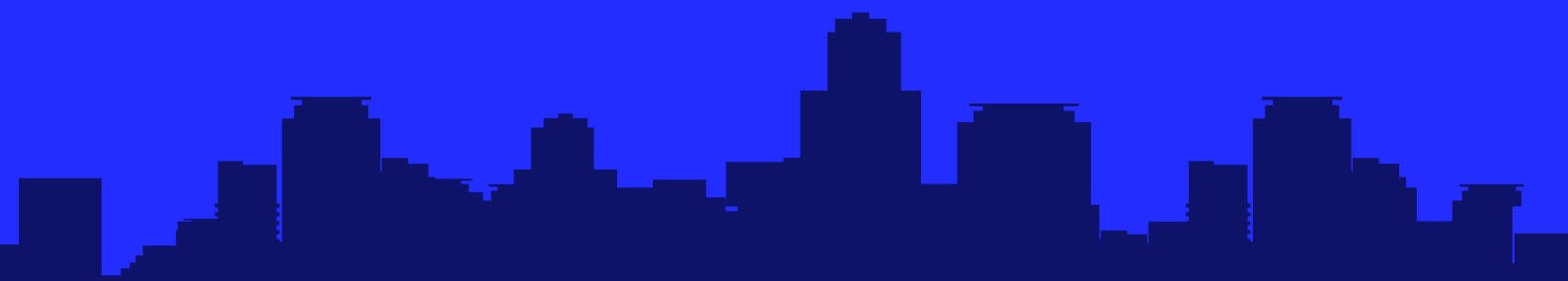


Compra de obra nueva en 2026



fotocasa Research



Índice

1. Penetración de obra nueva	4
2. La obra nueva por territorios	7
3. Perfil del comprador de obra nueva	16
4. La vivienda	19
5. Motivos para comprar obra nueva	21
6. Proceso: ubicación y plazo	24
7. Opinión de mercado	26
8. Conclusiones	27
9. Nota metodológica	28

Prólogo

La obra nueva continúa siendo una de las grandes esperanzas para reequilibrar el mercado. Nunca había existido un consenso tan amplio sobre la necesidad de construir más vivienda y, sin embargo, acceder a una vivienda a estrenar sigue siendo cada vez más complejo para una parte importante de la demanda.

2026 está siendo un año de intensa actividad para el sector promotor. Los visados de obra nueva mantienen una evolución positiva y las administraciones públicas han situado el incremento de la producción residencial como una prioridad estratégica para responder al déficit acumulado de vivienda. Patronales como APCEspaña llevan años insistiendo en la **necesidad de agilizar el desarrollo de suelo, reducir la burocracia, impulsar la colaboración público-privada y aumentar el ritmo de construcción** para acercarse a las necesidades reales de creación de hogares. El objetivo es duplicar la oferta de vivienda para aliviar la presión que soportan tanto la compra como el alquiler.

Sin embargo, el contexto vuelve a poner nuevos obstáculos sobre la mesa. A las dificultades estructurales que arrastra el sector como la escasez de suelo finalista, falta de mano de obra cualificada, largos plazos administrativos o dificultades de financiación, se suma ahora una nueva incertidumbre internacional. El conflicto en Irán ha vuelto a tensionar el coste de la energía, el transporte y materias primas esenciales para la construcción, como el acero, el cemento o los productos cerámicos. **Un escenario que amenaza con trasladar nuevos sobrecostes a la promoción residencial y que podría ralentizar parte de la recuperación productiva** prevista para este ejercicio.

En este contexto, los datos de Fotocasa Research reflejan una realidad especialmente reveladora. La consideración de la obra nueva entre los compradores desciende hasta el 58%, el nivel más bajo de los últimos años. Sin embargo, esta caída no responde a una pérdida de atracti-

vo de esta tipología. Todo lo contrario. **La vivienda nueva continúa siendo la opción más deseada por sus elevadas prestaciones en eficiencia energética, las mejores calidades, la ausencia de reformas, un mayor confort y la adaptación a las nuevas formas de vivir.**

Este análisis muestra que el precio se ha convertido en la principal barrera de entrada. Casi dos de cada tres compradores que finalmente descartan la obra nueva lo hacen porque el coste supera su capacidad económica, una circunstancia que afecta especialmente a los menores de 35 años, precisamente el segmento que más interés muestra por este tipo de vivienda. **Detectamos que la generación que más valora la obra nueva es también la que encuentra mayores dificultades para comprarla.**

Aun así, la demanda mantiene intacta su confianza en este segmento. La obra nueva sigue representando una inversión de futuro, una vivienda preparada para responder a las exigencias medioambientales y a las necesidades de las próximas décadas. Por eso, **el reto ya no consiste únicamente en construir más, sino en construir con mayor rapidez, en más ubicaciones y con precios capaces de responder a una demanda cada vez más amplia.**

Este informe analiza precisamente esa evolución. Cómo cambia el perfil del comprador, qué motiva su interés por la vivienda nueva, cuáles son las barreras que limitan su acceso y hacia dónde se dirige un mercado que, pese a todos los desafíos, seguirá desempeñando un papel determinante en la solución del problema de acceso a la vivienda en España.

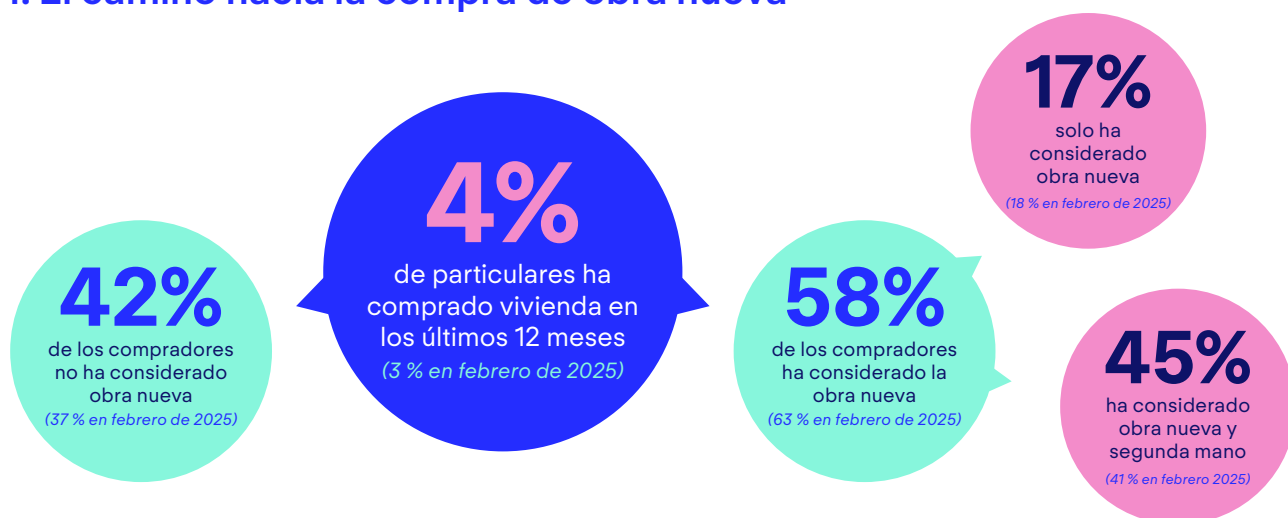


María Matos
Directora de Estudios y
Portavoz de Fotocasa

1. Penetración de obra nueva

Seis de cada diez (58 %) particulares que han comprado una vivienda en los últimos doce meses ha valorado la opción de adquirir obra nueva. Con respecto a hace un año este colectivo ha experimentado un retroceso de cinco puntos porcentuales motivado, fundamentalmente, por la caída de compradores que consideran tanto la nueva construcción como la segunda mano: en 2025 eran el 45 % y en 2026 son el 41 %. Por su parte, los que únicamente se plantean la obra nueva son el 17% (18 % hace un año).

