

INFORME LA VIVIENDA DE OBRA NUEVA EN 2025

El comprador de obra nueva en 2025 es más joven y con mayor capacidad adquisitiva

- Mujer de 41 años, clase media-alta y que vive en familia, es el perfil del comprador de obra nueva en España en 2025
- El retrato del demandante de vivienda de obra nueva se rejuvenece por la fuerte entrada en el mercado del grupo de 25 a 34 años
- En términos socioeconómicos, los colectivos con mayores ingresos dominan claramente en el perfil de demandantes de obra nueva
- Un 63% de los particulares que han adquirido vivienda en el último año consideró la opción de comprar obra nueva

Madrid, 9 de diciembre de 2025

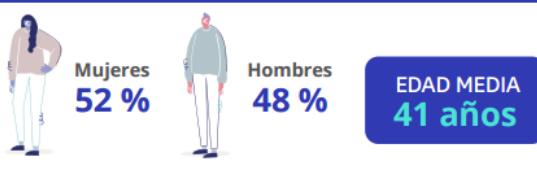
El retrato del comprador de vivienda de obra nueva en España ha experimentado cambios significativos en 2025. Actualmente, el perfil de este demandante responde al de **una mujer de 41 años, perteneciente a clases medias y altas, y que convive con su pareja e hijos.** El nuevo retrato presenta matices relevantes respecto al año anterior. La distribución por género muestra todavía una ligera inclinación hacia las mujeres, que representan el 52% de los compradores potenciales, frente al 48% de los hombres. No obstante, esta diferencia se ha estrechado considerablemente respecto a 2024, cuando las mujeres suponían el 58%, seis puntos porcentuales más que en la actualidad, según el informe "[La vivienda de obra nueva en 2025](#)", realizado por [Fotocasa Research](#)

Uno de los cambios **más destacados se observa en la edad media del comprador, que retrocede de los 44 a los 41 años**, revirtiendo así la evolución del año previo. Este rejuvenecimiento está directamente relacionado con el aumento de la presencia del segmento más joven, el de 25 a 34 años, que pasa de representar el 21% en 2024 al 35% en 2025. Paralelamente, los compradores más

veteranos (el grupo de 55 a 75 años) reducen su peso del 19% al 13%, contribuyendo de forma decisiva a este descenso de la edad media del comprador tipo.

G4. Perfil sociodemográfico de quienes compran o consideran comprar obra nueva

Sexo y edad



Comunidad Autónoma



Nivel Socioeconómico



Vive con



Antes de comprar, vivía



El inmueble lo usará para



“Aunque se ha ampliado el espectro de edades, la obra nueva continúa siendo un producto claramente liderado por hogares con mayor capacidad económica. La presencia de las clases media-alta y alta es muy evidente, mientras que las rentas más bajas siguen encontrando barreras de acceso. La incorporación del grupo de 25 a 34 años es uno de los fenómenos más destacables del último año. Y es que su peso ha pasado del 21% al 35%, un salto extraordinario que explica la bajada de la edad media del comprador de obra nueva. Este colectivo joven se muestra especialmente predisposto a valorar la obra nueva por encima de la media nacional”, **explica María Matos, directora de Estudios y portavoz de Fotocasa.**

