

INFORME “EXPERIENCIA EN COMPRA Y VENTA EN 2021”

La pandemia modifica las prioridades en la búsqueda de vivienda y crece la demanda de terraza

- La valoración de la terraza como un elemento importante a la hora de comprar vivienda aumenta hasta los 7,6 puntos en 2021
- El precio, el número de habitaciones y el barrio continúan siendo las tres características prioritarias en la búsqueda de vivienda
- Los mayores de 35 años valoran aspectos como el tamaño, la distribución o las calidades del inmueble, mientras que los mayores de 55 años centran su interés en el barrio y la orientación
- El 61% de los compradores ha efectuado su compra en la misma localidad en la que ya residía

Madrid, 25 de marzo 2022

La pandemia ha dejado muchos cambios en el mundo en el que vivimos y la manera en la que nos comportamos. Uno de ellos ha sido la **búsqueda de hogares más espaciosos, con acceso al exterior y de mayor tamaño**. Así, la demanda de terraza ha crecido: en 2020, que la vivienda tuviera terraza era una cuestión que se valoraba con 6,8 puntos sobre 10, mientras que en 2021 su consideración ha aumentado hasta los 7,6 puntos, según el informe “[Experiencia en Compra y Venta en 2021](#)” de [Fotocasa Research](#).

El informe apunta a que los españoles continúan otorgando la máxima importancia en la búsqueda de vivienda a aspectos muy generales como el encaje dentro del presupuesto (8,7 puntos), el número de habitaciones (8,1 puntos) o el barrio en el que está situada (7,8 puntos). No obstante, ha habido cambios significativos en la importancia que otorgan a otras características que en 2020 no resultaban tan valoradas como ahora.

Lo que más consideran

- Que encaje con su presupuesto
- El número de habitaciones
- Que el barrio/vecinos sean de su agrado

Lo que menos consideran

- Que tenga piscina
- Que sea una zona con buenos colegios
- Que disponga de zonas comunes

Base personas que han comprado o intentado comprar (feb. 2021): 2484

“Las preferencias y necesidades habitacionales de los ciudadanos se han modificado debido al duro confinamiento vivido en nuestro país, generando una gran demanda por mejorar sus condiciones de vida a través de la vivienda. La luz natural y los espacios amplios con salida al exterior son características que han cobrado mucha importancia. De hecho, en nuestro portal, la búsqueda de chalets y fincas rústicas se ha incrementado desde el inicio de la pandemia una media de un 30%, y los filtros de terraza y balcón se han disparado un 40%”, según María Matos, directora de Estudios y Portavoz de [Fotocasa](#).

La subida más intensa se ha producido en la valoración de la **terraza como un elemento importante a la hora de elegir inmueble**: de los 6,8 puntos sobre 10 que se le daba a esta cuestión en febrero de 2020 se ha pasado a 7,6 en febrero de 2021.

También han ganado importancia la elección de **barrio, la distribución y superficie de la vivienda, su orientación y altura, que tenga buenos accesos por carretera y que tenga piscina**. Por el contrario, los compradores consideran en menor medida cuestiones como la conexión con transporte público o la cercanía respecto al lugar de trabajo o el centro de estudios, lo cual puede relacionarse con el protagonismo del teletrabajo y de la educación a distancia durante este tiempo.

Así mismo, han perdido protagonismo, con respecto al año 2020, otras cuestiones como no tener que invertir en reformas, que el barrio esté cerca de la familia o amigos, que esté en una zona con actividades de ocio o con buenos colegios cerca. Por otro lado, las prioridades también dependen del momento o el lugar en el que se compra la vivienda.

Así, los más jóvenes son más flexibles a la hora de encontrar un inmueble que encaje en su presupuesto. También son menos exigentes, por ejemplo, con el **tamaño o distribución de la vivienda o las calidades del inmueble. Tres factores que se valoran más a partir de los 35 años**. Asimismo, a mayor edad, más importancia cobra el barrio en el que se ubica la vivienda o la orientación que tiene. Dos cuestiones a las que los mayores de 55 años otorgan una importancia de 7,9 puntos sobre 10.

