

PRIORIDADES EN LA COMPRA DE VIVIENDA: EL IMPACTO DE LA IMPLICACIÓN DE LOS
COMPRADORES ACTIVOS EN LA PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN DE VIVIENDAS.
PRIORITIES IN HOME BUYING: THE IMPACT OF ACTIVE BUYERS' INVOLVEMENT ON THE
PERCEPTION AND EVALUATION OF HOMES

María Luisa Nolé¹
Universidad Internacional de Valencia¹

Carla de Juan²
AIMPLAS²

Antoni Montañana³
Neuroarchitecture Lab (HUMAN-Tech) Universitat Politècnica de València³

Carmen Llinares³

INTRODUCCIÓN

Tradicionalmente, las investigaciones sobre la percepción de viviendas han explorado aspectos como los patrones visuales [1] y las valoraciones específicas de ciertos elementos [2], pero suelen centrarse en poblaciones generales o en participantes alejados del contexto real de compra. Este enfoque crea un vacío en la comprensión de cómo las prioridades y emociones propias de quienes están inmersos en la búsqueda activa de una vivienda influyen en la valoración de diferentes aspectos de una promoción inmobiliaria y su relación con la percepción global de la vivienda. Abordar este vacío es esencial para generar conocimiento más relevante y aplicable, mejorando la conexión entre las preferencias del comprador y el diseño de las promociones.

OBJETIVO

A partir de lo expuesto, el objetivo de esta investigación es analizar cómo las valoraciones específicas de diferentes aspectos de una promoción inmobiliaria se relacionan con la percepción global de la vivienda como "buena" en compradores reales, determinando las posibles diferencias con personas que realmente no están inmersos en el proceso de compra.

METODOLOGÍA

Para abordar el objetivo propuesto, se planteó una investigación en la que una muestra de participantes (20 sujetos con intención de compra y 60 sin intención real de compra) debían observar información de venta sobre una vivienda (estímulo visual), para posteriormente completar un cuestionario de percepción con la ayuda de un investigador. La Figura 1 recoge la información fundamental de este proceso.

INTRODUCTION

Traditionally, research on housing perception has explored aspects such as visual patterns [1] and specific evaluations of certain elements [2], but it often focuses on general populations or participants who are removed from the real context of buying a home. This approach creates a gap in understanding how the priorities and emotions of those actively searching for a home influence their evaluation of different aspects of a real estate development and how this relates to the overall perception of the property. Addressing this gap is crucial for generating more relevant and applicable knowledge, enhancing the connection between buyer preferences and development design.

OBJETIVE

Based on the above, the aim of this research is to analyze how specific evaluations of different aspects of a real estate development relate to the overall perception of the property as "good" among actual buyers, determining potential differences with individuals who are not actively involved in the buying process.

METHODOLOGY

To address the proposed objective, a study was designed in which a sample of participants (20 with purchase intention and 60 without real purchase intention) were asked to observe sales information about a property (visual stimulus), and then complete a perception questionnaire with the help of a researcher. Figure 1 presents the key information of this process.



Fig. 1: Esquema representativo de la metodología usada, con la concreción de los 3 elementos esenciales que comprende.
Fig. 1: Representative diagram of the methodology used, detailing the three essential elements it encompasses.

		Edificio donde se encuentra la Vivienda. Building where the property is located	Calidades y Acabados de la vivienda. Qualities and Finishes of the property	Amplitud de la vivienda. Spaciousness of the property	Orientación de la vivienda. Orientation of the property	Ubicación de la vivienda respecto al resto de viviendas de la promoción. Location of the property in relation to the other units in the development	Planta en la que se encuentra la vivienda. Floor on which the property is located
En términos generales, me parece una buena vivienda. In general terms, I think it is a good house	Con intención de compra. With purchase intent	,538* (0,014)	0,279 (0,233)	–0,081 (0,735)	0,020 (0,934)	0,434 (0,056)	0,076 (0,750)
	Sin intención de compra. Without purchase intent	,566** (0,000)	,529** (0,000)	,593** (0,000)	,441** (0,000)	,289* (0,025)	0,148 (0,258)

