

LOS JÓVENES Y EL MERCADO DE LA VIVIENDA EN 2025

Suben hasta el 63% los jóvenes que prevén comprar una vivienda en un plazo máximo de cinco años

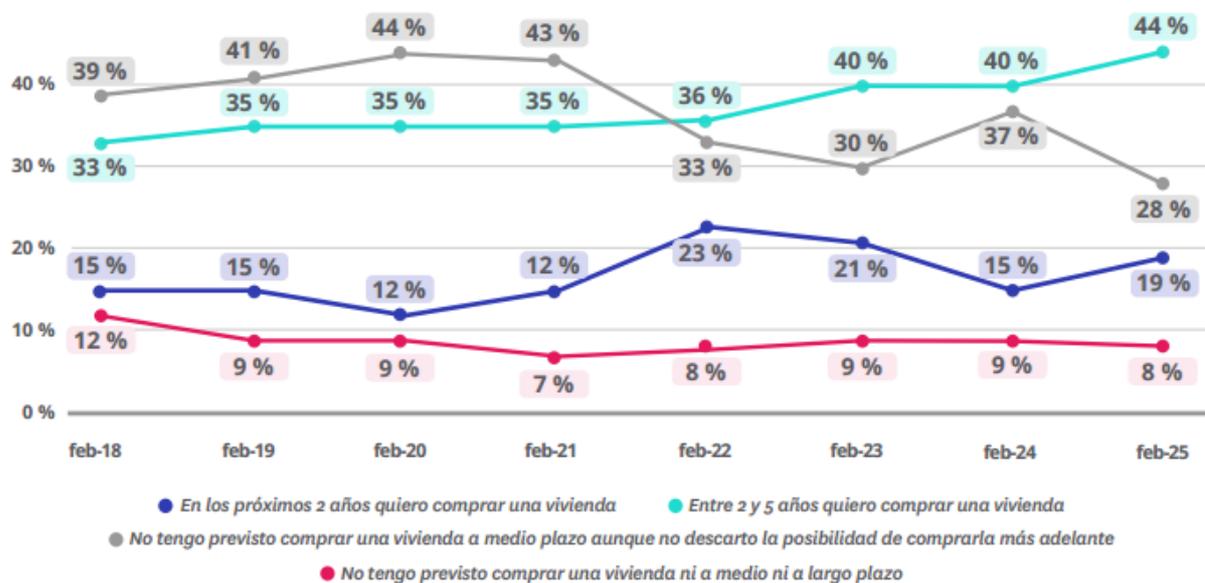
- Crecen cuatro puntos, hasta el 44%, los menores de 35 años que tienen intención de adquirir un inmueble en un periodo de dos a cinco años
- Los jóvenes que planean comprar una vivienda en los próximos 24 meses crecen también cuatro puntos, hasta el 19%
- Los altos precios del mercado inmobiliario destacan de forma abrumadora como principal obstáculo para sufragar un piso
- [Aquí se puede descargar el informe completo "Los jóvenes y el mercado de la vivienda en 2025"](#)

Madrid, 29 de septiembre de 2025

Cada vez más jóvenes planean comprar una vivienda a corto y medio plazo: actualmente **un 44% de los menores de 35 años que no han participado recientemente en este mercado tienen la intención de adquirir un inmueble en un periodo de dos a cinco años**, lo que representa un porcentaje cuatro puntos superior al registrado hace un año. Es más, se trata de una tendencia al alza a nivel histórico, ya que esta tasa ha ido creciendo en los últimos años y se sitúa once puntos porcentuales por encima de la apuntada en 2018, cuando se encontraba en un 33%. Además, también se incrementa el porcentaje de jóvenes que prevén comprar una vivienda en un plazo más breve de tiempo. En el primer semestre de 2025, un 19% de los españoles menores de 35 declaran que quieren adquirir un piso en un plazo inferior a dos años, también cuatro puntos más que en el año anterior. **Agregando estas cifras, se observa que actualmente el 63% de los jóvenes tiene intención de comprar una vivienda** en un plazo máximo de cinco años, ocho puntos más que en 2024, según las cifras del **informe "[Los jóvenes y el mercado de la vivienda en 2025](#)"**, elaborado por **[Fotocasa Research](#)**.

