BTS Professions Immobilières – épreuve orale d’espagnol LV2 – Session 2017 - **07**

**El 81% de los 'millennials' alquila viviendas de entre 400 y 1.000**

Los conocidos como millennials o generación Y, nacidos entre 1981 y 1995, se caracterizan por haber crecido en plena revolución digital y por haber disfrutado de todo tipo de comodidades gracias al periodo de bonanza[[1]](#footnote-1) que vivieron sus padres. Sin embargo, la generación más formada de la historia ha llegado a la madurez incorporándose al mercado de trabajo en una de las mayores crisis económicas. Su reducido poder adquisitivo debido a la precariedad laboral y a su temporalidad[[2]](#footnote-2) les impide hacer planes a largo plazo.

El 17% de los millennials se decantan[[3]](#footnote-3) por la compra de viviendas de hasta 200.000 euros, mientras que el 81% prefiere la opción del alquiler, para el que destinan un presupuesto de entre 400 y 1.000 euros mensuales. "Alquilar permite a esta generación poder iniciar una nueva etapa independizándose de su entorno familiar y reduciendo los riesgos. Esta opción hace que se sientan lo suficientemente seguros como para disfrutar de sus hobbies o emprendiendo su propio negocio. Sin embargo, debido al fuerte sentido de la propiedad de la cultura española, los millennials se plantean[[4]](#footnote-4) invertir posteriormente en la compra de viviendas entendiéndolo como una inversión a largo plazo" explica Ricardo Sousa de Century21 para España y Portugal.

En cuanto a las características que hacen que se decanten por la compra o el alquiler atienden a la localización y a la proximidad de los servicios. "Los millennials se decantan por pisos de segunda mano, preferentemente reformados y equipados, situados en los centros urbanos, con buenas conexiones de transporte y con todo tipo de servicios como supermercados u ofertas de ocio en un radio cercano que les permita ir andando", afirma Sousa.

(…) En la era de Internet el acceso a información se ha democratizado, acelerando los procesos y acostumbrando a los millennials a encontrar desde sus dispositivos móviles todo lo que necesitan mediante búsquedas sencillas.

"Es ahora más que nunca cuando la figura del agente inmobiliario se convierte en imprescindible, pasando a ser un asesor[[5]](#footnote-5) que está en constante contacto con sus clientes, por las redes sociales, acompañándolos durante todo el proceso atendiendo[[6]](#footnote-6) a las necesidades y motivaciones de cada uno de ellos, resolviendo dudas que surgen durante el proceso y apoyando en la negociación así como en los servicios de posventa", finaliza Ricardo Sousa.

*Elmundo.es –* 29/11/2016

1. Bonanza : prospérité. [↑](#footnote-ref-1)
2. Temporalidad : caractère temporaire. [↑](#footnote-ref-2)
3. Decantarse : pencher pour. [↑](#footnote-ref-3)
4. Plantearse : envisager. [↑](#footnote-ref-4)
5. Asesor : conseiller. [↑](#footnote-ref-5)
6. Atendiendo : en tenant compte de [↑](#footnote-ref-6)