G1. El camino hacia la compra de obra nueva



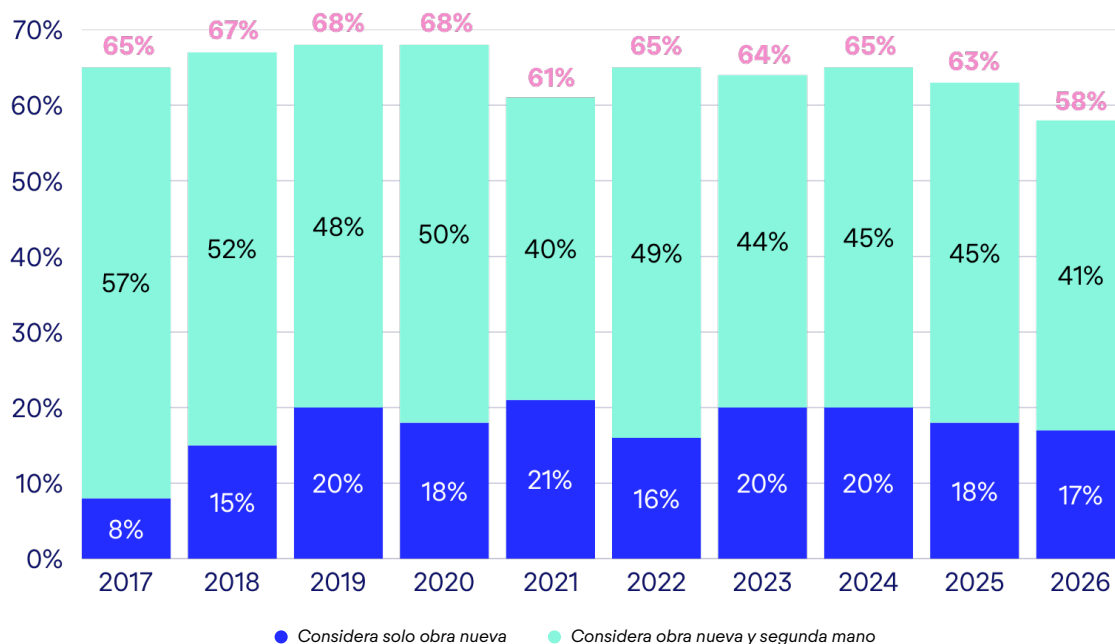
El descenso de compradores que valoran la obra nueva a la hora de adquirir una vivienda con respecto al año anterior **acentúa la tendencia a la baja que se lleva registrando de manera progresiva desde 2019 y 2020 cuando llegaron a ser un 68 % los que barajaban este tipo de inmuebles.**

Los compradores que consideran tanto obra nueva como segunda mano caen del 45 % al 41 % durante el último año

De manera más detallada se aprecia que es el grupo de los que consideran tanto obra nueva como segunda mano el que impulsa estos cambios, mientras que el de los que miran únicamente opciones de nueva construcción permanece algo más estable, aunque también en los dos últimos años ha sufrido un ligero descenso.

No obstante, esta disminución está lejos de los casi diez puntos porcentuales que ha experimentado de manera progresiva desde 2020 el colectivo de compradores que consideran tanto obra nueva como segunda mano.

G2. Consideración de la obra nueva por parte de quienes han comprado una vivienda



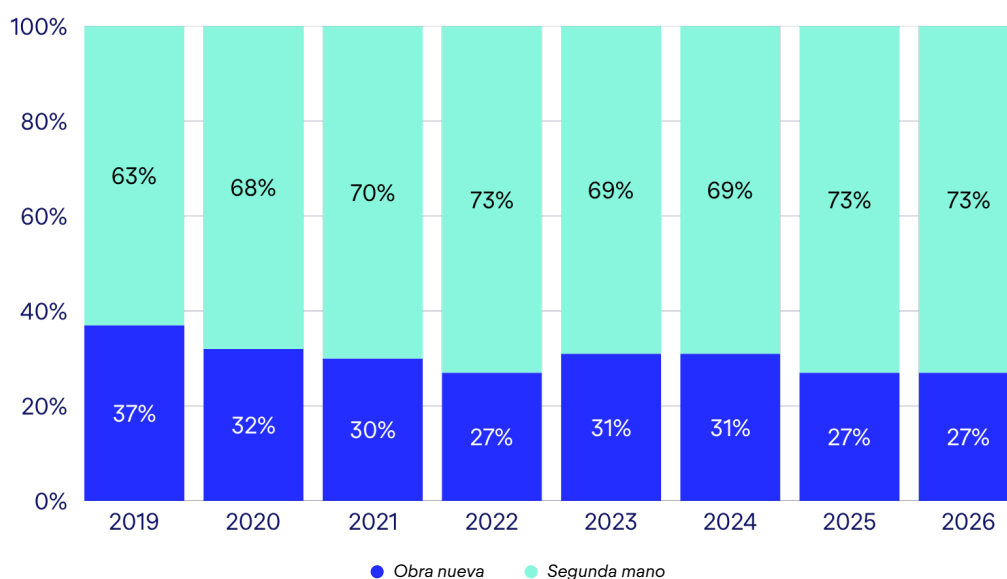
Si se observa el tipo de vivienda que finalmente compraron los que en algún momento del proceso valoraron la obra nueva se aprecia que, tal y como sucedía en 2025, **el 27 % optó finalmente por un inmueble a estrenar y el 73 % por uno de segunda mano.**

Esta distribución, en general, ha mostrado un comportamiento bastante estable en los últimos

años, aunque desde 2023 se ha vuelto a reforzar ligeramente la elección de viviendas de segunda mano.

Asimismo, los porcentajes actuales quedan lejos de los que se registraron en 2019 y 2020 cuando eran el 37 % y el 32 % los particulares que se decantaron por la obra nueva respectivamente.

G3. Compradores por tipo de vivienda adquirida



» El **15%** de los particulares mayores de 18 años buscó vivienda para comprar

» El **4%** adquirió un piso o una casa

» Un **42%** no se planteó la compra de una vivienda de nueva construcción

» El **58%** de los compradores valoró la obra nueva como una opción

» El **41%** consideró tanto la obra nueva como la segunda mano

» El **17%** miró exclusivamente opciones de obra nueva

» Un **27%** de los compradores terminó eligiendo obra nueva



2. La obra nueva por territorios

Cataluña, donde menos se considera la obra nueva

Desde la perspectiva territorial, la **Comunidad Valenciana es la que concentra a una mayor proporción de particulares que consideran la obra nueva (64 %)** y es, además, el territorio donde más se considera de manera exclusiva (22 %).

Sin embargo, **Cataluña es donde menos compradores valoran los inmuebles de nueva cons-**

trucción (51 %). En este caso, los que los consideran de manera exclusiva son el 14 %, igual que en Andalucía.

Por su parte, **la Comunidad de Madrid se sitúa en un punto intermedio, con un 56 % de particulares que han considerado la obra nueva y un 18 % que lo ha hecho de manera exclusiva.**

G4. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva por comunidades autónomas

		Madrid				Cataluña				Andalucía				Comunidad Valenciana			
		2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026
Porcentaje de compradores que considera obra nueva	Considera sólo obra nueva	24 %	22 %	14 %	18 %	16 %	16 %	16 %	14 %	24 %	16 %	15 %	14 %	18 %	18 %	18 %	22 %
	Considera obra nueva y segunda mano	38 %	46 %	47 %	39 %	39 %	45 %	42 %	38 %	48 %	47 %	47 %	40 %	44 %	52 %	42 %	42 %
	Total	62 %	68 %	61 %	56 %	54 %	61 %	58 %	51 %	72 %	62 %	61 %	55 %	62 %	69 %	60 %	64 %
Porcentaje de compradores que adquiere obra nueva		37 %	31 %	24 %	27 %	26 %	28 %	22 %	23 %	29 %	29 %	24 %	26 %	28 %	24 %	26 %	32 %

Por lo que se refiere a la compra efectiva de vivienda de obra nueva, nuevamente es la Comunidad Valenciana (32 %) el territorio que más despunta, seguida por Madrid (27 %), Andalucía (26 %) y Cataluña (23 %).

2.1. Madrid, alineada con la media nacional

En el caso de la Comunidad de Madrid, los registros relativos a las operaciones relacionadas con la vivienda de obra nueva son muy similares a los del conjunto del país. Durante el último año el 56 % de los compradores se ha planteado adquirir un inmueble nuevo, dos puntos por debajo del total. Este porcentaje se distribuye entre un 18 % que solamente consideró la obra nueva y un 39 % que también valoró la segunda mano (17 % y 41 % en el caso de toda España).

Al ver con detalle la evolución de la consideración de este tipo de viviendas por parte de los compradores madrileños, también destaca el hecho de que **en 2026 se ha marcado el mínimo de toda la serie de Fotocasa Research**, que comienza en 2017.

