar la superficie útil de estas viviendas.

Otro de los problemas que afecta a parte del parque es su mal estado de conservación.

En particular, cerca de 1,8 millones de viviendas en España (el 7% del total) presenta un estado de conservación que puede ser considerado ruinoso, malo o deficiente.¹⁹ En términos relativos, España se sitúa ligeramente por detrás del promedio de la UE en este ámbito: el 15% de población en España vive en un inmueble que presenta problemas de conservación, comparado con el 13% en la UE.²⁰

Las barreras arquitectónicas y la falta de accesibilidad, que afecta al 13,2% del parque residencial, son otras de las carencias importantes de la vivienda en España. Así, cerca de 3,4 millones de viviendas se encuentran en edificios de cuatro plantas o más y no disponen de ascensor.

El consumo de energía en el sector residencial: no estamos tan mal

En parte gracias a la climatología, la demanda energética del sector residencial en España es menor que la de la UE, tanto en términos absolutos²¹ como relativos.²² Por consiguiente, este menor consumo energético conlleva necesariamente un menor potencial de ahorro que en otros países europeos. Este es un aspecto importante, puesto que uno de los argumentos a favor de la rehabilitación energética es que los ahorros futuros de energía que se generan (especialmente en climatización) pueden ser superiores al coste de la inversión/intervención.²³

Si nos fijamos en los usos de este consumo energético por parte de los hogares españoles, la mayor parte del consumo se destina a calefacción (véase el siguiente gráfico). Con todo, la proporción de consumo energético que España destina a esta partida es muy inferior a la de la UE: 42% en España frente al 64% en la UE.²⁴

La iluminación y los electrodomésticos también concentran buena parte del consumo energético de los hogares, pero en este caso la proporción de energía consumida es mayor que en la UE: el 14% en la UE frente al 32% en España. Este ámbito es clave, puesto que los hogares cuentan cada vez con más equipos y electrodomésticos, por lo que es importante que sean cada vez más eficientes energéticamente para evitar un aumento del consumo eléctrico en electrodomésticos.

¹⁹ Datos del último censo de la vivienda (2011).

²⁰ Datos de Eurostat.

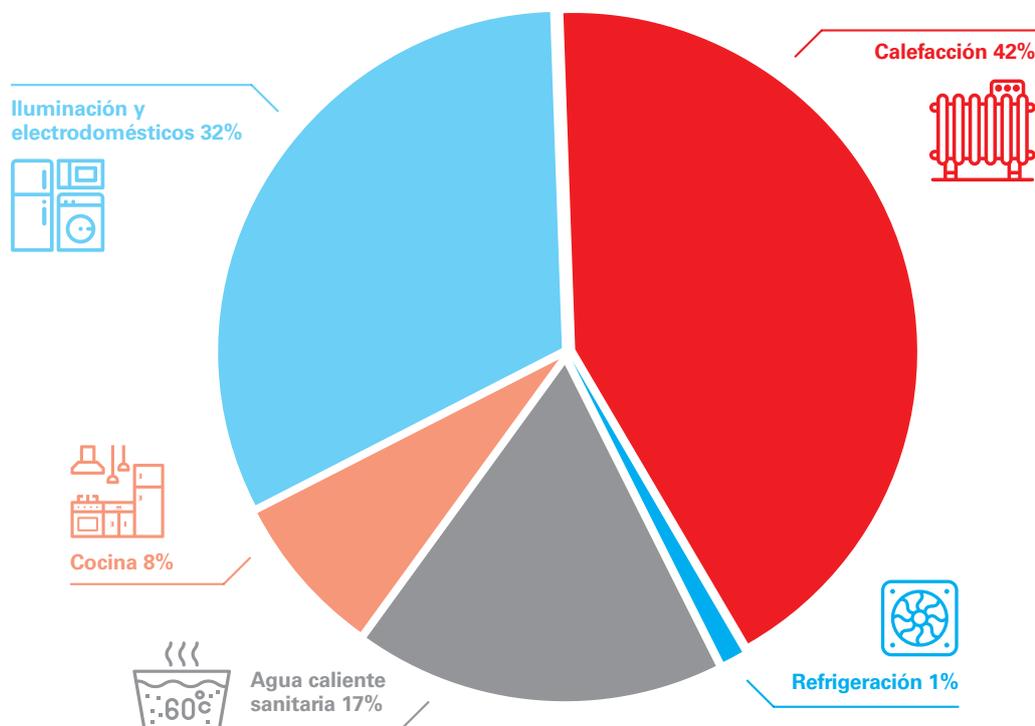
²¹ El consumo medio anual por hogar en España es de 9.224,1 KWh por vivienda, mientras que el consumo promedio en la UE es de 16.526 KWh por vivienda. Se llega a una conclusión similar si se compara el consumo de energía en edificios residenciales por m².

²² El sector residencial supone aproximadamente el 17% del consumo de energía en España, comparado con el 26% en la UE, según datos de IDAE-MITECO (2018).

²³ Otro aspecto que puede dificultar la capitalización de los ahorros energéticos en un tiempo razonable es la estructura tarifaria de la energía, que en España consta de una elevada proporción de costes fijos vinculados a potencia contratada e impuestos.

²⁴ El consumo unitario por m² en calefacción también es muy inferior al de la UE.

Consumo de energía final del sector residencial español desglosado por usos (2018)



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDEA).

La rehabilitación de la vivienda toma impulso gracias a los fondos europeos

Como ya se ha comentado, el **Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia de la economía española contempla la rehabilitación de 500.000 viviendas entre 2021 y 2023**. Esto supone un notable empujón a las metas que se contemplan en el Plan Nacional Integrado de la Energía y el Clima (PNIEC) 2021-2030,²⁵ que prevé la renovación de la envolvente térmica (fachadas y cubiertas) de 1.200.000 viviendas hasta 2030, empezando con 30.000 viviendas al año en 2021 y finalizando con 300.000 viviendas al año en 2030.²⁶

Los fondos europeos apoyarán la renovación del parque de viviendas español, pero hay ciertas limitaciones que pueden lastrar la velocidad proyectada

Por tanto, **los fondos europeos deben permitir una aceleración significativa de la velocidad de renovación del parque de viviendas español**. Con todo, hay ciertos aspectos que pueden frenar su plena implementación. En primer lugar, la ambición del PRTR contrasta con el ritmo actual de rehabilitación de viviendas (cerca de 25.000 viviendas al año), por lo que alcanzar el objetivo de rehabilitación de 500.000 viviendas en tres años supone multiplicar el ritmo actual de rehabilitación por seis hasta 2023.

²⁵ El Plan Nacional Integrado de la Energía y el Clima (PNIEC 2021-2030) es un documento estratégico elaborado por el Gobierno (a petición de la UE), que marca la estrategia para descarbonizar la economía española.

²⁶ El PNIEC también contempla la renovación de instalaciones térmicas de calefacción y agua caliente sanitaria de 300.000 viviendas al año en promedio.



En segundo lugar, la inversión para mejorar la eficiencia energética de la vivienda oscila entre 5.000 y 10.000 euros para el envolvente del edificio, y entre 12.000 y 40.000 euros para actuaciones completas,²⁷ un coste elevado para muchos hogares. En este sentido, **será clave que las ayudas a la rehabilitación lleguen también a los hogares más afectados y vulnerables**, y a aquellas zonas con mayores necesidades de rehabilitación.

