

**MADRID PRIME 2025:
DEL €/M² AL ÍNDICE DIZA
DE ACCESIBILIDAD REAL**

DIZA Consultores

Febrero 2026



Fernando Pinto Hernández
(Profesor de Economía Aplicada de la
Universidad Rey Juan Carlos)



María Luisa Medrano García
(Profesora de Economía Financiera y
Contabilidad de la Universidad Rey
Juan Carlos).

Directores técnicos del informe elaborado por DIZA Market.

INTRODUCCIÓN 05

BLOQUE I · ANÁLISIS A NIVEL MUNICIPAL 08

Panorama municipal: precio, actividad y tamaño 08

Tipología de vivienda y edad 10

Vivienda nueva vs segunda mano 10

Casas vs pisos 11

Edad mediana 13

Tramos de edad 15

Perfil del comprador: persona física/jurídica y nacionalidad 16

Persona jurídica: qué nos está diciendo 16

Extranjeros: dónde pesa más la demanda internacional 17

Demanda extranjera (municipios): composición y peso real 18

Composición dentro de extranjeros (%) 18

Peso de cada nacionalidad sobre el total (%) 20

BLOQUE II · ANÁLISIS POR CÓDIGOS POSTALES (CP) 22

Panorama por CP: precio, actividad y tamaño 22

Jerarquía de precio: el “techo” del prime 22

Profundidad del mercado: dónde “pasan cosas” (compraventas) 23

Ticket y superficie: el “producto típico” de cada CP 25

Tipología y edad por CP 26

Vivienda nueva vs segunda mano (CP) 27

Casas vs pisos (CP) 28

Edad mediana (CP): madurez patrimonial y ciclo de la demanda 30

Tramos de edad (CP): estructura generacional y sostenibilidad del prime 31

Ultra prime y super prime patrimonial: dominio del tramo senior 32

Prime intermedio: mezcla generacional y continuidad de demanda 32

Perfil del comprador por CP	33	Composición por nacionalidad dentro de extranjeros	47
Persona jurídica: sofisticación del mercado	34	Peso de extranjeros sobre el total de compraventas	47
Extranjeros: el verdadero termómetro del prime global	35		
Demanda extranjera por CP	36	BLOQUE IV · INDICADORES SINTÉTICOS	51
Composición por nacionalidad dentro de extranjeros	36	Indicadores por nivel	51
BLOQUE III URBANIZACIONES PRIME:	39	Rankings (separados por nivel)	51
Jerarquía de precio ultra-prime por enclave	40	Metros cuadrados por millón de euros (m ² /M€)	52
Profundidad del mercado: liquidez vs exclusividad	40	Ranking por m² por millón de euros	53
Ticket y tamaño: el “producto” ultra-prime	41	Municipios (m ² por millón de euros)	54
Tipología y edad	42	Códigos postales (m ² por millón de euros)	54
Vivienda nueva vs segunda mano: renovación y producto “a estrenar”	42	Urbanizaciones prime (m ² por millón de euros)	55
Casas vs pisos: el diferencial estructural frente al prime urbano	43	Ranking por Índice DIZA de Accesibilidad Real (IAR) - DIZA IAR	55
Edad mediana: demanda familiar vs patrimonial	44	Interpretación del DIZA IAR	56
Tramos de edad: estructura generacional del ultra-prime residencial	44	Municipios (Índice DIZA de accesibilidad real al prime)	57
Perfil del comprador + extranjeros (Urbanizaciones)	46	Códigos postales (Índice DIZA de accesibilidad real al prime)	58
Internacionalización: La Moraleja como polo exterior	46	Urbanizaciones prime (Índice DIZA de accesibilidad real al prime)	59
Demanda extranjera en urbanizaciones prime: composición y peso real	47	Comparación entre el ranking por €/m² y el ranking por DIZA IAR	59
		Conclusiones	60

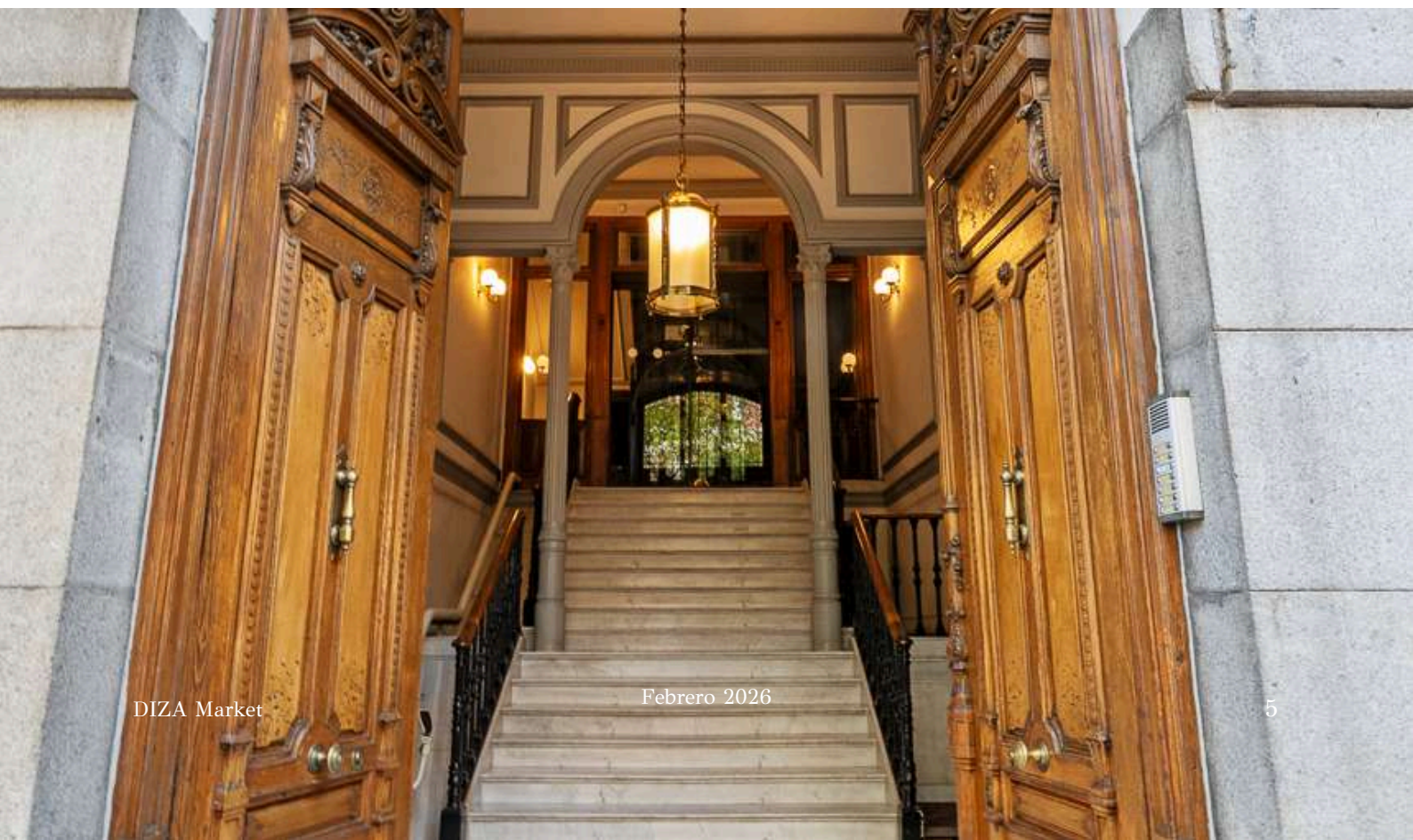
Resumen ejecutivo



Introducción

Del precio al acceso real: una lectura estructural del mercado prime de Madrid El Informe de DIZA Market de DIZA Consultores aborda el mercado residencial prime de Madrid desde una perspectiva que va más allá del análisis convencional basado en el €/m². En los últimos años, este mercado ha experimentado una creciente sofisticación, no solo en precios, sino también en la estructura de la demanda, la tipología del producto y la segmentación territorial. Sin embargo, buena parte de los diagnósticos habituales continúa apoyándose en indicadores parciales —principalmente el precio por metro cuadrado— que, aun siendo relevantes, resultan insuficientes para comprender el funcionamiento real del prime y, especialmente, sus barreras efectivas de acceso.

Este informe parte de una premisa clara: precio no equivale a accesibilidad, y el concepto de “prime” no puede interpretarse únicamente como un ranking nominal de euros por metro cuadrado. En un mercado tan heterogéneo como Madrid y su entorno inmediato, la accesibilidad al segmento prime depende de múltiples factores interrelacionados: tamaño del producto, ticket medio, profundidad del mercado, tipología dominante, estructura generacional de la demanda y grado de internacionalización, entre otros. Ignorar estas dimensiones conduce a diagnósticos incompletos y, en ocasiones, engañosos. Con este objetivo, el presente Informe de DIZA Market de DIZA Consultores desarrolla un análisis exhaustivo del mercado prime desde tres niveles territoriales complementarios:



- 1 Municipios, como primer marco de referencia agregado.**
- 2 Códigos postales, como unidad microespacial donde se materializa el “prime real” urbano.**
- 3 Urbanizaciones prime, entendidas como submercados ultra-segmentados con dinámicas y lógicas propias.**

El análisis se apoya en una base de datos homogénea y consistente construida a partir de los microdatos del Portal Estadístico del Notariado, correspondientes al año 2025, lo que garantiza una aproximación rigurosa, actualizada y basada en transacciones efectivas del mercado.

A partir de esta información, el informe de DIZA Market no se limita a describir precios y volúmenes, sino que incorpora un enfoque metodológico orientado a responder una pregunta central para compradores, inversores y operadores profesionales

¿Dónde se puede acceder realmente al mercado prime, y en qué condiciones? Para responderla, el equipo de análisis de DIZA Consultores ha desarrollado dos indicadores sintéticos: los metros cuadrados por millón de euros y el Índice DIZA de Accesibilidad Real (DIZA IAR), diseñado para medir de forma comparable entre territorios la barrera efectiva de entrada al prime a partir del ticket típico del producto transaccionado (combinando €/m² y superficie media).

Estos indicadores constituyen el eje vertebrador del informe y permiten ordenar el mercado prime no solo por coste, sino por posibilidad real de acceso.

El resultado es una lectura estructural del mercado residencial prime de Madrid desde la perspectiva de la accesibilidad, identificando territorios que, pese a presentar niveles aparentes de acceso, muestran restricciones estructurales significativas, así como enclaves en los que el segmento prime opera como un auténtico mercado de exclusión patrimonial.





Bloque I: análisis a nivel municipal

Panorama municipal: precio, actividad y tamaño

A nivel municipal, el primer paso para entender el “Prime ampliado” (Madrid + entorno inmediato) es separar tres dimensiones que suelen confundirse:

- Nivel de precio (€/m²): captura la presión de demanda y/o escasez relativa del stock.
- Profundidad del mercado (número de compraventas): mide escala, liquidez y variedad de producto (y, por tanto, heterogeneidad).
- Tamaño y ticket (superficie e importe medio): describen el “producto típico” que se compra y permiten distinguir prime “de piso urbano” frente a prime “residencial unifamiliar”.

Los municipios se ordenan por precio medio €/m² y se observa una jerarquía clara: Alcobendas (5.033 €/m²) lidera el grupo, seguida por Madrid (4.857 €/m²) y Pozuelo de Alarcón (4.214 €/m²). En el tramo intermedio se sitúa Majadahonda (3.699 €/m²), y cerrando aparecen Tres Cantos (3.292 €/m²) y Boadilla del Monte (3.129 €/m²), tal y como puede verse en la TABLA 1.

Tabla 1. Municipios (ordenados por precio €/m²). Indicadores de mercado: precio, actividad y tamaño

Municipio	PRECIO €/M2	Nº COMPRAVENTAS	IMPORTE MEDIO (€)	SUPERFICIE
ALCOBENDAS	5.033	1.295	685.648	136
MADRID	4.857	42.577	440.097	91
POZUELO DE ALARCÓN	4.214	912	855.584	203
MAJADAHONDA	3.699	771	643.480	174
TRES CANTOS	3.292	389	574.821	175
BOADILLA DEL MONTE	3.129	831	803.657	257

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Ahora bien, el análisis prime no debe quedarse en el €/m², porque el precio es una métrica de densidad, no necesariamente de lujo real por vivienda. Para eso es esencial cruzarlo con superficie e importe medios. Del análisis de la tabla 1 podemos concluir que:

- Madrid presenta una superficie media muy contenida (91 m²), coherente con un stock urbano dominado por pisos, y un importe medio (440.097 €) que, en promedio municipal, refleja una mezcla muy amplia de submercados (desde no-prime hasta prime).
- Pozuelo es el caso prototípico de prime “de tamaño”, con 203 m² de media y el mayor importe medio (855.584 €). La demanda se orienta a vivienda de alto valor unitario, aunque el €/m² sea inferior al de Alcobendas y Madrid.
- Boadilla destaca por la superficie media más alta (257 m²) y un importe medio elevado (803.657 €) pese a ser el menor €/m² del grupo (3.129). Esto sugiere un mercado donde el lujo se expresa más por espacio y tipología que por presión de precio del suelo.
- Alcobendas combina el €/m² más alto (5.033) con una superficie de 136 m² de media e importe medio de 685.648 €, lo que sugiere una mezcla de producto (pisos de calidad + unifamiliares) con gran tracción de demanda en ciertas zonas premium.

