

LOS JÓVENES Y EL MERCADO DE LA VIVIENDA EN 2025

Crece hasta el 43% los jóvenes que demandan una vivienda en propiedad como un seguro para el futuro

- La visión a largo plazo impacta en el atractivo de la compraventa por encima de consideraciones coyunturales como los salarios o las hipotecas
- Casi la mitad de los menores de 35 años recurren al alquiler por la dificultad económica de adquirir un piso
- La voluntad de independencia se mantiene como principal motivo personal de los jóvenes para buscar vivienda
- [Aquí se puede descargar el informe completo "Los jóvenes y el mercado de la vivienda en 2025"](#)

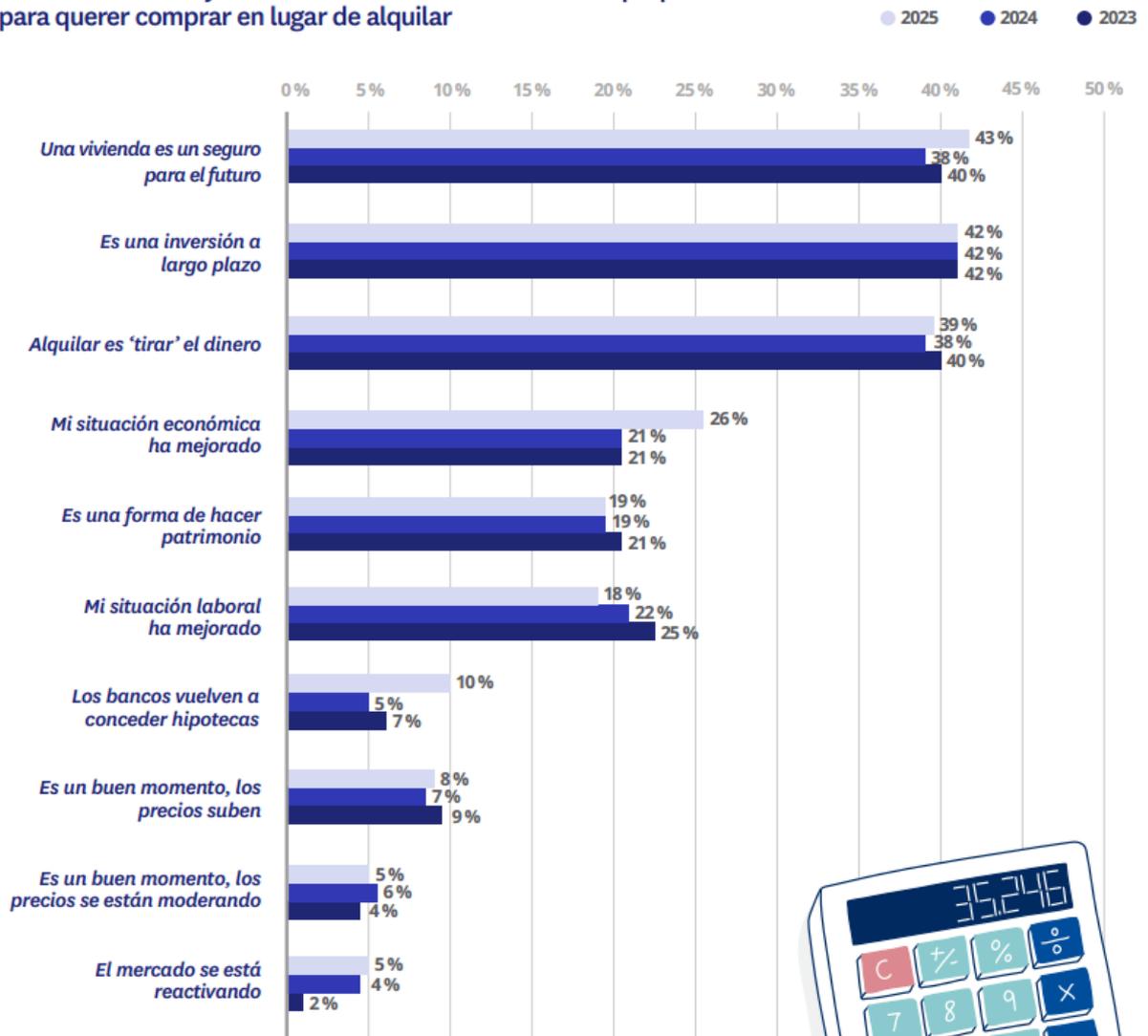
Madrid, 24 de septiembre de 2025

El auge de los precios de la vivienda y la creciente dificultad de acceso a un inmueble residencial están calando en la mentalidad de los jóvenes y en su aproximación al mercado inmobiliario. Así, cada vez son más los españoles menores de 35 años que prefieren comprar en lugar de alquilar, ya que consideran la vivienda como un seguro para su futuro. Concretamente, el 43% de los jóvenes demandantes de vivienda en propiedad defienden esta opinión, cinco puntos más que en 2024, según las cifras del **informe "[Los jóvenes y el mercado de la vivienda en 2025](#)"**, elaborado por **Fotocasa Research**.