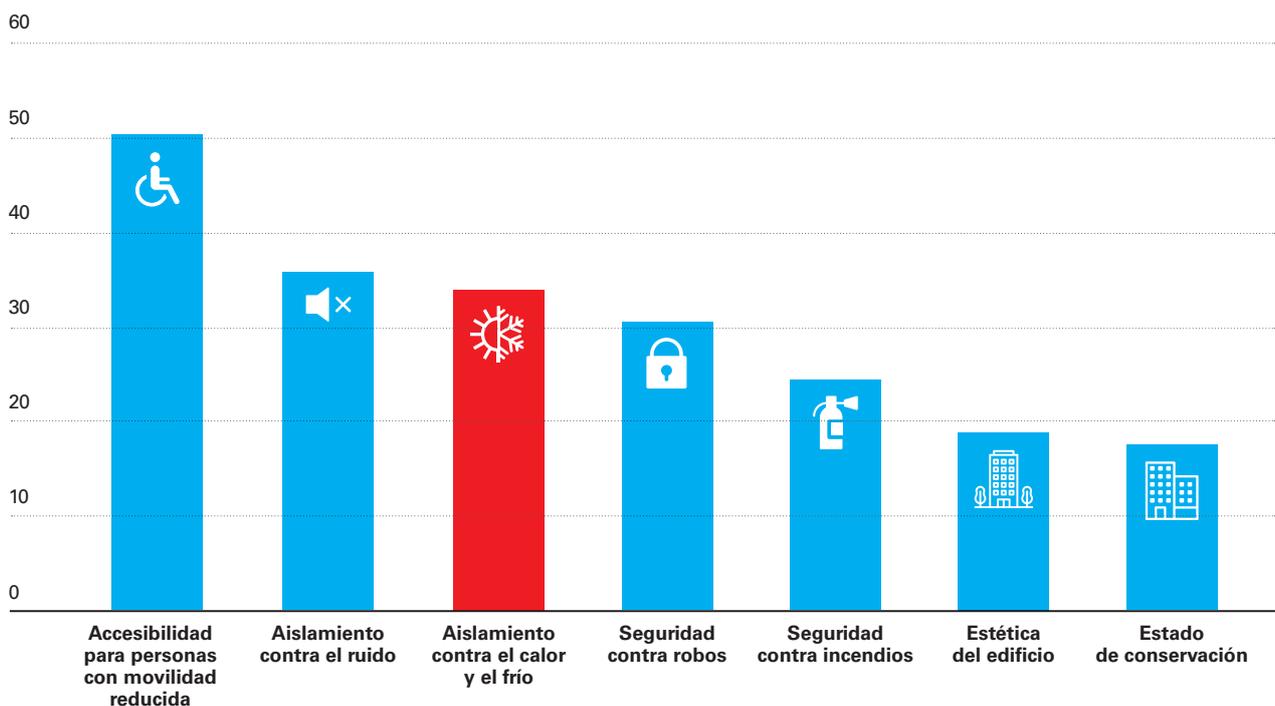
En tercer lugar, **la voluntad de la población a realizar obras es, en general, baja**. Según el Barómetro de la Vivienda (CIS, 2018), el 87% de los encuestados no tenía previsto llevar a cabo mejoras o reformas en su vivienda en el siguiente año (la mayoría porque consideraba que su vivienda no lo necesitaba). Además, entre los que sí que tenían previsto realizar obras, se priorizaban claramente las reformas decorativas (como, por ejemplo, las de la cocina y el baño) por encima de las que están relacionadas con la eficiencia energética (como la sustitución de puertas y ventanas).

A este punto se suma también la tipología de vivienda que predomina en España, caracterizada en su mayoría por edificios plurifamiliares de tres plantas o más, que concentran el 67% de viviendas. En este sentido, **la mayor dificultad para tomar decisiones en comunidades de varios propietarios puede suponer una barrera adicional para realizar algunas de estas intervenciones**.

Y, en último lugar, **el nivel de preocupación o sensibilización de la población en relación con la eficiencia energética es relativamente menor a la de otros problemas relacionados con la vivienda**. Según el último barómetro de la vivienda (CIS, 2018), la preocupación por el confort térmico (35%) es similar a otras preocupaciones, como pueden ser el ruido y la seguridad ante robos, e inferior a otras, como la falta de ascensor en algunas viviendas.

²⁷ Incluyen cambio de instalaciones de climatización y agua caliente. Estimaciones procedentes de la Estrategia a largo plazo para la rehabilitación energética en el sector de la edificación en España, Ministerio de Economía (2020).

Porcentaje de hogares que están poco o nada satisfechos con los siguientes aspectos del edificio en el que se encuentra su vivienda



Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del Barómetro de la Vivienda (CIS, 2018).



En definitiva, la rehabilitación de las viviendas es clave para reducir el consumo energético y, con él, la emisión de gases de efecto invernadero. Con todo, para impulsar las rehabilitaciones, también es importante transmitir el mensaje de que la renovación de la vivienda supone una gran oportunidad para mejorar el confort y la habitabilidad interior de nuestros hogares –una cuestión que el confinamiento ha puesto de especial manifiesto–, así como para revalorizar los inmuebles. De acuerdo con ello, es primordial orientar los recursos públicos disponibles de forma conveniente para abordar las principales problemáticas del parque de vivienda de forma conjunta con la ciudadanía.

Vivienda social en alquiler: la gran tarea pendiente

Además de la rehabilitación, otra de las prioridades de las políticas de vivienda para los próximos años es el **fortalecimiento del parque residencial público destinado al alquiler social o asequible**. España es uno de los países europeos con mayor porcentaje de arrendatarios que destinan más del 40% de sus ingresos a pagar el alquiler, una medida del sobreesfuerzo que supone para muchas familias sufragar los costes de su vivienda. Este sobreesfuerzo es, además, desproporcionadamente alto en el caso de los hogares de ingresos bajos y los jóvenes. Asimismo, la crisis del coronavirus ha agravado los problemas de asequibilidad de los alquileres, especialmente entre los grupos de población más vulnerables, tal y como señala el Fondo Monetario Internacional (FMI) en su último informe sobre la economía española.²⁸ En este sentido, el FMI recomienda aumentar el número de viviendas destinadas al alquiler social, puesto que España cuenta con uno de los parques más exiguos de Europa: la vivienda social representa el 2,5% del total de viviendas principales en España frente a un promedio europeo del 9,3%, según datos de Eurostat. Para alcanzar el promedio europeo, harían falta 1,2 millones de viviendas sociales adicionales, una cifra que difícilmente se pueda alcanzar sin colaboración público-privada.

IMF Country Report
n.º 20/299. Spain.
Selected Issues.
Disponible en <https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/CR/2020/English/1ES-PEA2020002.ashx>



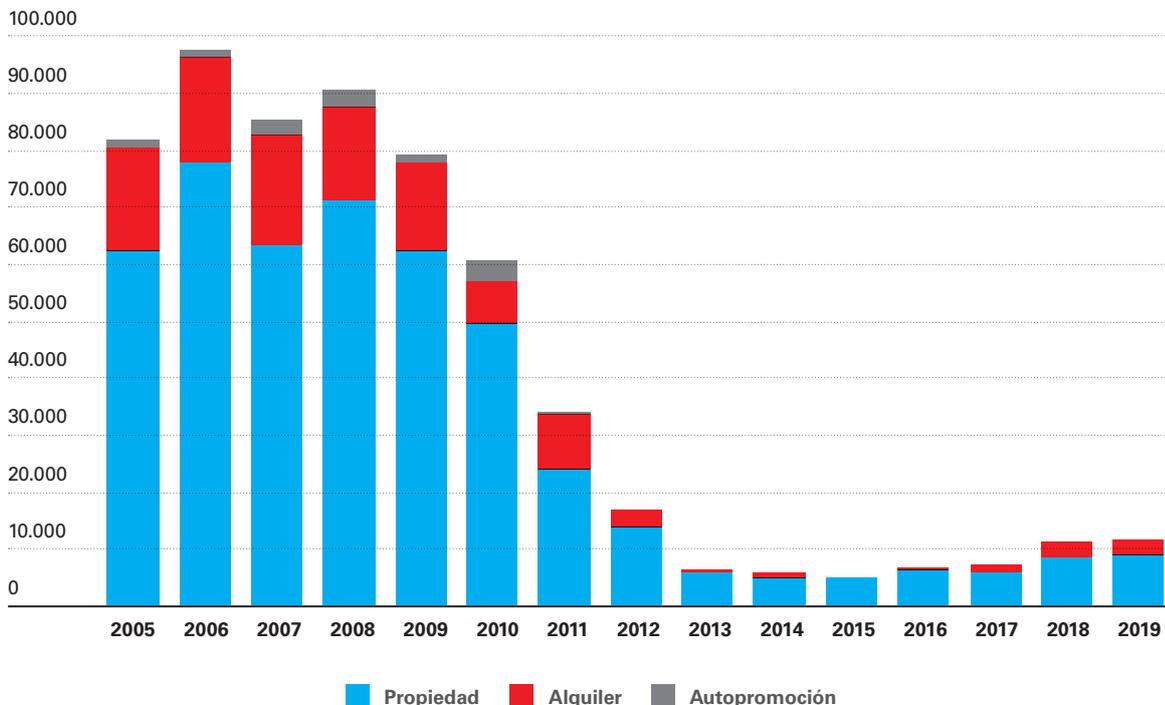
En las últimas 4 décadas se han construido casi 2,4 millones de viviendas protegidas en España, la mayor parte de ellas en régimen de propiedad. En consecuencia, el parque de vivienda social en alquiler es muy reducido, en torno a unas 290.000 viviendas

La carencia de vivienda social en alquiler se debe a unas políticas de vivienda que históricamente han estado orientadas a promover la vivienda protegida en propiedad.

Entre 1981 y 2019, se terminaron en España casi 11 millones de viviendas, de las cuales un 21,6% fueron protegidas. En este mismo periodo, los hogares crecieron en algo menos de 8 millones, de modo que podemos concluir que la vivienda protegida cubrió las necesidades habitacionales de aproximadamente un 30% de los hogares españoles en las últimas cuatro décadas, una cifra muy significativa. Sin embargo, la mayor parte de las viviendas protegidas construidas en España se destinaron al régimen de propiedad (véase el gráfico siguiente), de modo que, al cabo de unos años, estas viviendas han pasado a adquirir la condición de viviendas libres en el mercado, perdiendo así el carácter social con el que fueron promovidas.