La consideración de la vivienda de obra nueva por parte de los compradores madrileños marca en 2026 el punto más bajo en una década

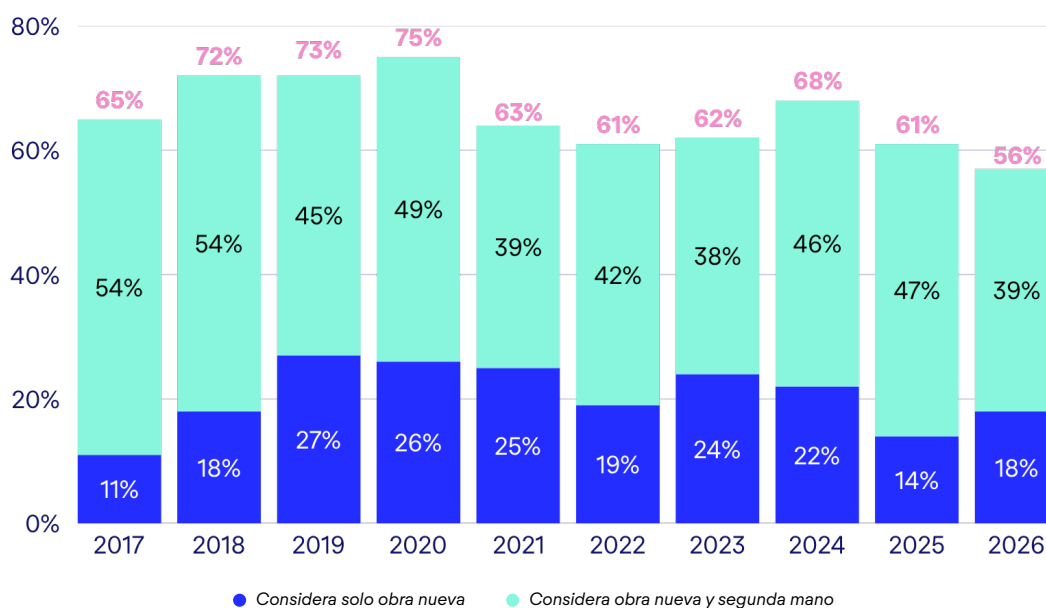
En comparación con los dos últimos años el principal cambio es el retroceso del grupo formado por aquellos que consideran tanto obra nueva como segunda mano: el 39 % actual queda lejos del 46 % y 47 % de 2024 y 2025.

Por el contrario, con respecto a hace doce meses, ha repuntado cuatro puntos porcentuales la consideración exclusiva de la nueva construcción, pasando *del 14 % al 18 %*.

Si las cifras de 2026 se comparan con los puntos más altos de la serie, registrados entre 2018 y 2020, el descenso se produce en ambos segmentos. Así, en 2020, tres de cada cuatro compradores de esta comunidad **valoraron la obra nueva: un 27 % de manera exclusiva**, nueve puntos más que en 2026; y un **49 %** junto a la segunda mano, diez puntos por encima del dato actual.



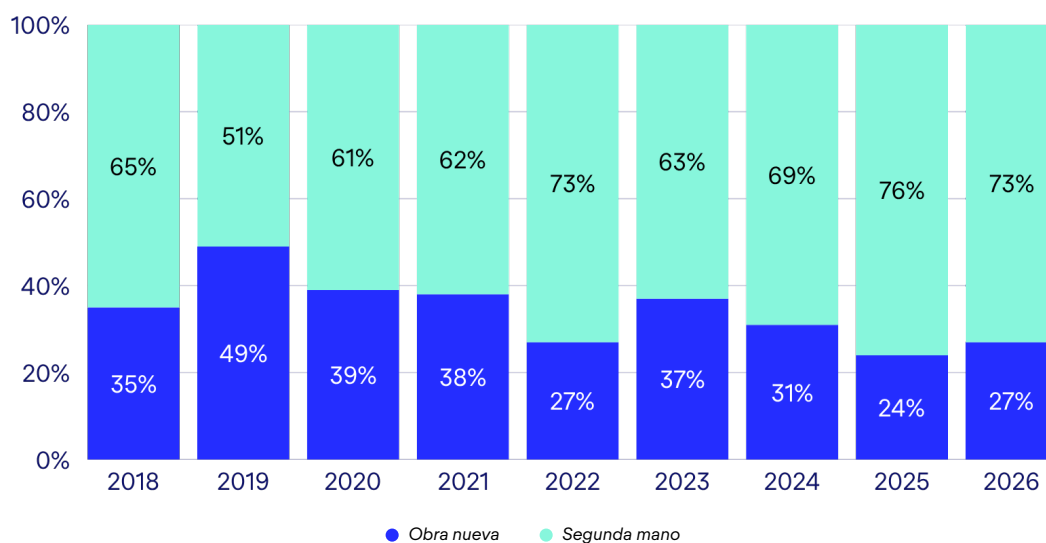
G5. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva en la Comunidad de Madrid



Pese a la caída durante el último año de la consideración de viviendas nuevas, los demandantes efectivos de vivienda de compra en Madrid se han decantado más por este tipo de inmuebles que en 2025: representan al 27 % de los compradores, frente al 24 % de 2025.

Pese a este repunte, el dato de 2026 cada lejos de los años más intensos en lo relativo a la compra de vivienda de nueva construcción en la Comunidad de Madrid: en 2019 la mitad de las compras realizadas por particulares fueron de obra nueva y en 2020 y 2021 representaron el 39 % y 38 % respectivamente. Unas cifras claramente superiores al 27 % actual.

G6. Compradores por tipo de vivienda adquirida en la Comunidad de Madrid



2.2. Cataluña: la consideración de obra nueva, en mínimos

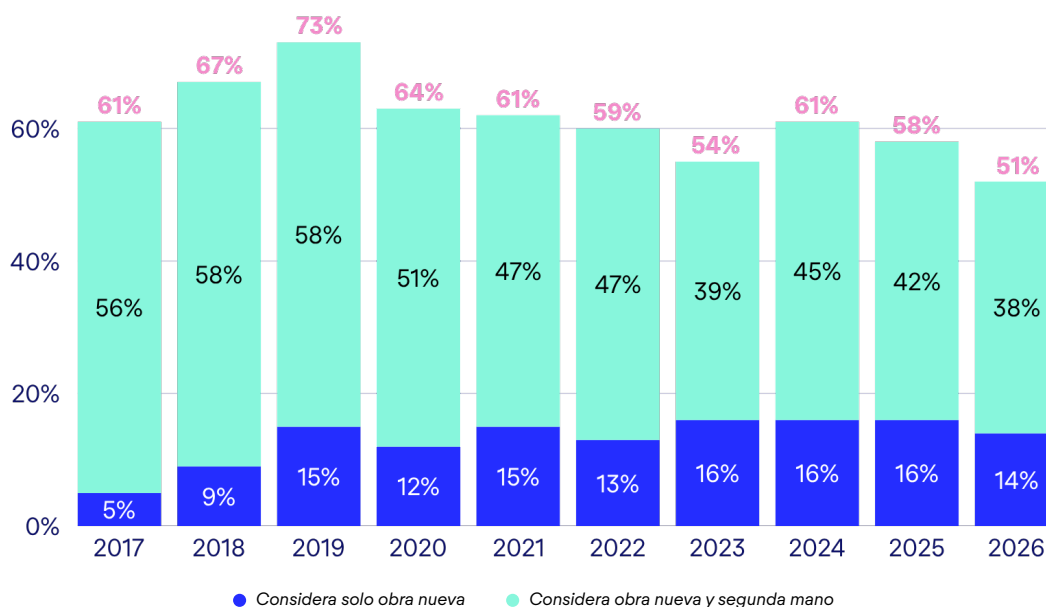
Cataluña es la comunidad autónoma donde menos se valora la obra nueva como una opción de compra: es algo que se plantean el 51 %. Un registro que, además, supone el punto más bajo desde 2017, quedando por detrás del de 2023 (54 %) y 2025 (58 %).

La mitad de los compradores catalanes que sí ha sopesado la obra nueva es la suma del 14 % que solo se planteó esta opción y del 38 % que también barajó la segunda mano. En ambos casos se han producido ligeras caídas con respecto a 2024, cuando fueron el 16 % y el 42 % respectivamente.

En general, en esta región la consideración exclusiva de vivienda de nueva construcción ha permanecido estable desde 2019, mientras que el colectivo de particulares que también busca opciones en el mercado de segunda mano ha sufrido más fluctuaciones. De hecho, el 38 % de 2026 es una marca prácticamente idéntica a la de 2023 pero, a su vez, es veinte puntos más baja que la de 2018 y 2019.