Finalmente, la dimensión de compraventas (medida por el número de operaciones de compraventas registradas en el Portal del Notariado durante el periodo analizado) introduce un matiz decisivo: Madrid (42.577) no es comparable con el resto (rango 389–1



Tipología de vivienda y edad: Vivienda nueva vs segunda mano

El reparto entre obra nueva y segunda mano es clave para anticipar:

- Dónde existe pipeline de producto moderno
- La velocidad de renovación del stock
- El tipo de comprador que se decanta más por “estrenar” o por “reformular”

En el conjunto de municipios analizados, se observa un patrón consistente de predominio de segunda mano en todos los casos, pero con diferencias relevantes en cuanto al peso de la obra nueva.

Madrid es abrumadoramente segunda mano (94,61%), con solo 5,39% de vivienda nueva. Esto suele ser típico de mercados urbanos consolidados donde el stock está muy construido y el nuevo desarrollo es más limitado (o se concentra en bolsas muy concretas).

En contraste, Tres Cantos (21,34% nueva) y Boadilla (20,70% nueva) presentan los mayores pesos de obra nueva. Esto encaja con municipios donde ha habido desarrollos residenciales recientes y donde el mercado puede ofrecer más vivienda moderna sin necesidad de reforma integral.



Alcobendas también es relevante en este eje, con 17,61% de vivienda nueva, claramente por encima de Madrid y Majadahonda.

Pozuelo, con un 11,73% de obra nueva se sitúa en un punto intermedio: obra nueva presente, pero no dominante, consistente con un municipio maduro en el que el prime coexiste con reposición patrimonial.

Así, podemos concluir que cuanto mayor es el porcentaje de obra nueva, más probable es que el prime se “democratice” en términos de disponibilidad de producto moderno (aunque no necesariamente en precio). Y cuanto mayor es el peso de segunda mano, más relevante es el mercado de reforma, la arquitectura interior y la micro-localización (calle a calle).

Tabla 2A. Municipios. Vivienda nueva vs segunda mano

Municipio	VIVIENDA NUEVA (%)	VIVIENDA 2DA MANO (%)
ALCOBENDAS	17,61	82,39
MADRID	5,39	94,61
POZUELO DE ALARCÓN	11,73	88,27
MAJADAHONDA	5,58	94,42
TRES CANTOS	21,34	78,66
BOADILLA DEL MONTE	20,70	79,30

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Casas vs pisos

La composición por tipología (casas/pisos) es probablemente la variable que mejor explica las diferencias observadas en superficie media (Tabla 1) y, en parte, en importe medio.

- Madrid es prácticamente un mercado de pisos (96,36%). El peso de las casas es marginal (3,64%), lo que se alinea con una superficie media baja (91 m²) (Tabla 1) y con el hecho de que el prime urbano se compra en altura, no en parcela.
- Boadilla es el polo opuesto: 44,04% casas, el valor más alto del conjunto. Este dato “cierra el círculo” con su superficie media de 257 m² (Tabla 1): aquí la accesibilidad al prime se expresa por “metros y parcela”.
- Pozuelo también presenta una estructura claramente mixta y con fuerte presencia de unifamiliar: 26,97% casas. Y de nuevo, esto encaja con sus 203 m² de superficie media y el mayor importe medio (855.584 €) (Tabla 1).
- Majadahonda (18,55% casas) muestra un componente unifamiliar significativo, coherente con su superficie media de 174 m².
- Alcobendas (10,42% casas) indica que, aunque su €/m² sea el más alto, el municipio mantiene una base importante de pisos, algo compatible con zonas de alto valor por m² y vivienda de calidad en tipología vertical.

El prime municipal no es homogéneo:

- En Madrid y Alcobendas, el prime tiende a ser “precio por m²” (localización, edificio, calidad).
- En Pozuelo y Boadilla, el prime tiende a ser “producto” (tamaño, parcela, privacidad), con precio €/m² relativamente menor por la propia escala de la vivienda.

Tabla 2B. Municipios. Casas vs pisos

Municipio	CASAS	PISOS
ALCOBENDAS	10,42	89,58
MADRID	3,64	96,36
POZUELO DE ALARCÓN	26,97	73,03
MAJADAHONDA	18,55	81,45
TRES CANTOS	7,97	92,03
BOADILLA DEL MONTE	44,04	55,96

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



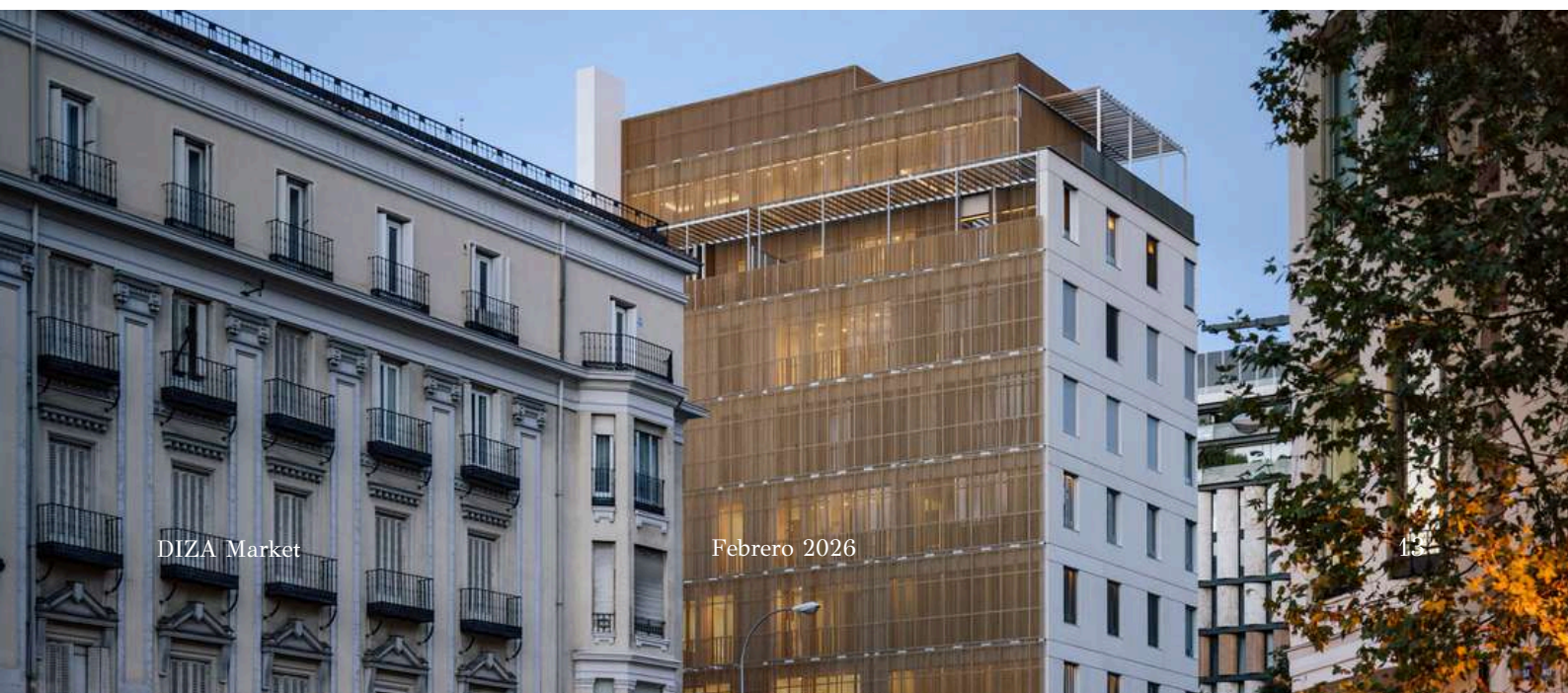
Edad mediana

La edad mediana se define como la edad que divide el conjunto de compradores en dos mitades iguales: el 50 % de las transacciones se realiza por personas de edad inferior y el 50 % por personas de edad superior. A diferencia de la edad media, la mediana es un estadístico robusto que no se ve afectado por valores extremos, lo que la convierte en un indicador especialmente adecuado para analizar mercados con alta heterogeneidad, como el residencial prime. En el contexto inmobiliario, la edad mediana constituye un proxy sintético del momento del ciclo vital de la demanda dominante y permite aproximar el tipo de motivación subyacente a las transacciones. En particular, suele estar estrechamente relacionada con:

- Tipo de compra (primera residencia vs reposición vs inversión patrimonial)
- Tamaño del hogar
- Capacidad financiera acumulada
- Herencias y rotación patrimonial

Los datos muestran un rango relativamente estrecho, pero con matices importantes:

- Madrid (47) es el municipio con edad mediana más alta del conjunto. En mercados urbanos consolidados, esto suele ser consistente con una combinación de: reposición, compras patrimoniales y una base importante de transacciones en edades más avanzadas
- Tres Cantos (39) presenta la edad mediana más baja, lo que indica un mercado donde dominan perfiles más jóvenes (compatibles con expansión residencial, familias en formación y compras más tempranas)
- Alcobendas y Boadilla (42) y Pozuelo y Majadahonda (43) se sitúan en niveles intermedios, coherentes con mercados familiares y de mejora residencial, con alto componente de familias con hijos





La edad mediana ayuda a anticipar el tipo de producto que “sale” y “entra” del mercado: municipios con edad más baja tienden a demandar vivienda más funcional (habitaciones, zonas comunes), mientras que en edades altas crece la demanda por localización, calidad, seguridad y, en algunos casos, liquidez patrimonial.

Tabla 2C. Municipios (ordenados por precio €/m²). Edad mediana

Municipio	EDAD MEDIANA
ALCOBENDAS	42
MADRID	47
POZUELO DE ALARCÓN	43
MAJADAHONDA	43
TRES CANTOS	39
BOADILLA DEL MONTE	42

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Tramos de edad

La distribución por tramos de edad amplía la lectura de la edad mediana y permite ver si un municipio tiene:

- Un “bloque de edad dominante” (concentración)
- O una demanda multigeneracional

Aquí destacan tres patrones:

- Madrid es el mercado más envejecido del conjunto en términos relativos: el tramo de mayores de 70 años alcanza 28,51%, el más alto, y el tramo menor de 31 es de 12,17% (Tabla 2D). Esto sugiere una presencia fuerte de transacciones en edades avanzadas (reordenación patrimonial, desinversión o reposición).
- Tres Cantos es el mercado más joven: el tramo de menores de 31 años (21,68%) y 31-40 (30,24%) son los mayores del conjunto. Además, los mayores de 70 son solo 10,92%, menos de la mitad que en Madrid (Tabla 2D).
- Municipios como Alcobendas y Boadilla combinan un peso notable en el tramo de 31-40 años (27,33% y 27,20%) con un bloque senior relativamente contenido (17,42% y 16,37%), lo que encaja con demanda familiar de ciclo medio.

Por ello, podemos concluir que:

- Donde el peso senior es alto (Madrid), el prime se apoya más en ubicación, patrimonio, herencias, y vivienda consolidada.
- Donde pesa más la demanda joven (Tres Cantos), el prime se apoya más en obra nueva, tamaños funcionales y vida familiar.

Tabla 2D. Municipios (ordenados por precio €/m²). Distribución por tramos de edad (%)

Municipio	MENORES de 31 años	27-40	41-50	51-60	61-70	MAYORES de 70 AÑOS
ALCOBENDAS	21,68	27,33	17,07	11,21	10,52	17,42
MADRID	17,13	19,70	15,48	12,62	11,52	28,51
POZUELO DE ALARCÓN	14,13	25,44	17,61	12,02	10,56	20,25
MAJADAHONDA	15,28	25,25	16,97	12,81	12,48	17,21
TRES CANTOS	21,68	30,24	16,79	10,49	9,88	10,92
BOADILLA DEL MONTE	17,13	27,20	17,39	11,11	10,79	16,37

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Perfil del comprador: persona física/jurídica y nacionalidad

Este bloque incorpora dos ejes especialmente informativos para interpretar el comportamiento del mercado prime. En primer lugar, el grado de institucionalización o profesionalización de la compra, aproximado por el peso de operaciones realizadas por persona jurídica, permite evaluar hasta qué punto la demanda incorpora vehículos corporativos (sociedades patrimoniales, estructuras de inversión o compras canalizadas por empresa) frente a la compra directa por persona física.

En segundo lugar, el nivel de internacionalización, medido por el peso del comprador extranjero, sirve para identificar qué mercados están más expuestos a demanda internacional y hasta qué punto el prime se configura como un activo “global” más allá del comprador doméstico.

Persona jurídica: qué nos está diciendo

Madrid destaca con un 11,68% de compras realizadas por persona jurídica, el valor más alto del grupo (Tabla 3). Este diferencial apunta a un mercado con mayor presencia relativa de compra profesionalizada, en forma de inversión, adquisiciones canalizadas a través de sociedades y estrategias patrimoniales más estructuradas (vehículos societarios, planificación fiscal o gestión de activos).

En el resto de municipios analizados, el peso de la persona jurídica se sitúa en un rango más estrecho, entre 5,89% y 7,44%, lo que refuerza el contraste: Madrid se posiciona claramente por encima, mientras que los demás mercados mantienen un perfil de compra predominantemente particular.

Extranjeros: dónde pesa más la demanda internacional

En términos de grado de internacionalización, los mayores porcentajes de comprador extranjero se concentran en Boadilla del Monte (16,87%) y Alcobendas (16,84%), seguidos por Madrid y Pozuelo de Alarcón (en torno al 14,4%, Tabla 3). Este resultado es relevante porque confirma que la demanda internacional no se limita a “Madrid centro”, sino que también se orienta hacia municipios del entorno que ofrecen producto familiar, mayor superficie y un estándar residencial alto (urbanizaciones consolidadas, servicios, colegios y calidad de vida).