La promoción de vivienda social en alquiler ha sido muy limitada en España

Número de viviendas protegidas por régimen de tenencia



Nota: datos basados en calificaciones provisionales.

Fuente: CaixaBank Research, a partir de datos del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

La promoción de vivienda protegida se encuentra en niveles muy bajos desde el año 2010 y ha afectado en mayor medida el régimen de alquiler. De hecho, entre 2013 y 2016 esta modalidad ha sido prácticamente nula (368 viviendas por año en promedio) lo cual ha favorecido la prevalencia de la vivienda protegida en propiedad. No obstante, desde el año 2017, el alquiler parece haber recuperado cierto peso relativo. En concreto, en el año 2019 se construyeron 12.496 viviendas protegidas en España, de las cuales 2.585 (un 20,7% de las viviendas protegidas) fueron de alquiler. Sin embargo, estas cifras son claramente insuficientes para incrementar el parque de vivienda social en alquiler de manera significativa.

Según estimaciones recientes del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana,²⁹ en España existe un parque de vivienda social de titularidad pública en alquiler situado en el entorno de las 290.000 viviendas. De ellas, unas 180.000 son de titularidad de las comunidades autónomas y 110.000 son de titularidad de los ayuntamientos. Este parque de 290.000 viviendas sociales en alquiler ofrece cobertura a un 1,6% de los 18,6 millones de hogares que habitan en España (datos del Cuestionario sobre vivienda social, 2019).

²⁹ Boletín especial vivienda social, 2020, Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

Reflexiones finales

Los fondos europeos suponen una oportunidad histórica para rehabilitar un parque de viviendas envejecido y poco eficiente desde el punto de vista energético, unas renovaciones que contribuirán de manera simultánea a los dos objetivos europeos de transición ecológica y digitalización de la economía, por ejemplo, mediante edificios «inteligentes» más eficientes energéticamente. Asimismo, el fuerte impacto económico y social de la crisis de la COVID-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de crear un amplio parque público de viviendas en alquiler para solventar la actual carestía y tener la capacidad para dar una solución habitacional a la población más vulnerable. Unas políticas que deberían impulsar una recuperación verde, social y digital.



CaixaBank Research

El *Informe Sectorial* y el resto de publicaciones de CaixaBank Research están disponibles en la web: www.caixabankresearch.com. A través de nuestros estudios, intentamos estimular el debate y el intercambio de opiniones entre todos los sectores de la sociedad, y favorecer la divulgación de los temas clave del entorno socioeconómico de nuestro tiempo.



INFORME MENSUAL

Análisis de la coyuntura económica española, portuguesa, europea e internacional, así como de la evolución de los mercados financieros, con artículos especializados sobre temas clave de la actualidad.



ISTURISMO

Seguimiento semestral del sector turístico español, a partir del análisis de los principales indicadores económicos y del *big data*.



IS AGROALIMENTARIO

Seguimiento semestral del sector agroalimentario español, a partir del análisis de los principales indicadores económicos y del *big data*.



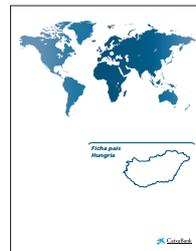
COLECCIÓN COMUNIDADES AUTÓNOMAS

Diagnóstico estratégico que pretende contribuir a un mejor conocimiento de la compleja realidad económica-territorial de España.



ICIE 2019

Índice que clasifica 67 países según su potencial de internacionalización desde la perspectiva de las empresas españolas.



FICHAS PAÍS

Análisis detallado sobre 30 países avanzados, emergentes y en desarrollo.



PULSO ECONÓMICO

Informe que analiza e interpreta los indicadores económicos más relevantes publicados durante los últimos siete días.



www.caixabankresearch.com



research@caixabank.com



[@CABK_Research](https://twitter.com/CABK_Research)



Newsletter

El *Informe Sectorial* es una publicación de CaixaBank Research que contiene informaciones y opiniones procedentes de fuentes que consideramos fiables. Este documento tiene un propósito meramente informativo, por lo cual CaixaBank no se responsabiliza en ningún caso del uso que se pueda hacer del mismo. Las opiniones y las estimaciones son propias de CaixaBank y pueden estar sujetas a cambios sin notificación previa. Se permite la reproducción parcial del *Informe Sectorial* siempre que se cite la fuente de forma adecuada y sea remitida una copia al editor.

Indicadores y previsiones

Variación anual (%), salvo indicación expresa

	Promedio 2000-2007	Promedio 2008-2014	Promedio 2015-2018	Dato 2019	Previsión 2020 ¹	Previsión 2021 ¹
Indicadores de actividad						
PIB total	3,4	-1,3	2,8	2,0	-11,4	6,0
VAB construcción	3,1	-9,8	3,3	4,3	-13,7	8,0
Inversión en construcción	5,4	-9,4	5,8	1,7	-16,8	4,0
Inversión en vivienda	5,4	-8,5	11,5	4,1	-20,5	4,8
Inversión en resto de construcción	3,1	-9,8	3,3	-1,5	-11,7	3,1
Visados de inicio de obra (miles)	642	94	74	106	80	90
Visados de inicio de obra	2,8	-28,7	26,6	5,5	-24,7	12,5
Certificados de fin de obra (miles)	482	230	51	79	85	90
Certificados de fin de obra	8,3	-34,9	12,5	22,4	7,9	5,9
Confianza en el sector de la construcción (nivel) ⁵	13,1	-41,8	-24,1	-7,0	-18,8	-
Mercado laboral						
Afiliados total	3,5	-2,4	3,2	2,6	-2,2	1,4
Afiliados en la construcción	6,1	-13,5	5,2	5,1	-1,8	1,1
Construcción de edificios	-	-14,4	7,1	6,8	-2,2	1,1
Ingeniería civil	-	-16,4	0,5	3,4	-1,6	1,6
Act. de construcción especializada	-	-8,9	4,4	4,1	-1,5	1,1
Afiliados en actividades inmobiliarias	10,3	2,1	6,4	5,8	-1,4	0,5
Ocupados total (EPA)	4,1	-2,7	2,7	2,3	-3,3	0,0
Ocupados en la construcción (EPA)	6,7	-14,0	4,4	4,6	-3,8	0,2
Tasa de temporalidad en la construcción (%)	57,6	39,6	41,7	40,2	37,1	39,0
Tasa de paro en la construcción (%)	7,5	22,8	13,1	9,7	11,1	11,0
Demanda de vivienda						
Compraventas ² (miles)	886	388	437	505	404	421
Compraventas ²	-0,1	-8,7	13,4	-2,4	-20,0	4,0
Vivienda nueva ^{2,5}	12,1	-13,4	6,0	1,3	-15,4	-
Vivienda segunda mano ^{2,5}	-7,8	-5,0	15,2	-3,2	-23,6	-
Compraventas extranjeros ³	-22,1	6,7	10,4	0,8	-42,1	38,7
Compraventas segunda residencia ⁴	-7,6	-7,6	11,6	-2,6	-14,5	7,6
Precios						
Precio de la vivienda (Mitma)	12,9	-5,7	2,5	3,2	-1,5	-2,0
Precio de la vivienda (INE)	-	-6,8	5,8	5,1	-0,5	-2,3
Vivienda nueva ²	-	-5,7	6,3	7,3	4,2	-
Vivienda segunda mano ²	-	-7,7	5,8	4,7	1,8	-
Precio del suelo	17,5	-8,7	1,5	0,7	-4,8	-0,9
IPC alquiler ⁵	4,3	0,8	0,5	1,5	1,2	-
Ratios de accesibilidad						
Precio de la vivienda (% renta bruta disponible) ⁵	6,5	7,5	6,5	6,9	7,1	-
Esfuerzo teórico (% renta bruta disponible) ⁵	14,2	31,3	29,4	23,0	30,3	-
Rentabilidad del alquiler (%) ⁵	4,5	3,5	4,3	3,9	3,7	-
Financiación ⁽⁵⁾						
Número de hipotecas	5,8	-20,9	12,2	3,7	-7,6	-
Saldo vivo del crédito para la compra de vivienda	14,8	-1,4	-2,5	-1,3	-1,8	-
Nuevas operaciones de crédito vivienda	17,7	-24,9	16,0	2,3	-6,9	-
Saldo vivo del crédito promotor y construcción	23,6	-12,8	-10,8	-11,8	-5,7	-
Tasa de morosidad del crédito vivienda (%)	0,5	3,5	4,8	3,8	3,5	-
Tasa de morosidad del crédito promotor y construcción (%)	0,5	20,2	23,6	7,7	5,9	-

Notas: 1. Previsiones a 1 de diciembre de 2020. 2. El promedio 2000-2007 para las compraventas de vivienda corresponde al periodo 2004-2007 y los datos provienen del Mitma. Compraventas del INE a partir de 2007. 3. Compraventas de extranjeros según el Mitma. 4. Las compraventas de segunda residencia se estiman a partir de las compraventas realizadas en una provincia distinta de la provincia de residencia del comprador. 5. Los datos de la columna "Previsión 2020" corresponden a los datos acumulados hasta el último disponible de 2020.