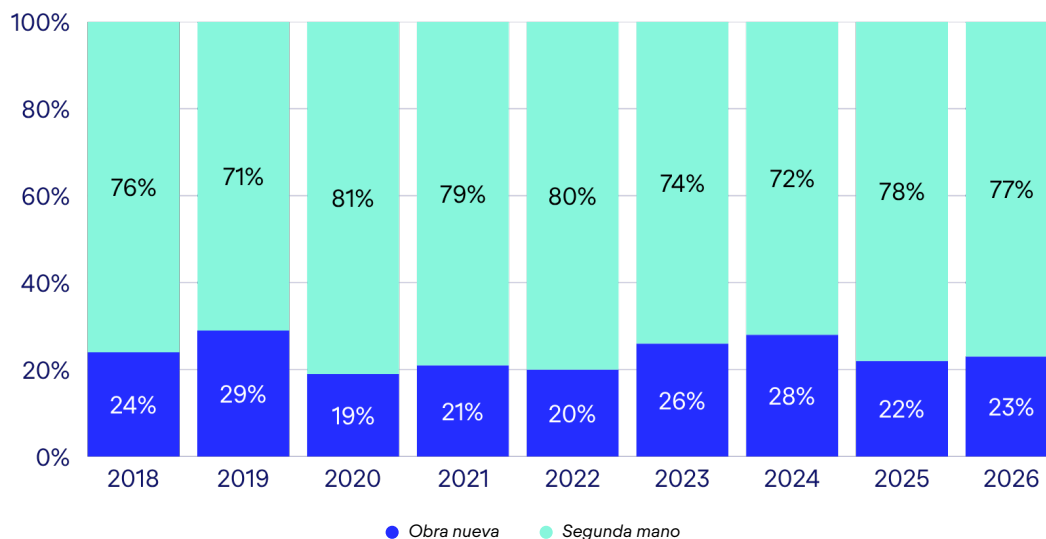


G7. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva en Cataluña



Por lo que se refiere a la distribución de los compradores en función del tipo de vivienda que han adquirido, prácticamente no se han producido cambios con respecto a 2025, ya que el 23 % eligió finalmente obra nueva (22 % el año pasado) y el 77 % segunda mano (78 % en 2025).

G8. Compradores por tipo de vivienda adquirida en Cataluña



2.3. Andalucía: la consideración de obra nueva, en su punto más bajo desde 2017

Más de la mitad (**55 %**) de los compradores andaluces en los últimos doce meses ha considerado la obra nueva, un porcentaje ligeramente más bajo que los que lo hicieron el año anterior (**61 %**). Además, en esta región también se ha marcado la cifra más baja desde 2017 y la cantidad de compradores que ha valorado este tipo de inmuebles se ha quedado por primera vez por debajo del **60 %**.

Este descenso, nuevamente, viene motivado por la mengua del grupo conformado por aquellos que valoran tanto la obra nueva como la segunda mano, que pasa del **47 %** en 2025 al **40 %** de 2026. Sin embargo, la consideración exclusiva de las viviendas de nueva construcción ape-

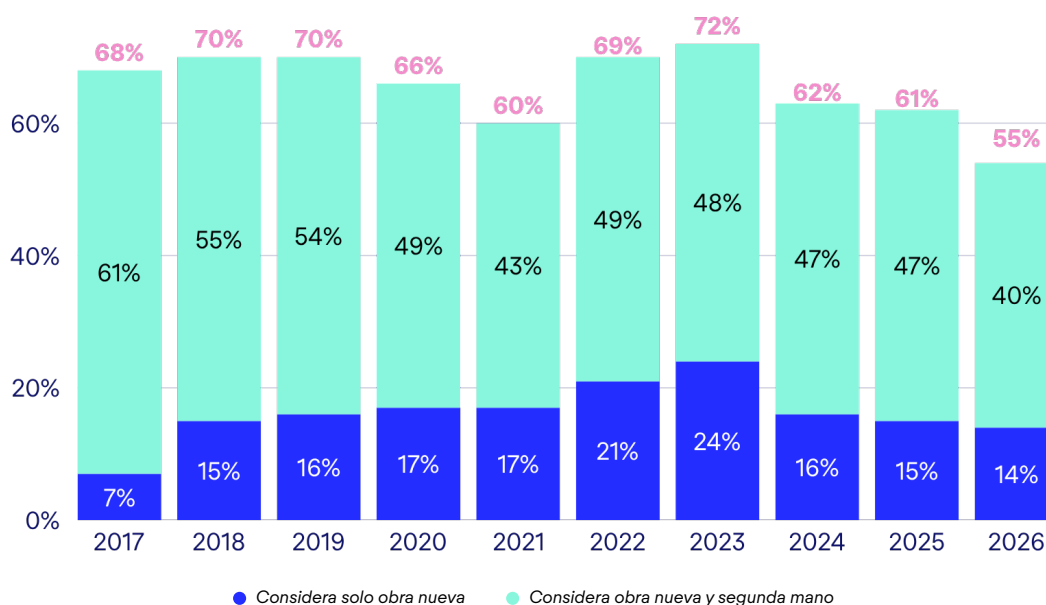
nas pierde un punto porcentual hasta situarse en el **14 %**.

Si se observa la evolución a lo largo del tiempo, esta estabilidad en el peso del grupo de personas que solamente valoran opciones de obra nueva viene de lejos, con la excepción de 2022 y 2023, que fueron años excepcionalmente buenos en este sentido.

Sin embargo, tal y como sucede en otros territorios, el colectivo compuesto por aquellos que buscan opciones tanto nuevas como de segunda mano está más expuesto a variaciones y en 2026 se queda en el **40 %** tras un descenso de siete puntos con respecto al año anterior.

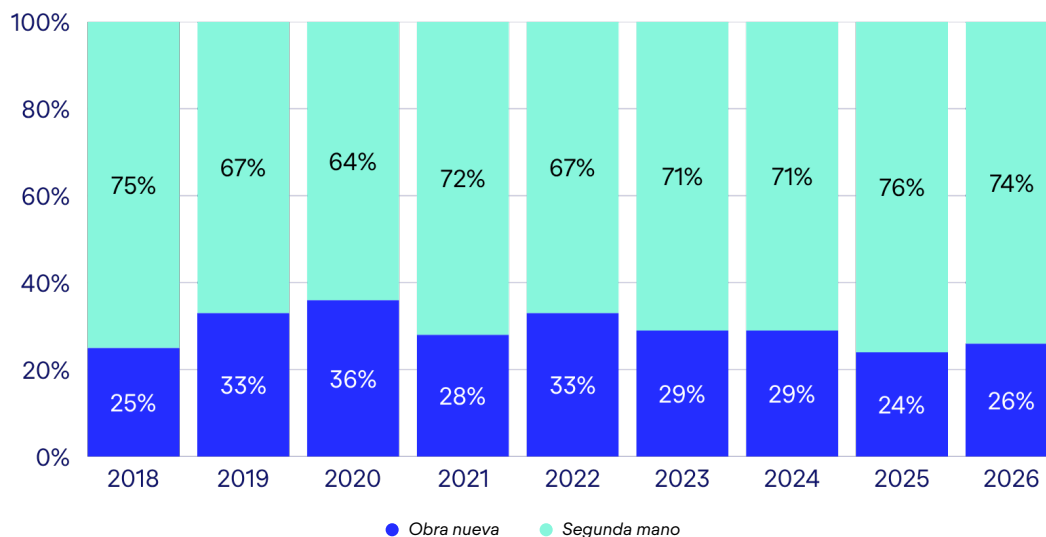


G9. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva en Andalucía



En cuanto a la decisión final, **uno de cada cuatro (26 %) compradores andaluces termina optando por una vivienda de obra nueva**. De esta manera, en 2026 se ha producido una ligera recuperación tras la caída del pasado año, cuando las adquisiciones de estos inmuebles por parte de los particulares retrocedieron cinco puntos porcentuales hasta situarse en el 24 %.