“La diferencia entre una cuota hipotecaria y la renta de alquiler está redefiniendo las preferencias residenciales de los menores de 35 años. La paradoja de que resulte más asequible comprar que alquilar en muchas localizaciones, unida al tradicional arraigo cultural por la propiedad en España, está cambiando el comportamiento de los jóvenes que ven una forma de generar patrimonio y tener seguridad a largo plazo. Así, una cuota hipotecaria media cercana a los 1.300 euros

para un inmueble valorado en 400.000 euros contrasta con los 1.800 euros que costaría arrendar esa misma vivienda, lo que explica que cada vez más jóvenes perciban la compra como una alternativa no solo económica”, **explica María Matos, directora de Estudios y portavoz de Fotocasa.**

G6. Motivos de los jóvenes demandantes de vivienda en propiedad para querer comprar en lugar de alquilar



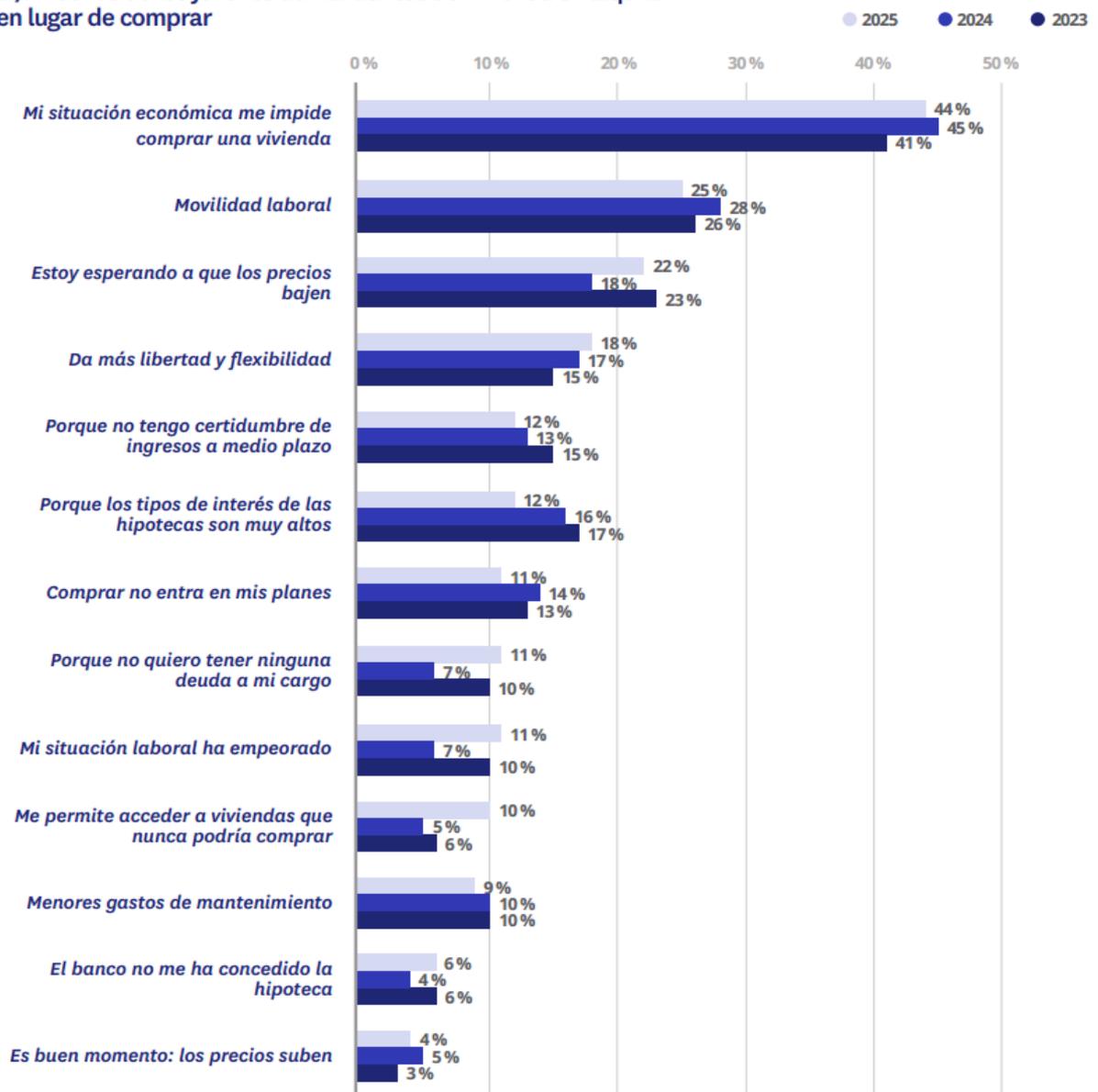
La preferencia de una parte de los jóvenes por la compra de un inmueble en lugar del alquiler está claramente influenciada por una visión de la vivienda como un activo económico de futuro. Así, **el 42% defienden que adquirir un piso es una inversión a largo plazo, un 39% aseguran que alquilar es tirar el dinero, y el 19% argumentan que es una forma de hacer patrimonio.** Por otro lado, existen también otras motivaciones coyunturales: un 26% de los jóvenes admiten que prefieren la compra de una vivienda al alquiler puesto que su situación económica

