

sima

salón inmobiliario internacional madrid



INFORME

LOS JÓVENES MADRILEÑOS Y EL ACCESO A LA VIVIENDA EN PROPIEDAD

SEPTIEMBRE 2019

PLANNEREXHIBITIONS

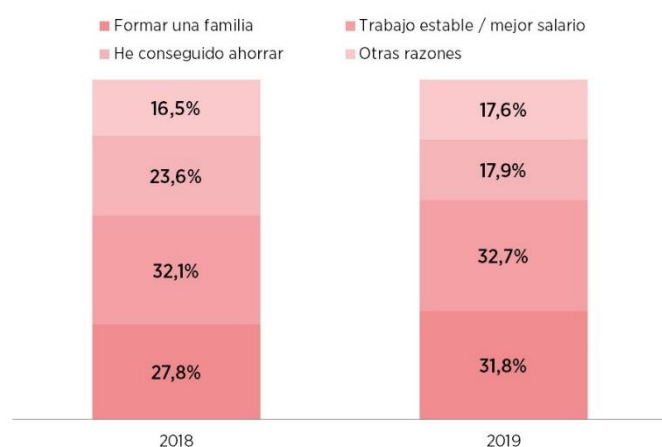
ÍNDICE

1. MOTIVACIÓN PARA COMPRAR UNA VIVIENDA.....	5
2. CUÁNDO COMENZÓ LA BÚSQUEDA ACTIVA DE UNA VIVIENDA	7
3. PLAZO DE INTENCIÓN DE COMPRA.....	9
4. PRESUPUESTO DE COMPRA	10
5. PORCENTAJE DE LA COMPRA A FINANCIAR.....	11
6. IMPORTE DE LA HIPOTECA	12
7. TIPO DE HIPOTECA QUE ESTÁ CONSIDERANDO CONTRATAR.....	13
8. PROBABILIDADES DE QUE LE CONCEDAN LA HIPOTECA	14
9. PORCENTAJE DE INGRESOS FAMILIARES QUE TENDRÁ QUE DEDICAR A LA HIPOTECA	15
10. IMPACTO DE LA CUOTA HIPOTECARIA EN LA ECONOMÍA FAMILIAR	16
11. EXPECTATIVAS VS. REALIDAD	17
12. LOS JÓVENES, ¿UN COLECTIVO VULNERABLE?	18
13. NOTA METODOLÓGICA.....	21

1. MOTIVACIÓN PARA COMPRAR UNA VIVIENDA

Los cambios en la situación laboral constituyen la principal palanca entre los jóvenes madrileños encuestados a la hora de decidir comprar una vivienda. Así lo confirma el 32,7% de los encuestados por SIMA. En su opinión, la “estabilidad laboral” o el logro de “un salario mejor” son, hoy por hoy, más decisivos para convertirse en propietarios que otros factores de índole personal, como formar una familia. En cambio, estos son los prioritarios para el 31,8% de los jóvenes encuestados (4 puntos más que en 2018).

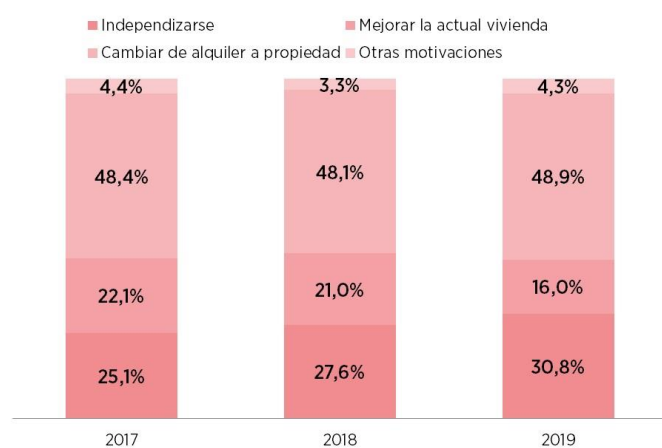
Gráfico 1. ¿Por qué ahora?



Por otra parte, la encuesta de este año constata el claro retroceso de los cambios en la situación económica (“He conseguido ahorrar”) como principal *driver* en la decisión de comprar una vivienda. En 2019 es la motivación prioritaria del 17,9% de los jóvenes encuestados.