G10. Compradores por tipo de vivienda adquirida en Andalucía



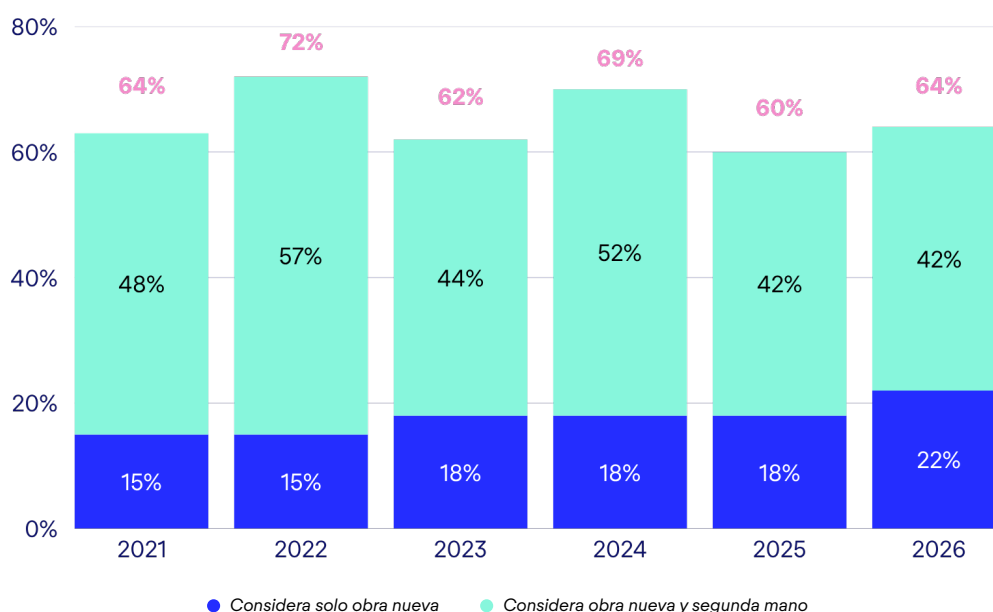
2.4. Comunidad Valenciana: aumenta la consideración de obra nueva

Al contrario de lo que sucede en las comunidades autónomas anteriores, donde son menos que hace un año los particulares que valoran la nueva construcción como opción de compra, **en la Comunidad Valenciana se registra una ligera tendencia al alza, incentivada fundamentalmente por aquellos que solamente consideran la obra nueva.**

Así, el 64 % de compradores que ha barajado esta opción se distribuye entre el 42 % (mismo porcentaje que en 2025) que también contempló la segunda mano y el 22 % que solamente buscó opciones de obra nueva.

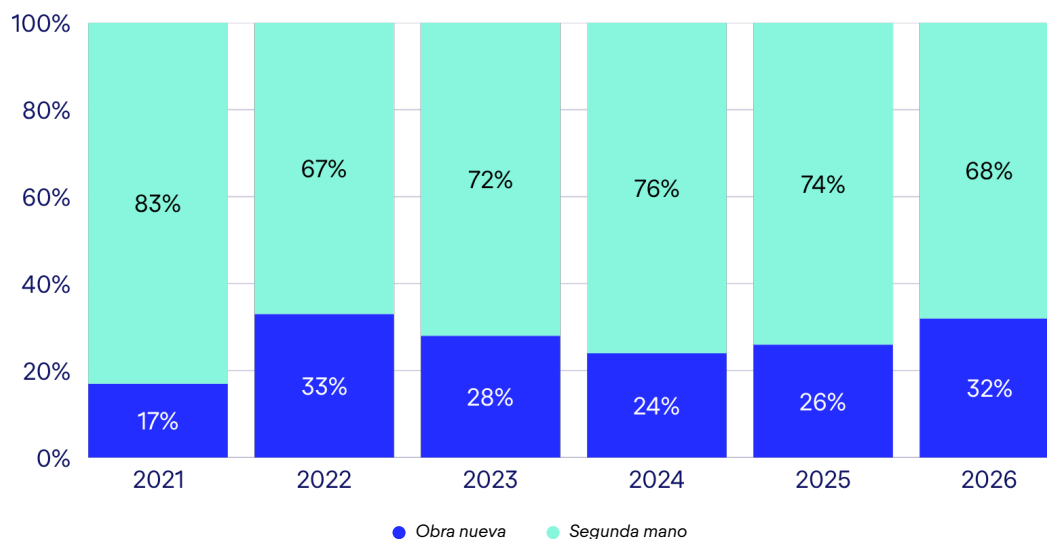


G11. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva en la Comunidad Valenciana



La tendencia creciente de la consideración de obra nueva por parte de los compradores valencianos también se traduce en un auge de las adquisiciones efectivas de inmuebles nuevos, que han sido el 32 % del total durante el último año.

G12. Compradores por tipo de vivienda adquirida en la Comunidad Valenciana



3. Perfil del comprador de obra nueva

Los compradores que se plantean la adquisición de obra nueva **se distribuyen de manera equilibrada por sexos y tienen, de media, 41 años**, tal y como sucedía en 2025. No obstante, al analizar la distribución de este grupo de población en función de su edad se aprecian algunas diferencias reseñables.

Por ejemplo, durante el último año han aumentado de manera estadísticamente significativa los que tienen entre 18 y 24 años, aunque sigan teniendo un peso muy limitado dentro del conjunto de compradores que consideran la obra nueva: en 2025 eran el 1 % y en 2026 el 3 %.

Asimismo, este año se han consolidado dos cambios que se introdujeron ya el pasado año. Por un lado, **el crecimiento del estrato que comprende los 25 y los 34 años: son el 32 %** mientras que en 2024 eran el 21 %. Por el otro, la reducción del grupo inmediatamente superior (35-44 años): hace dos años eran el 37 %, frente al 31 % actual.

En general, **se ha producido un rejuvenecimiento de los compradores que consideran la obra nueva desde 2024**: la edad media ha caído tres años y eso se debe fundamentalmente a la pérdida de peso de los segmentos que comprenden los 35 y los 75 años y al crecimiento de los más jóvenes (18-34 años).

En los dos últimos años se ha rejuvenecido el grupo de compradores que considera la obra nueva: el 35 % tiene menos de 34 años. En 2024 eran el 23 %

Por lo que se refiere al nivel socioeconómico, las comunidades autónomas en las que residen, su situación de convivencia y el tipo de vivienda en la que residían antes de comprar prácticamente no hay cambios.

Con respecto a lo primero, el 67 % se enmarca en un nivel alto o medio alto, un 21 % en el medio y un 13 % en el bajo. Por su parte, Madrid (19 %) y Andalucía (17 %) siguen siendo las regiones donde se encuentran un mayor número de compradores que consideran la obra nueva. En cuanto a su situación de convivencia, el 35 % vive con su pareja y el 36 % con su pareja e hijos. Además, el 37 % vivía en un inmueble de alquiler antes de comprar y el 44 % en una vivienda de su propiedad.

Donde sí se ha producido un cambio destacado es en lo referente a los usos de la vivienda ya que, si bien el de residencia habitual se mantiene con claridad como el más recurrente, pierde algo de fuerza (cae *del 85 % al 82 %*). Una caída que se traduce en un crecimiento reseñable en términos estadísticos de los que la compran como inversión, que pasan del 4 % en 2025 al 7 % de 2026.



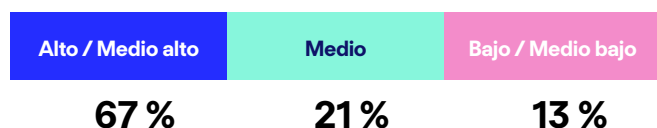
G13. Perfil sociodemográfico de quienes compran o consideran comprar obra nueva

Sexo

Mujer 49 % Hombre 51 %

EDAD MEDIA 41 años

Nivel socioeconómico



Vive en

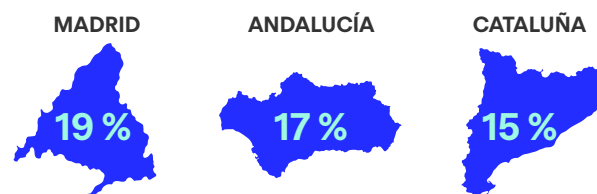


Alquiler
37 %



Propiedad
44 %

Comunidad autónoma



Vive con



Pareja
35 %



Pareja e hijos
36 %

El inmueble se destinará a:



Primera residencia
82 %



Segunda residencia
9 %

El demandante: diferencias territoriales

Los compradores efectivos de vivienda que han considerado la obra nueva presentan algunas variaciones en función del lugar en el que residen. Como ya hemos visto, un 19 % se concentra en Madrid y un 17 % en Andalucía. Además, hay un 15 % en Cataluña y un 12 % en la Comunidad Valenciana.

Al margen de esto, **resalta el hecho de que los madrileños y andaluces son los más jóvenes, puesto que sus edades medias se sitúan ligeramente por debajo de los 40 años**, frente a los 41 años del conjunto del país.

Con respecto al índice socioeconómico también destacan los compradores de Madrid, donde tres de cada cuatro (75 %) se enmarcan en un nivel alto o medio alto, frente al 68 % de An-

dalucía o el 62 % de Cataluña y la Comunidad Valenciana.

También **en Madrid hay una mayor presencia de particulares que conviven con su familia e hijos (54 %)**, mientras que en la Comunidad Valenciana sobresalen los que solamente viven en pareja (40 %).

Con respecto a los usos de la vivienda, **andaluces y catalanes son los que más compran con el objetivo de convertirla en su residencia habitual (90 % y 84 % respectivamente)**. Sin embargo, entre madrileños y valencianos, aunque este también sea el uso más recurrente, es más frecuente la adquisición como inversión: 9 % entre los primeros y 12 % entre los segundos.