En el extremo opuesto, Tres Cantos (9,77%) es el municipio menos internacionalizado de la muestra, lo que apunta a una demanda más doméstica, coherente con un mercado ligado al ciclo familiar joven y a una lógica predominante de residencia principal.

Tabla 3. Municipios (ordenados por precio €/m²). Perfil del comprador

Municipio	PERSONA FÍSICA	PERSONA JURÍDICA	NACIONALES (%)	EXTRANJEROS
ALCOBENDAS	92,56	7,44	83,16	16,84
MADRID	88,32	11,68	85,57	14,43
POZUELO DE ALARCÓN	93,97	6,03	85,64	14,36
MAJADAHONDA	92,61	7,39	86,97	13,03
TRES CANTOS	94,11	5,89	90,23	9,77
BOADILLA DEL MONTE	94,10	5,90	83,13	16,87

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Demanda extranjera (municipios): composición y peso real dentro de extranjeros (%)

En Madrid, Italia (14,78%) y China (14,07%) son los dos grupos principales dentro del colectivo extranjero, seguidos de Francia (7,76%), Estados Unidos (5,79%) y México (5,12%), con “Otros” (52,48%) reflejando una cola larga de nacionalidades (Tabla 4).

En Alcobendas, destaca especialmente China (20,64%) dentro del colectivo extranjero, junto con Estados Unidos (11,47%) y México (6,42%). El peso de “Otros” es alto (61,47%), indicando diversidad (Tabla 4).

En Pozuelo, China (19,95%) y Estados Unidos (12,42%) son relevantes, y aparece Irlanda (4,91%), un rasgo distintivo frente a otros municipios (Tabla 4). Este detalle es útil para segmentación comercial de demanda internacional.

Un caso extremo, el de Tres Cantos aparece con “Otros” al 100% y ceros en los países listados, lo que en la práctica indica que el volumen extranjero está demasiado disperso por nacionalidades para que alguna alcance el umbral de reporte (Tabla 4).

Consideraciones metodológicas: nacionalidad declarada y “efecto pasaporte”

La interpretación de la composición por nacionalidad debe realizarse con cautela. En las estadísticas del Portal Estadístico del Notariado, elaboradas a partir de escrituras públicas anonimizadas (Índice Único Informatizado Notarial), la variable “nacionalidad” refleja la nacionalidad con la que el comprador figura en la operación, es decir, la que acredita y declara en la escritura, y no necesariamente el país de nacimiento.

Este criterio da lugar a un efecto de doble nacionalidad o “efecto pasaporte”, especialmente relevante en mercados como Madrid. En particular, la elevada presencia de compradores registrados como “italianos” puede responder no solo a demanda de residentes nacidos en Italia, sino también a compradores de origen latinoamericano que adquieren vivienda con pasaporte italiano y, por tanto, quedan estadísticamente clasificados como “Italia”.

La plausibilidad de este mecanismo es elevada. Según datos del ISTAT, a 31 de diciembre de 2024 residían en el exterior 6,4 millones de ciudadanos italianos, de los cuales aproximadamente 2,1 millones vivían en América centro-meridional.

Además, entre los italianos residentes en el exterior, solo una minoría nació efectivamente en Italia, proporción que en América Latina se sitúa muy por debajo del 10 %. En un mercado como el madrileño, donde el propio Notariado destaca el peso de extranjeros residentes dentro de las compraventas, esta combinación de residencia y nacionalidad declarada contribuye a amplificar el peso estadístico del grupo “Italia”.

A este fenómeno se suma la nacionalización de población latinoamericana, que reduce su visibilidad dentro del colectivo extranjero. Según la Estadística de Adquisiciones de Nacionalidad Española de Residentes (INE), en 2024 adquirieron la nacionalidad española 252.476 personas, con un peso muy significativo de países latinoamericanos: Venezuela (35.403), Colombia (26.224), Honduras (15.574), Ecuador (10.871), Perú (10.480), República Dominicana (9.452), Argentina (8.558), Bolivia (8.385) y Cuba (8.045), entre otros. Este proceso desplaza a una parte relevante de la demanda latinoamericana desde la categoría de “extranjera” a la de “nacional”.

El caso de México resulta especialmente ilustrativo. En 2024, 3.066 personas con nacionalidad previa mexicana adquirieron la nacionalidad española, de las cuales 846 residían en la Comunidad de Madrid. Además, el cruce por país de nacimiento muestra que la gran mayoría (2.897) habían nacido en México, lo que refuerza la interpretación de que parte de la demanda mexicana deja de computar como extranjera en plazos relativamente cortos.

Finalmente, debe tenerse en cuenta el impacto acumulado de la Ley 12/2015, que permitió la concesión de nacionalidad española a sefardíes originarios de países como México, Colombia o Venezuela. A 31 de diciembre de 2025, este proceso acumulaba 73.018 concesiones, contribuyendo adicionalmente a “trasladar” compradores de origen latinoamericano, con frecuencia de alto perfil patrimonial, a la categoría de nacionales en las estadísticas notariales.

Tabla 4. Municipios (ordenados por precio €/m²). Composición de extranjeros (% de extranjeros)

Municipio	ITALIA	CHINA	FRANCIA	ESTADOS UNIDOS	MÉXICO	IRLANDA	OTROS
ALCOBENDAS	0,00	20,64	0,00	11,47	6,42	0,00	61,47
MADRID	14,78	14,07	7,76	5,79	5,12	0,00	52,48
POZUELO DE ALARCÓN	4,60	19,95	9,19	12,42	0,00	4,91	48,93
MAJADAHONDA	3,34	10,44	8,56	16,78	0,00	0,00	60,88
TRES CANTOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
BOADILLA DEL MONTE	0,00	4,39	9,14	0,00	0,00	0,00	77,33

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Peso de cada nacionalidad sobre el total (%)

Aquí la lectura cambia: no importa solo “quiénes son”, sino “cuánto representan del mercado total”.

En Madrid, Italia representa 2,13% del total y China 2,03%, mientras que “Otros” representa 7,57% (Tabla 5). La suma implícita muestra que el componente extranjero total (14,43% en Tabla 3) se distribuye entre muchas nacionalidades: ninguna por sí sola domina.

En Boadilla, “Otros” pesa 13,05% del total, siendo el valor más alto entre municipios (Tabla 5). Esto es consistente con su alto porcentaje de extranjeros (16,87% en Tabla 3) y sugiere un perfil internacional diversificado.

En Majadahonda, Estados Unidos alcanza 2,19% del total, un valor relativamente alto frente a Madrid (0,84%) o Pozuelo (1,78%) (Tabla 5). Este matiz puede ser comercialmente relevante si se asocia a comunidad internacional residente o demanda corporativa.

Tabla 5. Municipios (ordenados por precio €/m²). Extranjeros por país (% sobre el total)

Municipios	ITALIA	CHINA	FRANCIA	ESTADOS UNIDOS	MÉXICO	IRLANDA	OTROS
ALCOBENDAS	0,00	3,47	0,00	1,93	1,08	0,00	10,36
MADRID	2,13	2,03	1,12	0,84	0,74	0,00	7,57
POZUELO DE ALARCÓN	0,66	2,86	1,32	1,78	0,00	0,71	7,02
MAJADAHONDA	0,44	1,36	1,11	2,19	0,00	0,00	7,93
TRES CANTOS	0,00	0,74	0,00	0,00	0,00	0,00	9,77
BOADILLA DEL MONTE	0,00	0,00	1,54	0,00	0,00	0,00	13,05

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.





BLOQUE II : análisis por códigos postales (CP)

El análisis por código postal (CP) constituye el núcleo de un informe prime riguroso porque permite pasar de un “mapa municipal”, donde conviven realidades muy heterogéneas, a una lectura microespacial, en la que la variable decisiva del prime (la localización exacta) se vuelve cuantificable y comparable.

En la práctica, la lectura por CP permite responder con precisión a tres cuestiones:

- Dónde se concentra el prime “real” (no por municipio, sino por tramo urbano)
- Qué tipo de prime es (por densidad de precio, ticket, tamaño o perfil de comprador)
- Qué grado de liquidez presenta el mercado (profundidad y rotación del stock a través del volumen de compraventas).

Jerarquía de precio: el “techo” del prime

La primera conclusión, y la más contundente, es que el “techo” del prime no se observa en los promedios municipales, sino en CP específicos.

Recoletos (28001) alcanza 11.504 €/m², un nivel claramente superior al resto de CP de la muestra y, por supuesto, por encima de los promedios municipales (Tabla 6).

Este resultado es especialmente relevante porque confirma que el prime es, ante todo, un fenómeno de micro-localización: pequeñas variaciones en el eje urbano y en la calidad de entorno se traducen en saltos significativos de precio.



En un segundo escalón se sitúan CP que ya configuran un prime consolidado, con niveles elevados y estables:

- Castellana–Lista (28006): 9.526 €/m²
- Jerónimos (28014): 8.669 €/m² • Almagro (28010): 8.601 €/m²
- Justicia (28004): 7.864 €/m²

Este bloque dibuja un cinturón de máximo valor que combina calidad urbana, fuerte atracción internacional y producto patrimonial, con una narrativa de ubicación y escasez que sostiene los precios. Un tercer grupo, aún con precios altos pero con mayor capacidad de “entrada” para demanda solvente —por rango de producto y por diversidad de stock— lo integran:

- Ibiza–Niño Jesús (28009): 7.316 €/m²
- Chamartín: Nueva España–Castilla (28036): 7.077 €/m²
- Hispanoamérica (28016): 6.516 €/m²
- Chamartín: Plaza Castilla–Cuatro Torres (28046): 6.358 €/m²
- Prosperidad (28002): 6.151 €/m²

Esta estructura permite segmentar con claridad tres niveles operativos: ultra prime (Recoletos), super prime (Castellana–Lista, Jerónimos, Almagro, Justicia) y prime (Ibiza–Niño Jesús, Nueva España–Castilla, Hispanoamérica, Plaza Castilla–Cuatro Torres, Prosperidad).

Profundidad del mercado: dónde “pasan cosas” (compraventas)

La segunda dimensión de análisis, las compraventas, entendidas como el número de transacciones realizadas en el periodo, es clave para medir la profundidad del mercado. No solo indica “cuánto se vende”, sino dónde existe rotación real y, por tanto, capacidad de generar flujo comercial (captación, cierre y reposición de producto). En términos prácticos, permite diferenciar códigos postales (CP) que son líderes en actividad frente a CP muy exclusivos pero operativamente estrechos.

En este marco, Ibiza–Niño Jesús se sitúa como el CP con mayor actividad, con 4.307 compraventas. Este volumen suele reflejar una combinación de factores estructurales: por un lado, un stock relativamente más abundante o más “divisible” (más unidades disponibles y rangos de producto que permiten más operaciones); por otro, una rotación elevada, típica de mercados con demanda constante; y, además, un componente importante de mercado de reposición, es decir, cambios de vivienda dentro de la misma zona (upgrades, downsizing o movimientos por ciclo vital), que alimentan la continuidad de transacciones.

En un segundo escalón, Castellana–Lista (3.964) y Prosperidad (3.858) también muestran una profundidad muy elevada, consolidándose como CP donde el mercado “se mueve” con intensidad. Desde una perspectiva técnica, son áreas que combinan liquidez (capacidad de cerrar operaciones con cierta frecuencia) con tracción comercial, lo que tiende a traducirse en mayor previsibilidad del pipeline y un entorno más favorable para estrategias sostenidas de captación y rotación de cartera.

En el extremo opuesto, Jerónimos registra 544 compraventas, una cifra claramente inferior que suele ser coherente con un posicionamiento super prime: stock escaso, alta exclusividad y menor rotación. Es el patrón clásico de los mercados donde la oferta es limitada y la transacción es menos frecuente: precios muy altos + pocas operaciones, lo que restringe la disponibilidad de producto en mercado y, en la práctica, contribuye a sostener los niveles de precio por escasez y baja presión vendedora.

Así, el número de compraventas registradas en el periodo analizado (2025) funciona como un indicador directo de profundidad de mercado: permite identificar en qué CP existe una rotación suficiente como para sostener actividad continuada y, por tanto, anticipar la capacidad real de generación de oportunidades.

En mercados estrechos en operaciones pese a niveles de precio muy elevados (como Jerónimos), la captación tiende a ser más limitada y requiere un enfoque más selectivo y relacional.

En cambio, CP que combinan precios altos con alta actividad (como Castellana–Lista) suelen ofrecer un pipeline más sostenible, con mayor reposición de producto y un flujo de oportunidades más constante.



Ticket y superficie: el “producto típico” de cada CP

Los dos últimos indicadores de la Tabla 6, importe medio (ticket) y superficie media, permiten aterrizar el análisis en la dimensión más operativa del prime: qué producto se compra realmente en cada CP. Mientras el €/m² captura el posicionamiento de precio, el binomio ticket–tamaño define el perfil de vivienda dominante, el rango de demanda que lo sostiene y el tipo de stock que tiende a rotar.

En Recoletos, el mercado combina el precio récord (11.504 €/m²) con una superficie media de 133 m² y un importe medio de 1.533.364 €. Es un prime donde el valor se concentra en la microlocalización y la calidad urbana, pero con viviendas relativamente amplias para estándares céntricos, lo que sitúa el “producto típico” en un segmento de lujo consolidado y de alto ticket.

Castellana–Lista mantiene un patrón muy similar de producto prime de gran ticket, con 129 m² de media y un importe medio de 1.228.854 €, reflejando un mercado que combina precios elevados con tamaños consistentes, y donde el acceso se define más por el volumen de inversión que por la superficie.