Pero, ¿cuáles son las aspiraciones más profundas que los cambios en la situación personal o económica hacen realidad? El informe identifica tres principales: cambiar de alquiler a propiedad, independizarse y mejorar la vivienda habitual.

Gráfico 2. Motivación para adquirir una vivienda



De estas tres, “cambiar de alquiler a propiedad” es la que más consenso concita: casi la mitad (48,9%) de los jóvenes madrileños encuestados. También es la aspiración mayoritaria de la serie histórica y con valores similares para el período: 48,4% en 2017, 48,1% en 2018 y 48,9% en 2019.

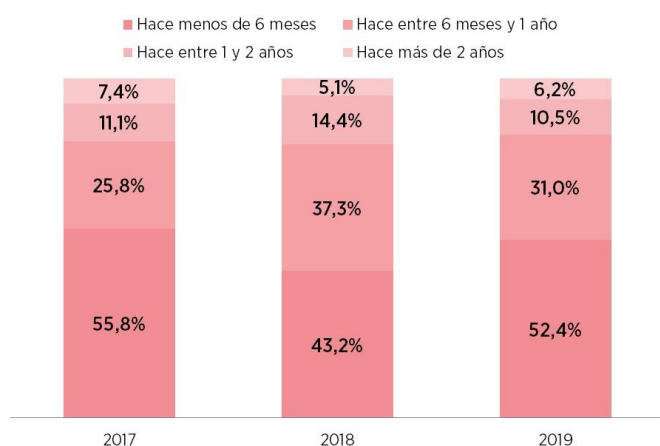
La segunda de las aspiraciones de los jóvenes para plantearse comprar una vivienda es “independizarse”. Así lo afirma el 30,8%, de los encuestados, algo más de 3 puntos que en 2018, con lo que se consolida la tendencia alcista de la serie histórica: desde 2017, el deseo de independizarse ha crecido 5,7 puntos.

Por el contrario, “mejorar la vivienda actual” únicamente es relevante para el 16% de los jóvenes encuestados, con lo que se acentúa, además, la evolución a la baja de esta respuesta en la serie histórica: desde 2017, el porcentaje de jóvenes que quieren comprar una casa para mejorar la actual ha perdido algo más de 6 puntos.

2. CUÁNDO COMENZÓ LA BÚSQUEDA ACTIVA DE UNA VIVIENDA

Los datos del informe muestran un notable incremento del porcentaje de jóvenes madrileños que comenzó a buscar activamente una vivienda “hace menos de 6 meses”: casi la mitad del total y 9 nueve puntos más que en 2018, lo que podría interpretarse como la manifestación de mayor optimismo, bien porque la financiación es barata y más accesible, bien por la mejora de las condiciones laborales, bien una suma de ambos factores. Y ello a pesar de que la evolución de los precios no contribuye a mejorar las expectativas.

Gráfico 3. ¿Cuándo comenzó de forma activa el proceso de búsqueda de una vivienda?



Por su parte el porcentaje de quienes llevan haciéndolo “entre hace seis meses y un año”, aunque retrocede algo más de seis puntos, todavía supone un tercio de los jóvenes encuestados.

Finalmente, los porcentajes de jóvenes que llevan buscando su vivienda “entre uno y dos años” y desde hace “más de dos años” es

claramente inferior: 10,5% y 6,2%, respectivamente (con retrocesos, respecto a un año antes, del 3,9% y del 1,5%).

A pesar de sus oscilaciones, la serie histórica del informe constata cierta estabilidad en la incorporación al mercado residencial de los jóvenes madrileños (los que han comenzado hace menos de 6 meses), con una media para el período 2017-2019 del 50,4% (2 puntos menos que en 2019, 7,2 puntos más que en 2018 y 5,4 puntos menos que en 2017).

Además, el retroceso, con respecto a 2018, del porcentaje de jóvenes que está buscando una vivienda “entre seis meses y un año” y “entre uno y dos años” – de 6,3 y 3,9 puntos, respectivamente– parece indicar que los jóvenes de ambas franjas poco a poco comienzan a conseguir su propósito.