“Las expectativas de acceso a la propiedad entre los menores de 35 años están cambiando con fuerza. Casi dos de cada tres jóvenes prevén convertirse en propietarios en los próximos cinco años, un fenómeno impulsado tanto por el arraigo cultural hacia la vivienda en propiedad en España como por la creciente presión de los precios del alquiler. Sin embargo, la realidad en muchas ocasiones es otra: los obstáculos económicos y las limitaciones de ahorro son más fuertes que nunca consolidando la percepción de inaccesibilidad al mercado por parte de este colectivo que, paradójicamente, es el que más interactúa con el mercado y el que más dificultades se encuentra”, **explica María Matos, directora de Estudios y portavoz de Fotocasa.**

G10. Intención de compra de vivienda por parte de los jóvenes (18-34 años)

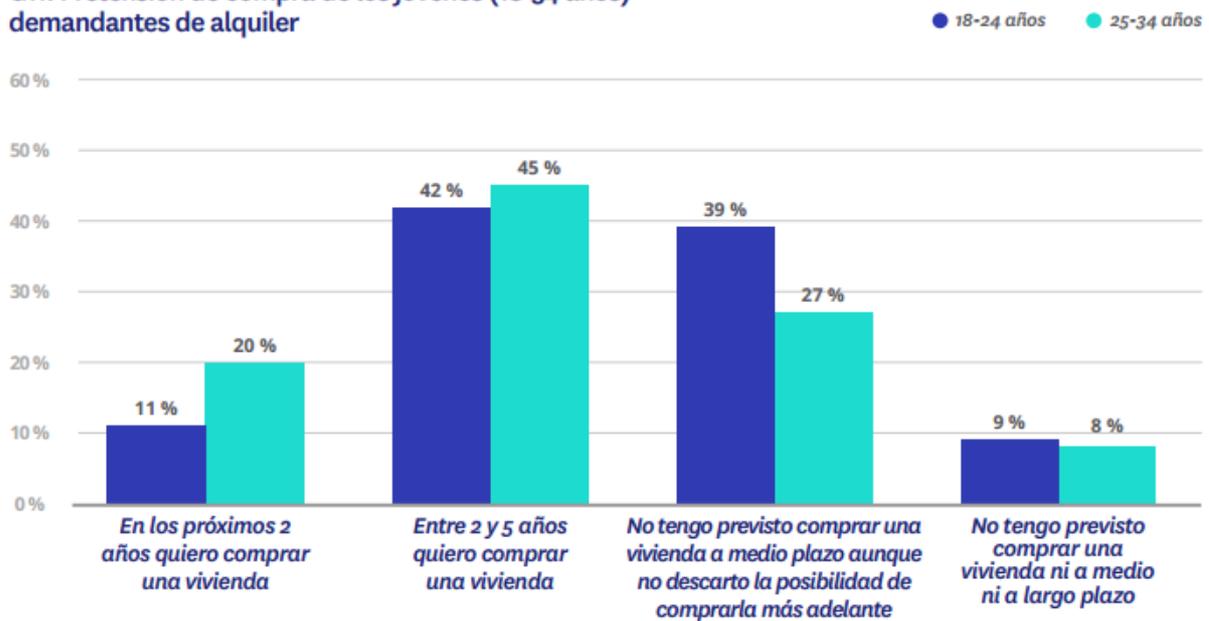


Una mayoría de jóvenes inquilinos también planea entrar en el mercado de la vivienda en propiedad

Si se pone el foco en la pretensión de compra entre los jóvenes que actualmente son demandantes de vivienda de alquiler, se observa una **tendencia similar**: un 62% de estos prevén comprar un inmueble en un plazo máximo de cinco años (seis puntos más que en 2024). De estos, un 18% planea hacerlo en los próximos dos años, mientras que el 44% estudia comprar una vivienda en un plazo de dos a cinco años. Si se desgrena este colectivo joven en dos grupos de edad (los que tienen de 18 a 24 años y los que tienen de 25 a 34 años), se pueden detallar algunas diferencias. El grupo más junior no tiene una

intención de compra a corto plazo (en los próximos dos años) tan extendida (representan únicamente el 11%) en comparación con el colectivo más senior (20%). Con todo, estos porcentajes tienden a igualarse en el medio plazo, puesto que un 42% de los jóvenes de 18 a 24 años y un 45% del grupo de 25 a 34 años estudian adquirir una vivienda en un plazo entre dos y cinco años.

