



REPORT

Savills Research

¿Qué buscan los compradores?

Tendencias en la compra de vivienda en Francia, Italia, Portugal y España

savills

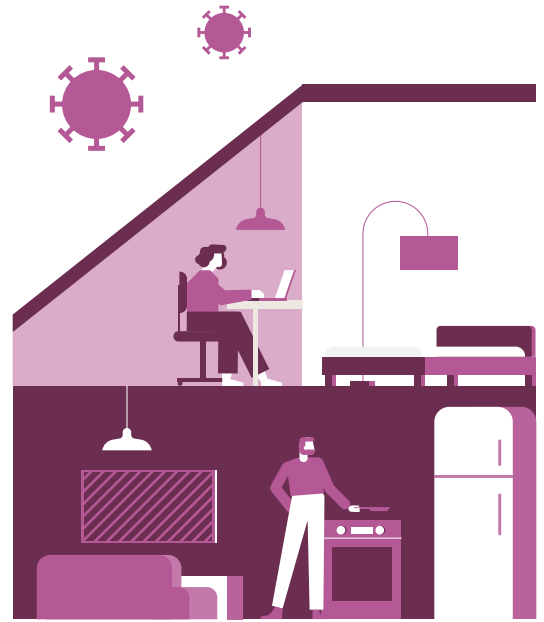
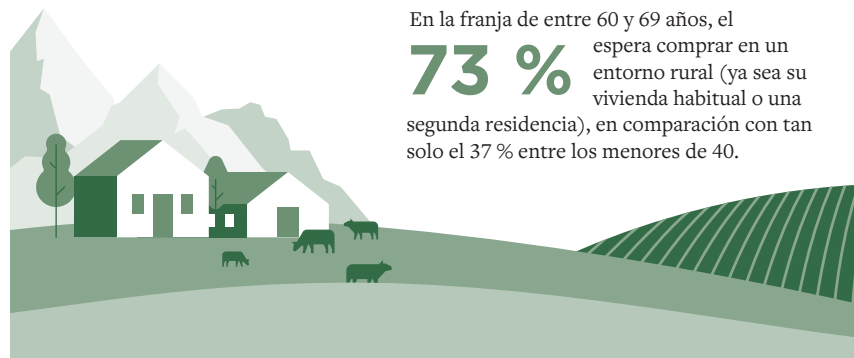


Principales conclusiones

Savills World Research ha realizado una encuesta entre compradores activos en la red de Savills interesados en la adquisición de casas en Francia, Italia, Portugal y España durante los meses de febrero y marzo de 2021. Los resultados, basados en casi 500 respuestas, nos dan una idea de las motivaciones y deseos del comprador actual.

La pandemia generada por la COVID-19 ha propiciado cambios en la manera de vivir y trabajar de las personas, y esto ha alterado lo que los compradores consideran importante en sus hogares. De la necesidad de más espacio o de conectividad para facilitar el ascenso del teletrabajo, a la mayor sensibilización con el medio ambiente, los resultados ponen de manifiesto las tendencias que se observan no solo en los mercados analizados, sino en los mercados residenciales de todo el planeta.

En busca del idílico campo



Trabajo en casa y en oficina a tiempo partido

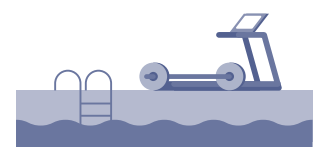
La pandemia ha obligado a mucha gente a trabajar desde casa, por ello **más de una cuarta parte** (27 %) de los encuestados afirmaron que el aumento del teletrabajo había influido de alguna forma en su decisión de compra.

Casi **tres cuartas** partes de los encuestados (74 %) espera **trabajar desde casa al menos un día a la semana** después de la COVID-19, frente a tan solo la mitad antes de la pandemia.

Conectividad y servicios



La proximidad a servicios, el acceso a internet de alta velocidad y las buenas vistas constituyen los tres principales factores para los compradores. **El espacio exterior** también importa: entre los que adquieren una propiedad en un entorno urbano, la existencia de pequeños o medianos espacios exteriores, como balcones o patios, cobra gran importancia, mientras que los interesados en un entorno rural priorizan tener jardines más grandes.