Fuente: CaixaBank Research, a partir del INE, del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (Mitma), del Ministerio de Transportes, del Ministerio de Empleo y Seguridad Social y del Banco de España.





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





Índice

¿QUÉ APRENDERÁ?	20
Introducción	21
¿Qué es un estudio de mercado inmobiliario?	21
PARTE PRIMERA	23
El marketing inmobiliario y la creación del producto inmobiliario.	23
Capítulo 1. El producto inmobiliario atendiendo a la demanda.	23
1. Las necesidades de la demanda potencial de un producto inmobiliario.	24
a. El producto inmobiliario y el mercado.	25
b. Diseño y presentación del producto inmobiliario.	25
c. Competencia de otros promotores inmobiliarios.	25
d. Capacidad técnica y de producción para el producto inmobiliario previsto.	26
e. Capacidad financiera.	26
f. Canales de comercialización del producto inmobiliario.	26
2. Estrategia de suelo en el que promocionar.	27
3. Cálculos y estudios de rentabilidad inmobiliaria.	28
TALLER DE TRABAJO	30
El Marketing inmobiliario en internet (Inbound marketing).	30
TALLER DE TRABAJO	42
Esquemas. Las 4 P del marketing inmobiliario: (Producto, Precio, Plaza y Promoción).	42
PARTE SEGUNDA	54
Departamento de marketing de una promotora inmobiliaria.	54
Capítulo 2. El equipo comercial de promotora inmobiliaria	54
1. Uno sólo vende 1 piso. Un equipo de 2, vende 5 pisos.	54
2. El Jefe de Ventas de una Promotora Inmobiliaria: es más fácil vender que enseñar a vender.	61
Capítulo 3. Organigrama comercial de una empresa inmobiliaria.	66
1. La gestión comercial en la estructura de la empresa inmobiliaria.	66
Dirección de marketing o comercial	66
2. Funciones de dirección para la promoción y venta de inmuebles.	67
Planificación	67
Organización	67
Personal	67
Dirección	67
Control	68
a. Estrategia de productos inmobiliarios.	68
b. Estrategia publicitaria y promocional inmobiliaria.	69
Equipos de ventas y colaboradores externos.	69
Participación en la política de precios.	69
Investigación comercial.	69
3. Organización de la Dirección Comercial inmobiliaria.	70
a. Las formas de organización	70
b. Servicios de apoyo a la Dirección Comercial.	72



Servicio de Estudios Comerciales (SEC).	72
Servicio de Ejecución de Ventas (SEV).	73
Capítulo 4. ¿Cómo diseñar un producto inmobiliario?	74
1. Perspectiva comercial del producto inmobiliario.	74
2. Producto que encaje en la demanda inmobiliaria.	75
3. Diseño del producto inmobiliario.	75
4. Análisis de la competencia inmobiliaria.	76
5. Análisis realista de la capacidad de la promotora inmobiliaria para un producto inmobiliario.	76
6. Estimación del coste de marketing de un producto inmobiliario.	76
Capítulo 5. La perspectiva comercial en la selección de suelo para promociones inmobiliarias.	78
1. Búsqueda y selección de suelo para una promoción inmobiliaria.	78
2. Determinar el tipo de suelo a adquirir.	79
a. Detalle del tipo de suelo de interés.	79
b. Información urbanística e inmobiliaria requerida.	79
c. Plan de negociación con presencia de la propiedad.	79
3. Estudio preliminar de rentabilidad.	80
Capítulo 6. La perspectiva comercial en la concepción del producto inmobiliario.	81
1. ¿Cuáles son los factores de precio del producto inmobiliario?	81
a. Cualidades funcionales.	81
b. Relación precio/calidad.	82
c. Aprovechamiento de superficie y distribución.	82
d. Diseño exterior del inmueble. Fachadas.	82
d. Diseño interior del inmueble. Acabados.	82
e. Nombre de la promoción.	83
f. Reputación y marca de la promotora inmobiliaria.	83
2. Diseño y concepción del producto.	84
a. Fidelidad al estilo de la promotora inmobiliaria. Satisfacción de clientes anteriores.	84
b. Comparativa con competencia.	84
c. Tendencias de diseño inmobiliario.	84
3. Factores comerciales a considerar en la selección de promociones inmobiliarias.	84
a. Suelo. Zona y entorno.	84
b. Rentabilidad.	84
c. Mercado de zona. Demanda.	85
d. Concepción general del encaje de la promoción inmobiliaria en la zona.	85
Capítulo 7. ¿Cómo establecer el precio correcto?	86
1. Precios en función del coste	86
2. Precios en función de un conocimiento superficial de la oferta	87
3. Precio adecuado y marketing de soporte.	88
Capítulo 8. Planificación, comercialización y marketing de áreas industriales.	91
1. El Plan Director y precomercialización.	91
2. Comercialización de parques empresariales.	92
3. Innovación en el Plan Director y diferenciación para mejorar el marketing.	94
4. Comercialización y Marketing de áreas empresariales. Métodos.	94



5. Fases en la comercialización	95
Estudio de alternativas estratégicas de comercialización.	95
Elaboración del plan integral de comercialización.	95
Precomercialización de un área piloto.	96
Comercialización de un área piloto.	96
Precomercialización del resto del ámbito.	97
Comercialización del resto del ámbito.	97
6. Política de comunicación ajustada al marketing.	97
7. Clases de Marketing.	98
Caso práctico. El proceso de marketing de un área empresarial	99
TALLER DE TRABAJO.	101
Prima de riesgos y rentabilidad de suelo industrial (polígonos industriales y logísticos).	101
CHECK-LIST	103
Realización de un Plan director de comercialización relacionado con el plan de negocio y el estudio de rentabilidades (TIR / VAN)	103
Elaborar el Plan Director	103
Elaborar el Plan de Precomercialización	103
Elaborar el Plan de Comercialización	103
Establecer la estrategia de Comunicación	103
Elaborar el Plan de Marketing (incl. DAFO)	103
Elaborar la Cuenta de Resultados Previsional y estudio de rentabilidades (TIR / VAN)	103
PARTE TERCERA	104
Marketing mix inmobiliario.	104
Capítulo 9. Plan de Marketing y marketing mix (producto inmobiliario demandado, precio, publicidad).	104
• Política de productos.	104
• Política de precios.	104
• Política de fuerzas de venta.	104
• Política de publicidad, promoción y relaciones públicas.	104
Capítulo 10. ¿Qué es el marketing mix inmobiliario? Las "4Ps"	106
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.	106
2. Las "4Ps"	108
Precio	108
Producto	108
Distribución	108
Promoción	108
3. Las 3P que se añadieron a las 4P.	109
Personal	109
Procesos	109
Presentación	109
Capítulo 11. El estudio del mercado. Marketing estratégico: el plan de marketing. Marketing mix: precio, producto, promoción y distribución.	110
1. El estudio del mercado	110
Precio	110
Clientes potenciales	110
Competencia	110



2. El mercado inmobiliario.	111
a. Tamaño del mercado	111
b. Estructura del mercado	112
c. Estructura del mercado	112
3. La clientela inmobiliaria.	113
¿Qué hay que saber de los clientes?	113
4. ¿Cómo y dónde encontrar información sobre el potencial cliente inmobiliario?	114
5. El producto inmobiliario.	115
6. ¿Cómo diferenciar el producto inmobiliario? La marca.	116
7. El precio	117
8. La publicidad inmobiliaria: dar a conocer el producto con un mensaje adecuado a los compradores inmobiliarios.	118
Capítulo 12. El marketing en el proceso de concepción de productos inmobiliarios. Características del producto inmobiliario.	120
La importancia de los factores en el diseño y concepción del producto.	120
• Cualidades funcionales	120
• Relación de calidad	120
• Superficie y distribución	120
• Estética externa	120
• Estética interna	120
• Nombre	120
• Marca	120
TALLER DE TRABAJO	123
Los factores que aseguran el éxito de un producto inmobiliario.	123
Factor suelo.	123
Factor rentabilidad.	124
Factor mercado/demanda.	124
Factor zona	124
Factor duración de promoción inmobiliaria.	124
Factor diseño del producto inmobiliario.	124
Factor financiación.	124
Factor planning de construcción.	124
Factor calidad de producto inmobiliario.	125
Factor precio	125
Capítulo 13. Técnicas de marketing inmobiliario según el producto.	126
1. Para producto residencial	126
a. Demanda familiar	127
b. Demanda unipersonal	128
c. Segunda residencia	128
d. Tercera edad	129
e. Inversores	130
2. Para oficinas, industrias y locales comerciales	130
a. Producto industrial	130
b. Producto terciario (oficinas y locales)	130
c. Garajes y varios.	131
TALLER DE TRABAJO	132
¿Qué nos enseña un estudio previo de la demanda inmobiliaria?	132
Motivaciones de los compradores inmobiliarios.	132
Características del producto inmobiliario.	132
Características de la demanda inmobiliaria.	133