En cambio, el discreto incremento de 1,5 puntos de los jóvenes que llevan buscando una casa desde hace “más de dos años” podría apuntar a las crecientes dificultades que este grupo,

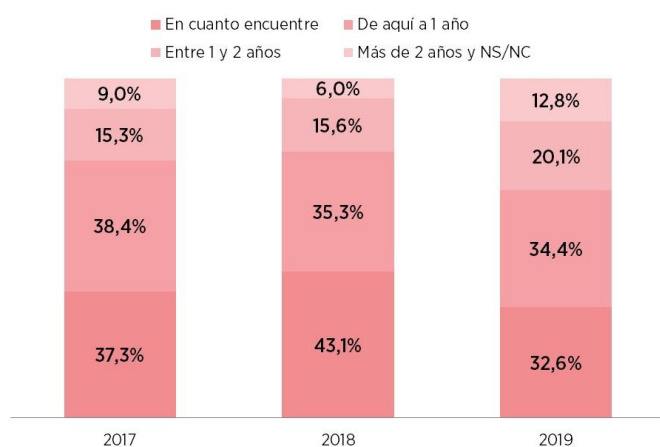
que sin ser numeroso sí es representativo, encuentra para dar con una vivienda que se ajuste a sus expectativas.

En cuanto al plazo real que los jóvenes madrileños tardan en encontrar la vivienda que desean este podría fijarse, a la luz de los datos anteriores, en algo más de un año.

3. PLAZO DE INTENCIÓN DE COMPRA

El deseo de adquirir una vivienda en el menor plazo posible, disminuye. El porcentaje de jóvenes madrileños que declara su intención de comprar una vivienda “en cuanto la encuentre” desciende 10,5 puntos respecto a un año antes (hasta el 32,6%). El anterior es el porcentaje más bajo de la serie histórica del informe, que arroja una media del 37,7%.

Gráfico 4. Plazo de intención de compra



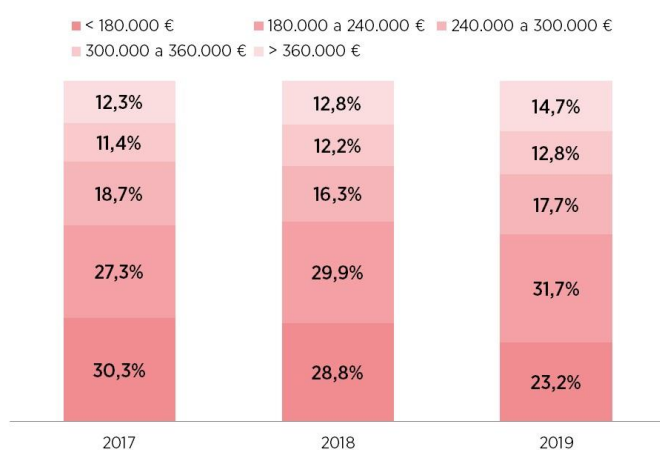
Por el contrario, los jóvenes madrileños con intención de convertirse en propietarios en un plazo mayor a un año o que “No saben/No contestan” aumentan 11,3 puntos y suponen el 32,9% del total de la muestra.

Estos resultados posiblemente estén relacionados con el crecimiento del porcentaje de encuestados que, en el apartado anterior (“Cuándo comenzó la búsqueda activa de una vivienda”), afirman haber comenzado la búsqueda activa “hace menos de 6 meses”. Parece lógico pensar que cuanto más reciente sea el inicio del proceso de búsqueda, más largo será el plazo de intención de compra.

4. PRESUPUESTO DE COMPRA

Los datos del informe de este año confirman una tendencia ya esbozada en la edición de 2018: la creciente dificultad de los jóvenes madrileños para acceder al mercado residencial y para mantenerse en él con posibilidades de éxito hasta lograr el objetivo de convertirse en propietarios.

Gráfico 5. Presupuesto de compra



Así, continúa descendiendo significativamente el porcentaje de encuestados con presupuestos de compra de hasta 180.000 euros (desde el 30,3% en 2017 hasta el 23,2% en 2019).

Consecuentemente, crece la proporción de encuestados con presupuestos de compra superiores a esa cifra. Esto podría interpretarse como una mejora de la capacidad adquisitiva de los jóvenes que ahora mismo se incorporan a la búsqueda de una vivienda. Sin embargo, como luego observaremos al analizar las necesidades de financiación (que siguen siendo muy altas), el crecimiento en el presupuesto parece deberse más a un esfuerzo por adaptarse a las condiciones actuales del mercado residencial en la Comunidad de Madrid.