De entre los menores de 40, el 53 % considera importante la **proximidad a instalaciones deportivas**, en comparación con el 34 % en los mayores de 40.



Que valora más la **cercanía con el campo**: el 57 % lo considera importante en comparación con el 32 % en los menores de 40.

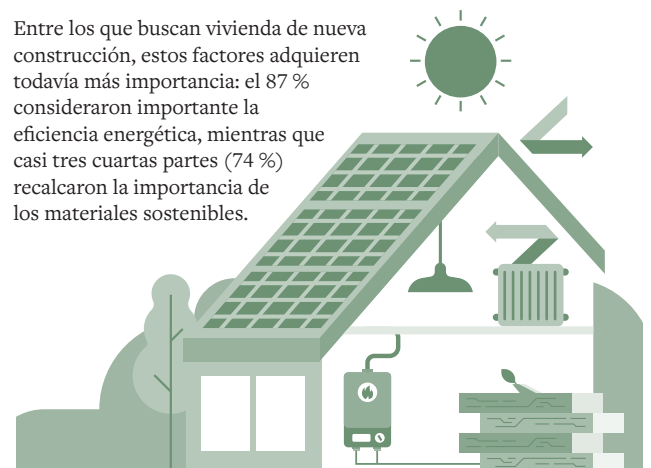
Impacto medioambiental

Los compradores cada vez tienen más en cuenta su impacto medioambiental a la hora de adquirir una casa, algo que puede contribuir también a minimizar los costes corrientes de los propietarios.

Casi el 70 %

de los compradores afirmaron que la **eficiencia energética** era una característica importante del inmueble, mientras que la mitad de los entrevistados valoraron que la construcción tuviese materiales sostenibles.

Entre los que buscan vivienda de nueva construcción, estos factores adquieren todavía más importancia: el 87 % consideraron importante la eficiencia energética, mientras que casi tres cuartas partes (74 %) recalcaron la importancia de los materiales sostenibles.



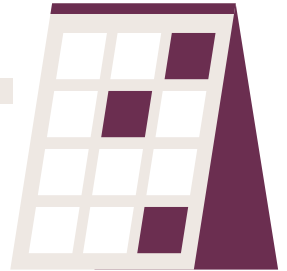
Análisis sobre segundas viviendas

La compra de una segunda vivienda o una vivienda vacacional sigue siendo una motivación significativa en los compradores de inmuebles de lujo. De entre los encuestados, el 37 % indicó que este había sido el motivo de la compra.

El incremento del teletrabajo obliga a los propietarios a pasar más tiempo en sus segundas viviendas, y esto supone un impulso para el sector. Las preferencias de vivienda varían en función de la nacionalidad y el país. En Francia, los propietarios están dispuestos a recorrer grandes distancias para llegar a sus segundas residencias, mientras que los compradores alemanes están abiertos a una variedad más amplia de tipos de inmueble.

23 %

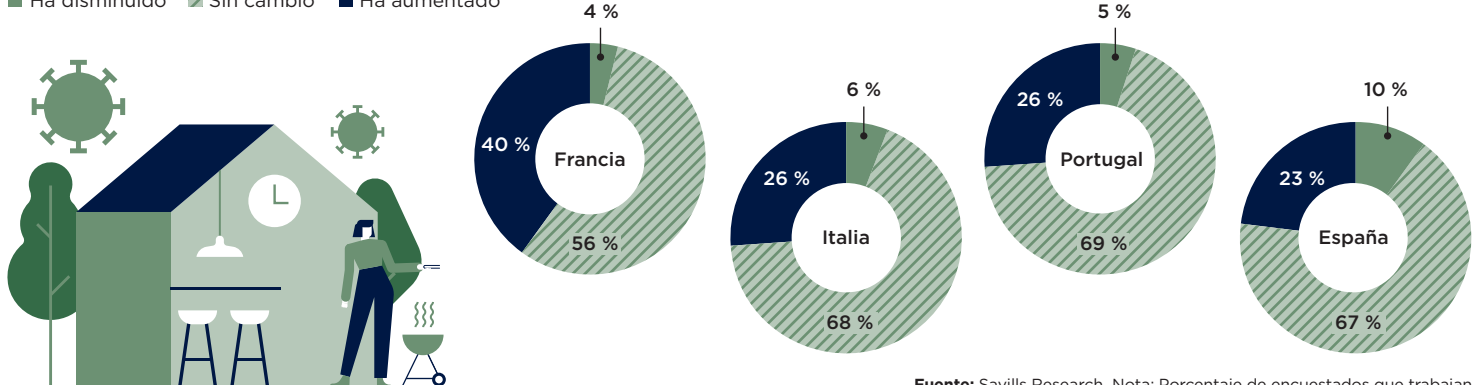
de los encuestados espera pasar entre **9 y 12 semanas** al año en su segunda residencia