	2020	2021
Que el precio esté dentro del presupuesto	8,7	8,7
El número de habitaciones	8	8,1
Que le guste el barrio/vecinos	7,6	7,8 ▲
La distribución	7,5	7,8 ▲
Los metros cuadrados	7,6	7,8 ▲
Los materiales de la vivienda	7,5	7,5
La orientación	7,3	7,6 ▲
Que tenga servicios cerca	7,4	7,4
Que tenga buena conexión en transporte público	7	6,7 ▼
Que tenga plaza de garaje	6,9	7
Buenos accesos por carretera	6,7	6,9 ▲
Que tenga terraza	6,8	7,6 ▲
No tener que invertir en reformas	6,8	6,5 ▼
Que sea de la altura que se busca	6	6,3 ▲
Que el barrio esté cerca de familia/amigos	5,9	5,7 ▼
Que sea una vivienda de nueva construcción	5,5	5,7
Cerca del trabajo/centro de estudios	5,9	5,6 ▼
Que esté alejado del tráfico y aglomeraciones de la ciudad	5,6	5,7
Que tenga trastero	5,6	5,7
En una zona con actividades de ocio	5,3	5,1 ▼
Que sea una zona en crecimiento	5,1	5,2
Que tenga zonas comunes	5	5,2
Zona con buenos colegios	4,8	4,6 ▼
Que tenga piscina	3,5	3,8 ▲

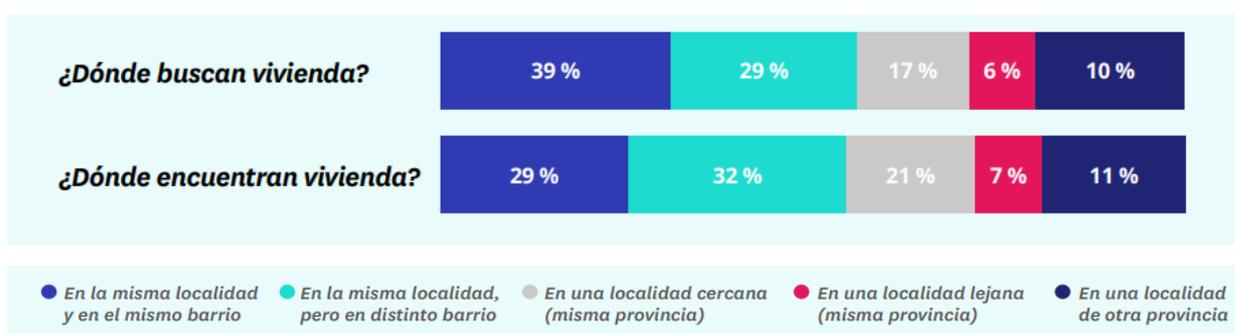
La importancia de la ubicación

El 61% de los particulares que han comprado una vivienda en los últimos doce meses lo han hecho en la localidad que ya residían. No obstante, no todos los que inician su búsqueda en su localidad, **el 68%, acaban efectuando allí la compra.**

Esta diferencia se produce, sobre todo, porque hay un 39% que pretende comprar en el barrio en el que ya residía, pero solo un 29% termina haciéndolo. En este dato también se da una diferencia con respecto al año anterior: son menos los que consiguen comprar en este emplazamiento (misma localidad y barrio). Así, en 2020, el 33% adquiriría una vivienda en la misma localidad y barrio en el que ya vivía y ahora son el 29%.

Otra diferencia estadística es el incremento de aquellos que compraron vivienda en una localidad distinta, aunque cercana, a la que habitaban anteriormente. En 2021 se ha incrementado hasta el 21% frente al 19% de 2020. También **se ha incrementado la proporción de compras en una localidad de una provincia diferente a la del lugar de residencia**, que ha aumentado del 9% del 2020 al 11% en 2021.

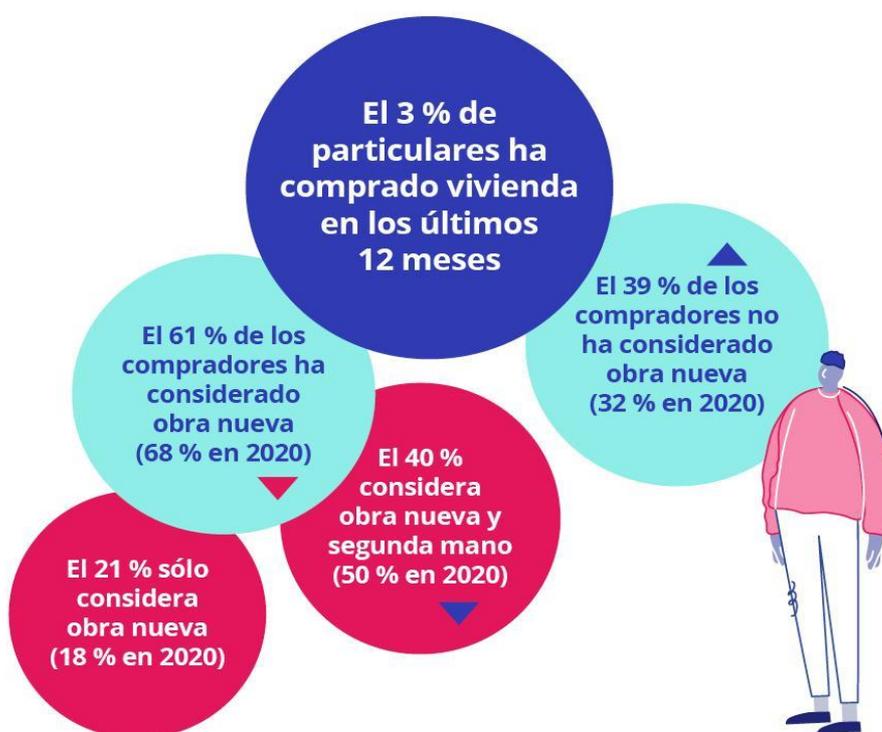
Sin embargo, en relación a la edad de los compradores, la estadística se mantiene muy similar a la de 2020, siendo los segmentos más maduros (a partir de 45 años) los que optan por ubicaciones más alejadas, debido a distintos factores. En primer lugar, por las segundas residencias, a las que los segmentos de mayor edad suelen tener más acceso. Y, en segundo lugar, por el uso que le van a dar a la vivienda, primando para los jóvenes motivos laborales o de estudios.