Obra nueva por edad

Si se analiza la consideración de obra nueva por edad, lo que se detecta es que son los compradores jóvenes los que más se lo plantean. Concretamente, el grupo más activo es el que comprende los 25 y los 34 años, donde el 64 % ha valorado esta posibilidad.

A partir de aquí, esta cifra se va contrayendo progresivamente hasta llegar al grupo de mayor edad (55-75 años), donde son el 49 % los compradores que contemplaron los inmuebles de nueva construcción.

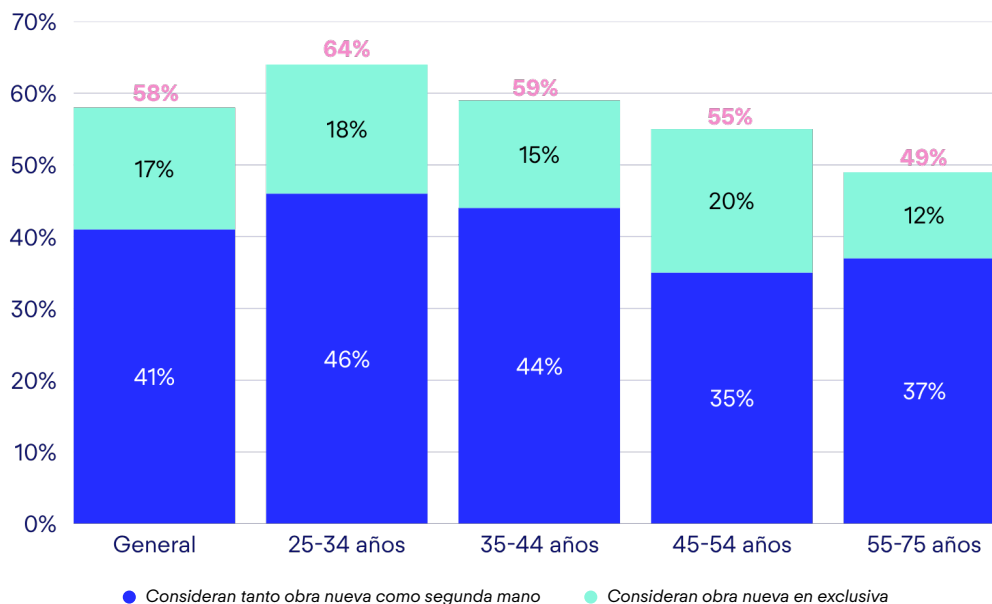
Esta progresión, sin embargo, no se mantiene si se tiene en cuenta únicamente a aquellos que

consideraron exclusivamente la obra nueva, algo que hicieron el 20 % de los que tienen entre 45 y 54 años, frente al 18 % de los que tienen entre 25 y 34 años, el 15 % del estrato siguiente (35-44 años) o el 12 % de los que van de los 55 a los 75 años.

En cualquier caso, todos los grupos de edad han experimentado un retroceso de entre tres y ocho puntos porcentuales de la consideración de obra nueva en el último año. En este sentido, donde más se ha reducido es en los grupos de mayor edad con una bajada de ocho y cinco puntos entre los compradores que tienen de 55 a 75 años y de 45 a 54 años respectivamente. Sin embargo, entre los jóvenes la caída es algo más contenida: tres puntos en el caso de los que oscilan entre los 25 y los 34 años y cuatro puntos en el de los que van de los 35 a los 44 años.

Un 64 % de los compradores que tiene entre 25 y 34 años ha considerado la adquisición de una vivienda de obra nueva

G14. Penetración el mercado de la vivienda de obra nueva por edad



4. La vivienda

El precio y el número de habitaciones se mantienen como atributos más valorados

Poder asumir el coste del inmueble es lo que más tienen en cuenta los compradores que consideran la obra nueva. Es algo que señalan el 83 %. Un porcentaje que, no obstante, es ligeramente inferior al de los dos últimos años. Seguidamente, hay un 77 % que tiene en cuenta que la vivienda tenga el número de habitaciones que busca.

Tras estas dos cuestiones, hay cuatro más que mencionan entre el 70 % y el 73 %. **Se trata de disponer de servicios cerca (73 %), la distribución (70 %), los materiales de la vivienda (70 %)**

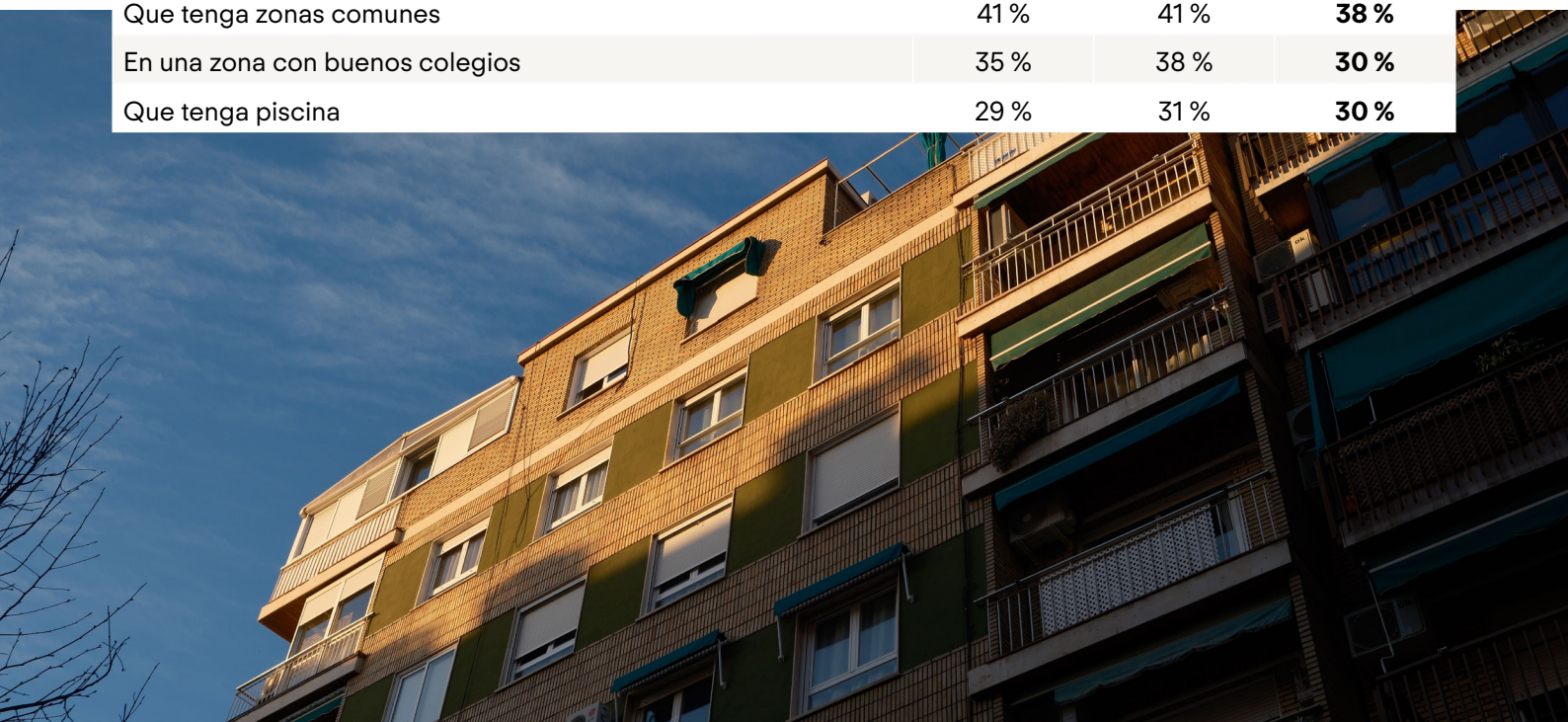
y que el barrio y/o vecinos sean de su agrado (70 %).

En general, los atributos que más tienen en cuenta los compradores que consideran la obra nueva no presentan grandes cambios. En términos estadísticos solamente hay tres que han perdido relevancia frente a 2025. Son la disponibilidad de buenos accesos por carretera, que cae *del 68 % al 62 %*; que tenga terraza, que presenta un descenso idéntico al anterior; y que sea una zona de buenos colegios, que mencionan el 30 % tras una caída de ocho puntos porcentuales.