Los compradores esperan pasar más tiempo en sus segundas viviendas como resultado de la pandemia

LA CANTIDAD DE TIEMPO QUE LOS COMPRADORES ESPERAN PASAR EN SU SEGUNDA RESIDENCIA HA CAMBIADO A CAUSA DE LA PANDEMIA

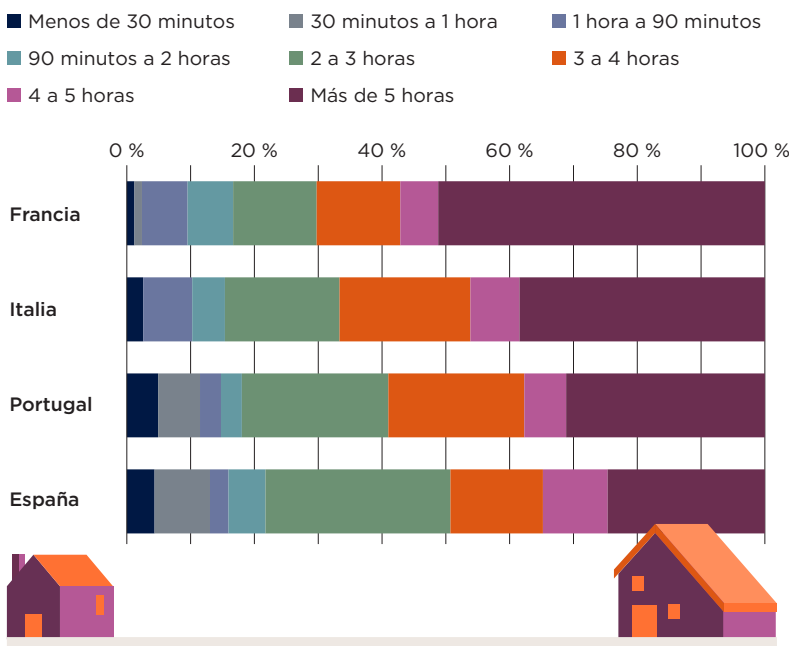
■ Ha disminuido ■ Sin cambio ■ Ha aumentado



Fuente: Savills Research Nota: Porcentaje de encuestados que trabajan

La mitad de los compradores en Francia están dispuestos a viajar más de cinco horas para llegar a su segunda vivienda, en comparación con tan solo una cuarta parte de los que buscan comprar en España

EL TIEMPO MÁXIMO QUE LOS COMPRADORES ESTARÍAN DISPUESTOS A EMPLEAR PARA LLEGAR A SU SEGUNDA RESIDENCIA

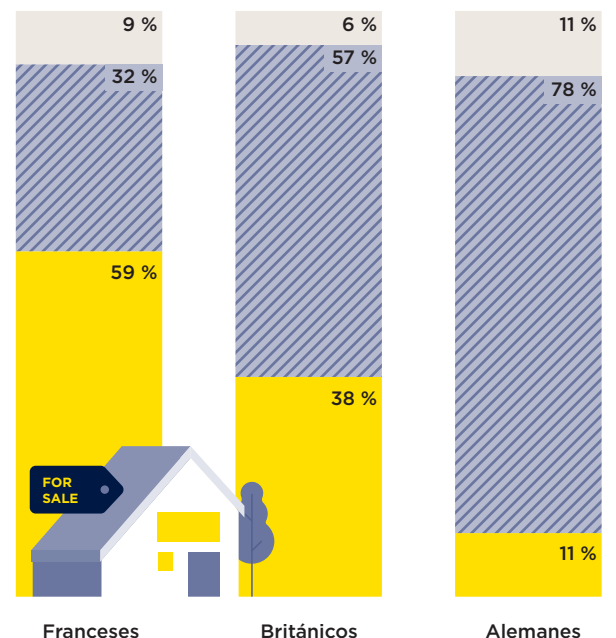


Fuente: Savills Research

Los compradores en Francia se inclinan claramente por la vivienda de segunda mano

¿PREFIEREN LOS COMPRADORES UNA VIVIENDA DE NUEVA CONSTRUCCIÓN O UNA DE SEGUNDA MANO?