Consecuentemente, crece la proporción de encuestados con presupuestos de compra superiores a esa cifra. Esto podría interpretarse como una mejora de la capacidad adquisitiva de los jóvenes que ahora mismo se incorporan a la búsqueda de una vivienda. Sin embargo, como luego observaremos al analizar las necesidades de financiación (que siguen siendo muy altas), el crecimiento en el presupuesto parece deberse más a un esfuerzo por adaptarse a las condiciones actuales del mercado residencial en la Comunidad de Madrid.

Hablando en términos de medias, observamos que la evolución entre 2017 y 2019 apenas significa un aumento del 6% (desde 244.115 € a 258.671 €). A modo de referencia, el salario medio se revalorizó en el bienio 2017-2018 un 2% según el Instituto Nacional de Estadística (INE), mientras que el precio de la vivienda en la Comunidad de Madrid se ha incrementado de media en más de un 22% en ese mismo periodo de acuerdo con el Índice de Precios de Vivienda del INE.

Por otra parte, la revalorización de los activos residenciales está imponiendo una *lógica de mercado* por la cual se reduce paulatinamente el porcentaje de jóvenes madrileños con los presupuestos más modestos –y cuya competitividad se ve cada vez más reducida– y a quienes les resultará tan difícil como complicado convertirse en futuros propietarios, mientras que aumenta el de quienes poseen más recursos –ya sean propios o prestados– para comprar una vivienda.

5. PORCENTAJE DE LA COMPRA A FINANCIAR

En la misma línea que las dos preguntas previas, el porcentaje del precio de la vivienda a financiar también denota las dificultades que el colectivo joven tiene para acceder al mercado residencial.

Gráfico 6. Financiación - % que necesitará financiar



El dato más llamativo es el del porcentaje de jóvenes madrileños que tendrían que financiar más del 80% del precio de adquisición de su futura casa, que se sitúa ya en el 43%, el dato más alto de la serie.

Así, la proporción de encuestados que necesitaría financiar el 80% o menos (lo que se considera

porcentajes sostenibles) se reduce al 57% del total, cuando en el 2017 y 2018 sumaban de media casi el 63%).

6. IMPORTE DE LA HIPOTECA

El importe de la hipoteca es una variable íntimamente ligada al precio de adquisición y al porcentaje del precio de la vivienda que se desea financiar. De alguna manera, es su consecuencia: a mayor cantidad del precio a financiar, mayor importe de la hipoteca; y, por ende, mayor dificultad para conseguirla y mayor impacto sobre el total de los ingresos familiares.

Gráfico 7. Importe de la hipoteca



También aquí, la revalorización de los activos residenciales figura, hipotéticamente, como la razón principal en la evolución de las respuestas. Es lo que explicaría, por ejemplo, que el porcentaje de jóvenes madrileños que necesitaría una hipoteca de hasta 180.000 euros se desplome en solo un año desde el 58,2% hasta el 40,2%. Resulta evidente que la

subida de precios exige un esfuerzo hipotecario cada vez más intenso.

Es en los siguientes tramos presupuestarios considerados donde mejor se observa el impacto de este esfuerzo. Todos experimentan una subida respecto a los valores de 2018.

Nuevamente, y en línea con lo argumentado en la pregunta anterior sobre el porcentaje del precio a financiar, los datos analizados ponen de manifiesto cómo los jóvenes madrileños confían en la hipoteca como instrumento para compensar la revalorización de los activos residenciales.

