

TENDENCIAS DEL MERCADO DE LA VIVIENDA

Internet, colegios y trenes: las condiciones de los demandantes de vivienda para mudarse a la España Vaciada

- El 76% de quienes quieren mudarse a una zona rural considera imprescindible disponer de centros de salud, hospitales o colegios cerca
- Las infraestructuras de transporte ya son el segundo requisito más importante y superan levemente a la conexión a internet
- Crece la importancia de encontrar empleo en la zona, en línea con el aumento de quienes cambian de trabajo para mudarse a un pueblo

Madrid, 13 de agosto de 2026

El interés por vivir en la España Vaciada continúa creciendo, pero los demandantes de vivienda tienen claro que el cambio solo será posible si los pueblos ofrecen unas condiciones mínimas para desarrollar su proyecto de vida. Actualmente, seis de cada diez particulares planean mudarse a una zona rural o les gustaría hacerlo. Sin embargo, la decisión depende cada vez menos del atractivo del entorno y más de cuestiones prácticas como la cercanía de servicios esenciales, las buenas conexiones de transporte, la conexión a Internet o la existencia de oportunidades laborales, **según los datos extraídos a partir de una encuesta de [Fotocasa Research](#) realizada en el primer semestre de 2026.**

"El creciente interés por vivir en un entorno rural demuestra que la vivienda puede convertirse en una herramienta para reequilibrar el territorio de nuestro país, pero también evidencia que el precio no es el único factor que determina un cambio de residencia. Los ciudadanos buscan pueblos donde puedan desarrollar un proyecto de vida completo, con acceso a servicios esenciales, buenas conexiones de transporte, conectividad digital y oportunidades laborales. La vivienda asequible puede actuar como detonante, pero la revitalización del medio rural solo será posible si va acompañada de infraestructuras y servicios que

permitan atraer y fijar población de forma estable", **explica María Matos, directora de Estudios y portavoz de [Fotocasa](#).**

Siguiendo la tendencia de años anteriores, para los particulares que planean mudarse a un pueblo lo más relevante es disponer de servicios esenciales cerca, como centros de salud, hospitales o colegios. **De hecho, es un requisito que señalan el 76% de ellos, una cifra idéntica a la de 2025.** Por lo que se refiere a la segunda prioridad, se ha producido un cambio con respecto al año anterior. Actualmente esta posición la ocupa el hecho de contar con infraestructuras de transporte, como autovías, trenes o autobuses interprovinciales, algo que mencionan el 64% de los encuestados. Hasta ahora, esta posición del ranking la ocupaba la conexión a internet o fibra óptica, un requerimiento que ha ido perdiendo relevancia entre los particulares: en 2024 era algo que mencionaban el 67%, un porcentaje que ha ido retrocediendo progresivamente hasta el 62% actual.

Requisitos que debe tener un pueblo para cambiar de residencia



Asimismo, en 2026 se ha confirmado un patrón que se estableció en 2025: **cada vez más particulares valoran que haya ofertas de empleo que encajen con ellos en la zona.** Es un requisito para la mitad, tal y como sucedía el año pasado, pero es una cifra significativamente más alta que la de 2024, cuando eran el 42%. Por otro lado, con respecto a 2025, también resalta la pérdida de relevancia de dos cuestiones: que tenga posibilidades de ocio cercanas y que esté situado en un entorno natural. Por el contrario, existe un interés al alza porque el pueblo elegido se encuentre en una zona en la que los particulares han veraneado o vivido anteriormente.

Las exigencias de los demandantes sobre los entornos rurales aumentan con la edad

En el plano generacional, lo que se aprecia es que una mayor edad suele significar más exigencia. Por ejemplo, **la disponibilidad de servicios esenciales próximos es una necesidad para el 65% de los que tienen entre 18 y 24 años, una cifra que va aumentando progresivamente a medida que avanza la edad, hasta alcanzar su punto álgido entre los 55 y los 75 años, donde el 80% señala este requisito.** Si se pone el foco en el segmento que comprende de los 25 a los 34 años, se observa que la disponibilidad de conexión a internet y el ocio pierden importancia, mientras que la gana la posibilidad de que esté en una zona costera, algo que mencionan el 35%, frente al 28% de años anteriores.

