

INMOBILIARIA Y DISEÑO

EL 'MILLENNIAL', UN RETO HABITACIONAL

El 68% de los jóvenes de hasta 35 años se decantará por el alquiler de vivienda a tres años vista, una opción que causaba rechazo en generaciones anteriores. Solo un 16% dice que comprará una casa a corto plazo

POR SANDRA LÓPEZ LETÓN

La generación *millennial* tiene en vilo a uno de los sectores económicos más importantes de España, el inmobiliario. Al igual que han hecho ininidad de firmas tecnológicas y de consumo, las empresas del ladrillo tratan de afinar lo más posible el tiro con los nacidos entre 1980 y 2000 — aunque no hay acuerdo universal al respecto —, jóvenes de hasta 35 años llamados a ser sus potenciales clientes. Todas las miradas están puestas en ellos: en España, engloban a más de 11 millones de españoles, el 24% de la población. Es un grupo de 80 millones de personas en Estados Unidos y algo más de 51 millones en Europa.

Pero nada tienen que ver estos jóvenes con sus predecesores. Y no solo porque el 83% duerma con el móvil o porque el 32% no haya pisado jamás un banco, según BBVA. Con recursos económicos limitados y sueldos bajos, están contribuyendo a cambiar el peso y el paso del alquiler en España, una opción de vida que causaba rechazo en generaciones anteriores.

Más por obligación que por convicción, lo cierto es que el 60% de los que todavía viven con sus padres prevé independizarse en los próximos tres años, y de ellos el 68% piensa alquilar, frente a un reducido 16% que pretende comprar casa. El dato contrasta con el 45% y 34% respectivamente de otros países como Estados Unidos, Canadá, México, India, Australia, China, Japón, Hong Kong, Francia, Alemania y Reino Unido, según el estudio elaborado por la consultora CBRE España según 13.000 encuestas realizadas en 12 países a jóvenes de entre 22 y 29 años. "Son datos llamativos en un país donde a partir de la década de los setenta la cultura de la propiedad echó profundas raíces, favorecida por políticas fiscales y gubernamentales. Así, nada menos que el 80% de los *millennials* españoles piensa que su generación está forzada a alquilar, frente al 67% que opina así en el resto de países", dice Lola Martínez-Brioso, directora de Research de CBRE España.

Comprar una vivienda les resulta complicado al no reunir los requisitos de solvencia exigidos por los bancos. Casi cuatro de cada diez jóvenes propietarios reconocen haber recibido ayuda de padres o familiares. Según el Consejo de la Juventud Española, el salario medio de los menores de 29 años es inferior a los 1.000 euros al mes, lo que hace difícil que puedan disponer del 20% del pre-

cio de la vivienda que los bancos exigen y pagar los gastos de compra-venta.

El escenario laboral que le ha tocado vivir a la generación del milenio no ayuda (solo el 34% de los encuestados tiene un trabajo a tiempo completo). Además, la bajada del precio de las casas ni les ha rozado: ocho de cada diez *millennials* creen que los salarios no se corresponden con los precios de las viviendas, el segundo país donde este porcentaje es mayor, por detrás de Hong Kong. Aun así, la compra no es algo que les obsesione, como sí ocurría con la generación anterior. Del alquiler valoran el hecho de poder elegir dónde vivir, a menudo en zonas céntricas con amplia oferta cultural y de ocio y bien comunicadas, áreas donde comprar sería casi impensable por los elevados precios. "En esta generación surge una nueva mentalidad, motivada por la movilidad laboral, pero también por una cultura más consumista. Es una generación donde no está tan consolidado el ahorro como en generaciones anteriores", explica Martínez-Brioso.

Esto no significa que los *millennials* no quieran ser dueños de su casa. "Muchos de los que viven o piensan vivir de alquiler quizás no lo harían si pudieran aspirar a ser propietarios", añade la responsable del estudio. De hecho, cuando se habla de futuro la cosa cambia. Los datos muestran que un 58% cree que comprarán a largo plazo, frente al 27% que no lo concibe. "Los españoles más jóvenes que están de alquiler consideran esta forma de vida como una situación temporal y muestran una mayor intención de comprar en el futuro que otras generaciones, como los *baby boomers* o la generación X. Eso sí, no tienen tanta prisa, ya



Los 'millennials' prefieren vivir en zonas céntricas. GETTY

que no contemplan dar el paso hasta dentro de cinco años", según los análisis de Fotocasa.

Por esto y para no dar palos de ciego con este mayúsculo nicho de mercado, el sector inmobiliario español se ha puesto manos a la obra. "Ya estamos empezando a generar viviendas con certificaciones energéticas clase A, con zonas comunes donde disfrutar del tiempo libre (pádel, piscinas, salas *gourmet*...) y con la posibilidad de personalizar diferentes zonas de

Ser propietarios no les obsesiona, aunque en un futuro son más los que plantean hipotecarse

la casa. Pero también industrializamos el proceso de edificación de forma que podamos abaratar costes sin renunciar a la calidad, facilitando el acceso a la primera vivienda a estas generaciones", argumenta Juan Antonio Gómez-Pintado, presidente de la patronal APCE. Aunque nada de esto tiene sentido si las entidades no flexibilizan las condiciones hipotecarias para los que compran su primera casa.

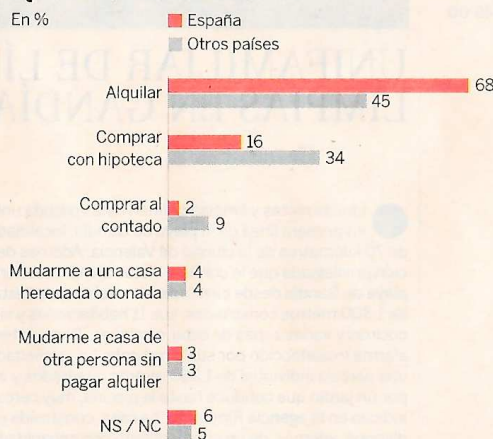
Retos del sector

El reto de generar un parque de alquiler barato parece imprescindible dado que las rentas no dejan de encarecerse, especialmente en las principales ciudades. "Se deberían llevar a cabo políticas de iniciativa pública y privada donde el precio sea un aspecto clave. Viviendas más pequeñas, baratas y bien comunicadas se convierten en aspectos clave", cree Martínez-Brioso.

Las agencias inmobiliarias también se están viendo obligadas a echar el resto. Los *millennials* no las pisan. "No acuden a las agencias tradicionales porque su forma de buscar y tomar decisiones es 100% digital, y no necesitan de su presencia física en una oficina. Es algo similar a lo que ocurre con las agencias de viajes. Solo interactúan con el *offline* cuando ya han filtrado previamente en la Red, y ya no tienen más remedio que ver personalmente la vivienda", señala Gonzalo Robles, consejero delegado de la agencia Uxban. Más del 75% de las búsquedas se hacen a través de dispositivos móviles. "Esto significa que si no tienes tu web adaptada a estos dispositivos, tu portal no será interesante por no ser de fácil manejo", asegura Robles.

La vivienda y los jóvenes

¿QUÉ HARÁS CUANDO TE INDEPENDICES?



Fuente: CBRE.

¿CREE QUE COMPRARÁS UNA VIVIENDA EN EL FUTURO?

ESPAÑA



OTROS PAÍSES



EL PAÍS