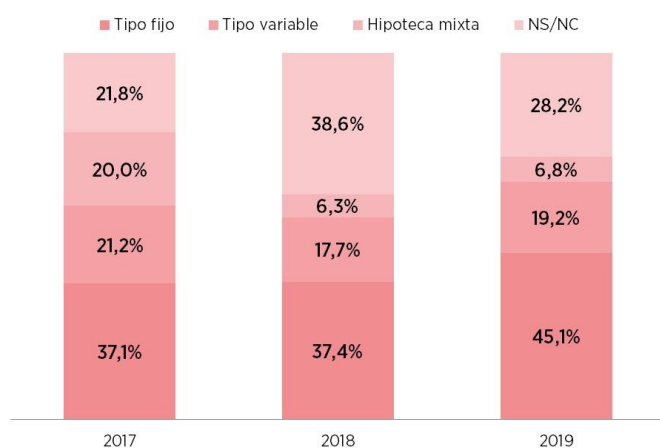
La caída del porcentaje de potenciales solicitantes de una hipoteca por debajo de 180.000 euros es, ante todo, una prueba de “realismo”, máxime teniendo en cuenta que cuatro de cada diez jóvenes encuestados van a necesitar financiar más del 80% del precio de adquisición de la vivienda (lo que a efectos prácticos significaría que carecen tanto de ahorros propios como de otras fuentes de financiación alternativa: por ejemplo, ayudas familiares).

7. TIPO DE HIPOTECA QUE ESTÁ CONSIDERANDO CONTRATAR

Claramente, los jóvenes madrileños se decantan por las hipotecas a interés fijo. Es la preferida desde el inicio de la serie histórica, registrando una subida desde entonces de 8 puntos, hasta situarse como la opción preferida por el 45,1% de los encuestados.

Por su parte, la hipoteca variable, otrora reina absoluta, parece haber encontrado un punto de estabilidad en torno al 20% de los encuestados (19,9% en 2019, 2,2 puntos más que un año antes).

Gráfico 8. Tipo de hipoteca que está considerando contratar



La gran damnificada es la hipoteca mixta. Aunque en el informe de este año registra un pequeño aumento en relación a 2018 (de tan solo medio punto, hasta quedarse en el 6,8% de la muestra), en la serie histórica se deja más de 13 puntos porcentuales.

No obstante, lo más llamativo de las respuestas a esta pregunta sigue siendo el elevadísimo porcentaje de jóvenes madrileños que desconocen todavía el tipo de hipoteca por el que se decantarán llegado el momento de formalizar la compra de su vivienda. Se trata de un porcentaje (el 28,2%) preocupante desde la perspectiva de la educación inmobiliaria de este colectivo. Aunque con respecto a 2018, estos “indecisos” se reducen en algo más de diez puntos, no es menos cierto que en la serie histórica se anotan una subida de algo más de 6 puntos.

No obstante, lo más llamativo de las respuestas a esta pregunta

8. PROBABILIDADES DE QUE LE CONCEDAN LA HIPOTECA

Gráfico 9. Probabilidades de que le concedan la hipoteca

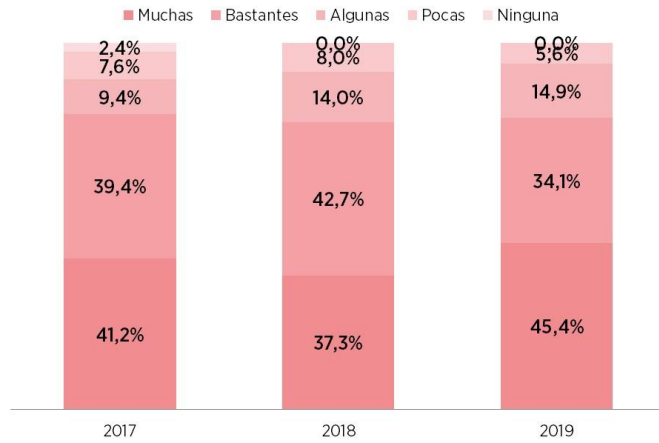


Gráfico 10. ¿Ha consultado ya con algún banco?



En términos generales, los resultados del informe de este año confirman la tendencia de los anteriores: en torno al 80% de los entrevistados considera que tiene “Muchas” o “Bastantes” posibilidades de que le concedan la hipoteca que necesita, frente a un 20% que no lo ve tan claro.