G15. Porcentaje de compradores que consideran la obra nueva que valoran cada característica en su elección del inmueble

	2024	2025	2026
Que el precio encaje con el presupuesto	87 %	86 %	83 %
El número de habitaciones	79 %	78 %	77 %
Que disponga de servicios cerca	74 %	73 %	73 %
La distribución	78 %	77 %	72 %
Los materiales de la vivienda	73 %	73 %	70 %
Que el barrio/vecinos sean de mi agrado	72 %	72 %	70 %
Los metros cuadrados	73 %	74 %	69 %
La orientación	73 %	68 %	64 %
No tener que invertir en reformas	65 %	64 %	64 %
Que tenga buenos accesos por carretera	67 %	68 %	62 %
Que tenga terraza	68 %	68 %	62 %
Que tenga plaza de garaje	69 %	67 %	62 %
Que tenga buenas conexiones de transporte público	61 %	61 %	60 %
Que sea energéticamente eficiente	63 %	56 %	56 %
En un barrio residencial/alejado de las aglomeraciones y el tráfico	56 %	52 %	52 %
Que esté cerca del trabajo o centro de estudios	49 %	51 %	49 %
Que esté cerca de mi familia/amigos	49 %	52 %	48 %
Que sea un piso de una altura que yo busco	53 %	51 %	48 %
Que tenga trastero	49 %	50 %	46 %
Que sea una zona en crecimiento	41 %	41 %	40 %
En una zona con mucha actividad y muchas opciones de ocio	38 %	41 %	38 %
Que tenga zonas comunes	41 %	41 %	38 %
En una zona con buenos colegios	35 %	38 %	30 %
Que tenga piscina	29 %	31 %	30 %



5. Motivos para comprar obra nueva

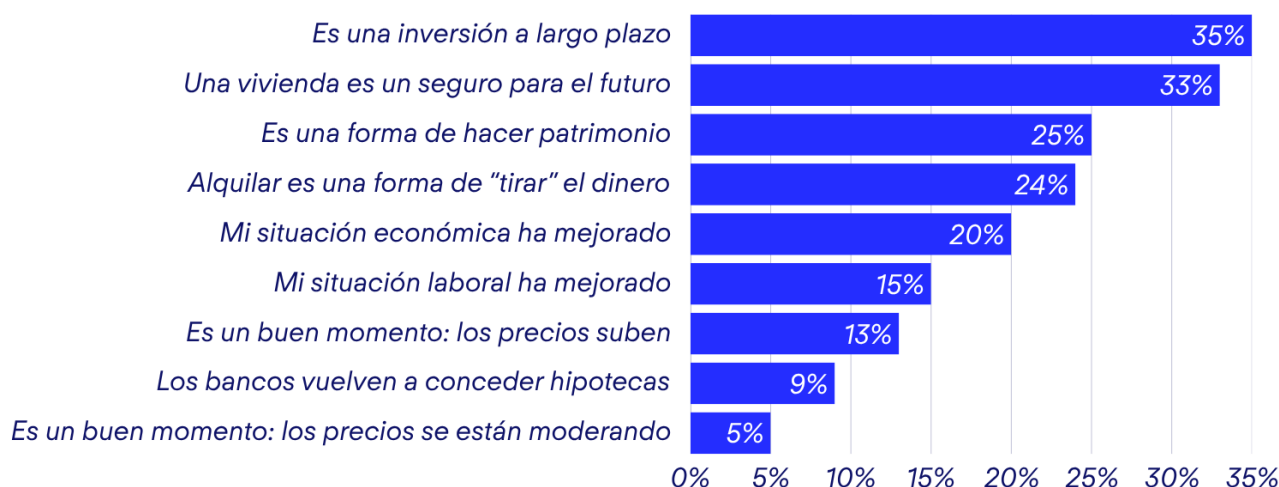
Entre los compradores que consideraron la obra nueva, hay un **35 % que se decantó por la compra en lugar del alquiler porque considera que una vivienda es una inversión a largo plazo**. Este motivo es el más mencionado por este segmento de particulares. Pese a esto, en el último año ha perdido relevancia de manera estadísticamente significativa, tras sufrir una caída de seis puntos porcentuales.

Tras esta razón, las que más se mencionan son que **una vivienda es un seguro para el futuro (33 %)**, **que es una forma de hacer patrimonio (25 %)** y **que alquilar es una forma de tirar el dine-**

ro (24 %). Este último motivo también ha perdido una importancia reseñable con respecto a 2025, cuando eran el 30 % de compradores los que lo mencionaban.

En general, los argumentos que decantan a los compradores efectivos por la compra en lugar de por el alquiler permanecen bastante estables. Al margen de los dos cambios ya mencionados, también resulta reseñable el impulso que ha tomado la idea de que es un buen momento porque los precios suben, una cuestión a la que aluden el 13 %, frente al 8 % de 2025.

G16. Motivos de quienes compran o consideran comprar obra nueva para adquirir una vivienda en lugar de alquilarla



La continuidad también es la tendencia principal que siguen los motivos de carácter más personal que mencionan los compradores que consideraron la obra nueva. Tal y como sucedía el pasado año, mejorar la vivienda actual es, con claridad, el más recurrente, ya que lo nombran el 43 %.

Tras este, uno de cada cuatro (25 %) hace referencia al hecho de que quiere irse a vivir en pareja, el 22 % a que invertir en vivienda da una rentabilidad que no ofrece otro producto financiero y el 19 % que la familia ha crecido o se prevé que crezca en breve.

G17. Motivos personales para decidir adquirir una vivienda de quienes compran o consideran comprar obra nueva



¿Por qué consideran la obra nueva?

Uno de cada dos (49 %) compradores que ha considerado las viviendas de nueva construcción lo ha hecho por evitar el proceso de reformas. Un argumento que se ha reforzado ligeramente con respecto a años anteriores, cuando fueron el 46 % (2024) y el 47 % (2025) los que lo mencionaron.

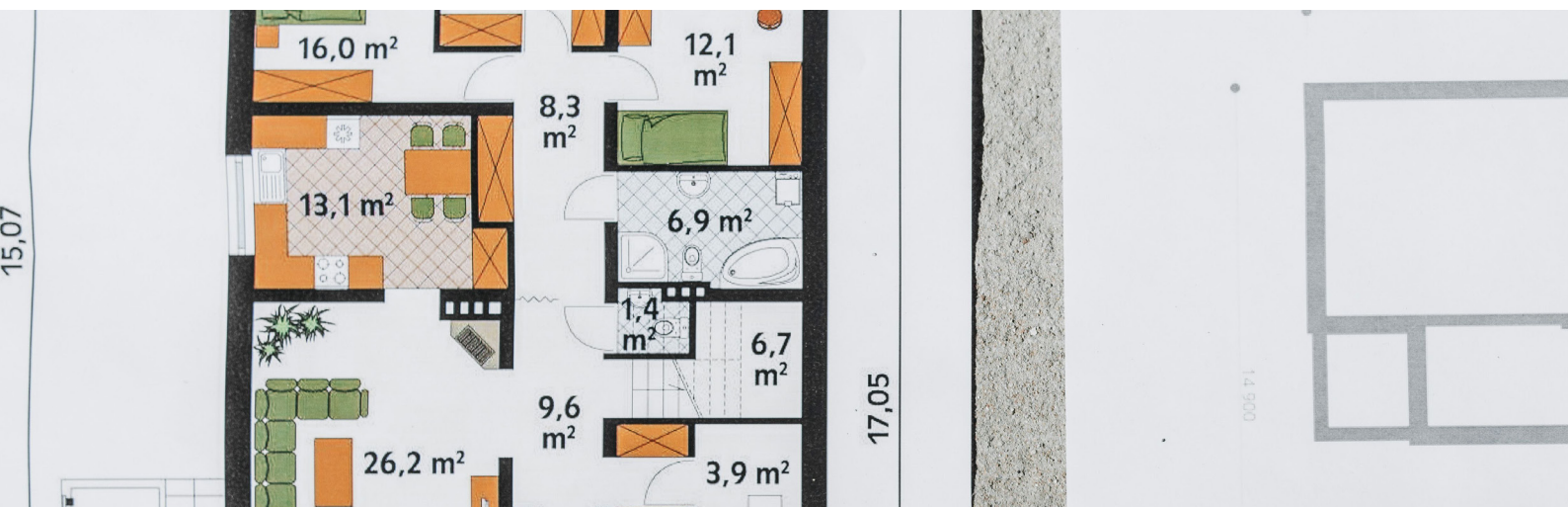
Además, destaca el hecho de que este motivo es especialmente relevante para los que consideran también la segunda mano: en este segmento son un 54 % los que lo nombran, frente al 34 % de los que consideran exclusivamente la obra nueva.