ha mejorado, mientras que el 10% apuntan a la mejora en la concesión de hipotecas.

El alquiler, más vinculado a la economía que a la flexibilidad

Si se pone el foco en los jóvenes que prefieren alquilar en lugar de comprar una vivienda, sus motivaciones están más fuertemente ligadas a cuestiones económicas que a la flexibilidad que ofrece el hecho de ser inquilinos. Actualmente, **un 44% de este colectivo se decanta por el alquiler porque su situación económica les impide comprar una vivienda**, mientras que el 22% admiten que están esperando que los precios bajen.

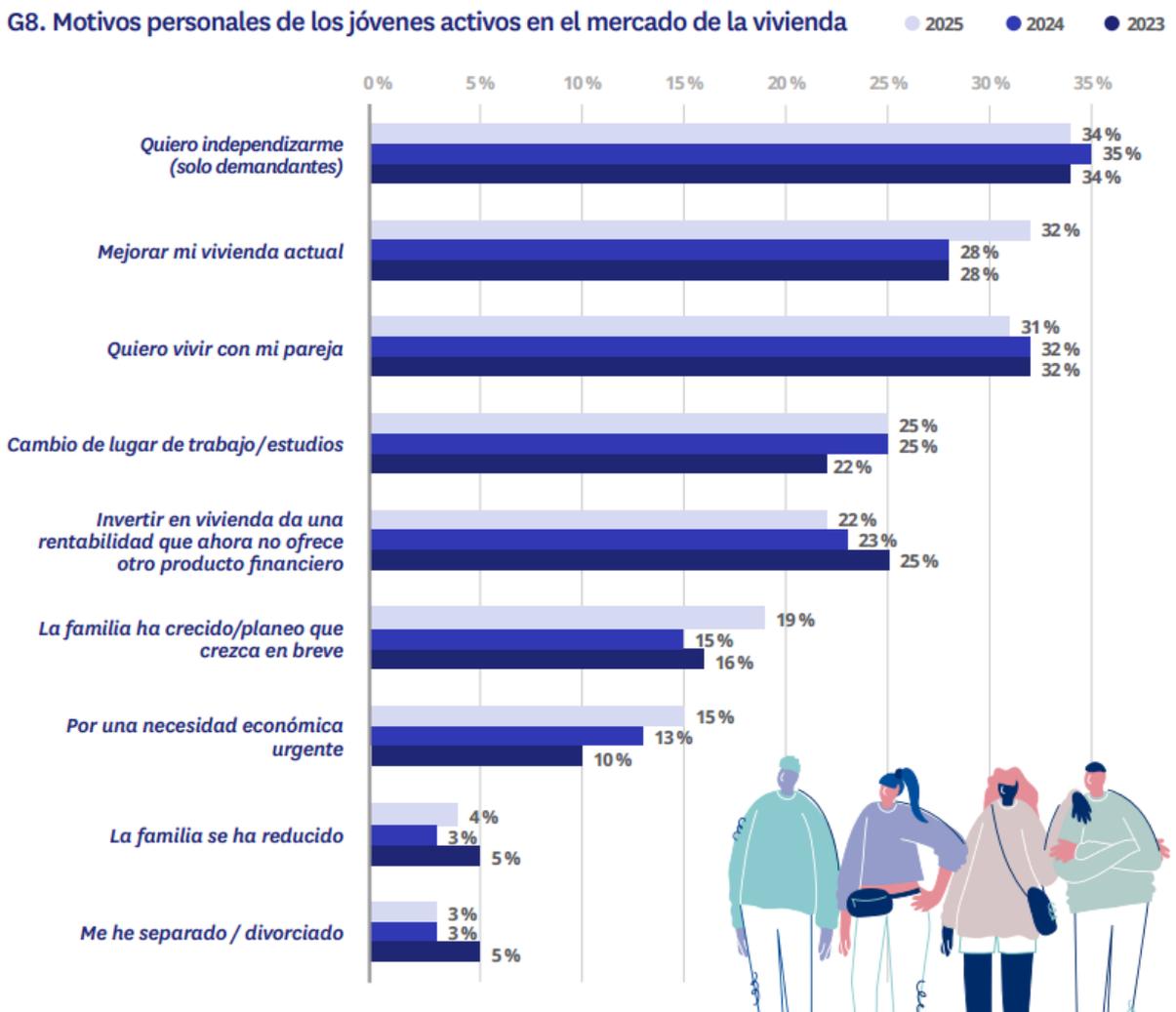
G7. Motivos de los jóvenes demandantes de vivienda en alquiler en lugar de comprar