Almagro destaca por un importe medio especialmente alto (1.308.404 €) con 129 m², coherente con un prime asociado a edificios representativos, vivienda con componente patrimonial y una prima por calidad del activo que eleva el ticket incluso manteniendo superficies comparables.

El caso de Chamartín: Plaza Castilla–Cuatro Torres es particularmente ilustrativo de un prime con lógica distinta: presenta un €/m² inferior (6.358 €/m²), pero la mayor superficie media del conjunto (149 m²), con un importe medio de 948.000 €. En términos de producto, sugiere un prime “de tamaño”: más accesible en precio relativo por metro cuadrado, probablemente apoyado en stock más moderno o en tipologías de grandes superficies, donde el atractivo se desplaza hacia la amplitud y la funcionalidad.



En la misma línea, Chamartín: Nueva España–Castilla también eleva el tamaño con 144 m² de media y un precio de 7.077 €/m², reforzando la idea de que parte del prime de Chamartín compite por dimensión de vivienda y no únicamente por tensión extrema en €/m².

En el extremo de producto más “funcional” y de mayor rotación, Ibiza–Niño Jesús registra 104 m² de media con un importe de 833.177 €, y Prosperidad 114 m² con 784.425 €. Son CP con alto dinamismo, donde el mercado tiende a sostenerse por una base de demanda más amplia y una rotación superior, con unidades más contenidas en tamaño y tickets más “operables” dentro del segmento prime.

Tabla 6. Códigos postales. Indicadores de mercado: precio, actividad y tamaño

Código Postal / Distrito	PRECIO M2	COMPRAVENTAS	IMPORTE MEDIO	SUPERFICIE MEDIA
28001-RECOLETOS	11.504	2.193	1.533.364	133
28002-PROSPERIDAD	6.151	3.858	784.425	114
28004-JUSTICIA	7.864	2.391	996.621	113
28006-CASTELLANA-LISTA	9.526	3.964	1.228.854	129
28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	7.316	4.307	833.177	104
28010-ALMAGRO	8.601	1.379	1.308.404	129
28014-JERÓNIMOS	8.669	544	1.029.866	119
28036-NUEVAESPAÑA-CASTILLA	7.077	1.303	1.018.000	144
28016-HISPANOAMÉRICA	6.516	1.450	896.000	131
28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	6.358	1.115	948.000	149

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Tipología y edad por CP

La lectura de tipología y edad en CP permite entender qué tipo de demanda sostiene el prime y qué parte del precio proviene de:

- Localización y escasez (reposiciones de segunda mano)
- Renovación (obra nueva)
- Perfil patrimonial (edades altas)
- Ciclos familiares (edades medias)



Vivienda nueva vs segunda mano (CP)

El primer patrón es rotundo: la segunda mano domina en todos los CP, incluso en los más caros. Esto es una característica estructural del prime céntrico: el stock es antiguo, la renovación se hace por reforma, y la obra nueva es residual.

- Recoletos (97,63% segunda mano), Almagro (97,68%) y Castellana–Lista (97,16%) presentan valores prácticamente máximos. Esto indica que el prime “duro” del centro depende de la revalorización del stock existente y del mercado de reformas
- Los CP con algo más de obra nueva son: o Plaza Castilla–Cuatro Torres: 7,62% nueva o Prosperidad: 7,47% nueva o Justicia: 6,99% nueva o Nueva España–Castilla: 6,45% nueva

Esto sugiere que la mayor presencia de vivienda nueva se da en zonas donde hay mayor posibilidad de desarrollo o reposición, o donde hay producto relativamente más reciente.

- En Recoletos/Almagro/Castellana–Lista, la clave es captación de segunda mano + arquitectura + reforma
- En Cuatro Torres/Prosperidad, hay una base algo mayor de producto moderno que puede atraer perfiles distintos (por ejemplo, compradores que quieren “entrar a vivir” sin reforma)

Tabla 7A. CP. Vivienda nueva vs segunda mano

Código Postal / Distrito	VIVIENDA NUEVA	VIVIENDA 2ª MANO
28001-RECOLETOS	2,37	97,63
28002-PROSPERIDAD	7,47	92,53
28004-JUSTICIA	6,99	93,01
28006-CASTELLANA-LISTA	2,84	97,16
28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	4,64	95,36
28010-ALMAGRO	2,32	97,68
28014-JERÓNIMOS	3,13	96,87
28036-NUEVAESPAÑA-CASTILLA	6,45	93,55
28016-HISPANOAMÉRICA	5,93	94,07
28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	7,62	92,38

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Casas vs pisos (CP)

El análisis de la tipología edificatoria por código postal confirma uno de los rasgos estructurales más relevantes del prime urbano consolidado: la práctica ausencia de vivienda unifamiliar y la concentración casi absoluta del mercado en pisos de alta calidad.

En todos los códigos postales analizados, el peso de los pisos supera el 98,8%, alcanzando niveles cercanos al 100% en los CP más caros y patrimoniales. En concreto:

- Recoletos (28001) y Castellana–Lista (28006) presentan 99,59% de pisos
- Jerónimos (280014) alcanza 99,45%
- Almagro (28010) se sitúa en 99,42%
- Justicia (28004) mantiene 99,00%.

Incluso en los CP con menor precio relativo dentro del conjunto, como Prosperidad (28002) o Plaza Castilla–Cuatro Torres (28046), el peso de casas apenas supera el 1%, lo que confirma que no existe una válvula tipológica de escape hacia la vivienda unifamiliar dentro del prime urbano madrileño.



Desde un punto de vista económico-inmobiliario, esta estructura tiene varias implicaciones clave:

- La accesibilidad al prime urbano no se ajusta por tipología, sino exclusivamente por:
 - Precio €/m²
 - Superficie disponible dentro del stock
 - Capacidad de reforma o reposición del inmueble
- A diferencia del prime suburbano (Pozuelo, Boadilla, urbanizaciones), no es posible “comprar más espacio” desplazándose dentro del mismo CP hacia una tipología distinta. El ajuste solo puede producirse:
 - Comprando menos metros
 - Aceptando peor estad
 - Saliendo del CP
- Esta rigidez tipológica explica por qué los CP más caros tienden a ser también los más excluyentes en términos de accesibilidad real, algo que se reflejará posteriormente en los indicadores de m² por millón y accesibilidad real al prime

Por lo tanto, el prime urbano analizado en este bloque es un prime de localización extrema, donde el precio no remunera la tipología (que es homogénea), sino la escasez absoluta de ubicación.

Tabla 7B. CP. Casas vs pisos

Código Postal / Distrito	CASAS	PISOS
28001-RECOLETOS	0,41	99,59
28002-PROSPERIDAD	1,11	98,89
28004-JUSTICIA	1,00	99,00
28006-CASTELLANA-LISTA	0,41	99,59
28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	0,44	99,56
28010-ALMAGRO	0,58	99,42
28014-JERÓNIMOS	0,55	99,45
28036-NUEVAESPAÑA-CASTILLA	0,69	99,31
28016-HISPANOAMÉRICA	0,76	99,24
28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	1,17	98,83

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Edad mediana (CP): madurez patrimonial y ciclo de la demanda

La edad mediana por código postal aporta una lectura particularmente rica cuando se cruza con precio, tipología y volumen de actividad. En mercados prime consolidados, la edad mediana suele actuar como proxy del grado de patrimonialización del stock y del tipo de comprador dominante.

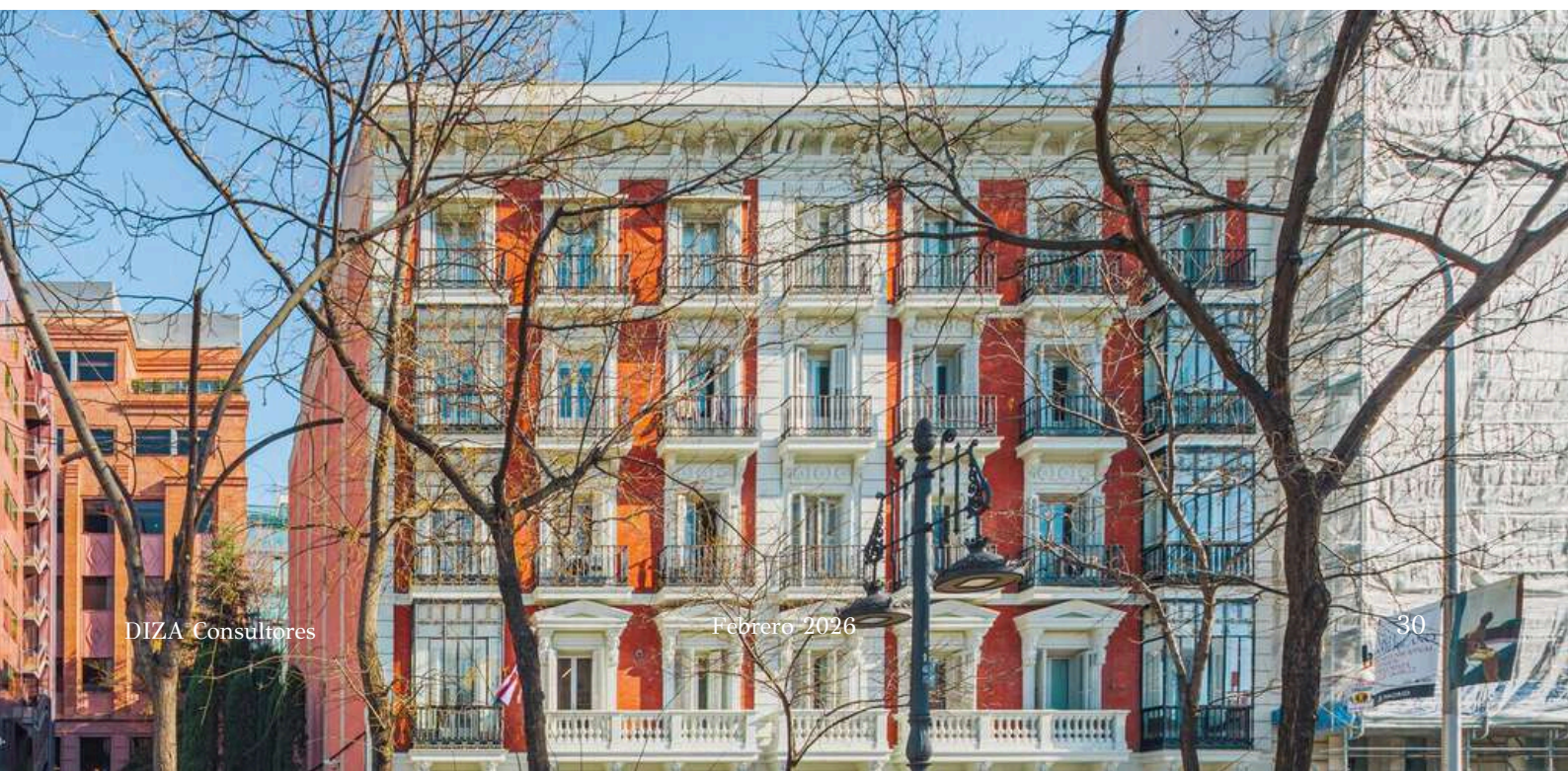
Los datos muestran una clara segmentación por CP:

- Jerónimos (54 años), Almagro (52) y Recoletos (51) conforman el núcleo más envejecido del prime urbano
- Castellana–Lista (50) se sitúa inmediatamente detrás, reforzando este bloque patrimonial
- En un segundo escalón aparecen Ibiza–Niño Jesús (48), Hispanoamérica (47) y Prosperidad (46)
- Finalmente, Justicia (45) y Plaza Castilla–Cuatro Torres (45) registran las edades medianas más bajas del conjunto

Desde el punto de vista analítico, esta distribución sugiere la coexistencia de dos modelos de prime urbano:

1. Prime patrimonial maduro, caracterizado por:

- Edades medianas elevadas
- Baja rotación del stock
- Alta tenencia prolongada
- Precios muy elevados por m²



Este modelo es típico de Jerónimos, Almagro, Recoletos y Castellana–Lista, donde la vivienda funciona tanto como residencia como activo patrimonial de largo plazo.

2. Prime profesional o funcional, con:

- Edades medianas algo más bajas
- Mayor movilidad residencial
- Mayor peso de compradores internacionales activos
- Mayor dinamismo de mercado

Aquí encajan Justicia, Prosperidad y Cuatro Torres, que combinan localización prime con perfiles de demanda algo más jóvenes y móviles.

Esta diferencia es fundamental para la estrategia de captación y comercialización:

- En el prime patrimonial, el producto es escaso, la decisión es lenta y el precio es rígido.
- En el prime funcional, hay mayor rotación y sensibilidad al estado del inmueble y a la accesibilidad

Tabla 7C. CP. Edad mediana

Código Postal / Distrito	EDAD MEDIANA
28001-RECOLETOS	51
28002-PROSPERIDAD	46
28004-JUSTICIA	45
28006-CASTELLANA-LISTA	50
28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	48
28010-ALMAGRO	52
28014-JERÓNIMOS	54
28036-NUEVAESPAÑA-CASTILLA	49
28016-HISPANOAMÉRICA	47
28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	45

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Tramos de edad (CP): estructura generacional y sostenibilidad del prime

El desglose por tramos de edad permite ir más allá de la edad mediana y observar la estructura generacional completa de la demanda en cada código postal. Esta lectura es especialmente útil para evaluar la sostenibilidad futura del prime: en qué medida el mercado depende de la acumulación patrimonial a lo largo del ciclo vital, de procesos de transmisión intergeneracional y de la entrada de nuevos compradores en edades tempranas.