■ Segunda mano ■ Sin preferencia ■ Nueva construcción



Fuente: Savills Research

Francia

¿Qué consideran importante los compradores de Francia?



FACTORES LOCALES

Proximidad a servicios

81 %

Proximidad a centros sanitarios

65 %

Proximidad a parques o espacios verdes públicos

58 %



CARACTERÍSTICAS DEL INMUEBLE

Buenas vistas

94 %

Acceso a internet de alta velocidad

88 %

Espacio exterior amplio, p. ej., un jardín

66 %



CARACTERÍSTICAS MEDIOAMBIENTALES

Eficiencia energética

62 %

Materiales sostenibles de construcción

50 %

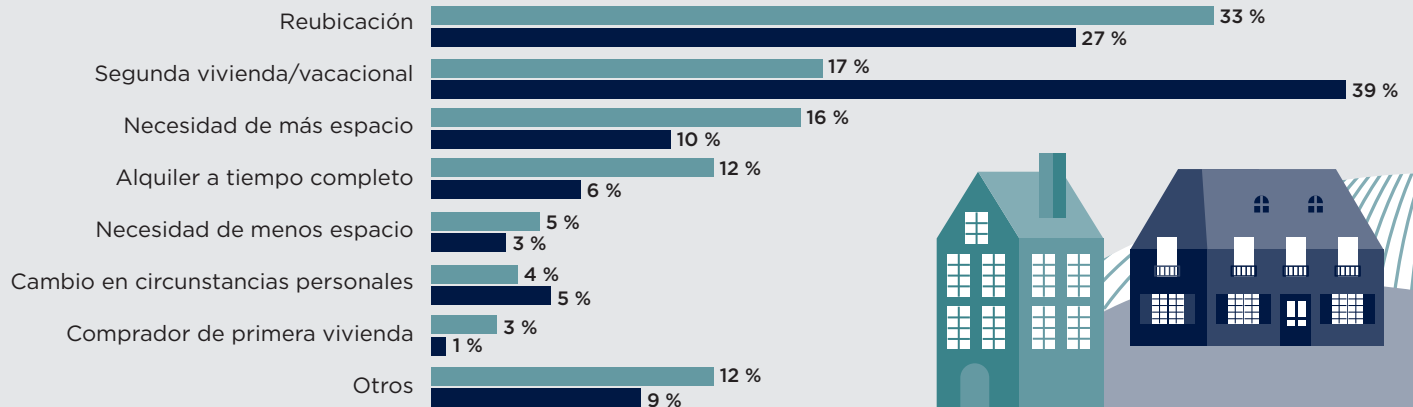
Fuentes de energías renovables

39 %

Fuente: Savills Research Nota: Encuestados que eligieron «mucha importancia» o «poca importancia»

Motivación de los compradores de inmuebles

■ Urbano ■ Rural



Fuente: Savills Research Nota: Vivienda urbana incluye una ciudad o un pueblo. Vivienda rural incluye en una aldea, en el campo, en las montañas o en la costa.

