

CREACIÓN EMPRESA PÚBLICA DE VIVIENDA

El 36% de los españoles cree que la creación de la empresa pública de vivienda del Gobierno facilitará el acceso a una vivienda de alquiler

- No obstante, aún hay mucho desconocimiento por parte de la sociedad: menos del 40% de los españoles conoce el proyecto
- Los activos en el mercado inmobiliario tienen un grado de conocimiento más elevado de la iniciativa, especialmente los arrendadores (58%)
- A nivel territorial, Cataluña es la comunidad donde más confianza existe en el efecto de la nueva sociedad estatal sobre el mercado del alquiler

Madrid, 6 de mayo de 2025

Únicamente el 38% de los españoles conoce el proyecto de creación de una empresa pública de vivienda por parte del Gobierno. Entre estos, un 12% afirma tener información en profundidad de esta medida, mientras que un 26% admite haber recibido referencias sobre la cuestión, pero no están familiarizados con ella. Por el contrario, un 62% de los españoles no tiene ningún conocimiento sobre esta nueva empresa pública de vivienda, según los datos extraídos a partir de una encuesta de **Fotocasa Research** realizada en febrero de 2025.

La nueva empresa pública de vivienda dependerá del Gobierno central y se nutrirá de la transferencia de la propiedad o de la gestión de miles de inmuebles de varias sociedades estatales hacia la ya existente Entidad Pública Empresarial de Suelo (Sepes). **Con esta iniciativa, el Ejecutivo pretende actuar de forma más activa en el mercado inmobiliario**, participando directamente en la promoción, construcción, gestión y comercialización de vivienda pública, con el fin de incrementar la oferta a precios más asequibles.

“Enfocar los esfuerzos en la necesidad de más vivienda pública es clave, ya que es donde reside realmente el problema de las subidas de precios. Construir más viviendas protegidas sería una de las medidas que ayudarían a sanear el parque, ya que en estos momentos España cuenta con menos del 3,5% de vivienda social. Incrementar la oferta de viviendas protegidas contribuiría significativamente a equilibrar el mercado y ayudar en el acceso a los colectivos más vulnerables. Aunque esta medida es positiva para ampliar el parque público, resulta esencial definir cómo se financiará esta empresa, dado el alto presupuesto necesario. La viabilidad económica de esta acción será crucial para garantizar su impacto y sostenibilidad a largo plazo”, explica **María Matos, directora de Estudios y portavoz de Fotocasa**.

Por segmentos de mercado, **son los propietarios arrendadores (58%) los que más conocen esta medida, mientras que los inquilinos son quienes tienen un menor conocimiento del proyecto (41%)**. Por su lado, tanto compradores (45%) como vendedores (46%) de vivienda tienen un nivel de conocimiento similar. Se puede observar que estos públicos objetivos que están activos en el mercado tienen un grado de conocimiento superior sobre el proyecto en comparación con la población general.

Por otro lado, **el nivel de familiarización con la nueva empresa estatal de vivienda incrementa según la edad**. Así, conocen la iniciativa el 30% de los jóvenes entre 18 y 24 años, mientras que este porcentaje va aumentando en la franja entre 25 y 34 años (33%), y sigue esta tendencia ascendente en los cohortes de 35 a 44 años y de 45 a 54 años (ambos en un 37%), para terminar en un 44% de conocimiento en el grupo de 55 a 75 años.

El 36% considera que favorecerá el acceso a la vivienda de alquiler

Con relación al impacto de la medida, un 36% de los encuestados opina que favorecerá el acceso de potenciales inquilinos a una vivienda de alquiler, mientras que el 26% cree lo contrario. Por su lado, un 38% considera que la nueva empresa pública de vivienda no tendrá ningún efecto claro en el mercado. De forma opuesta, **el 31% de los españoles prevé que la creación de la nueva sociedad dificultará a los propietarios alquilar una vivienda como arrendadores**, frente a un 25% que indica que la iniciativa favorecerá este proceso. Un 44% de los encuestados se muestra neutro ante este aspecto.

A pesar de que el objetivo del Gobierno es que la nueva sociedad pública retenga la propiedad del parque inmobiliario bajo su gestión, **la encuesta también señala que un 30% de los españoles considera que el proyecto dificultará la venta de una vivienda**, mientras que el 21% opina que lo hará más fácil. El 49% restante se muestran neutros en este punto. Por otro lado, con relación a la compra, un 33% de los encuestados afirma que la iniciativa facilitará adquirir un inmueble, mientras que el 27% opina lo contrario. El 40% restante son indiferentes sobre esta cuestión.

Los catalanes son quienes más confían en que el proyecto ayude a mejorar el acceso al alquiler

A nivel territorial, la Comunidad de Madrid es donde más encuestados (48%) aseguran tener conocimiento de la creación de la nueva empresa pública de vivienda. Por su lado, otras autonomías como la Comunidad Valenciana (38%) presentan un grado de conocimiento inferior a Madrid, como también es el caso de Andalucía (35%) y Cataluña (33%). La media del resto de comunidades autónomas se sitúa en el 38%.

Asimismo, si se observa el impacto esperado de la creación de la empresa pública de vivienda en el mercado, **es en Cataluña donde más encuestados (36%) opinan que facilitará a los inquilinos poder alquilar un inmueble**, seguida de la Comunidad Valenciana (35%), Madrid (35%), y Andalucía (34%). La media del resto de autonomías se sitúa en un 37% de favorables a este punto. En todas las regiones, quienes tienen una visión optimista de esta cuestión superan a sus detractores, aunque hay importantes porcentajes de encuestados que se mantienen neutros.

Si se atiende a la posibilidad de alquilar una propiedad como arrendador, se invierte la situación. En la mayoría de las comunidades pesan más quienes opinan que la empresa pública dificultará esta opción: representan el 35% de los andaluces (frente a un 23% de favorables a la iniciativa), el 33% de los valencianos (contra un 25% de defensores), el 32% de los madrileños (ante un 23% de partidarios) y el 30% de la media del resto de autonomías (por solo un 26% que se muestran a favor). Únicamente en Cataluña se da el caso contrario y hay más

personas (28%) que señalan que la medida facilitará alquilar un piso como arrendador que encuestados que piensan lo contrario (25%). Con todo, el porcentaje de personas que se muestran neutras es mayoritario en todas las zonas.

En lo relativo a la venta, los niveles de incertidumbre todavía son aún más altos (alrededor del 50% en todas las autonomías). **Sobre el efecto de la empresa pública en la venta de una vivienda, hay más encuestados en todas las comunidades que señalan que ahora será más difícil esta posibilidad en comparación con quienes prevén que será más fácil:** Andalucía (35% vs. 20%), Comunidad Valenciana (32% vs. 19%), Madrid (31% vs. 19%), y Cataluña (24% vs. 22%), además de un 30% vs. 22% en el resto de España.

En cambio, **el porcentaje de optimistas supera al de pesimistas en todas las regiones en lo referente a la compra.** Opinan que será más fácil adquirir una vivienda gracias a la empresa pública el 34% de los valencianos (frente al 30% que creen lo contrario), el 33% de los andaluces (versus un 31% de pesimistas), el 32% de los madrileños (vs. un 29%), el 31% de los catalanes (vs. un 22%), y el 35% del resto de españoles (vs. un 25%).

[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