Capítulo 14. Los elementos que deciden la compra de una vivienda.	134
1. Introducción.	134
2. Primera residencia	135
Ubicación	135
Precio	135
Calidades de la vivienda	135
Transporte público	137
Proximidad al lugar de trabajo o estudios de los miembros del hogar.	137
3. Segunda residencia	137
Ubicación	137
Precio	137
Calidades de la vivienda	137
Climatización	137
Inversión.	138
4. Conclusión. La valoración de la postventa como imagen de marca.	139
Capítulo 15. La publicidad para dar a conocer el producto.	141
1. Introducción al ámbito publicitario.	141
2. Concentración en prensa.	143
3. Requisitos del anuncio en prensa.	144
4. La radio.	145
5. Requisitos de la cuña publicitaria en radio.	145
6. La visita, la clave de la venta.	146
7. El folleto.	146
8. Requisitos del folleto a entregar en la visita.	147
9. Las técnicas agresivas americanas.	147
10. La información por teléfono	149
TALLER DE TRABAJO	151
Caso práctico. ¿Cómo diseñar un folleto informativo de una promoción inmobiliaria?	151
1. Los datos técnicos figuran en el estudio de viabilidad de la promoción inmobiliaria.	151
2. Preparación de la documentación para ser adjuntada en folleto informativo.	152
Planos	152
Memoria de calidades.	152
Precios y condiciones de pago.	152
Documentación contractual y legal.	153
Diseño de la carpeta de presentación.	153
TALLER DE TRABAJO.	154
¿Hay alguna estrategia infalible para vender inmuebles? No.	154
TALLER DE TRABAJO	156
Las claves de un buen anuncio de venta de vivienda.	156
1. La descripción de la vivienda.	156
2. La foto de calidad.	156
3. El vídeo inmobiliario. El detalle al que no llega la foto.	156



4. Las redes sociales. _____	157
TALLER DE TRABAJO. _____	158
El dossier de ventas: la respuesta a todas las preguntas. _____	158
Dossier de información _____	158
Sobre la empresa. _____	158
Sobre la obra. _____	158
Sobre la oferta y la demanda. _____	158
Sobre la comercialización. _____	159
Sobre el producto. _____	159
Sobre la venta. _____	159
Fichas de venta inmobiliaria. _____	159
Postventa. _____	160
Capítulo 16. El Home Staging en el marketing inmobiliario. Diferencias entre el Home Staging y el interiorismo. _____	161
1. ¿Qué es el home Staging? _____	161
2. Origen del Home Staging. _____	162
3. Diferencias entre el Home Staging y el interiorismo. _____	162
4. Ventajas del Home Staging. _____	163
5. Técnicas Home Staging. _____	164
a. Resaltar los puntos fuertes y minimizar los puntos débiles de un inmueble. _____	164
b. Consejos del Home Staging. _____	165
6. ¿Por qué es mejor que lo haga un profesional de Home Staging? _____	166
PARTE CUARTA _____	168
Marketing inmobiliario para comerciales. _____	168
Capítulo 17. Técnicas de marketing inmobiliario en relaciones personales. _	168
1. La importancia del contacto personal. _____	168
2. El primer contacto: el decisivo. _____	170
3. No es caro: lo vale. _____	173
4. Una respuesta a cada "pero". _____	174
Capítulo 18. Métodos de venta inmobiliaria para agentes inmobiliarios de la propiedad e intermediarios. _____	178
1. Método de comprensión del cliente inmobiliario. _____	178
a. Comprender al cliente inmobiliario identificando pros y contra. _____	178
b. Influir. _____	178
c. Match. _____	179
d. Actuar. _____	179
2. Modelo KANO _____	179
a. Los factores que diferencian un producto inmobiliario. _____	179
1. Factores lineales o normales. Las características de una marca inmobiliaria. _____	179
2. Factores indiferentes que no dan valor añadido al producto inmobiliario pero suponen un coste innecesario. _____	179
3. Factores imprescindibles o básicos para determinados clientes (ej. el golf en el turismo inmobiliario de lujo). _____	180
4. Factores de rechazo (los problemas de comunicación por el idioma con los clientes extranjeros: inseguridad y desconfianza). _____	180
b. Categorías del modelo Kano. _____	180
1. Calidad mínima requerida a un inmueble (Must be quality). _____	180



2. Calidad deseada (Performance).	180
3. Calidad atractiva o motivadora (Delighter).	180
4. Calidad indiferente (Indifferent).	181
5. Calidad unidimensional.	181
3. Método SPIN o XEROX aplicado a la intermediación inmobiliaria.	181
a. Situación. ¿Quién es el cliente inmobiliario y qué demanda?	181
b. Problema. El producto inmobiliario que ofrece resuelve el problema del cliente. ¡Escuche a su cliente antes de ofrecer nada!	182
c. Implicación. ¡Podríamos ayudarle con estos inmuebles!	182
d. Beneficio. El cliente inmobiliario descubre que este inmueble ofertado es la solución.	182
4. Método "conozca a su cliente" inmobiliario. Know Your Customer (KYC).	182
5. Método AIDA en la intermediación inmobiliaria.	183
a. Las fases que sigue un cliente en el proceso de decisión de compra.	184
b. Difícilmente se producirá una venta, si primero no se ha captado la atención del cliente.	184
c. Etapas del modelo AIDA en marketing y ventas.	184
1. Atención del cliente.	184
2. Interés	185
3. Deseo	185
4. Acción	186
5. La fidelización del cliente. El modelo NAICDASE.	186
d. El método AIDA en la estrategia de marketing digital inmobiliario.	187
e. Ejemplos prácticos del sistema AIDA en la intermediación inmobiliaria.	188
Atrae la atención del cliente/attention.	188
Generar un interés en el cliente/interest.	188
Convierte el interes en deseo/desire	188
Animar a actuar/action	188
6. Métodos de corrección de errores. Satisfacer a los clientes inmobiliarios insatisfechos.	189
Precio de la competencia.	189
No se ha cuidado al cliente inmobiliario.	189
Fallos del servicio de atención al cliente.	189
TALLER DE TRABAJO.	190
Guía de conversación en marketing inmobiliario telefónico.	190
Comprador: Al contado	193
TALLER DE TRABAJO.	195
Check-list de los pasos a seguir en el proceso de venta.	195
1. Aspectos generales de la actividad comercial inmobiliaria.	195
2. ¿Qué decir en la primera visita del cliente?	198
3. El momento del "sí compro".	199
Capítulo 19. Software inmobiliario, una solución al problema. Software CRM (Customer Relationship Management) en la intermediación inmobiliaria.	203
1. Qué es CRM: Customer Relationship Management y Software CRM en la intermediación inmobiliaria.	203
2. ¿Para qué sirve un Software CRM inmobiliario?	203
3. Características de un CRM inmobiliario.	204
4. Clase de CRM inmobiliario.	204
CRM Operativo	204
CRM Analítico	204
CRM Colaborativo	205
5. Ventajas y Beneficios de un sistema CRM inmobiliario.	205



Capítulo 20. El Piso piloto: la clave del éxito.	206
1. ¿Por qué es tan decisivo el piso piloto?	206
2. ¿Por qué el piso piloto no puede ser la oficina de venta?	212
3. Oficinas centrales de venta.	213
4. Oficinas periféricas de ventas.	213
5. Oficinas móviles de venta.	213
Capítulo 21. Estructuración por fases de aproximación del cliente en la venta inmobiliaria: claves para el éxito.	215
1. La visita o presentación de la oferta inmobiliaria.	216
2. ¿Cómo efectuar la oferta	217
3. Tratamiento de las objeciones.	218
4. Remate de la venta y seguimiento del cliente.	218
5. Conclusiones	221
TALLER DE TRABAJO.	223
Argumentos de venta	223
Capítulo 22. La postventa. Entrega de viviendas y servicio al cliente: imagen de marca.	226
TALLER DE TRABAJO.	229
El servicio postventa inmobiliario	229
TALLER DE TRABAJO.	230
La postventa inmobiliaria, la gran asignatura pendiente.	230
Capítulo 23. La fidelización del cliente.	232
1. Vale más un cliente que una venta.	232
2. La fidelización según se la clase de promotora.	233
3. Ahorre de costes de comercialización.	235
4. Vender otros productos a los mismos clientes.	236
5. Indicadores de satisfacción y mercado.	236
6. Aumentar el valor añadido día a día.	237
Capítulo 24. El marketing en la promoción en comunidad y cooperativa.	239
1. Introducción.	239
2. ¿Por qué se vende mal y con margen de beneficio, frente a la gran demanda?	239
3. Cuando el ahorro no vence las dudas del futuro comunero.	240
4. El perfil de la demanda. Gran ciudad: cooperativa. Mediana: comunidad.	243
5. Ventajas e inconvenientes de las cooperativas y comunidades.	244
Capítulo 25. Consejos finales y resumen de conceptos.	248
Factores de compra	248
Lista de espera	248
Canales de venta	248
Clientes vendedores	249
Oficina de venta in situ	249