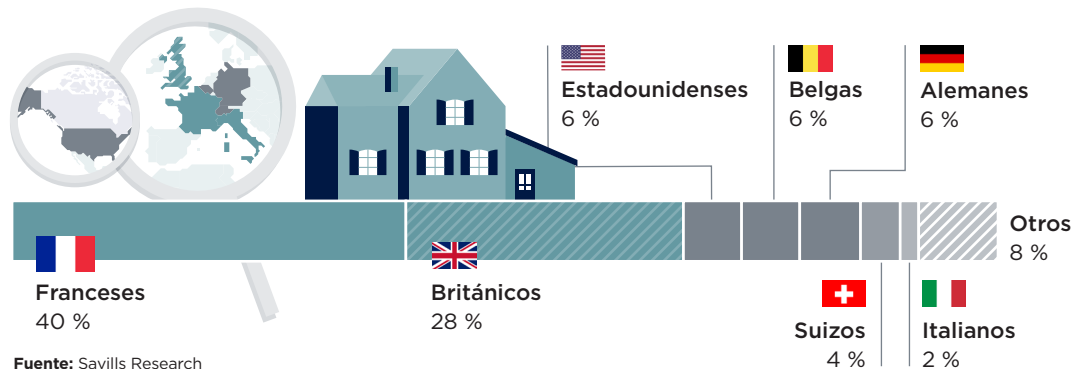
Casi la mitad

(48 %) de los entrevistados tenía un presupuesto superior al millón de euros; el 13 %, superior a 3 millones de euros.



Francia sigue siendo un mercado predominantemente doméstico

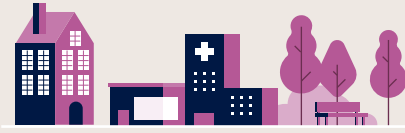
Nacionalidad de buscadores de segunda vivienda en Francia:



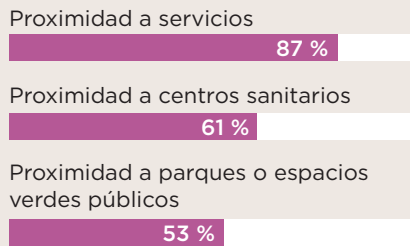
Fuente: Savills Research
*Las cifras pueden no sumar 100 % por el redondeo

Italia

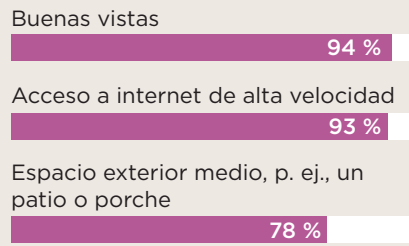
¿Qué consideran importante los compradores en Italia?



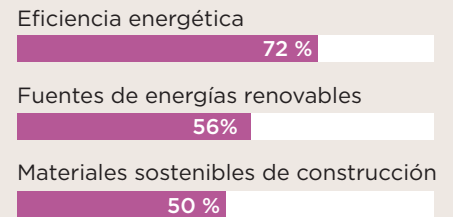
FACTORES LOCALES



CARACTERÍSTICAS DEL INMUEBLE



CARACTERÍSTICAS MEDIOAMBIENTALES



Fuente: Savills Research Nota: Encuestados que eligieron «muchísima importancia» o «poca importancia»

Un comprador de vivienda de lujo típico en Italia tendría entre 50 y 59 años: un tercio de los encuestados se encuentra en esa franja de edad y casi dos tercios (63 %) es mayor de 50.



Los compradores de vivienda de lujo en Italia, sin embargo, tuvieron la mayor proporción de participantes menores de 40 de todos los mercados analizados.