Ultra prime y super prime patrimonial: dominio del tramo senior

Los CP más caros y consolidados presentan una concentración muy elevada de compradores en edades avanzadas. Destaca Jerónimos, donde el 45,86% de las compras corresponde a mayores de 70 años, seguido por Almagro (40,26%), Recoletos (38,45%) y Castellana–Lista (36,20%) (Tabla 7D). Al mismo tiempo, el peso de los tramos más jóvenes (menores de 31 y 31–40) es reducido, lo que sugiere que el acceso inicial al prime en estos CP es especialmente restrictivo, incluso para compradores de renta alta.

Este patrón es coherente con dinámicas típicas de prime patrimonial: procesos largos de acumulación de riqueza, compras vinculadas a herencias y transmisión intergeneracional, y operaciones de reposicionamiento residencial tardío en activos de alto valor. Desde una perspectiva de mercado, implica que la futura oferta estará más condicionada por ciclos vitales (decisiones familiares, sucesiones, rotación baja), lo que tiende a sostener precios elevados y una elasticidad de oferta limitada.

Prime intermedio: mezcla generacional y continuidad de demanda

Otros CP muestran una estructura más equilibrada entre tramos, lo que apunta a un prime con mayor continuidad intergeneracional. Ibiza–Niño Jesús combina un 30,29% de mayores de 70 con un 18,67% en el tramo 31–40, reflejando un mercado donde coexisten compradores seniors con una base relevante de hogares en fase de consolidación. De forma similar, Hispanoamérica y Nueva España–Castilla presentan distribuciones relativamente homogéneas, lo que sugiere un prime funcional estabilizado: no necesariamente el más extremo en precio, pero sí con una demanda más diversificada por edades y, por tanto, potencialmente más resiliente.

Prime intermedio: mezcla generacional y continuidad de demanda

Por último, Justicia y Plaza Castilla–Cuatro Torres destacan por una mayor presencia relativa de tramos jóvenes. En Justicia, el 15,36% de compradores es menor de 31 años y el 20,69% se sitúa entre 31–40; en Plaza Castilla–Cuatro Torres, estos porcentajes alcanzan el 14,61% y el 22,02%, respectivamente (Tabla 7D). Este perfil apunta a CP donde el prime es más accesible en términos generacionales —aunque no necesariamente barato— y donde el mercado puede estar alimentado por profesionales de alta cualificación, compradores internacionales activos y hogares en fase de expansión y consolidación.

Tabla 7D. CP. Tramos de edad (%)

Ámbito	MENORES DE 31	31-40	41-50	51-60	61-70	MAYORES DE 70
28001-RECOLETOS	9,04	14,42	13,18	12,39	12,52	38,45
28002-PROSPERIDAD	12,67	19,86	16,43	12,61	11,60	26,83
28004-JUSTICIA	15,36	20,69	14,77	11,88	10,18	27,12
28006-CASTELLANA-LISTA	9,63	15,35	14,00	12,41	12,41	36,20
28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	12,08	18,67	15,03	12,39	11,54	30,29
28010-ALMAGRO	7,91	14,35	12,67	11,82	12,99	40,26
280014-JERÓNIMOS	6,74	12,56	12,44	11,05	12,06	45,86
28036-NUEVA ESPAÑA-CASTILLA	9,81	16,26	14,32	12,38	11,35	35,17
28016-HISPANOAMÉRICA	10,67	17,90	15,18	12,66	11,78	31,81
28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	14,61	22,02	15,93	11,92	10,44	25,08

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Perfil del comprador por CP

El análisis del perfil del comprador introduce dos vectores críticos para entender el prime urbano contemporáneo:

(i) grado de institucionalización y (ii) grado de internacionalización.



Persona jurídica: sofisticación del mercado

Los porcentajes de compra por persona jurídica son elevados en prácticamente todos los CP prime, con máximos en:

- Almagro (15,88%)
- Castellana–Lista (14,87%)
- Justicia (13,83%) • Recoletos (13,31%)
- Jerónimos (13,24%)

Estos niveles indican un mercado altamente sofisticado, donde la compra vía sociedad responde a:

- Planificación fiscal y patrimonial
- Inversión de largo plazo
- Estructuras familiares o empresariales.

En contraste, CP como Ibiza–Niño Jesús (9,47%) o Hispanoamérica (9,93%) presentan un perfil algo más “doméstico”, sin dejar de ser prime.



Extranjeros: el verdadero termómetro del prime global

La internacionalización es uno de los rasgos más diferenciales del prime urbano madrileño:

- Justicia: 34,40% extranjeros
- Castellana–Lista: 31,04%
- Jerónimos: 30,92%
- Almagro: 25,45%
- Recoletos: 20,12%

Este ranking revela un resultado fundamental: el CP más caro no es el más internacionalizado. Justicia y Castellana–Lista superan claramente a Recoletos, lo que sugiere que el prime internacional busca:

- Buena localización
- Producto reformado
- Dinamismo urbano, más que exclusividad patrimonial extrema.

Tabla 8. CP. Perfil del comprador

Código Postal / Distrito	PERSONA FÍSICA	PERSONA JURÍDICA	NACIONALES	EXTRANJEROS
28001 RECOLETOS	86,69	13,31	79,88	20,12
28002 PROSPERIDAD	89,30	10,70	83,74	16,26
28004 JUSTICIA	86,17	13,83	65,60	34,40
28006 CASTELLANA-LISTA	85,13	14,87	68,96	31,04
28009 IBIZA-NIÑO JESÚS	90,53	9,47	80,41	19,59
28010 ALMAGRO	84,12	15,88	74,55	25,45
280014 JERÓNIMOS	86,76	13,24	69,08	30,92
28036 NUEVAESPAÑA-CASTILLA	88,49	11,51	82,42	17,58
28016 HISPANOAMÉRICA	90,07	9,93	78,41	21,59
28046 PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	88,34	11,66	84,15	15,85

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Demanda extranjera por CP

Composición por nacionalidad dentro de extranjeros

La composición por nacionalidad muestra una pauta clara: diversidad alta y ausencia de dominancia absoluta, con “Otros” superando siempre el 50%.

No obstante, destacan:

- China: muy relevante en Castellana–Lista (16,27%), Nueva España–Castilla (16,45%), Almagro (15,92%).
- Italia: fuerte en Recoletos (14,88%), Jerónimos (12,73%), Almagro (12,79%).

Este patrón refuerza la idea de un prime cosmopolita, diversificado y global.



Tabla 9. CP. Composición de extranjeros (% dentro de extranjeros)

Código Postal / Distrito	ITALIA	CHINA	FRANCIA	ESTADOS UNIDOS	MÉXICO	OTROS
28001-RECOLETOS	14,88	13,67	7,74	7,14	5,52	51,05
28002-PROSPERIDAD	9,16	15,28	6,19	6,82	5,57	56,98
28004-JUSTICIA	12,55	7,15	6,22	9,17	4,85	60,06
28006-CASTELLANA-LISTA	11,42	16,27	7,88	6,43	5,06	52,94
28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	11,38	11,36	6,89	6,24	5,25	58,88
28010-ALMAGRO	12,79	15,92	8,49	5,73	4,46	52,61
280014-JERÓNIMOS	12,73	14,31	7,65	7,62	5,31	52,38
28036-NUEVAESPAÑA-CASTILLA	10,48	16,45	7,55	6,15	5,06	54,31
28016-HISPANOAMÉRICA	11,86	16,06	7,46	5,93	4,90	53,79
28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	9,50	15,62	6,92	5,71	4,87	57,38

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Peso de extranjeros sobre el total de compraventas

Al medir la internacionalización sobre el total de compraventas, es decir, el porcentaje efectivo de compradores extranjeros dentro del conjunto del mercado de cada CP, se aprecian diferencias muy relevantes entre áreas prime. Justicia emerge como el CP más internacionalizado en términos efectivos, con una contribución especialmente elevada del bloque “Otros” (20,66%) y pesos significativos de Italia (4,32%) y Estados Unidos (3,16%) (Tabla 10). Esta estructura sugiere un mercado con tracción internacional diversificada, donde la demanda extranjera no depende de un único origen, sino de un abanico amplio de nacionalidades.

Por su parte, Castellana–Lista y Jerónimos confirman también una internacionalización profunda, con porcentajes elevados en “Otros” (16,43% y 16,20%, respectivamente) y una presencia destacada de algunos países concretos. En Castellana–Lista sobresale China (5,05%) junto con Italia (3,54%), mientras que en Jerónimos destaca China (4,42%) e Italia (3,94%), acompañadas de una aportación relevante de Estados Unidos (2,35%) y Francia (2,37%). En ambos casos, el patrón apunta a CP donde el comprador extranjero tiene un papel estructural en el mercado, tanto por volumen como por diversidad de origen.

En contraste, Recoletos, pese a su precio extremo, presenta un perfil relativamente más patrimonial y algo menos dependiente del comprador extranjero en términos efectivos: aunque registra una presencia internacional relevante (por ejemplo, “Otros” 10,26% e Italia 3,00%), su estructura es más consistente con un mercado donde el peso del comprador nacional y la lógica de preservación patrimonial siguen siendo predominantes.

Tabla 10. CP. Extranjeros por país (% sobre el total global de compradores)

Código Postal / Distrito	ITALIA	CHINA	FRANCIA	ESTADOS UNIDOS	MÉXICO	OTROS
28001-RECOLETOS	3,00	2,75	1,56	1,44	1,11	10,2
28002-PROSPERIDAD	1,49	2,49	1,01	1,11	0,91	9,26
28004-JUSTICIA	4,32	2,46	2,14	3,16	1,67	20,66
28006-CASTELLANA-LISTA	3,54	5,05	2,45	2,00	1,57	16,43
28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	2,23	2,23	1,35	1,22	1,03	11,53
28010-ALMAGRO	3,26	4,05	2,16	1,46	1,14	13,38
280014-JERÓNIMOS	3,94	4,42	2,37	2,35	1,64	16,20
28036-NUEVA ESPAÑA-CASTILLA	1,84	2,89	1,33	1,08	0,89	9,55
28016-HISPANOAMÉRICA	2,56	3,47	1,61	1,28	1,06	11,61
28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	1,51	2,48	1,10	0,91	0,77	9,08

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



BLOQUE III: URBANIZACIONES PRIME

El análisis por urbanizaciones prime (ultra-prime) introduce un tercer nivel de lectura que es cualitativamente distinto a municipio y CP. Mientras que el CP captura “microespacio urbano” y el municipio mezcla tipologías, las urbanizaciones prime suelen comportarse como submercados altamente segmentados, donde el precio se explica menos por proximidad genérica y más por un “paquete completo” de atributos:

- Privacidad y seguridad
- Parcela y tamaño
- Estatus y reputación del enclave
- Una oferta estructuralmente limitada y poco sustituible

En este contexto, el ranking por €/m² vuelve a ser importante, pero su interpretación cambia: aquí el €/m² no solo remunera “ubicación”, sino también un componente de “capital territorial” (amenities, control de acceso, homogeneidad social y urbanística).



Jerarquía de precio: ultra-prime por enclave

Ordenadas por precio €/m², La Moraleja (6.412 €/m²) lidera con claridad el segmento, seguida por Aravaca (4.951 €/m²) y La Finca (4.294 €/m²). El extremo inferior lo marca Ciudad del Campo (3.121 €/m²).

Esta jerarquía sugiere un gradiente “clásico” del ultra-prime madrileño:

- La Moraleja aparece como el enclave donde el mercado paga más por cada metro cuadrado, lo que suele ser consistente con un equilibrio entre: marca del enclave, oferta limitada y demanda nacional e internacional con alta disposición a pagar por privacidad y estatus.
- Aravaca se sitúa como prime de proximidad urbana estratégica, con €/m² alto pero, como veremos, con un patrón de mercado más profundo en compraventas.
- La Finca tiene un €/m² inferior a La Moraleja pero un importe medio mayor, lo que anticipa un perfil “ultra-ticket” (pocas operaciones, pero de alto valor).
- Ciudad del Campo, aunque cuenta con el €/m² más bajo, no es “barato” en términos económicos: su producto puede ser excepcional en tamaño (lo es) y, por tanto, su ticket permanece muy elevado.

Profundidad del mercado: liquidez vs exclusividad

Las compraventas revelan una división esencial entre urbanizaciones prime:

- Aravaca (892 compraventas) muestra un mercado con mucha más profundidad, es decir, mayor rotación y, previsiblemente, una oferta más amplia o fraccionada. Esto convierte a Aravaca en un submercado prime con potencial de captación más sostenida: hay volumen, por tanto hay pipeline comercial.
- La Moraleja (226 compraventas) se sitúa en un segundo escalón: mercado profundo pero claramente más limitado que Aravaca, lo que suele ser típico de un enclave muy premium con stock menos divisible.
- La Finca (46) y Ciudad del Campo (23) se comportan como mercados muy estrechos: escasas operaciones y, por tanto, elevada sensibilidad a pocas transacciones “grandes”. En estos casos, el análisis debe leerse casi como un mercado de “pieza a pieza”, donde la comparabilidad es baja y el precio puede oscilar por composición de las ventas del periodo.