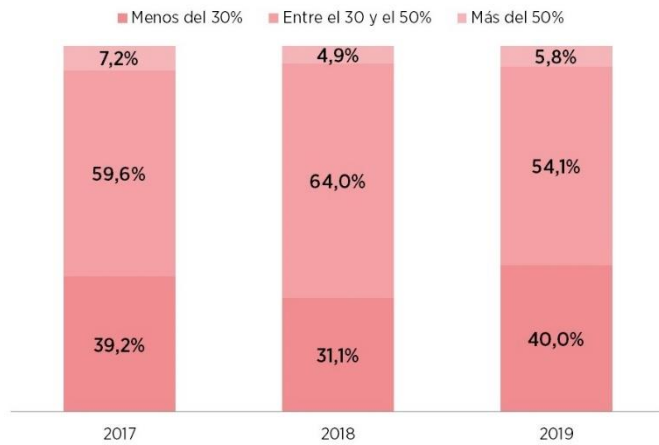
No podemos evitar calificar estos resultados como de excesivamente optimistas teniendo en cuenta dos circunstancias. Por un lado, el porcentaje de encuestados que necesitaría financiar más del 80% del precio de compra (41% del total en 2019). Y, por otro, el hecho de que una proporción importante de los jóvenes entrevistados (42,5%) manifiesta que “aún no ha hablado con ningún banco”, lo cual refleja

también el componente de mera impresión personal que traslucen los encuestados en su valoración de las opciones de que disponen a la hora de conseguir la hipoteca que desean.

9. PORCENTAJE DE INGRESOS FAMILIARES QUE TENDRÁ QUE DEDICAR A LA HIPOTECA

Ninguna otra de las preguntas analizadas en este informe ejemplifica con tanta precisión las dos velocidades de acceso al mercado residencial de los jóvenes madrileños.

Gráfico 11. % de ingresos que tendrá que dedicar al pago de la cuota hipotecaria



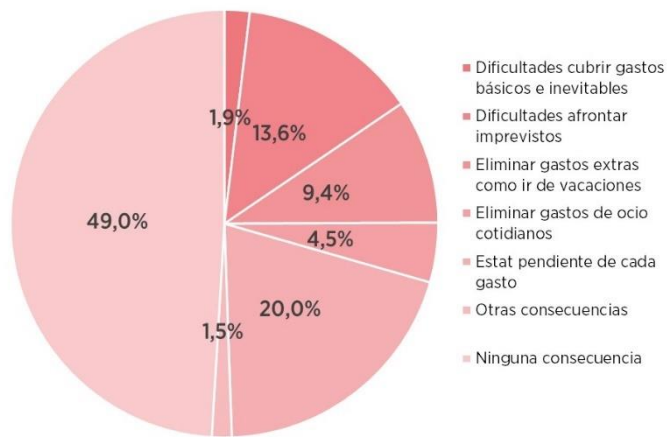
Así, mientras el 40% previsiblemente no encontrará mayores dificultades para convertirse en propietario vía financiación hipotecaria –tendrán que dedicar menos del 30% de sus ingresos para amortizar la hipoteca–, hay otro 60% que realmente lo tendrá muy complicado, si no imposible, en base a los criterios actuales de solvencia exigidos por las

entidades financieras, y que sitúan en torno al 35% de los ingresos de la unidad familiar el esfuerzo máximo para el pago de la hipoteca.

10. IMPACTO DE LA CUOTA HIPOTECARIA EN LA ECONOMÍA FAMILIAR

También los datos de esta variable refuerzan la hipótesis de la doble velocidad en el acceso de los jóvenes a una vivienda. No deja de ser llamativo –y hasta cierto punto, chocante– que la mitad de los encuestados declaren que el pago de la hipoteca no tendrá consecuencia alguna en su vida diaria. Todo lo contrario, en cambio, para la otra mitad, quienes, con distintos grados de intensidad, sí sentirán el impacto de la cuota hipotecaria en sus finanzas personales.

Gráfico 12. Impacto de la cuota hipotecaria sobre la economía familiar



Especialmente en el caso de uno de cada cuatro entrevistados, que se vería obligado a “Eliminar gastos extra”, que tendría “Dificultades para afrontar imprevistos” o que tendría “Dificultades para cubrir gastos básicos e inevitables”.

El pago de la hipoteca tendría también un impacto en la economía familiar, aunque menos

severo, para otro 25% de los entrevistados, que tendría que “eliminar gastos de ocio cotidianos” o “estar pendientes de cada gasto”, entre otras consecuencias.

11. EXPECTATIVAS VS. REALIDAD

La visita a SIMA de los encuestados permite conocer el grado de satisfacción que les produce la oferta residencial disponible en la feria (y que, por otra parte, es un reflejo fidedigno de la del mercado real). En otras palabras, SIMA posibilita una aproximación muy precisa para saber si las expectativas del demandante coinciden con la oferta tangible de viviendas. Para comprobarlo, se formuló a los encuestados la siguiente pregunta: “Durante su visita a SIMA, ¿ha visto ofertas que se ajusten a sus necesidades?”.