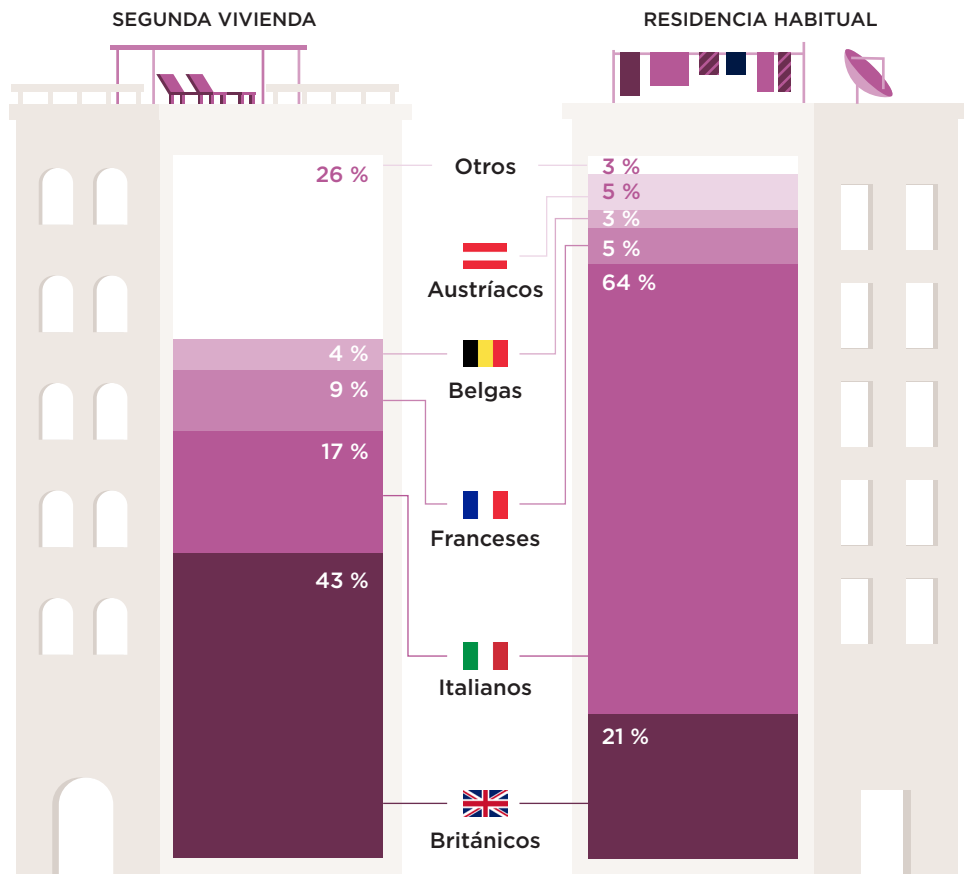
El 14 %

de los compradores de Italia eran menores de 40 años, en comparación con solo el 1 % en España.



Un mercado del lujo internacional

El mercado de la segunda vivienda en Italia es sumamente internacional: la mayor parte (43 %) de los compradores de segunda vivienda de nuestra encuesta procedían del Reino Unido. El mercado de las primeras viviendas, sin embargo, sigue siendo predominantemente doméstico, aunque también cuenta con compradores internacionales.



Fuente: Savills Research

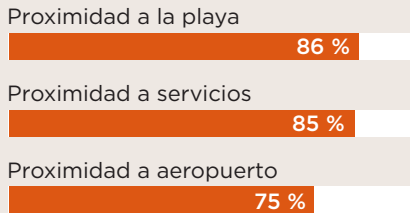
*Las cifras pueden no sumar 100 % por el redondeo

Portugal

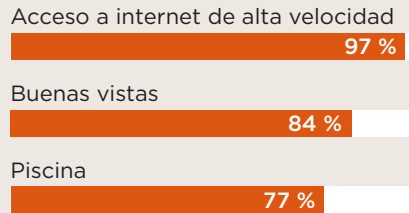
¿Qué consideran importante los compradores en Portugal?



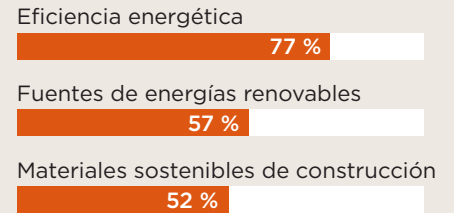
FACTORES LOCALES



CARACTERÍSTICAS DEL INMUEBLE



CARACTERÍSTICAS MEDIOAMBIENTALES



Fuente: Savills Research Nota: Encuestados que eligieron «muchísima importancia» o «poca importancia»

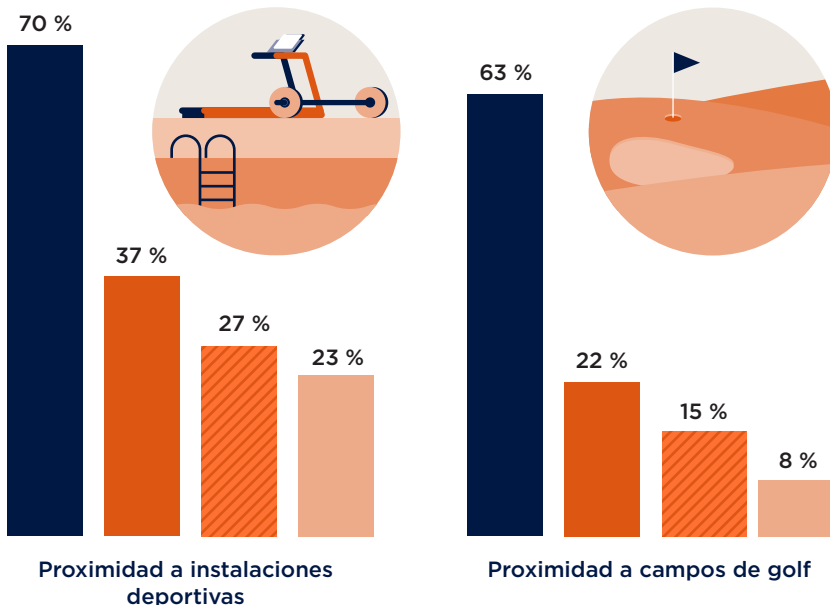
El 15 % de los entrevistados tenía un presupuesto superior a 3 millones de euros.