A una notable distancia, aparecen otras consideraciones más relacionadas con la elasticidad que ofrece el alquiler, como la movilidad laboral (25%), la libertad y flexibilidad (18%), la incertidumbre sobre los ingresos personales a medio plazo (12%), o la aversión a contraer deudas (11%). **Otras motivaciones más coyunturales como el precio de las hipotecas siguen apareciendo (12%), pero en menor medida que en años anteriores**, a causa de la relajación del euríbor.

La voluntad de independencia se mantiene como principal motivo de los jóvenes para buscar vivienda

G8. Motivos personales de los jóvenes activos en el mercado de la vivienda



Si se atiende a las motivaciones estrictamente personales en la búsqueda de vivienda, ya sea de compra o de alquiler, la voluntad de independencia sigue siendo la principal consideración que mueve a los jóvenes españoles: un 34% de los activos en el mercado inmobiliario señalan esta opción, en línea con lo registrado durante los últimos años. Por otro lado, **existen otras**

consideraciones destacables, como el hecho de mejorar su vivienda actual, o la voluntad de convivir con la pareja sentimental (ambas opciones, con un 32% de menciones). Tras estas motivaciones, aparecen otras como el proyecto de cambiar de lugar de trabajo o de estudios (25%), la inversión en una vivienda como activo financiero (22%), o la ampliación de la familia (19%).

Sobre Fotocasa

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

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

[Más información sobre Fotocasa.](#)

Sobre Adevinta

Adevinta es un grupo de empresas líder en marketplaces digitales y una de las principales empresas del sector tecnológico del país, con más de 18 millones de usuarios únicos al mes en sus plataformas de los sectores inmobiliario ([Fotocasa](#) y [habitaclia](#)), empleo ([InfoJobs](#)), motor ([coches.net](#) y [motos.net](#)) y compraventa de artículos de segunda mano ([Milanuncios](#)).

Los negocios de Adevinta han evolucionado del papel al online a lo largo de más de 40 años de trayectoria en España, convirtiéndose en referentes de Internet. Con sede en Barcelona, la compañía cuenta con una plantilla de más de 1.000 personas comprometidas con fomentar un cambio positivo en el mundo a través de tecnología innovadora, otorgando una nueva oportunidad a quienes la están buscando y dando a las cosas una segunda vida.

Adevinta tiene presencia mundial en 10 países. El conjunto de sus plataformas locales recibe un promedio de 2.500 millones de visitas cada mes.

Más información en [adevinta.es](#)

Departamento Comunicación Fotocasa

Anais López

comunicacion@fotocasa.es

620 66 29 26