El resultado es ambivalente. Satisfechos e insatisfechos (unos y otros en diferentes grados) se distribuyen a partes iguales. Es evidente que la oferta residencial real queda lejos de satisfacer a todos los jóvenes por igual –como, por otra parte, parece lógico–, pero no lo es menos que los satisfechos suponen una proporción muy alta: casi cinco de cada diez jóvenes encuestados.

Gráfico 13. ¿Ha visto oferta que se ajuste a sus necesidades?



De hecho, el porcentaje más amplio de la encuesta corresponde a jóvenes que afirman haber encontrado “varias viviendas de su interés” durante la visita a la feria: el 33,1% de los encuestados. Además, se trata de una tendencia creciente en la serie histórica del informe: desde 2017, este porcentaje se ha incrementado en 4,7 puntos.

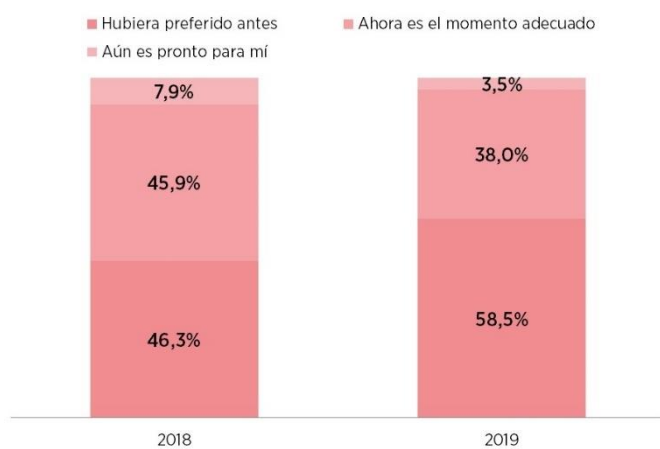
Casi con la misma proporción (30,3%) está el grupo de jóvenes visitantes de la feria para quienes todo lo que han visto “estaba muy lejos” de sus deseos. Aunque se trate de un porcentaje muy elevado (uno de cada tres jóvenes encuestados), la tendencia de la serie histórica dibuja una línea marcadamente descendente: desde 2017, los jóvenes “insatisfechos” se han recortado en 7,6 puntos.

12. LOS JÓVENES, ¿UN COLECTIVO VULNERABLE?

En cuestiones de acceso a la vivienda, ¿son los jóvenes entre 25 y 35 años un colectivo más vulnerable que otros grupos de edad? Así parecen indicarlo numerosos estudios, que, con independencia de su perspectiva metodológica, coinciden en una misma conclusión: la dificultad de este acceso es la explicación más plausible de la tardía emancipación de nuestros jóvenes. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE), el 53,1% de los jóvenes entre 25 y 29 años todavía vive en casa de sus padres. Es más, casi el 25% de los que ya tienen entre 30 y 34 años continúan en el nido familiar. Se trata de porcentajes más altos que las ya muy elevadas tasas registradas hace un lustro, con incrementos de 4,6 y 4,2 puntos porcentuales, respectivamente. A nivel europeo, seguimos en el furgón de cola según la oficina de estadística Eurostat.

Los resultados del informe apuntan en la misma dirección. Si bien las bases de la muestra no son suficientemente representativas para realizar afirmaciones categóricas, sí que los resultados apuntan algunas tendencias reveladoras.

Gráfico 14. Momento de la emancipación



En primer lugar, entre los jóvenes cuya motivación es comprar una vivienda para independizarse (el 30% del total), solo cuatro de cada diez opinan que “ahora es el momento adecuado” para emanciparse. Y seis de cada diez hubieran preferido hacerlo antes.

En segundo lugar, con respecto a estos últimos, preguntados sobre las causas que lo han impedido, resulta también revelador que el precio de la vivienda no parece ser el principal freno a la emancipación, sino los bajos salarios y la inestabilidad laboral.