El golf sigue siendo un factor clave: los compradores en Portugal valoran la proximidad al campo de golf

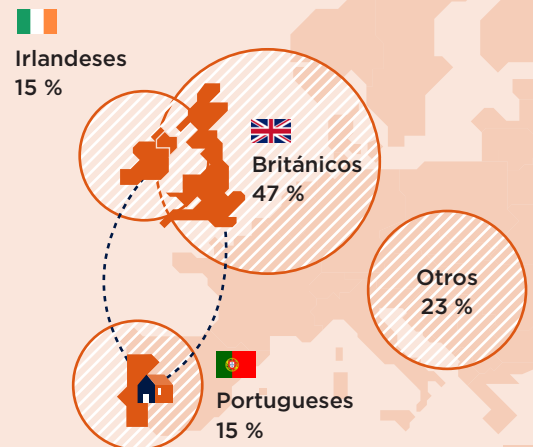
¿Qué importancia tienen para los compradores los siguientes factores a la hora de considerar el lugar donde comprar?

■ Portugal ■ España ■ Francia ■ Italia



Fuente: Savills Research

Portugal es muy valorado entre los compradores de segunda vivienda británicos e irlandeses



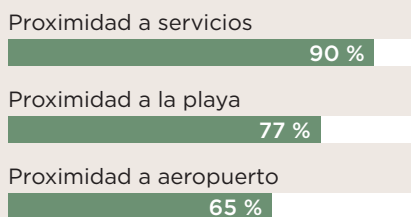
La demanda de segunda vivienda en Portugal sigue siendo alta entre los británicos, que representan casi la mitad (47 %) de los encuestados que están interesados en comprar una segunda residencia en Portugal. Los compradores irlandeses y portugueses suponen la siguiente proporción mayor, con el 15 % cada uno.

España

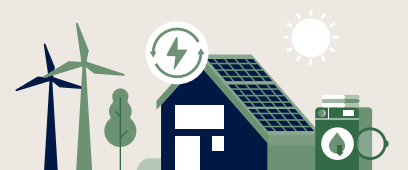
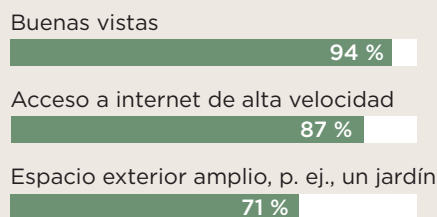
¿Qué consideran importante los compradores en España?