Ticket y tamaño: el “producto” ultra-prime

La lectura conjunta de importe medio y superficie media define el producto típico:

- La Moraleja: importe medio 1.045.402 € y superficie 231 m². Es un prime donde el ticket se sitúa por encima del millón con viviendas grandes, pero no extremas en tamaño.
- Aravaca: importe medio 992.000 € y superficie 232 m². Similar en tamaño a La Moraleja, pero algo inferior en €/m² y en ticket medio; sugiere un prime muy competitivo en términos de “producto por precio”.
- La Finca: importe medio 1.348.000 € (máximo del bloque) y superficie 233 m². Este dato es altamente informativo: aunque su €/m² sea menor que La Moraleja, el mercado opera con tickets más altos, lo que indica que el producto vendido es “más caro” por vivienda, probablemente por calidad, parcela, o configuración del activo.
- Ciudad del Campo: superficie media 395 m² (claramente diferencial) e importe medio 1.231.000 €. Es decir: ofrece muchísimos metros, pero el €/m² (3.121) es el más bajo. Este patrón es típico de mercados ultra-residenciales “de parcela” donde el lujo se expresa por espacio y privacidad más que por densidad de precio.

Implicación técnica: en urbanizaciones prime, el €/m² por sí solo puede inducir a error. El ticket medio y el tamaño pueden describir un ultra-prime muy exigente aunque el €/m² sea relativamente inferior. Por eso, en la culminación del informe (m² por millón + índice de accesibilidad real) estos enclaves suelen comportarse de forma muy distinta a los CP prime urbanos.

Tabla 11. Urbanizaciones prime (ordenadas por precio €/m²). Indicadores de mercado

Urbanización	PRECIO M2	COMPRAVENTAS	IMPORTE MEDIO	SUPERFICIE MEDIA
LA MORALEJA-28109	6.412	226	1.045.402	231
ARAVACA-28023	4.951	892	992.000	232
LA FINCA-28223	4.294	46	1.348.000	233
CIUDAD DEL CAMPO-28707	3.121	23	1.232.000	395

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Tipología y edad

En urbanizaciones prime, la tipología y la edad son especialmente explicativas porque el producto es menos homogéneo que en CP. En un CP prime urbano, el mercado es casi todo “piso de segunda mano”; aquí, en cambio, la estructura de tipología (casas/pisos) y la presencia de obra nueva pueden cambiar sustantivamente la lectura de la demanda.

Vivienda nueva vs segunda mano: renovación y producto “a estrenar”

La Tabla 12A muestra que en las urbanizaciones prime sigue dominando la segunda mano, pero la obra nueva es más significativa que en los CP ultra-prime urbanos:

- Ciudad del Campo: 13,04% nueva (máximo)
- La Finca: 10,87%
- Aravaca: 8,31%
- La Moraleja: 7,96%

Este patrón sugiere que, aun siendo submercados consolidados, existe mayor capacidad de reposición o desarrollo (o venta de producto reciente) que en el centro histórico prime. En términos de estrategia comercial:

- Donde la obra nueva es más alta, suele existir una demanda de compradores que valoran “entrar sin reforma”, lo que puede acelerar cierre de operaciones y elevar el atractivo para compradores internacionales que buscan reducción de fricciones.
- Donde predomina la segunda mano, la reforma sigue siendo importante, pero en urbanizaciones se orienta a “actualización de vivienda grande” más que a rehabilitación integral de edificio histórico.

Tabla 12A. Urbanizaciones prime (ordenadas por precio €/m²). Vivienda nueva vs segunda mano

Urbanización	VIVIENDA NUEVA	VIVIENDA 2DA MANO
LA MORALEJA-28109	7,96	92,04
ARAVACA-28023	8,31	91,69
LA FINCA-28223	10,87	89,13
CIUDAD DEL CAMPO-28707	13,04	86,96

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Casas vs pisos: el diferencial estructural frente al prime urbano

Este es probablemente el punto más diferenciador respecto al Bloque II. Aquí el prime no es predominantemente “piso”, sino mayoritariamente casa en varios enclaves:

Ciudad del Campo: 82,61% casas

La Moraleja: 67,70% casas

La Finca: 52,17% casas

Solo Aravaca invierte la relación: 74,22% pisos y 25,78% casas, configurando un perfil más “mixto” y más cercano al prime urbano en formato, pero con condiciones residenciales de enclave.

La consecuencia económica es directa: el precio en estas urbanizaciones no está remunerando solo ubicación, sino un “paquete” donde el componente de vivienda unifamiliar (parcela, jardín, privacidad, seguridad) puede dominar. Esto explica por qué: La superficie media es alta en todos los casos (231–233 m²; y 395 m² en Ciudad del Campo) y el ticket es muy elevado incluso con €/m² relativamente menor.

En un informe prime, esta tabla permite justificar técnicamente una idea clave: la accesibilidad real en urbanizaciones prime puede ser “menos restrictiva” por m² (más metros por euro) pero “más restrictiva” por ticket mínimo, porque entrar exige tickets altos debido a tamaños grandes y a la naturaleza del producto.

Tabla 12B. Urbanizaciones prime (ordenadas por precio €/m²). Casas vs pisos

Urbanización	CASAS	PISOS
LA MORALEJA-28109	67,70	32,30
ARAVACA-28023	25,78	74,22
LA FINCA-28223	52,17	47,83
CIUDAD DEL CAMPO-28707	82,61	17,39

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Edad mediana: demanda familiar vs patrimonial

La edad mediana en urbanizaciones prime se sitúa en niveles claramente inferiores a los CP ultrapatrimoniales (Jerónimos/Almagro del Bloque II), lo que es coherente con un prime más ligado a ciclo familiar:

- La Finca: 41
- Ciudad del Campo: 43
- Aravaca: 44
- La Moraleja: 45

El hecho de que La Finca tenga la edad mediana más baja (41) es especialmente informativo: combina ticket medio más alto (1.348.000 €) con un perfil de comprador relativamente más joven. Este patrón encaja con una demanda de alto poder adquisitivo en fase profesional/familiar avanzada, que entra en enclaves de seguridad y privacidad desde edades comparativamente tempranas (frente al prime patrimonial urbano, más envejecido).

Tabla 12C. Urbanizaciones prime (ordenadas por precio €/m²). Edad mediana

Urbanización	EDAD MEDIANA
LA MORALEJA-28109	45
ARAVACA-28023	44
LA FINCA-28223	41
CIUDAD DEL CAMPO-28707	43

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Tramos de edad: estructura generacional del ultra-prime residencial

El reparto por tramos de edad confirma un patrón muy distinto al prime urbano de centro: Los mayores de 70 representan:

- La Moraleja: 24,77%
- Aravaca: 22,42% o La Finca: 16,30%
- Ciudad del Campo: 16,67%

Esto es clave: incluso en La Moraleja, el tramo senior es relevante, pero está muy lejos del 3646% que veíamos en Jerónimos/Almagro. Aquí el ultra-prime es más “residencial activo” y menos “patrimonial envejecido”. Asimismo, los tramos de 31-40 y 41-50 tienen pesos elevados:

- La Finca: 31-40 (28,26%) y 41-50 (19,57%)
- Ciudad del Campo: 41-50 (20,83%)
- La Moraleja: 31-40 (22,57%)
- Aravaca: 31-40 (23,81%)

Esto sugiere una estructura generacional fuertemente orientada a hogares en etapa de consolidación, lo cual encaja con:

- Compra de vivienda más grande
- Estabilidad residencial
- Demanda por entorno seguro y de alto nivel.

Tabla 12D. Urbanizaciones prime (ordenadas por precio €/m²). Tramos de edad (%)

Urbanización	MENORES DE 31	31-40	41-50	51-60	61-70	MAYORES DE 70
LA MORALEJA-28109	11,06	22,57	18,22	12,02	11,36	24,77
ARAVACA-28023	12,60	23,81	17,74	12,21	11,22	22,42
LA FINCA-28223	14,13	28,26	19,57	10,87	10,87	16,30
CIUDAD DEL CAMPO-28707	12,50	25,00	20,83	12,50	12,50	16,67

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Perfil del comprador + extranjeros

Este bloque permite medir dos elementos muy relevantes para la interpretación del ultra-prime:

- Compra por persona jurídica como proxy de sofisticación patrimonial/estructuras de inversión
- Peso de extranjeros como proxy de atractivo global del enclave

Persona jurídica: sofisticación, inversión y planificación patrimonial

Los porcentajes de persona jurídica se sitúan en:

- La Moraleja: 11,95% (máximo del bloque)
- La Finca: 8,70%
- Ciudad del Campo: 8,70%
- Aravaca: 7,54%

La lectura técnica aquí es doble:

- En enclaves con más compra societaria, suele existir mayor presencia de:
 - Estructuras patrimoniales (family offices)
 - Compras por sociedades vehículo
 - Posible componente de inversión o planificación fiscal-patrimonial.
- El hecho de que La Moraleja lidere en persona jurídica refuerza su perfil como enclave donde conviven residencia y patrimonialización del activo

Internacionalización: La Moraleja como polo exterior

El peso de extranjeros muestra diferencias grandes:

- La Moraleja: 23,56% extranjeros
- La Finca: 15,84% • Ciudad del Campo: 13,00%
- Aravaca: 7,36%

Este ranking aporta un resultado muy útil para el informe: dentro del ultra-prime residencial, La Moraleja actúa como polo internacional de primer orden, mientras que Aravaca (aun siendo prime y con gran actividad) aparece como un mercado más doméstico.

Podemos concluir que la internacionalización no depende solo de precio o lujo, sino de:

- “Marca” del enclave
- Redes de expatriados
- Colegios internacionales
- Reputación en mercados exteriores

Tabla 13. Urbanizaciones prime. Perfil del comprador

Urbanización	PERSONA FÍSICA	PERSONA JURÍDICA	NACIONALES	EXTRANJERO
LA MORALEJA-28109	88,05	11,95	76,44	23,56
ARAVACA-28023	92,46	7,54	92,64	7,36
LA FINCA 28223	91,30	8,7	84,16	15,84
CIUDAD DEL CAMPO-28707	91,30	8,7	87,00	13,00

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Composición por nacionalidades en la demanda extranjera

A diferencia del análisis por códigos postales, donde la internacionalización alcanza en algunos casos valores superiores al 30%, en las urbanizaciones prime la demanda extranjera presenta un patrón más concentrado, más polarizado y más dependiente del “enclave” que de la diversidad urbana.

Es decir, en este nivel de análisis, no todas las urbanizaciones prime son igualmente internacionales, y donde lo son, la composición nacional aporta información clave sobre el tipo de comprador y el posicionamiento global del enclave.

Peso de la demanda extranjera sobre el total del mercado

La Tabla 14 muestra la composición del colectivo extranjero dentro de cada urbanización prime, excluyendo (tal como se definió metodológicamente) aquellas nacionalidades con columnas de ceros totales.

El primer resultado relevante es la alta concentración en la categoría “Otros”, que supera el 70% en todos los casos excepto en La Moraleja, donde, aun siendo dominante, deja espacio a nacionalidades concretas.

La Moraleja (28109) presenta la estructura más diversificada del conjunto:

- China: 9,43%
- Francia: 7,55%
- Estados Unidos: 5,66%
- México: 4,72%
- Otros: 72,64%

Esta combinación es característica de un enclave con atractivo internacional amplio, capaz de atraer perfiles muy diversos (ejecutivos, diplomáticos, empresarios, directivos expatriados), sin depender de una única nacionalidad dominante.

La Finca (28223) muestra un patrón distinto:

- China: 13,04%
- Francia: 8,70%
- Otros: 78,26%

Aquí la composición sugiere una internacionalización más selectiva y menos dispersa. El peso de China es relativamente elevado, pero el resto de nacionalidades queda diluido en “Otros”. Esto encaja con un perfil de enclave muy exclusivo, donde el comprador extranjero es menos numeroso pero altamente seleccionado.

- Aravaca (28023) y Ciudad del Campo (28707) presentan un patrón extremo: o 100% “Otros”, con ceros en las nacionalidades desagregadas.

Este resultado no implica ausencia de extranjeros, sino ausencia de masa crítica suficiente de una nacionalidad concreta para ser reportada individualmente. En términos analíticos, esto apunta a una internacionalización residual o muy dispersa, coherente con los bajos porcentajes totales de extranjeros observados previamente (Tabla 13).

Tabla 14. Urbanizaciones prime. Composición de extranjeros (% dentro de extranjeros)

Urbanización	CHINA	FRANCIA	ESTADOS UNIDOS	MÉXICO	ÓTROS
LA MORALEJA-28109	9,43	7,55	5,66	4,72	72,64
ARAVACA-28023	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00
LA FINCA-28223	13,04	8,70	0,00	0,00	78,26
CIUDAD DEL CAMPO-28707	0,00	0,00	0,00	0,00	100,00

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Peso de cada nacionalidad sobre el total del mercado

La Tabla 15 cambia completamente la lectura: ya no mide “quiénes son los extranjeros”, sino qué peso real tienen sobre el conjunto del mercado en cada urbanización prime.

Aquí los resultados refuerzan de forma cuantitativa lo observado en la Tabla 13:

La Moraleja es, con diferencia, el enclave ultra-prime con mayor impacto efectivo del comprador extranjero:

- China: 2,22% del total
- Francia: 1,78%
- Estados Unidos: 1,33%
- México: 1,11%
- Otros: 17,12%

En conjunto, los extranjeros explican 23,56% del mercado, y lo hacen con una base internacional amplia y diversificada. Este patrón es típico de mercados prime con reputación internacional consolidada, donde la demanda exterior no es coyuntural, sino estructural.

La Finca presenta un perfil intermedio:

- China: 2,07%
- Francia: 1,38%
- Otros: 12,39%

El peso total extranjero (15,84%) es significativo, pero claramente inferior al de La Moraleja. Esto sugiere que, aunque es ultra-prime, su atractivo es más selectivo y menos global en términos de volumen.