Piso Piloto _____	249
Vendedor competente consciente _____	249
Formación _____	249
Control de calidad _____	249
Horarios _____	250
Atención telefónica _____	250
Informarse de las necesidades _____	250
Venta en grupo _____	250
Precio _____	250
Seguimiento _____	250
La primera visita _____	251
Publicidad _____	251
Costes de comercialización _____	251
Honorarios de vendedores _____	252
Plan de medios _____	252
Control de resultados _____	252
Ratio de ventas _____	252
Posventa _____	252
Atención _____	252
Expectativas _____	253
SAT _____	253
Proceso burocrático-técnico _____	253
Fidelizar clientes _____	253
Fichero de clientes _____	253
Objetivo cero en insatisfacción _____	253
Entrega de llaves _____	254
Formulario de entrega de llaves _____	254
Incidencia _____	254
Manual de instrucciones _____	254
Estatutos reguladores de la comunidad de propietarios _____	254
Rectificación de servicio _____	254
Control del grado de satisfacción final del cliente _____	254
Interrelación del SAT con otros departamentos _____	254
Las responsabilidades del SAT _____	255
Revisión anticipada de la vivienda _____	255
Tratamiento de post-venta _____	255
Percepción final del cliente _____	255

CHECK-LIST _____ 257

Desarrollar un programa de mejora de comercialización inmobiliaria. _____ 257

- 1. Venta por objetivos. _____ 257**
- 2. Estructurar la venta. Decisión de venta personal. _____ 257**
- 3. Prospección de Clientes y técnicas de fidelización. _____ 257**
- 4. Técnicas de venta inmobiliaria. _____ 258**
- 5. Negociación y cierre en venta inmobiliaria. _____ 259**

PARTE QUINTA. _____ 260

Publicidad en la compraventa de inmuebles. Reglas a respetar por el promotor ____ 260

Capítulo 26. Publicidad en la compraventa de inmuebles. _____ 260

- 1. Reglas publicitarias a respetar por el promotor _____ 260**
- 2. ¿Qué información es ilícita? _____ 261**
- 3. Medidas de protección que la normativa de consumidores y usuarios prevé para el comprador de vivienda. _____ 261**
- 4. Los anuncios, panfletos y en general todo folleto publicitario _____ 265**



TALLER DE TRABAJO	267
Los jueces ya han dicho mucho de los "folletos".	267
TALLER DE TRABAJO	270
Cuidado con los plazos de entrega que los jueces ya han dado disgustos serios.	270
TALLER DE TRABAJO	276
El régimen de las cantidades entregadas a cuenta de vivienda	276
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.	276
CHECK-LIST	288
Principales estrategias de comercialización y marketing inmobiliario para llegar al cliente nacional y extranjero.	288
Análisis de las mejores herramientas de marketing para la promoción y ventas de los diferentes productos inmobiliarios turísticos.	288
Métodos que pueden utilizarse para fijar el precio de venta.	288
¿Cómo analizar los datos de mercado?: estudiar la oferta y demanda.	288
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.	288
¿Cómo establecer el mejor plan de Marketing y comunicación para captar y fidelizar clientes?	288
¿Qué debemos conocer sobre el usuario final y sus necesidades?	288
Canales de distribución	288
Servicio postventa	288
Formulas para llegar al público objetivo: comprador nacional y extranjero.	288
¿Cuáles son sus motivaciones al comprar y que demandan diferencias?	288
PARTE SEXTA.	289
Investigación del mercado inmobiliario	289
Capítulo 27. Investigación del mercado inmobiliario	289
1. Introducción: Una nueva actividad.	289
a. El porcentaje de intención de compra de la vivienda familiar.	290
b. La falta de adecuación de la oferta a las necesidades y posibilidades de esta demanda.	290
2. Los sistemas de información en el mercado inmobiliario	290
a. Información e investigación del mercado inmobiliario.	290
b. Datos fiables y objetivos.	291
c. Fuentes internas y externas de investigación del mercado inmobiliario.	291
3. La identificación de segmentos y la selección de públicos objetivos.	292
a. La estrategia comercial como fruto del estudio de marketing inmobiliario.	293
b. Siempre a corto y medio plazo en el mercado inmobiliario.	293
c. Estadística de la demanda inmobiliaria más análisis cualitativo de resultados.	293
d. La elección del solar clave en el estudio de marketing inmobiliario.	293
4. Estudio de la oferta inmobiliaria.	294
a. El estudio del mercado inmobiliario y el análisis de la competencia.	294
b. Clarificar la información que se necesita: tipología, plazo de entrega, precio, etc.	295
c. Estudio de la competencia. Simulación de compras y comparativas.	295
1. Superficie del producto inmobiliario.	295
2. Ritmo de ventas de la competencia.	296



3. Fechas de entrega. _____	296
5. Previsión de la demanda en el mercado inmobiliario _____	297
a. Conocer la demanda inmobiliaria. _____	297
b. El "universo" o muestra representativa. _____	297
6. Clases de encuestas. El muestreo. _____	298
a. Encuesta online y postal. _____	298
b. Encuesta telefónica _____	298
c. Encuesta personal. _____	298
d. El tamaño de la muestra. _____	299
e. El cuestionario. _____	299
7. Las listas de espera como fuente de información de la demanda inmobiliaria real. 301	
8. Resultados de marketing _____	302
a. Información del grado de cumplimiento de los objetivos durante la comercialización. ____	302
b. Descubrir los puntos fuertes de la promoción inmobiliaria para resaltarlos. _____	303
d. Valoración de la estrategia de comunicación. _____	303
e. Estudio de las fichas cliente elaboradas por los vendedores. _____	303
f. Control resumen de todas las visitas del mes. _____	303
9. Anticiparse a los movimientos cíclicos del mercado. _____	304
a. Análisis del mercado de los consumidores. Comportamiento del comprador. _____	304
b. Edad y nivel económico. _____	304
c. Ciclos económicos. _____	305
Capítulo 28. El comprador y la oferta _____	307
A. Clases de demanda en función de la necesidad. _____	307
1. Primera demanda. _____	307
2. Demanda familiar. _____	307
3. Demanda de tercera edad. _____	308
4. Residencial. _____	308
B. Clases de demanda según el colectivo. _____	308
1. Familiar. _____	308
2. Demanda unipersonal. _____	309
3. Segunda residencia. _____	310
4. Tercera edad. _____	310
5. Inversores. _____	311
Capítulo 29. ¿Cómo garantizar el éxito en la promoción inmobiliaria _____	312
1. Como enfocar la oferta a la demanda _____	312
2. Factores diferenciadores de la demanda inmobiliaria: una decisión de grupo familiar. _____	314
3. Prever el tipo de comprador que se interesará en nuestro producto. _____	316
Capítulo 30. Técnicas de programación y previsión de ventas inmobiliarias. 319	
1. Previsiones de ventas inmobiliarias. _____	319
Estudio de las ventas anteriores de productos inmobiliarios similares. _____	319
Estudio de los indicadores generales de la actividad económica. _____	319
Estudio del mercado potencial. (Estudio de demanda). _____	319
Estudio de la oferta actual en la zona sobre la que vamos a incidir. _____	319
Estudio de la situación general de las ventas de la competencia. _____	319
2. Indicadores de política comercial inmobiliaria. _____	319



a. Población	320
b. Capacidad económica.	320

Capítulo 31. Investigación y estudios de mercado inmobiliario. 322

1. Estudios de mercado de oferta y demanda, cualitativos y cuantitativos.	322
2. Categorías de estudios de mercado inmobiliarios.	324
a. Investigación de productos y servicios	324
b. Investigación del mercado	324
c. Investigación de las ventas	324
d. Investigación de la publicidad.	325
3. Fases de la investigación del mercado inmobiliario.	326
a. Definición precisa del problema inmobiliario a investigar.	327
b. Desarrollar el mejor procedimiento para obtener la información inmobiliaria.	327
c. Localizar la información inmobiliaria que necesitamos.	328
d. Precisar las técnicas de recogida de información inmobiliaria.	328
e. La interpretación de los datos inmobiliarios obtenido.	331
f. Resumen e informe con los resultados inmobiliarios. Informe para la dirección. Informe técnico. Informe sobre datos obtenidos. Informe persuasivo.	332
4. Partes del informe del mercado inmobiliario.	332
El informe técnico.	333
El informe persuasivo para el gran público.	333

TALLER DE TRABAJO 336

Los informes del Observatorio de vivienda y suelo del Ministerio de Fomento	336
1. Actividad de la construcción y de la promoción residencial.	336
2. Mercado de la vivienda. Precios y transacciones.	336
3. Mercado del suelo. Precios y transacciones.	336
4. Rehabilitación.	336
5. Alquiler de vivienda.	336
6. Financiación y acceso a la vivienda.	336
7. Créditos dudosos y lanzamientos.	336
8. Sector de la construcción.	336