G11. Pretensión de compra de los jóvenes (18-34 años) demandantes de alquiler

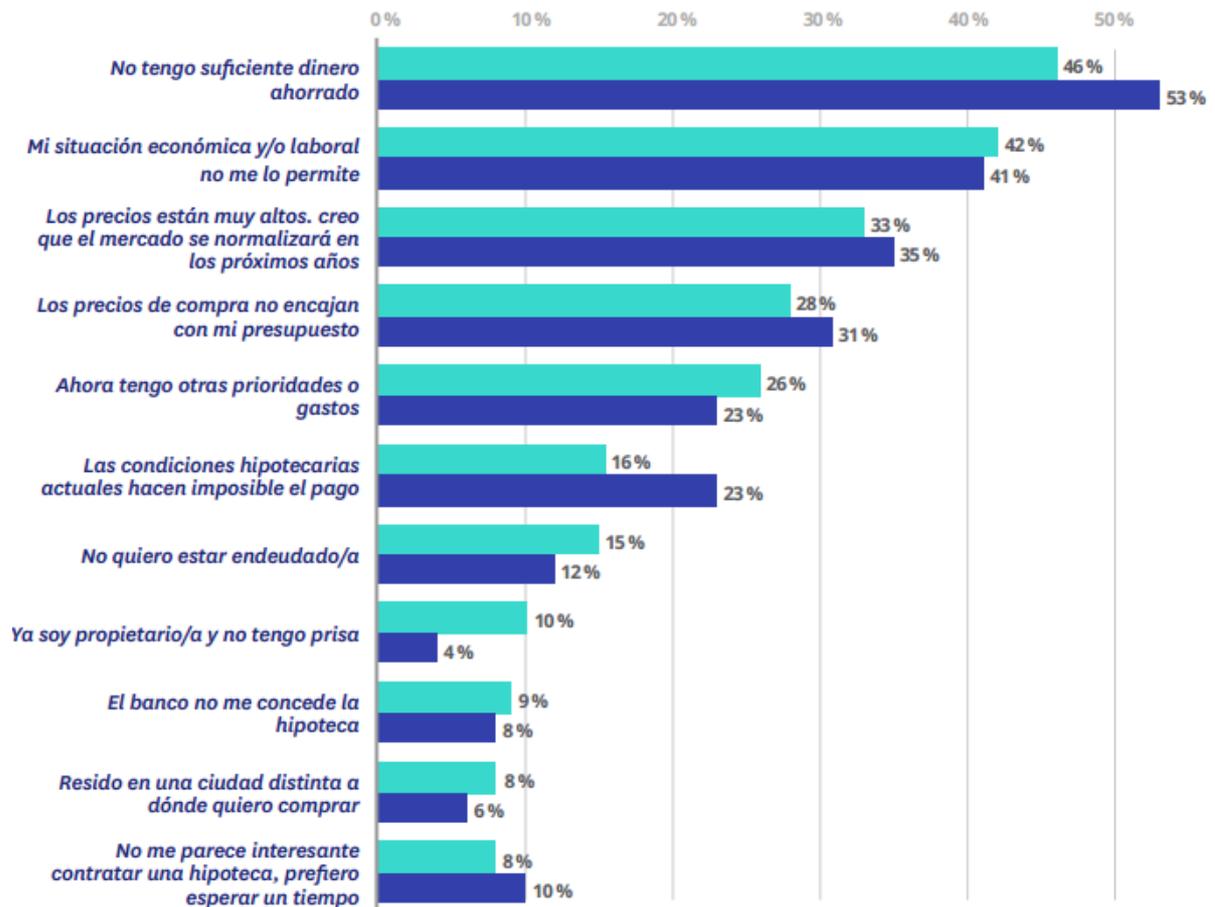


Las cuestiones económicas son la principal razón para posponer la compra de vivienda

Cuando se pregunta a los jóvenes españoles cuáles son las razones para posponer la compra de una vivienda, las motivaciones económicas se esgrimen como el principal obstáculo. De esta manera, **el 46% de los menores de 35 indican que no tienen suficiente dinero ahorrado para pagar un piso, mientras que un 42% señalan que su situación económica o laboral se lo impide**. Por otro lado, el 33% aseguran que los precios del mercado inmobiliario están muy altos, y un 28% apuntan que estas valoraciones actuales no encajan con su presupuesto. Más de uno de cada cuatro (26%) afirman que ahora tienen otras prioridades o gastos, y un 16% lamentan que las condiciones hipotecarias actuales han imposibilitado la operación. No obstante, este último porcentaje se ha reducido en siete puntos en comparación con 2024, gracias a la reducción de los tipos de interés del euro y la mejora de las condiciones hipotecarias.

G12. Motivos para posponer la compra por parte de los jóvenes que pretenden comprar en los próximos cinco años

● 2025 ● 2024



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

Anaïs López

comunicacion@fotocasa.es

620 66 29 26