En el estrato inmediatamente superior (35-44 años), la conexión a internet es menos valorada ahora que en 2024: entonces la señalaban siete de cada diez (70%), frente al 64 % de 2026. Sin embargo, en este lapso de dos años, **para este grupo de población, las ofertas de empleo acordes a ellos en una zona rural son cada vez más relevantes a la hora de mudarse o planteárselo:** es algo que mencionan el 56%, frente al 48% de 2024 o el 52% de 2025. Esta misma perspectiva también cobra fuerza entre los particulares que superan los 44 años. Así, las opciones de trabajo en la zona son un requisito para el 49% de los que tienen entre 45 y 54 años (frente a un 41% en 2024 y un 39% en 2025) y para el 32% de los que se sitúan entre los 55 y los 75 años (21% en 2024 y 33% en 2025).

Sobre Fotocasa

Fotocasa es uno de los principales portales inmobiliarios de España, con una amplia oferta de viviendas de segunda mano, promociones de obra nueva y alquileres que pertenece a **Fotocasa Group**.

Mensualmente, elabora el [Índice inmobiliario Fotocasa](#), un informe de referencia que analiza la evolución del precio medio de la vivienda en España, tanto en venta como en alquiler. Desde 2017, desarrolla además estudios sociológicos bajo el sello [Fotocasa Research](#), con el objetivo de aportar conocimiento y análisis en profundidad sobre las tendencias del mercado y el comportamiento de los ciudadanos en relación con la vivienda.

Toda la información y los últimos comunicados están disponibles en su [Sala de Prensa](#)

Sobre Fotocasa Group

Fotocasa Group es un referente del sector inmobiliario en España, **con más de 25 años de experiencia** liderando la transformación del real estate a través de la innovación, los datos y la tecnología.

Bajo su marca paraguas, Fotocasa Group impulsa y da visibilidad a un ecosistema de marcas líderes — [Fotocasa](#), [habitaclia](#), [Fotocasa Pro](#), [Datavenues](#), [Witei](#) e [Inmoweb](#)— que ofrecen soluciones integrales tanto **para particulares como para profesionales del sector**.

Fotocasa, la marca insignia del grupo, conecta cada día a **millones de personas con su próximo hogar**, ofreciendo la mayor oferta de viviendas de segunda mano, obra nueva, alquiler y compraventa, junto con análisis y contenidos que la consolidan como un auténtico **referente del mercado inmobiliario**.

Fotocasa Group forma parte de Scout24, el grupo tecnológico alemán líder en Europa que opera **ImmoScout24**.

Sobre Scout24

Scout24 es una de las empresas tecnológicas líderes en Alemania. Con el marketplace [ImmoScout24](#), especializado en el sector residencial y comercial, conectamos con éxito a propietarios, agentes inmobiliarios, inquilinos y compradores desde hace más de 25 años.

Con aproximadamente 19 millones de usuarios al mes en su web o aplicación, **ImmoScout24 es el líder del mercado en listados y búsqueda inmobiliaria digital.** Para digitalizar el proceso de las transacciones inmobiliarias, ImmoScout24 desarrolla continuamente nuevos productos y construye un ecosistema conectado y rico en datos para el alquiler, la compra y el sector inmobiliario comercial en Alemania y Austria. Scout24 es una sociedad anónima que cotiza en bolsa (ISIN: DE000A12DM80, Ticker: G24) y miembro del DAX, así como del DAX 50 ESG y el DAX 50 ESG+.

Departamento Comunicación Fotocasa

Anaïs García

comunicacion@fotocasa.es

620 66 29 26

