

VALORACIÓN SOBRE LA EMPRESA PÚBLICA DE VIVIENDA

Casa 47 empieza a moderar el pesimismo en el alquiler

- Los propietarios reducen de forma significativa su percepción de dificultad para alquilar
- Mejora con fuerza el optimismo entre los vendedores, mientras el mercado ajusta expectativas de compra
- El conocimiento de la iniciativa aún en fase de consolidación, todavía tiene margen de conocimiento y desarrollo

Madrid, 7 de mayo de 2026

La puesta en marcha de la empresa pública de vivienda, Casa 47, comienza a reflejar sus primeros efectos en el mercado residencial, especialmente en términos de confianza y estabilización de expectativas. En el mercado del alquiler, **un 27% de los inquilinos considera que esta iniciativa facilitará el acceso a la vivienda, mientras que un 29% cree que será más complicado, aunque este porcentaje se reduce ligeramente respecto al 30% del año anterior**, lo que apunta a una leve contención del pesimismo. Por su parte, el 40% de los encuestados aún no tiene una opinión definida, reflejo de que el impacto de la medida está todavía en fase de desarrollo, según los datos extraídos a partir de una encuesta de [Fotocasa Research](#) realizada en el primer semestre de 2026.

"Estamos ante un mercado muy tensionado por la falta de oferta, pero donde cualquier medida que reduzca la incertidumbre puede contribuir a movilizar vivienda. Existe un alto porcentaje de población que aún no tiene una opinión formada sobre Casa 47, lo que refleja que el recorrido de la iniciativa está todavía por desplegarse. La clave estará en su capacidad para materializarse en más oferta asequible y en reducir la brecha de accesibilidad que hoy sigue siendo el principal desafío social y económico de los ciudadanos", **explica María Matos, directora de Estudios y portavoz de [Fotocasa](#).**

La nueva empresa estatal de vivienda, denominada Casa 47, se concibe por parte del Gobierno como un instrumento para incrementar la oferta de vivienda asequible y reforzar el parque público, con el objetivo de facilitar el acceso a la vivienda, especialmente en régimen de alquiler. **Su creación responde a la necesidad, defendida por el Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana, de intervenir de forma estructural en el mercado residencial, promoviendo vivienda pública y garantizando su carácter permanente**, aunque su impacto todavía genera incertidumbre entre la ciudadanía.

Se reduce el pesimismo entre los propietarios

Uno de los cambios más relevantes se produce en el lado de la oferta del alquiler. **La percepción de dificultad para alquilar entre los propietarios se reduce de forma notable, lo que supone una señal clara de mejora en la confianza del mercado.** En concreto, el porcentaje de arrendadores que considera que alquilar será más difícil cae diez puntos porcentuales, pasando del 38% al 28%. Este descenso refleja una menor percepción de riesgo y un entorno más favorable para la puesta en alquiler de viviendas.

Al mismo tiempo, se mantiene estable el grupo de propietarios que percibe facilidad para alquilar (25%), consolidando una base de confianza que puede contribuir a dinamizar la oferta en los próximos meses.

Un mercado de compraventa que se reequilibra

En el segmento de compraventa, mientras que los compradores moderan ligeramente sus expectativas, los vendedores protagonizan una mejora significativa en su percepción. En el primer semestre de 2026, el 29% de los compradores de vivienda considera que comprar será más fácil gracias a la existencia de la empresa pública de vivienda, frente al 32% del año anterior. Por otro lado, el 32% cree que será más difícil, prácticamente sin cambios respecto a lo registrado en 2025.

El porcentaje de propietarios que considera que vender será más fácil aumenta, pasando del 20% al 29%. Paralelamente, se reduce con fuerza el

pesimismo, con una caída de doce puntos entre quienes creen que será más difícil vender.

Gran recorrido de crecimiento en el conocimiento del proyecto

El nivel de conocimiento del proyecto entre la población continúa siendo limitado y, además, retrocede en el último año, lo que condiciona la formación de expectativas. **En el primer semestre de 2026, solo el 10% afirma conocer de forma detallada la iniciativa, frente al 12% registrado en 2025.** Un 25% señala que ha oído hablar del tema, pero no está familiarizado, por debajo del 27% del año anterior. En cambio, el 65% reconoce no conocerlo, frente al 62% en el primer semestre de 2025. En conjunto, el nivel de conocimiento (suma de quienes lo conocen o han oído hablar de él) desciende del 38% al 35%, mientras que el resto de la población no tiene una opinión formada.

Por franjas de edad, el conocimiento en el primer semestre de 2026 es relativamente homogéneo, aunque algo más elevado entre los mayores. El 33% de los jóvenes de 18 a 24 años afirma conocer el proyecto, cifra que se sitúa en el 34% entre los 25 y 34 años, en el 32% entre los 35 y 44 años y en el 33% entre los 45 y 54 años. El nivel más alto se registra entre las personas de 55 a 75 años, donde alcanza el 39%. Por comunidades autónomas, existen diferencias relevantes en el grado de conocimiento. Madrid presenta el porcentaje más elevado, con un 40% de población que conoce el proyecto. Le siguen Andalucía, con un 37%, y la Comunidad Valenciana, también con un 37%. Cataluña se sitúa en el 34%, ligeramente por debajo del resto de territorios analizados.

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