Tabla 1: Tabla resumen de los resultados obtenido en el análisis de correlación. Los números representan la correlación rho de Spearman, y el número entre paréntesis indica el nivel de significación con p-valor (* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$).
Table 1: Summary Table of the Results Obtained in the Correlation Analysis. The numbers represent Spearman's rho correlation, and the number in parentheses indicates the significance level with the p-value (* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$)

RESULTADOS

Los resultados del análisis de los datos mediante correlación de Spearman revelaron una relación significativa de las valoraciones concretas según la intención de búsqueda/compra de vivienda de los participantes (Tabla 1). Por un lado, aquellos que no estaban activamente buscando vivienda mostraron correlaciones significativas entre la valoración global de la vivienda y casi todos los aspectos evaluados, a excepción de la planta en la que se encuentra la vivienda. Por el contrario, los participantes que sí buscaban vivienda de manera activa mostraron correlación únicamente con la valoración del edificio, cuya pregunta era "Indique su grado de satisfacción con respecto al edificio donde se encuentra la vivienda".

CONCLUSIÓN

Estos hallazgos reflejan un patrón diferencial en las prioridades y criterios de evaluación según la implicación real en el proceso de búsqueda de vivienda. Las personas que están activamente buscando tienden a ser más exigentes y selectivas, posiblemente porque se habitúan a procesar información técnica específica, como planos o memorias de calidades. De esta forma, aumenta su nivel de expertirse [3], lo cual les podría estar permitiendo interpretar de forma más exhaustiva los detalles disponibles. Esta mayor exigencia también podría deberse a que perciben estas decisiones como de alto impacto personal y económico, lo que los impulsa a analizar la información con mayor profundidad para minimizar riesgos y garantizar que la elección satisfaga sus expectativas y necesidades.

BIBLIOGRAFÍA. BIBLIOGRAPHY

[1] Seiler, M.; Madhavan, P.; Liechty, M. Toward an understanding of real estate homebuyer internet search behavior: An application of ocular tracking technology. J. Real Estate Res. 2012, 34, 211–242.
[2] Hofman, E.; Halman, J.I.; Ion, R.A. Variation in housing design: Identifying customer preferences. Hous. Stud. 2006, 21, 929–943.
[3] Boumová, I.; Zdráhalová, J. The apartment with the best floor plan layout: Architects versus non-architects. Crit. Hous. Anal. 2016, 3, 30–41

RESULTS

The results of the data analysis using Spearman's correlation revealed a significant relationship between the specific evaluations and the participants' intent to search for/buy a home (Table 1). On one hand, those who were not actively searching for a home showed significant correlations between the overall evaluation of the home and almost all the aspects assessed, except for the floor on which the home is located. In contrast, participants who were actively searching for a home showed correlation only with the evaluation of the building, with the question being "Please rate your satisfaction with the building where the home is located".

CONCLUSION

These findings reflect a differential pattern in priorities and evaluation criteria based on actual involvement in the home search process. People who are actively searching tend to be more demanding and selective, possibly because they become accustomed to processing specific technical information, such as floor plans or quality specifications. This increases their level of expertise [3], which may allow them to interpret the available details more thoroughly. This greater demand may also be due to perceiving these decisions as having a high personal and financial impact, prompting them to analyze the information more deeply to minimize risks and ensure that the choice meets their expectations and needs.

AGRADECIMIENTOS. ACKNOWLEDGEMENTS

Esta publicación forma parte del proyecto PID2022-136582OB-I00, financiado por MCIN/AEI/10.13039/501100011033/FEDER, UE. This publication is part of the project PID2022-136582OB-I00, financed by MCIN/AEI/10.13039/501100011033/FEDER, UE.