¿Segunda mano u obra nueva?

Otra de las cuestiones relevantes a la hora de comprar una vivienda es si los compradores o potenciales compradores se decantan por inmuebles de obra nueva o de segunda mano. En este sentido, **un 61 % de los particulares que han comprado ha considerado la posibilidad de adquirir un inmueble de nueva construcción**, un porcentaje sensiblemente más bajo que el 68 % registrado en 2020.

Este decrecimiento se da, fundamentalmente, porque se ha reducido el porcentaje de aquellos que se plantean ambas opciones a lo largo de su proceso de compra. Eran la mitad de los compradores en 2020 y ahora son cuatro de cada diez.



Base particulares (feb. 2021): 5 000 / Base personas que han comprado vivienda (feb. 2021): 610

El peso que pierde la consideración de obra nueva lo gana el mercado de segunda mano: **los compradores que solo buscaron entre las viviendas usadas son el 39 % en 2021 frente al 32 % de 2020**. Esas búsquedas derivan en estas compras: un 30 % de los particulares que ha adquirido vivienda en los últimos 12 meses se ha decantado por un inmueble de nueva construcción. De todos ellos solo hay un 5 % que no lo había considerado inicialmente.

Sobre el informe “Experiencia en compra y venta en 2021”

El portal inmobiliario [Fotocasa](#) ha realizado el informe “[Experiencia en compra y venta en 2021](#)” en base a un exhaustivo análisis del equipo de Business Analytics de Fotocasa en colaboración con el instituto de investigación The Cocktail Analysis.

El estudio pone el foco en la experiencia de compradores y vendedores durante el proceso compraventa de vivienda. Al igual que los anteriores informes, se ha realizado sobre un panel independiente con una muestra de 5.000 personas representativas de la sociedad española y que tienen entre 18 y 75 años, a través de encuestas online que se efectuaron en el primer semestre de 2021. Error muestral: +-1,4%

Sobre Fotocasa

Portal inmobiliario que cuenta con inmuebles de segunda mano, promociones de obra nueva y viviendas de alquiler. Cada mes genera un tráfico de 34 millones de visitas (75% a través de dispositivos móviles). Mensualmente elabora el [índice inmobiliario Fotocasa](#), un informe de referencia sobre la evolución del precio medio de la vivienda en España, tanto en venta como en alquiler.

[Fotocasa](#) pertenece a [Adevinta](#), una empresa 100% especializada en Marketplace digitales y el único “pure player” del sector a nivel mundial. Con presencia en 12 países de Europa, América Latina y África del Norte, el conjunto de sus plataformas locales recibe un promedio de 1.500 millones de visitas cada mes.

[Más información sobre Fotocasa.](#)

En España, [Adevinta](#), antes Schibsted Spain, es una de las principales empresas del sector tecnológico del país y un referente de transformación digital. En sus 40 años de trayectoria en el mercado español de clasificados, los negocios de Adevinta han evolucionado del papel al online hasta convertirse en el referente de Internet en sectores relevantes como inmobiliaria ([Fotocasa](#) y [habitaclia](#)), empleo ([Infojobs.net](#)), motor ([coches.net](#) y [motos.net](#)) y segunda mano ([Milanuncios](#)). Sus más de 18 millones de usuarios al mes sitúan Adevinta entre las diez compañías con mayor audiencia de Internet en España (y la mayor empresa digital española). Adevinta cuenta en la actualidad con una plantilla de más de 1.000 empleados en España.

Toda nuestra información la puedes encontrar en nuestra [Sala de Prensa](#).

Llorente y Cuenca

Ramon Torné

rtorne@llorenteycuenca.com

638 68 19 85

Fanny Merino

emerino@llorenteycuenca.com

663 35 69 75

Quico Alemany

qalemany@llorenteycuenca.com

646 742 655

Departamento Comunicación Fotocasa

Anaïs López

comunicacion@fotocasa.es

620 66 29 26