- Ciudad del Campo muestra 13,00% de extranjeros, todos clasificados como “Otros”. Esto indica un comprador extranjero presente pero muy disperso por nacionalidades, probablemente vinculado a perfiles específicos (por ejemplo, altos directivos o compradores puntuales), sin una base internacional estructurada.
- Aravaca se sitúa en el extremo inferior: o Extranjeros totales: 7,36%, todos en “Otros”.

Esto confirma que Aravaca, pese a su alto volumen de compraventas y su condición prime, es fundamentalmente un mercado doméstico, orientado a demanda nacional de alto poder adquisitivo más que a comprador internacional.

Tabla 15. Urbanizaciones prime. Extranjeros por país (% sobre el total)

Urbanización	CHINA	FRANCIA	ESTADOS UNIDOS	MÉXICO	OTROS
LA MORALEJA-28109	2,22	1,78	1,33	1,11	17,12
ARAVACA-28023	0,00	0,00	0,00	0,00	7,36
LA FINCA-28223	2,07	1,38	0,00	0,00	12,39
CIUDAD DEL CAMPO-28707	0,00	0,00	0,00	0,00	13,00

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



BLOQUE IV: INDICADORES SINTÉTICOS

Los indicadores presentados en este bloque cierran el informe al transformar la información de precios en dos dimensiones clave para el análisis del mercado residencial prime: capacidad residencial (metros cuadrados por millón de euros) y barrera efectiva de acceso (Índice de Accesibilidad Real, IAR).

Ambos indicadores permiten ir más allá de la lectura tradicional basada exclusivamente en el precio por metro cuadrado y facilitan comparaciones consistentes entre municipios, códigos postales y urbanizaciones prime, pese a sus profundas diferencias en tipología, tamaño del producto y estructura del mercado

Rankings (separados por nivel)

Los rankings que se presentan a continuación constituyen el núcleo analítico del informe, en la medida en que convierten variables básicas del mercado inmobiliario (precio y tamaño del producto) en medidas comparables de accesibilidad real al segmento prime. Desde un punto de vista metodológico, el objetivo es superar las limitaciones de los indicadores tradicionales más utilizados:

- El precio medio por metro cuadrado (€/m²) mide la intensidad del valor del suelo y del activo inmobiliario, pero no informa sobre la cantidad de vivienda que puede adquirirse efectivamente con un presupuesto dado.
- El importe medio de compraventa refleja el ticket observado, pero no es directamente comparable entre territorios con tipologías distintas ni permite evaluar la capacidad residencial asociada al precio.

Para resolver estas limitaciones, el informe construye dos indicadores sintéticos complementarios, que capturan dimensiones distintas pero relacionadas del acceso al mercado prime.



Metros cuadrados por millón de euros (m²/M€)

El indicador de metros cuadrados por millón de euros se define como:

$$m^2/M€ = \frac{1.000.000 \text{ €}}{\text{precio medio €/m}^2}$$

Su interpretación es directa: indica la superficie residencial teórica que podría adquirirse con un presupuesto fijo de un millón de euros en cada ámbito territorial.

Propiedades del indicador:

- Es monótonamente decreciente en el precio por metro cuadrado: a mayor €/m², menor superficie accesible.
- Permite comparaciones horizontales entre municipios, códigos postales y urbanizaciones, con independencia de la tipología dominante.
- Mide capacidad residencial bruta, sin incorporar restricciones adicionales del mercado, como el tamaño mínimo del producto disponible, la escasez de oferta, la profundidad del mercado o la heterogeneidad del stock.

Por construcción, este indicador captura la dimensión espacial del acceso, pero no refleja por sí solo las barreras monetarias efectivas de entrada al mercado prime.

Índice DIZA de Accesibilidad Real al Prime (DIZA IAR)

Con el objetivo de complementar el indicador anterior, el equipo de análisis de DIZA Market de DIZA consultores, ha elaborado el Índice DIZA de Accesibilidad Real (IAR), diseñado para medir, de forma comparable entre territorios, la barrera efectiva de entrada al mercado residencial prime.

El DIZA IAR de DIZA Consultores va más allá del precio por metro cuadrado y de la capacidad residencial “teórica” (m² por millón de euros), al centrarse en el coste total del producto representativo que se transacciona en cada ámbito territorial.

El índice se construye a partir de la siguiente formulación:

$$\text{Índice DIZA IAR} = \frac{m^2/M€}{\text{Residencia Media en m}^2}$$

De este modo, el IAR aproxima el coste monetario real de entrada al mercado prime en cada territorio, entendiendo por tal el precio del “producto típico o residencia en media de los metros cuadrados” que compra el demandante representativo.

El IAR no debe interpretarse como una probabilidad, sino como un índice relativo de accesibilidad:

- Valores más altos del IAR indican menores barreras efectivas de entrada dentro del segmento prime.
- Valores más bajos del IAR identifican territorios con mayores restricciones de acceso, asociadas a tickets típicos elevados y a mercados más cerrados o patrimonializados.

Las diferencias observadas en el IAR entre territorios suelen estar asociadas, en la práctica, a características estructurales del mercado (como su profundidad, grado de heterogeneidad o tipología dominante) que no forman parte del cálculo del índice, pero ayudan a interpretar sus resultados.

Ranking por m² por millón de euros. Capacidad residencial efectiva

El ranking municipal por m²/M€ muestra una reordenación completa respecto al ranking por precio €/m², lo que confirma que ambos indicadores capturan dimensiones distintas del mercado.

- Boadilla del Monte (319,59 m²/M€) y Tres Cantos (303,77) lideran el ranking, reflejando mercados donde el producto dominante es de gran tamaño y el precio por metro cuadrado es relativamente menor
- Majadahonda (270,34) y Pozuelo de Alarcón (237,30) ocupan posiciones intermedias.
- Madrid (205,89) y Alcobendas (198,69) cierran el ranking, cierran el ranking por sus precios por m² más elevados, que reducen la capacidad residencial teórica

Desde una perspectiva analítica, este resultado indica que los municipios periféricos prime maximizan la capacidad residencial, mientras que los mercados urbanos densos concentran valor pero restringen el espacio.

Tabla 16A. Ranking Municipios (m² por millón, mayor a menor)

Rango	Municipio	M2 MILLÓN DE EUROS
1	BOADILLA DEL MONTE	319,59
2	TRES CANTOS	303,77
3	MAJADAHONDA	270,34
4	POZUELO DE ALARCÓN	237,30
5	MADRID	205,89
6	ALCOBENDAS	198,69

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Códigos postales (m² por millón de euros)

A nivel de código postal, el indicador m²/M€ permite identificar con precisión la geografía intraurbana de la accesibilidad residencial.

- Prosperidad (162,57 m²/M€) encabeza el ranking, seguida de Plaza Castilla–Cuatro Torres (157,28) y Hispanoamérica (153,47)
- Los CP ultra-prime del centro histórico, Recoletos (86,93), Jerónimos (115,35), Castellana–Lista (104,97), se sitúan sistemáticamente en la parte baja del ranking.

La diferencia entre Prosperidad y Recoletos es especialmente ilustrativa: con el mismo presupuesto, un comprador obtiene casi el doble de superficie en el primero que en el segundo.

Este resultado confirma que el prime urbano no es homogéneo: existen CP claramente prime que, sin ser los más caros, ofrecen mayor accesibilidad espacial y, por tanto, amplían el universo potencial de compradores.

Tabla 16B. Ranking Códigos postales (m² por millón, mayor a menor)

Rango	Códigos Postales / Distritos	M2 MILLÓN DE EUROS
1	28002-PROSPERIDAD	162,57
2	28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	157,28
3	28016-HISPANOAMÉRICA	153,47
4	28036-NUEVAESPAÑA-CASTILLA	141,31
5	28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	136,69
6	28004-JUSTICIA	127,16
7	28010-ALMAGRO	116,26
8	280014-JERÓNIMOS	115,35
9	28006-CASTELLANA-LISTA	104,97
10	28001-RECOLETOS	86,93

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Urbanizaciones prime (m² por millón de euros)

En las urbanizaciones prime, el indicador m²/M€ refleja una lógica estructuralmente distinta a la del prime urbano:

- Ciudad del Campo (320,35 m²/M€) lidera con claridad, seguida de La Finca (232,89) y Aravaca (201,98).
- La Moraleja (155,95) aparece en última posición, pese a ser el enclave con mayor €/m².

Este patrón responde a la dominancia de vivienda unifamiliar de gran tamaño, que permite obtener muchos metros por euro, pero introduce un elemento clave: el ticket mínimo absoluto suele ser elevado, lo que limita el acceso efectivo a perfiles con alta capacidad financiera.

Por tanto, en urbanizaciones prime, una alta capacidad residencial por euro no implica necesariamente alta accesibilidad real, cuestión que justifica la necesidad del segundo indicador (IAR).

Tabla 16C. Ranking Urbanizaciones prime (m² por millón, de mayor a menor)

Rango	Urbanización CIUDAD DEL	M2 POR MILLÓN DE EUROS
1	CAMPO-28707	320,35
2	LA FINCA-28223	232,89
3	ARAVACA-28023	201,98
4	LA MORALEJA-28109	155,95

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Ranking por Índice DIZA de Accesibilidad Real (IAR) – DIZA IAR

El equipo de análisis de DIZA Market ha desarrollado el Índice DIZA de Accesibilidad Real (IAR) con un objetivo concreto: medir de forma comparable, entre territorios, la barrera efectiva de entrada al mercado prime, más allá del precio por metro cuadrado o de métricas “teóricas” de capacidad residencial como los m² por millón de euros. En otras palabras, el DIZA IAR traslada la discusión desde “cuánto cuesta el metro” a “cuánto cuesta entrar”, aproximando el coste real del producto que se compra en cada zona (aproximándose por los metros medios de los inmuebles adquiridos en cada área).

¿Qué es exactamente el DIZA IAR?

El Índice de Accesibilidad Real (IAR) es un indicador sintético construido a partir del ticket típico de acceso (o ticket estructural), que aproxima el coste del producto representativo transaccionado en cada ámbito territorial. Para ello se combinan dos variables observables y comparables:

- Precio por metro cuadrado (€/m²) adquirible con 1 M€
- Superficie media (m²)

Este ticket resume la barrera monetaria real de entrada, porque refleja el precio total del producto que, de forma recurrente, se está comprando en ese municipio o CP. Es, por tanto, una medida operativa: no describe una vivienda ideal, sino el patrón de compra dominante del mercado.

Interpretación del DIZA IAR

El IAR se construye como un índice relativo, diseñado para facilitar comparaciones directas entre territorios:

- $IAR > 1$: mejor accesibilidad real que el nivel de referencia (barrera efectiva de entrada menor).
- $IAR \approx 1$: accesibilidad similar a la referencia.
- $IAR < 1$: barrera de acceso superior a la referencia (tickets típicos altos, menor permeabilidad y/o mayor componente patrimonial).

En términos intuitivos, conviene subrayar dos ideas:

- Un IAR alto no implica “barato”: significa que, dentro del universo prime analizado, el ticket típico es relativamente menor, lo que suele asociarse a mercados con más puntos de entrada (más variedad de producto o mayor heterogeneidad).
- Un IAR bajo identifica enclaves donde el prime opera como un mercado de acceso difícil, con presión patrimonial, menor diversidad de producto y una entrada más restringida para presupuestos intermedios.



¿Qué aporta el ranking por DIZA IAR frente al ranking por m²/M€?

El ranking por IAR añade una lectura más completa porque corrige interpretaciones incompletas que pueden surgir cuando solo se utiliza el indicador m²/M€:

- Zonas con viviendas relativamente grandes pueden ofrecer un “buen” m²/M€, pero seguir siendo poco accesibles si el ticket total es elevado (es decir, si para entrar hay que asumir importes muy altos).
- A la inversa, zonas con m²/M€ bajos (pocos metros por millón) pueden resultar más accesibles en la práctica si el mercado es profundo y heterogéneo, permitiendo entradas por producto más pequeño o por subsegmentos dentro del prime.

El IAR permite ordenar los territorios según una lógica más cercana a la realidad de mercado: la accesibilidad no se decide por el metro, sino por el ticket típico que exige el producto representativo.

Municipios (Índice DIZA de accesibilidad real al prime)

A nivel municipal, el IAR sitúa a:

- Madrid (2,26) en primera posición
- seguida de Tres Cantos (1,74) y Majadahonda (1,55)

Este resultado refleja que, pese a su menor capacidad residencial por euro, Madrid ofrece mayor accesibilidad efectiva debido a:

- Elevada profundidad de mercado
- Gran heterogeneidad del stock
- coexistencia de múltiples submercados con distintos tickets de entrada

Por el contrario, municipios con vivienda muy grande y tickets elevados (como Pozuelo o Boadilla) presentan valores IAR más bajos, lo que indica mayores barreras de entrada efectivas, especialmente para compradores con presupuestos intermedios.