Gráfico 15. Ayuda familiar para la compra



En tercer lugar, se aprecia que estos frenos están impulsando el porcentaje de quienes precisan algún tipo de ayuda familiar para emanciparse, que parece seguir una tendencia creciente hasta alcanzar casi el 50% de la muestra.

Finalmente, la trascendencia de esta solidaridad no es pequeña y

habla a las claras de la vulnerabilidad de un altísimo porcentaje de jóvenes madrileños, ya que sin esa ayuda la mayoría afirma que no podría emanciparse o que, de hacerlo, sería a costa de cambiar radicalmente sus planes.

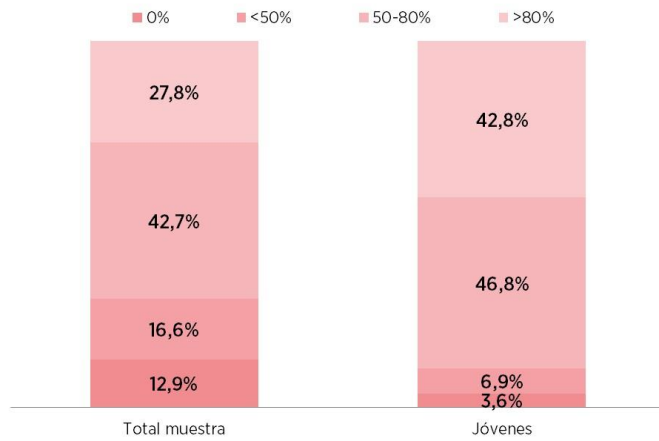
El convencimiento que tienen muchos jóvenes madrileños de que incluso quienes pueden acceder a una vivienda en propiedad lo hacen en peores condiciones que el resto de la población no es el simple resultado de un juicio victimista. La realidad de los datos les da la razón en buena medida.

El presupuesto medio de que disponen los jóvenes de entre 25 y 35 años para comprar su futura vivienda es casi un 6% inferior al de la media de la muestra total de nuestro informe: 258.671 y 274.389 euros, respectivamente. También su capacidad para incrementarlo anualmente está ligeramente por debajo. En 2019, el presupuesto medio de los jóvenes creció un 4,5% respecto a un año antes, mientras que el de la muestra total lo hizo en un 8,7%.

Además, el porcentaje a financiar sobre el precio de compra es, en el caso de los jóvenes madrileños, mucho mayor que el del conjunto de encuestados en el informe.

Así, por ejemplo, el porcentaje de jóvenes que declara que no tendría necesidad de financiar cantidad alguna está más de 9 puntos por debajo de la media total. También es menor el porcentaje de jóvenes que debería financiar menos del 50% de la compra: casi 10 puntos en relación a la muestra total.

Gráfico 16. Necesidad de financiación comparada



Sin embargo, el dato más preocupante es que el 42,8% de los jóvenes encuestados necesitarían financiar más del 80% del precio de compra, 15 puntos porcentuales más que para el total de la muestra.

13. NOTA METODOLÓGICA

El presente informe se basa en la serie de encuestas realizadas a los visitantes del Salón Inmobiliario Internacional de Madrid (SIMA) coincidiendo con la celebración de cada edición.

La encuesta permite identificar los deseos y expectativas del comprador de una vivienda, así como otras cuestiones esenciales relacionadas con la adquisición de un activo residencial.

Los encuestados son los visitantes no profesionales de la feria y mayores de 25 años. La metodología utilizada para la recogida de datos ha sido la entrevista personal y online con cuestionado estructurado.

Las entrevistas presenciales se llevaron a cabo tras la finalización de la visita a la feria de los encuestados, cuya selección fue aleatoria. Las entrevistas online se realizaron durante las dos semanas posteriores a la conclusión de la feria.

Para el presente informe, se han utilizado exclusivamente las entrevistas realizadas a personas con edades comprendidas entre los 25 y los 35 años (302 entrevistas de una muestra total de 792).

El margen de error en el caso de mayor incertidumbre posible ($p=q=50$) y con un margen de confianza de 95,5 es del 5,5%

Los resultados del presente informe no pueden generalizarse a la totalidad de la población española, sino que tan solo son representativos del universo encuestado: personas de entre 25 y 35 años, residentes en la Comunidad de Madrid y que están en proceso de búsqueda activa de una vivienda para su adquisición en un plazo de tiempo razonable.