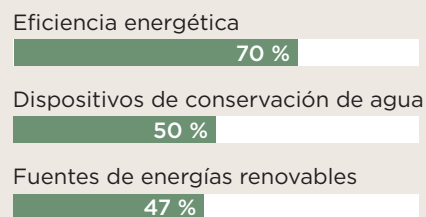
FACTORES LOCALES



CARACTERÍSTICAS DEL INMUEBLE



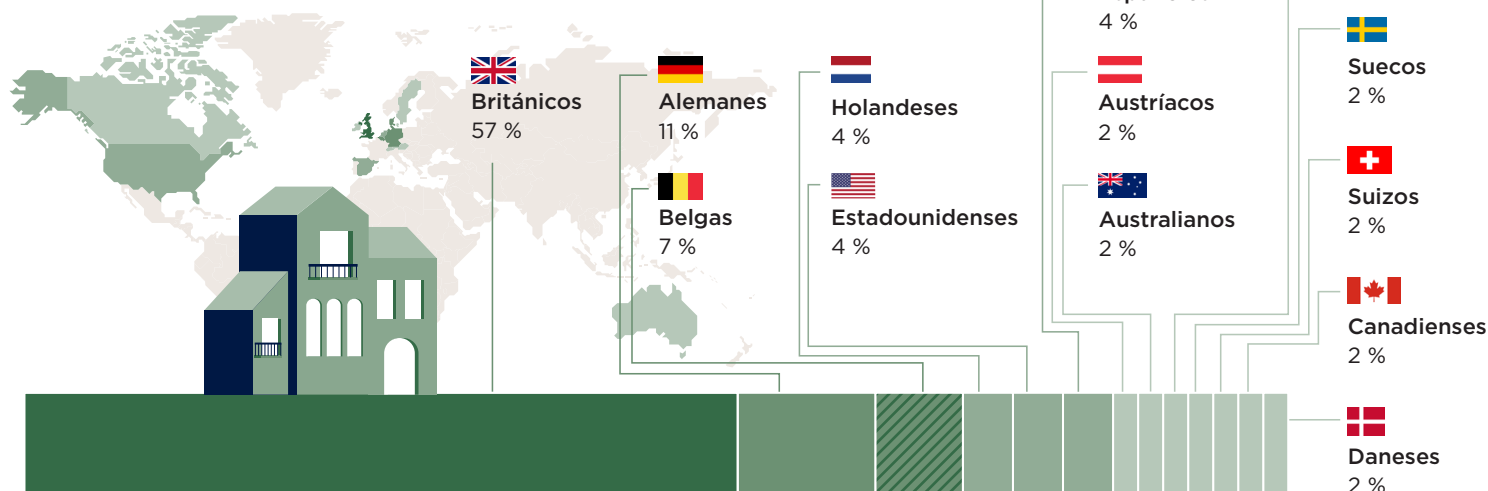
CARACTERÍSTICAS MEDIOAMBIENTALES



Fuente: Savills Research Nota: Encuestados que eligieron «muchísima importancia» o «poca importancia»

Los británicos continúan siendo la nacionalidad imperante en la compra de segundas viviendas

Nacionalidad de compradores de segunda vivienda encuestados



Fuente: Savills Research

*Las cifras pueden no sumar 100 % por el redondeo



Tres cuartas

partes (74%) de los que planean comprar en España tienen un presupuesto inferior al millón de euros.



El 82 %

de los compradores de vivienda de lujo son mayores de 50 años, y el 40 % tiene entre 50 y 59 años.

Una casa sigue siendo el tipo de inmueble de preferencia de estos compradores en España: el 57 % de los encuestados afirmó que tenía previsto comprar este tipo de inmueble. Entre los que contaban con un presupuesto superior al millón de euros, esta proporción aumenta al 76 %.





Savills World Research

Paul Tostevin

Director

World Research

+44 (0)20 7016 3883

ptostevin@savills.com

Sophie Chick

Director

World Research

+44 (0) 207 535 3336

sophie.chick@savills.com

Savills Global Residential

Hugo Thistlethwayte

Jefe de Operaciones

Residenciales Globales

+44 (0)20 7409 8876

hthistlethwayte@savills.com

Jelena Cvjetkovic

Directora

Operaciones Residenciales Globales

+44 (0)20 7016 3754

jcvjetkovic@savills.com

Savills plc es un proveedor de servicios inmobiliarios a escala global que cotiza en la Bolsa de Londres. Contamos con una red internacional formada por más de 600 oficinas y asociados en todo el continente americano, Reino Unido, Europa, Asia-Pacífico, África y Oriente Medio, con una amplia variedad de asesores especializados, servicios de gestión y de operaciones para clientes de todo el mundo. Este informe tiene carácter meramente informativo. No está permitida su publicación, reproducción o cita, ni total ni parcial, ni su uso como base de un contrato, folleto de emisión, acuerdo u otro documento sin consentimiento previo. Pese a haber puesto todo el empeño en garantizar su exactitud, Savills declina toda responsabilidad por pérdidas directas o consecuentes derivadas de su utilización. El contenido está estrictamente protegido por derechos de autor y se prohíbe su reproducción total o parcial sin la autorización por escrito de Savills Research.