Tabla 17A. Ranking Municipios (DIZA IAR, de mayor a menor)

Rango	Municipio	ÍNDICE ACCESIBILIDAD REAL
1	MADRID	2,26
2	TRES CANTOS	1,74
3	MAJADAHONDA	1,55
4	ALCOBENDAS	1,46
5	BOADILLA DEL MONTE	1,24
6	POZUELO DE ALARCÓN	1,17

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Códigos postales (Índice DIZA de accesibilidad real al prime)

El ranking por CP confirma y refina la lectura anterior:

- Prosperidad (1,64) y Plaza Castilla–Cuatro Torres (1,52) lideran la accesibilidad real
- Ibiza–Niño Jesús (1,33) y Hispanoamérica (1,33) conforman un grupo intermedio
- Recoletos (0,91), Jerónimos (0,96) y Castellana–Lista (0,97) se sitúan como los CP con mayores barreras de acceso

Desde el punto de vista técnico, estos CP combinan:

- Precios muy elevados
- Superficies medias reducidas
- Baja heterogeneidad del stock
- Fuerte presión patrimonial

Tabla 17B. Ranking Códigos postales (DIZA IAR, de mayor a menor)

Rango	Códigos Postales / Distritos	ÍNDICE ACCESIBILIDAD REAL
1	28002-PROSPERIDAD	1,64
2	28046-PLAZA CASTILLA-CUATRO TORRES	1,52
3	28009-IBIZA-NIÑO JESÚS	1,33
4	28016-HISPANOAMÉRICA	1,33
5	28036-NUEVAESPAÑA-CASTILLA	1,18
6	28004-JUSTICIA	1,09
7	28010-ALMAGRO	1,01
8	28006-CASTELLANA-LISTA	0,97
9	280014-JERÓNIMOS	0,96
10	28001-RECOLETOS	0,91

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Urbanizaciones prime (Índice DIZA de accesibilidad real al prime)

En las urbanizaciones prime, el ranking IAR muestra que:

- Aravaca (1,61) es el enclave con mayor accesibilidad real, gracias a su elevada profundidad de mercado y mezcla tipológica
- Ciudad del Campo (1,38) queda penalizada por su escasa liquidez, pese a su gran tamaño medio
- La Moraleja (1,21) y La Finca (1,06) presentan las mayores barreras de acceso, debido a la combinación de precios, exclusividad y tickets elevados

Este resultado confirma que el ultra-prime residencial es estructuralmente restrictivo, incluso cuando ofrece una alta capacidad residencial por euro.

Tabla 17C. Ranking Urbanizaciones prime (DIZA IAR, de mayor a menor)

Rango	Urbanización	ÍNDICE ACCESIBILIDAD REAL
1	ARAVACA-28023	1,61
2	CIUDAD DEL CAMPO-28707	1,38
3	LA MORALEJA-28109	1,21
4	LA FINCA-28223	1,06

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Comparación entre el ranking por €/m² y el ranking por DIZA IAR

Una de las aportaciones clave del Informe de DIZA Market de DIZA Consultores es mostrar, de forma empírica, que ordenar el mercado prime por precio no equivale a ordenarlo por accesibilidad. Ambos rankings responden a preguntas distintas y, por tanto, generan lecturas complementarias, pero no intercambiables.

- El ranking por €/m² responde a la pregunta: ¿dónde es más caro el metro cuadrado?
- El ranking por Índice DIZA de Accesibilidad Real al prime (DIZA IAR) responde a otra distinta: ¿dónde es más fácil —o más difícil— acceder realmente al mercado prime?

Esta diferencia es clave para entender el funcionamiento real del mercado.

¿Por qué los rankings no coinciden?

El €/m² mide densidad de precio, pero ignora el tamaño del producto que se compra. El DIZA IAR, en cambio, incorpora el ticket típico de entrada, combinando precio y superficie, y aproxima de forma más precisa la barrera monetaria real a la que se enfrenta un comprador.

Como resultado:

- Existen mercados con €/m² muy elevados que siguen siendo relativamente accesibles porque permiten entrar con productos más pequeños o diversos.
- Existen también mercados con €/m² más moderados que resultan muy poco accesibles, porque exigen tickets mínimos muy elevados.

La Tabla 18A muestra que, a escala municipal, el €/m² puede inducir a error si no se cruza con tamaño y ticket. El DIZA IAR corrige esta distorsión.

Tabla 18A · Municipios. Comparación rankings €/m² y DIZA IAR

Tipo de municipio	Lectura por	DIZA IAR	Interpretación
Prime urbano denso (Madrid)	€/m ² Precio alto	Accesibilidad intermedia	El €/m ² es elevado, pero la diversidad de producto permite entradas por tickets más contenidos
Prime residencial de tamaño (Pozuelo, Boadilla)	€/m ² más bajo	Accesibilidad limitada	El tamaño mínimo eleva el ticket y restringe el acceso real
Prime mixto (Alcobendas)	€/m ² muy alto	Accesibilidad relativamente mejor	Combina pisos y unifamiliares, generando más puntos de entrada

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Del “prime más caro” al “prime más excluyente”. La Tabla 18B muestra que el DIZA IAR permite distinguir entre códigos postales caros pero funcionales y CP que operan como auténticos mercados de exclusión patrimonial.

Tabla 18B · Códigos Postales (CP). Comparación rankings €/m² y DIZA IAR

Tipo IPC	Ranking €/m ²	Ranking DIZA IAR	Que nos está diciendo
Ultra prime patrimonial (Recoletos, Jerónimos)	Muy alto	Bajo	Precios extremos + tamaños rígidos = barrera de entrada muy elevada
Prime consolidado funcional (Castellana–Lista, Justicia)	Alto	Medio	Mercado caro pero con más rotación y algo más de permeabilidad
Prime accesible dinámico (Ibiza–Niño Jesús, Prosperidad)	Medio-alto	Alto	Mayor diversidad de producto y tickets más “operables”

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Cuando el €/m² puede inducir a error. La Tabla 18C muestra que, en urbanizaciones prime, el €/m² es un indicador especialmente limitado: el ticket mínimo domina la accesibilidad real.

Tabla 18C · Urbanizaciones Prime). Comparación rankings €/m² y DIZA IAR

Urbanización	Lectura por €/m ²	Lectura por DIZA IAR	Implicación real
La Moraleja	Muy alto	Accesibilidad limitada	El tamaño medio y el ticket mínimo restringen el acceso
La Finca	€/m ² inferior	Muy baja accesibilidad	El ticket es extremadamente alto pese a €/m ² no extremo
Aravaca	€/m ² medio	Accesibilidad relativamente mejor	Mayor profundidad y tickets algo más contenidos
Ciudad del Campo	€/m ² bajo	Accesibilidad muy baja	Muchísimos metros, pero ticket mínimo muy elevado

Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.



Fuente: DIZA Market, elaboración propia a partir de datos del Portal Estadístico del Notariado.

Comparar ambos rankings permite entender cómo funciona realmente el mercado prime:

- El €/m² ordena estatus y presión de precio.
- El Índice DIZA de Accesibilidad Real al prime (DIZA IAR) ordena posibilidad real de entrada.

En consecuencia, el análisis de DIZA Market de DIZA Consultores demuestra que el verdadero diferencial del prime no es únicamente dónde es más caro, sino dónde se puede acceder y en qué condiciones. Este cruce de rankings transforma una lectura descriptiva del mercado en una herramienta operativa para compradores, inversores y operadores profesionales.

Figura 19 · Del precio a la accesibilidad real. Comparación entre ranking por €/m² y ranking por DIZA IAR

Precio €/m ²	Mayor €/m ²	<p>Ultra prime excluyente (€/m² alto · DIZA IAR bajo)</p> <p>Muy caro y muy difícil de acceder. Mercados con precios extremos y barrera de entrada muy elevada. El acceso está restringido por ticket mínimo alto, tamaños rígidos y escasa variedad de producto.</p> <p>Ej. Recoletos, Jerónimos, La Finca <i>Prime de prestigio y conservación patrimonial, no de acceso.</i></p>	<p>Prime caro pero funcional (€/m² alto · DIZA IAR medio)</p> <p>Muy caro, pero todavía operable. Mercados caros, pero con algo más de permeabilidad, gracias a mayor rotación y diversidad de producto.</p> <p>Ej. Castellana–Lista; Justicia; Almagro <i>El precio es alto, pero todavía existen puntos de entrada.</i></p>
	Menor €/m ²	<p>Prime de tamaño / exclusión por ticket (€/m² medio/bajo · DIZA IAR bajo)</p> <p>El €/m² engaña: el ticket mínimo excluye. Mercados donde el €/m² puede parecer “razonable”, pero el tamaño mínimo del producto dispara el ticket, generando exclusión efectiva.</p> <p>Ej. Pozuelo; Boadilla; Ciudad del Campo; La Moraleja <i>No es el metro lo que excluye, es el tamaño.</i></p>	<p>Prime accesible dinámico (€/m² medio/alto · DIZA IAR alto)</p> <p>No es barato, pero se puede entrar. Mercados donde el prime es operable, con tickets más contenidos y mayor profundidad.</p> <p>Ej. Ibiza–Niño Jesús; Prosperidad; Aravaca <i>Prime funcional, con acceso real para presupuestos altos pero no extremos.</i></p>
		Baja accesibilidad	Alta accesibilidad

Índice DIZA de Accesibilidad Real (DIZA IAR)

CONCLUSIONES

La accesibilidad como nueva frontera del análisis prime

El análisis desarrollado por DIZA Market de DIZA Consultores permite extraer conclusiones sólidas, tanto desde una perspectiva técnica como estratégica, sobre la estructura, la dinámica y el grado de accesibilidad del mercado residencial prime en Madrid y su entorno. El informe evidencia que el prime no puede entenderse únicamente como un fenómeno de precios, sino como un sistema complejo en el que interactúan localización, producto, demanda, estructura patrimonial y barreras reales de entrada.

El precio no es un buen indicador de accesibilidad

La primera conclusión, y probablemente la más relevante, es que los rankings tradicionales basados en el €/m² no reflejan adecuadamente la accesibilidad real al prime. Municipios, códigos postales y urbanizaciones con precios muy elevados pueden mostrar comportamientos radicalmente distintos cuando se analizan desde la óptica del ticket típico y de las barreras estructurales de entrada.

En particular, el análisis de DIZA Market de DIZA Consultores pone de manifiesto que:

- Existen territorios con precios elevados que, gracias a su profundidad de mercado y heterogeneidad de producto, resultan relativamente accesibles.
- A la inversa, existen enclaves con precios moderados por metro cuadrado que imponen barreras muy altas debido a tamaños mínimos elevados y tickets de entrada estructuralmente altos.

El prime es un continuo, no una categoría binaria

El informe demuestra que el mercado prime no puede clasificarse de forma dicotómica (prime / no prime), sino que opera como un continuo de accesibilidad decreciente. En este continuo conviven:

- Un prime accesible, caracterizado por mayor diversidad de producto y rotación.
- Un prime intermedio, con barreras crecientes pero aún permeables.
- Un prime excluyente, donde la combinación de precio, escasez y tipología limita severamente el acceso.

Esta jerarquía solo emerge con claridad cuando se utilizan indicadores sintéticos como los m²/M€ y el Índice DIZA de Accesibilidad Real al prime (DIZA IAR), desarrollado por DIZA Market de DIZA Consultores.

El “prime real” es microespacial

El análisis por códigos postales confirma que el prime se define a escala microespacial, no municipal. Dentro de un mismo municipio coexisten submercados con niveles de accesibilidad muy distintos, lo que refuerza la necesidad de análisis de alta resolución para cualquier estrategia de inversión, captación o posicionamiento comercial.

En este contexto, algunos códigos postales urbanos funcionan como mercados prime relativamente líquidos y accesibles, mientras que otros operan como mercados patrimoniales altamente restrictivos, aun estando geográficamente próximos.

Las urbanizaciones prime responden a una lógica propia

Las urbanizaciones prime constituyen un segmento específico del mercado, con dinámicas diferenciadas:

- Alta capacidad residencial por euro.
- Predominio de vivienda unifamiliar.
- Tickets de entrada elevados.
- Mercados estrechos y selectivos.

En estos enclaves, la accesibilidad no está limitada tanto por el €/m² como por el tamaño mínimo del producto y la escasez de oferta, lo que restringe el acceso efectivo incluso a compradores con alto poder adquisitivo. El análisis de DIZA Market de DIZA Consultores muestra que el prime residencial metropolitano no es homogéneo, sino estructuralmente segmentado.

La internacionalización no es condición necesaria para el ultra-prime

El informe evidencia que la presencia de demanda extranjera, aun siendo relevante en determinados enclaves, no es una condición necesaria para alcanzar niveles elevados de precio o ticket. Existen mercados ultra-prime con fuerte componente internacional y otros eminentemente domésticos que alcanzan niveles similares de exclusividad por razones distintas.

Este resultado tiene implicaciones directas para la segmentación de la demanda y el diseño de estrategias comerciales diferenciadas, especialmente en un contexto de creciente competencia entre enclaves prime.

El Índice DIZA de Accesibilidad Real como herramienta operativa

La principal aportación metodológica del informe de DIZA Market de DIZA Consultores es la construcción del Índice DIZA de Accesibilidad Real al prime (DIZA IAR), que permite ordenar territorios según sus barreras efectivas de entrada y no solo por su coste nominal.

El DIZA IAR proporciona una herramienta operativa para:

- Identificar mercados prime con potencial de ampliación de demanda.
- Detectar enclaves estructuralmente excluyentes.
- Ajustar estrategias de producto, precio y captación al perfil real del mercado.

En conjunto, el informe demuestra que la accesibilidad es la variable clave para comprender el presente y el futuro del mercado prime. En un contexto de precios elevados y creciente sofisticación de la demanda, el análisis inmobiliario avanzado debe desplazarse desde el “cuánto cuesta” hacia el “quién puede acceder y en qué condiciones”.

Este cambio de enfoque, impulsado por el análisis de DIZA Market de DIZA Consultores y el Índice DIZA de Accesibilidad Real al prime (DIZA IAR), no solo mejora la comprensión del mercado, sino que proporciona una base más sólida para la toma de decisiones estratégicas por parte de compradores, inversores y operadores profesionales del segmento prime.





DIZA Consultores

Febrero 2026