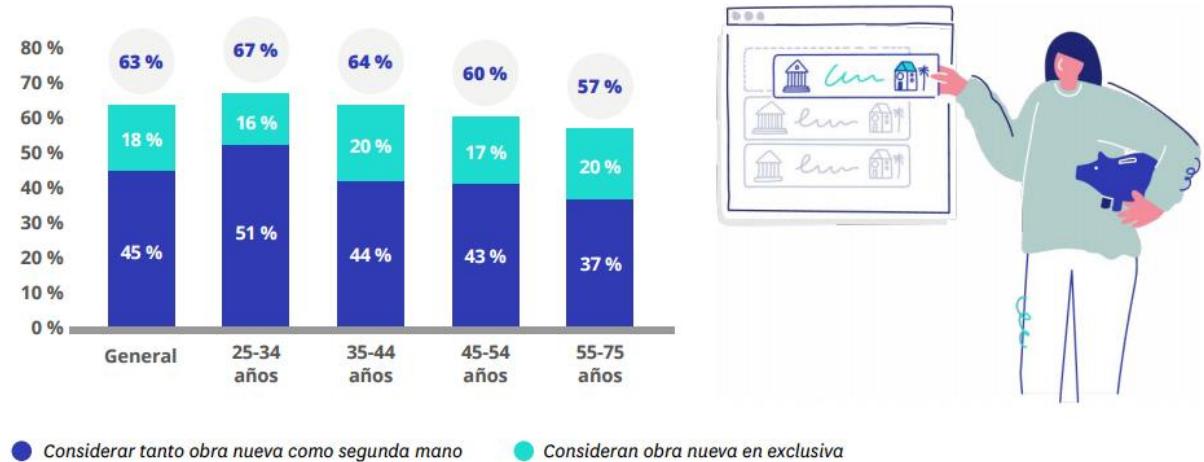
En términos socioeconómicos, las clases alta y media-alta continúan ocupando un espacio preponderante entre quienes contemplan adquirir obra nueva, mientras que las clases baja y media-baja mantienen una presencia muy reducida. En cuanto a la estructura del hogar, el análisis también confirma la

estabilidad del modelo familiar entre los compradores: el 37% vive con su pareja e hijos, un porcentaje idéntico al registrado en el estudio previo. Le sigue un 36% que convive únicamente con su pareja y un 12% que vive solo, un punto por debajo del 13% registrado en 2024.

Un interés muy marcado entre los jóvenes

Todo este perfil se ha elaborado a partir del 63% de los particulares en toda España que han comprado una vivienda en los últimos doce meses, y que han considerado la opción de adquirir un inmueble de nueva construcción. Entre ellos, destaca el interés de los jóvenes por este tipo de vivienda. El análisis por edades muestra que los compradores más jóvenes son los más proclives a considerar la obra nueva. De hecho, **entre las personas de 25 a 34 años, el 67% valoró esta opción en el último año, una cifra que supera claramente el mencionado promedio general del 63%**, y que se incrementa respecto al 63% registrado en 2024. Dentro de este grupo, el 16% se planteó exclusivamente adquirir obra nueva, mientras que el 51% combinó esta opción con la posibilidad de comprar vivienda de segunda mano.

G5. Penetración en el mercado de la vivienda de obra nueva por edad



El siguiente tramo más predisposto a la obra nueva es el compuesto por particulares de 35 a 44 años, con un 64%. No obstante, este porcentaje experimenta un marcado retroceso respecto al año previo, cuando alcanzaba el 73%. En este segmento, el 20% consideró exclusivamente la compra de obra nueva, ligeramente por debajo del 22% de 2024. En los grupos de mayor edad,

aparece una disminución más clara en la consideración de obra nueva. Entre los compradores de 45 a 54 años, la cifra global desciende al 60%, con un 17% valorando únicamente viviendas a estrenar. Finalmente, entre los mayores de 55 años, el porcentaje general se sitúa en el 57%, aunque destaca que un 20% de ellos mantiene un interés exclusivo por la obra nueva.

Madrid tiene más peso en el perfil interesado por la obra nueva

El análisis territorial confirma que la Comunidad de Madrid continúa siendo la autonomía con mayor peso entre los compradores que consideraron la obra nueva, con un 21%. **A continuación, se sitúa Andalucía, con un 18%, seguida por Cataluña, con un 14%, y la Comunidad Valenciana, con un 9%.** Por otro lado, si se analiza cada comunidad de forma independiente, es en Andalucía y en Madrid (61%) donde existe una mayor preferencia por la obra nueva, mientras que en la Comunidad Valenciana (60%) y Cataluña (58%) esta tendencia es algo menor. Con todo, es claramente en la media de las comunidades del resto de España (68%) donde esta consideración por la obra nueva es más acentuada.

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**.

En Fotocasa Group, **unimos personas y propiedades** a través de una plataforma inteligente, diseñada para hacer que **buscar, comprar o alquilar vivienda** sea una experiencia más fácil, transparente y eficiente.

Nuestra visión es clara: **ser el lugar donde tu nuevo hogar te encuentra**.

Departamento Comunicación Fotocasa

Anaïs López

comunicacion@fotocasa.es

620 66 29 26