TALLER DE TRABAJO 391

Modelo de estudio de demanda de vivienda	391
SISTEMÁTICA	392
Contenido	392
Actividad edificatoria general:	392
Cuantificación del mercado en número de promociones, número de viviendas en venta inicial y por vender.	392
Análisis y segmentación de la muestra:	392
Análisis del producto.	392
Análisis de los precios.	392
Análisis de comercialización y dinámica de ventas.	392
Análisis de financiación.	392
Ficha, fotografía y documentación comercial de las promociones.	392
Plano de localización de las promociones.	392
Cuadros tabulados de precios y características de comercialización y calidades	392
ÍNDICE DE ENCUESTA	392
1- Preliminares	392
Referente a la necesidad del estudio de demanda de vivienda	392
Objetivos del estudio de necesidad de vivienda de protección pública	392
Metodología empleada	392



2- Fuentes de información directa	392
Descripción de la encuesta realizada	392
Encuesta tipo	392
Resultados encuesta	392
Participación	392
Tablas resumen de resultados de la encuesta	392
Tabla de resultados de cada encuesta	392
Gráficos y comentarios de los resultados de la encuesta	393
Interpretación de los resultados de la encuesta	393
Conclusiones de la encuesta	393
3- fuentes de información indirectas	393
Análisis sociodemográfico de la localidad	393
Estudio poblacional	393
Construcción	393
El turismo residencial	393
4- conclusiones estudio de demanda	393
PARTE SÉPTIMA	452
Estudios de mercado inmobiliario.	452
Capítulo 31. El difícil acceso a la información inmobiliaria.	452
1. Ineficiencia informativa del mercado inmobiliario.	452
2. Factores microeconómicos que influyen en la oferta y demanda de activos inmobiliarios.	454
a. Factores que influyen en la demanda inmobiliaria.	454
• las características constructivas	454
• características de la propiedad	454
• características de localización.	454
b. Factores que influyen en la oferta inmobiliaria.	455
1. Aversión al riesgo y a la venta con minusvalías	455
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.	457
3. Metodología de investigación del mercado inmobiliario.	457
a. Modelos de investigación del ciclo inmobiliario.	457
b. Datos a investigar: nº de vivienda, ratio precio/vivienda/renta, financiación, etc.	458
Capítulo 32. Estudios de mercado inmobiliario.	459
1. Análisis del mercado: oferta y demanda.	459
Los estudios de mercado. Análisis de la oferta y la demanda.	459
Estudio de la oferta. Estudio de la competencia.	459
Estudio de la demanda.	459
Estudios de mercado. Departamento comercial/de márketing.	459
Producto inmobiliario que demanda el mercado.	459
2. ¿Qué es un estudio de mercado inmobiliario?	460
a. Utilidad del estudio de mercado inmobiliario.	460
b. Tipos de estudio de mercado inmobiliario.	460
➤ Estudio de viabilidad comercial inmobiliaria.	461
➤ Estudio de aprovechamiento urbanístico.	461
➤ Estudio económico-financiero de los ritmos de venta inmobiliarios.	461
c. Objetivos de los estudios de mercado inmobiliario.	461
d. ¿Son fiables los estudios de mercado inmobiliarios?	461
1. Censo, tipo de estadística y encuesta.	462
2. Indicadores de tendencias inmobiliarias.	462
3. Estrategia inversora en función del producto inmobiliario.	462
4. ¿Es vendible el producto que se puede promover? Diseño del producto inmobiliario.	463



Diseño óptimo del producto inmobiliario: adecuar el estudio técnico y comercial a las posibilidades del promotor inmobiliario. _____ 463

5. ¿Por cuánto se puede vender? _____ 464

Capítulo 33. Estudios de mercado inmobiliario. _____ 466

1. ¿Qué es un estudio de mercado inmobiliario? Una radiografía del mercado inmobiliario de una zona. _____ 466

2. ¿Para qué sirve un estudio de mercado inmobiliario? _____ 466

3. ¿Quién está interesado en comprar un inmueble en esa zona? _____ 466

a. Análisis socioeconómico de la demanda inmobiliaria (target group). _____ 467

b. Análisis estratégico de la competencia inmobiliaria de la zona. _____ 468

4. Ya sabemos quien está interesado, ahora vamos a segmentarlo por edades, capacidad financiera, etc. _____ 468

5. Al promotor inmobiliario le interesa conocer el "nicho de mercado". _____ 469

6. Fases de elaboración de un estudio de mercado inmobiliario. _____ 470

a. Fase de lanzamiento. _____ 470

Pruebas de concepto inmobiliario. _____ 470

Pruebas del producto inmobiliario. _____ 470

Expectativas del consumidor inmobiliario. _____ 470

Investigación de estrategia publicitaria. _____ 471

Pruebas de seguimiento del proyecto inmobiliario. _____ 471

b. Fase intermedia. _____ 471

c. Fase final de seguimiento. _____ 471

7. Metodología del proyecto inmobiliario. _____ 472

a. Definición del tipo de estudio de mercado inmobiliario a realizar. _____ 472

b. Análisis previo de la situación inmobiliaria actual. _____ 473

c. Análisis DAFO. _____ 473

Debilidades. _____ 474

Amenazas. _____ 474

Fortalezas. _____ 474

Oportunidades. _____ 475

d. Definición de objetivos. _____ 475

e. Fuentes de información disponibles. _____ 475

f. Elección de la muestra. _____ 475

g. Elección de técnicas (cuantitativas, cualitativas) _____ 475

h. Recogida y elaboración de datos. _____ 476

i. Interpretación de datos. _____ 476

j. Elaboración y presentación del informe final. _____ 476

Capítulo 34. 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. _____ 477

1. Según la procedencia de los datos. _____ 477

a. Fuentes primarias. _____ 477

b. Fuentes secundarias. _____ 478

2. Según la tipología de la información inmobiliaria a obtener. _____ 480

a. Técnicas cuantitativas. _____ 480

Encuestas. _____ 481

Elección de la muestra. _____ 481

Paneles. _____ 481

b. Técnicas cualitativas. _____ 481

Observación directa. _____ 482

Entrevista en profundidad. _____ 483

Reuniones en grupo. _____ 483



CHECK-LIST	486
Desarrollar estudio de mercado en base a los siguientes puntos:	486
Análisis general del mercado inmobiliario.	486
Datos generales del área de estudio.	486
Información general.	486
Datos de la población.	486
Geografía municipal.	486
Accesos por carretera.	486
Accesos por transporte público.	486
Información socioeconómica. Estadísticas y tendencias.	486
Segmentación por zonas.	486
Análisis de viviendas de segunda mano y mercado de obra nueva. Datos de las promociones existentes a la venta y conclusiones.	486
Condiciones hipotecarias que ofrecen los bancos.	487
Hipótesis del perfil del cliente.	487
DAFO comercial	487
Fortalezas	487
Oportunidades	488
Amenazas	488
Análisis y evaluación de riesgos.	488
PARTE OCTAVA	490
Casos prácticos sobre elaboración de estudios de mercado inmobiliario.	490
Capítulo 35. Fuentes de información de un estudio de mercado inmobiliario a efectos de localización y análisis de titularidades.	490
1. Expedientes municipales de licencias de obras	490
Información que vamos a obtener:	490
• memoria explicativa del tipo de obra	490
• plano de localización del solar	490
• planos de edificación –plantas, alzados, secciones, cimientos y saneamiento, etc.–	490
• presupuesto de ejecución material	490
• informes de los correspondientes técnicos municipales	490
2. Sistemas de geografía catastral. Sistemas de Información Geográfica (SIG) y Google maps.	491
Ventajas de los Sistemas de Información Geográfica (SIG)	492
• cartografía	492
• mapas	492
• datos de promotor, situación, número de viviendas, año y calificación del tipo de viviendas.	492
• datos urbanísticos.	492
3. Cálculo de edificabilidad en función de la superficie de los solares.	493
a. Precauciones con los datos de superficie en bruto. Computar cesiones en zonas nuevas.	493
b. En caso de edificios, destino de plantas bajas.	494
c. Tipología edificatoria, la morfología de edificación y tipo de promotores.	494
d. Datos urbanísticos de las fichas municipales.	494
e. Cambios urbanísticos que hacen más rentable la sustitución de edificios antiguos por nuevos.	495
4. Comprobar titularidades en base a Catastro y Registro de la Propiedad.	495
5. Anuncios en internet.	499
6. Entrevistas.	499
TALLER DE TRABAJO	501
Esquemas.	501
¿Cómo calcular la demanda del mercado inmobiliario? Fórmula de cálculo.	501



Clasificación y segmentación del mercado inmobiliario. _____	501
TALLER DE TRABAJO _____	511
Esquemas. _____	511
Investigación del mercado inmobiliario. _____	511
Comprender las necesidades de los consumidores como objetivo de una investigación de mercado inmobiliario. _____	511
TALLER DE TRABAJO _____	526
Esquemas. _____	526
Técnicas de investigación del mercado inmobiliario. _____	526
Técnica para elaborar pronósticos inmobiliarios. _____	526
Metodologías cuantitativas y cualitativas de los estudios de mercado. _____	526
Fases del proceso de una investigación de mercado. _____	526
Encuestas inmobiliarias. _____	526
TALLER DE TRABAJO _____	532
Modelo y esquemas de un estudio de mercado para una promoción inmobiliaria. _____	532
Situación de la promoción. _____	532
Tablas de promociones y promotores de la zona. _____	532
Ofertas inicial y actual para promociones. _____	532
Ofertas inicial y actual en base a tipologías. _____	532
Comparativa con promociones de la zona (ofertas iniciales y de ventas por tipologías). _____	532
Cuadros y gráficos de superficies. _____	532
Precios homogeneizados. _____	532
Precios unitarios. _____	532
Distribución de las ventas. _____	532
Calidades. _____	532
Fichas de promoción. _____	532
Modelo de encuesta. _____	532
TALLER DE TRABAJO _____	546
Metodología estadística de un estudio de mercado inmobiliario. Método hedónico. Caso aplicado a la evolución de precios de una ciudad española. _____	546
TALLER DE TRABAJO _____	567
Estudio de mercado inmobiliario de una gran ciudad española enfocado a la tipología de usuarios de oficinas para inversores extranjeros. _____	567
TALLER DE TRABAJO _____	574
Estudio de mercado inmobiliario de una gran ciudad española zonificando las áreas de oficinas para inversores extranjeros. _____	574
TALLER DE TRABAJO _____	581
Estudio de mercado de gran capital con análisis de suelo disponible por zonas y barrios. Destinado a gran inversión extranjera inmobiliaria. _____	581
TALLER DE TRABAJO _____	588
Estudio de mercado inmobiliario regional de organismo público. _____	588
1. Ámbito del informe. Marco normativo y coordinación _____	588
2. Metodología, análisis y conclusiones del informe del mercado inmobiliario. _____	588
3. Ámbito de estudio. _____	588
4. Fuentes (registro, catastro, datos notariales, portales de internet, información APIs, anuncios en general). _____	588
5. Periodo del estudio. _____	588



TALLER DE TRABAJO _____ 726

Modelo de estudio de mercado inmobiliario a efectos catastrales. _____ 726

Análisis y conclusiones de los estudios de mercado inmobiliario que han servido de base para la redacción de la ponencia de valores. _____	727
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. _____	727
Datos Territoriales municipales. _____	727
Situación socio-Económica _____	727
Características principales de la dinámica demográfica del municipio. _____	727
Datos Inmobiliarios (evolución del número de inmuebles y tasa de crecimiento medio en los últimos cinco años). _____	727
Porcentaje de bienes inmuebles urbanos por uso (almacén-estacionamiento comercial, industrial, otros usos, residencial y suelo vacante). _____	727
Datos de Mercado. _____	727
Oferta del mercado de obra nueva y segunda mano en todos los segmentos inmobiliarios. _____	727
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. _____	727
Datos de tasación y valor declarado en escritura. _____	727
Estudio de la oferta inmobiliaria de ámbito municipal. _____	727
Expectativas de desarrollo inmobiliario conforme al planeamiento urbanístico. _____	727
Detalle en función de suelo industrial (polígonos), suelo residencial, suelo de uso exclusivo comercial, plazas de garaje y aparcamientos, etc.). _____	727

TALLER DE TRABAJO _____ 754

El estudio de absorción inmobiliaria como parte del estudio de mercado inmobiliario. _____ 754

1. ¿Qué es el estudio de absorción inmobiliaria? _____	754
2. Precaución con los estudios de absorción inmobiliaria: se refieren al pasado. _____	754
3. Ejemplo de informe en el que se analizan los tiempos medios de absorción de suelo finalista por ciudades y regiones. _____	754
4. Ejemplo de informe de absorción neta de oficinas en zona prime en relación a la salida al mercado de nueva oferta. _____	802

TALLER DE TRABAJO _____ 828

Ejemplo de Estudio de Mercado para una promoción inmobiliaria residencial. _____ 828

1. Productos y Precios _____ 828	
• Estudios de oferta _____ 828	
– Identificación y cuantificación _____	828
– Programas, superficies y precios _____	828
– Ventas, ratios y matrices de posicionamiento _____	828
– Calidades _____	828
– El trabajo de campo _____	828
• Estudios de demanda _____ 828	
2. Tabla con la muestra considerada. Promoción inmobiliaria/promotora/situación/todo vendido/lista de espera/en venta. _____ 829	
Oferta inicial por promociones _____	829
Oferta inicial por tipologías _____	829
Oferta actual por promociones _____	829
Oferta actual por tipologías _____	829
Comparativo oferta inicial y ventas _____	829
Precios venta mínimo/medio/máximo _____	829
Precios unitarios € / m2 _____	829
Distribución de las ventas _____	829
Media actual por promoción _____	829



Meses vendiendo _____	829
Viviendas vendidas _____	829
Ritmo de ventas _____	829
Ritmo relativo _____	829
Posicionamiento _____	829
Matriz de posicionamiento uds/mes y precio/m2 _____	829
Calidades _____	829
Resumen de comercialización _____	829

TALLER DE TRABAJO _____ 850

Estudio de mercado residencial de un barrio de una gran ciudad. _____ 850

1. Caracterización del ámbito _____ 851

2. Tipología de zonas _____ 851

Zonas urbanas céntricas _____ 851

Superficie _____ 851

Población _____ 851

Densidad (Hab./Ha.) _____ 851

3. Datos socioeconómicos. Población extranjera. Procedencia población extranjera. Pirámide de población. Nivel de estudios. Estado civil. Tasa de actividad. _____ 851

4. Usos por número de inmuebles _____ 851

5. El número total de inmuebles en el ámbito y porcentaje de uso residencial. _____ 851

6. Inmuebles por año de construcción. _____ 851

7. Inmuebles por ubicación en planta. _____ 851

8. Datos de oferta/demanda. _____ 851

Oferta de compra-venta. _____ 851

Oferta por tipología _____ 851

Oferta por rango de superficie _____ 851

Oferta por rango de precios _____ 851

Oferta por tipología _____ 851

Demanda por número de dormitorios _____ 851

Demanda por rango de precios _____ 851

9. Alquileres. Valor unitario en alquiler _____ 851

10. La rentabilidad bruta media (Gross yield) _____ 851



¿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**



Introducción



Antes de tomar cualquier decisión de gestión de la propiedad, se lleva a cabo un análisis de mercado (estudio de mercado inmobiliario) desde una variedad de ángulos, centrándose en los problemas y prioridades de los clientes.

¿Qué es un estudio de mercado inmobiliario?

El análisis del mercado inmobiliario (estudio de mercado inmobiliario) es una investigación de los valores de mercado que informa de todo el potencial de un inmueble.

Un estudio de mercado inmobiliario incluye índices y datos socioeconómicos, datos de demanda, datos de mercado (precios por metro cuadrado, precios de hipoteca, alquiler, número de viviendas), tipología de inmuebles, años de construcción y demás datos de importancia.

El estudio de mercado inmobiliario es imprescindible para:

- **Evaluar el potencial de mercado de un sitio o activo para el desarrollo o adquisición de un proyecto, e identificar los elementos iniciales del marco financiero (rentas, tarifas).**
- **Para configurar paneles de datos de propiedad personalizados y actualizados regularmente, diseñados para monitorear el contexto del mercado inmobiliario para las carteras de propiedades con un énfasis particular en garantizar datos confiables y consistentes en diferentes regiones y productos (tanto a nivel nacional como internacional)**
- **Producir proyecciones econométricas de mercado actualizadas y calculadas periódicamente.**
- **Informe de evolución inmobiliaria de la zona. Análisis de la evolución de la oferta y la demanda (búsquedas y leads) de una zona concreta.**
- **Análisis de los precios de cierre y el histórico de comercialización de las promociones similares a la programada en el suelo en un**



área homogénea.

- **Datos de oferta y demanda, tanto en venta como en alquiler de una zona concreta.**
- **Datos de obra nueva. Oferta y demanda de Obra Nueva y posicionamiento en un ranking según leads de las promociones competencia de las analizadas y de cada una de sus viviendas o locales en comercialización.**

El estudio de mercado inmobiliario ayudará a comprender el mercado inmobiliario actual y le facilitará una perspectiva profesional de todas las posibilidades que ofrece un inmueble.

De estos temas se trata desde una perspectiva práctica y profesional en la guía del Marketing inmobiliario y estudios de mercado inmobiliario.

Al comparar propiedades similares en el mercado, podrá poner un precio preciso a una casa.



PARTE PRIMERA

El marketing inmobiliario y la creación del producto inmobiliario.

Capítulo 1. El producto inmobiliario atendiendo a la demanda.