Tras esta cuestión, **lo que más favorece que la obra nueva se valore como opción de compra es la eficiencia energética (33 %), las calidades (29**

%) y que permite una mayor adaptación a las necesidades (21 %).

Por edades, evitar las reformas es una motivación compartida de manera transversal, ya que tiene prácticamente la misma importancia en todos los grupos de edad. Sin embargo, la eficiencia energética y las calidades son aspectos que tienden a mencionar más los compradores que superan los 55 años.

En cambio, entre los más jóvenes (25-34 años) destaca la importancia que se otorga a los servicios adicionales que pueda incluir, que citan el 33 %, que cumpla las normativas actuales (27 %) o poder adaptarlo mejor a sus necesidades (26 %).



G18. Motivos de quienes compran o consideran comprar obra nueva para elegir viviendas de nueva construcción



El precio, la razón principal del descarte

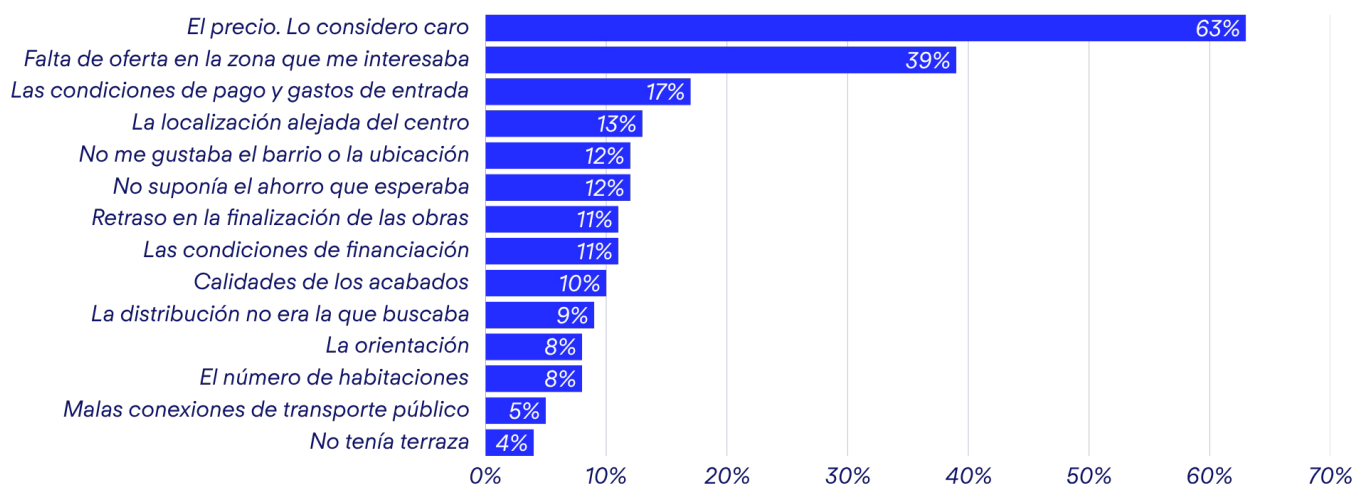
Entre los compradores que han valorado la obra nueva y finalmente la han descartado el motivo principal es el precio, que propició el descarte en el 63 % de los casos, un porcentaje superior al 57 % de 2025.

Este es, con diferencia, el motivo más mencionado. Además, es algo que afecta especialmente a los jóvenes, **ya que hasta el 70 % de los que tie-**

nen entre 25 y 34 años desestima la compra de obra nueva por el aspecto económico.

Además de esta, hay otras razones que llevan a los compradores a descartar los inmuebles nuevos, aunque tienen un peso menor. Es el caso de la falta de oferta en la zona en la que buscan (39 %), las condiciones de pago y gastos de entrada (17 %) o que la localización esté alejada del centro (13 %).

G19. Motivos de quienes consideraron comprar obra nueva pero finalmente lo descartaron



6. Proceso: ubicación y plazo

El 63 % (65 % en 2025) de los compradores de vivienda durante el último año que han considerado la obra nueva buscaban un inmueble en su localidad de residencia. Un porcentaje que se reparte entre el 36 % que miraba en su mismo barrio y un 27 % que miraba en otros.

Por otro lado, el 37 % que sí barajaba un cambio de localidad se distribuye entre los que buscaban en una población cercana a la suya, que son el 20 %; en una alejada pero en su provincia, que únicamente suponen un 6 %; y otro 10 % que se apostaba también por un cambio de provincia.

Estas expectativas en lo referente a la ubicación de la vivienda que se va a adquirir no siempre se

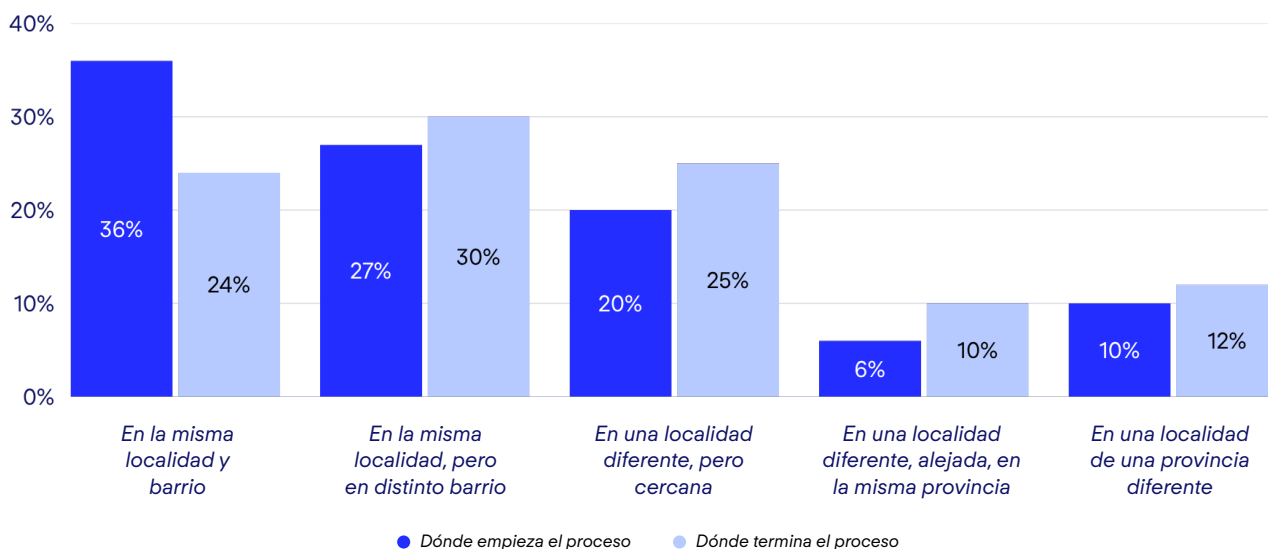
cumplen. En este sentido, el grupo que menos materializa su deseo es el de los compradores que buscan en la misma localidad y barrio: **mientras que un 36 % empezó allí el proceso, solamente lo terminó un 24 %**. Además, con respecto al año pasado se ha producido un descenso estadísticamente significativo en este sentido: en 2025 eran un 31 % los que alcanzaron su propósito de comprar una vivienda en su mismo barrio.

Cuando se trata de cambiar de barrio son más los que terminan comprando en esta ubicación de los que inicialmente se lo plantearon: un 27 % empezó aquí el proceso de compra y, sin embargo, fue un 30 % el que lo terminó.

Un patrón que se repite también en el resto de opciones: son más los que terminaron el proceso de los que lo empezaron en una localidad diferente pero cercana, una alejada pero en la misma provincia o en otra provincia.

El 36 % de los compradores que consideró la obra nueva ha intentado adquirir una vivienda en su misma localidad y barrio, pero solo un 24 % lo ha conseguido

G20. Dónde buscaron obra nueva y dónde compraron finalmente



Aumenta el tiempo de búsqueda

Durante el último año el tiempo de búsqueda de vivienda invertido por los particulares que han comprado y consideraron comprar una de nueva construcción se ha dilatado ligeramente. Así, **los que tardaron seis meses o más han pasado de ser el 40 % al 44 %**. Este cambio, se debe, fundamentalmente, al incremento de particulares que aseguran que tardaron entre seis meses y un año, que son el 21 %, frente al 15 % de 2026.

Por otro lado, **ha retrocedido levemente la cifra de los que tardan menos de dos meses, que pasa del 21 % de 2025 al 17 % de 2026**. Igualmente, el segmento de los que destinan de dos a cuatro meses también ha disminuido dos puntos porcentuales.

Pese a estos cambios al alza en los tiempos de búsqueda, los que señalan unos plazos más ex-

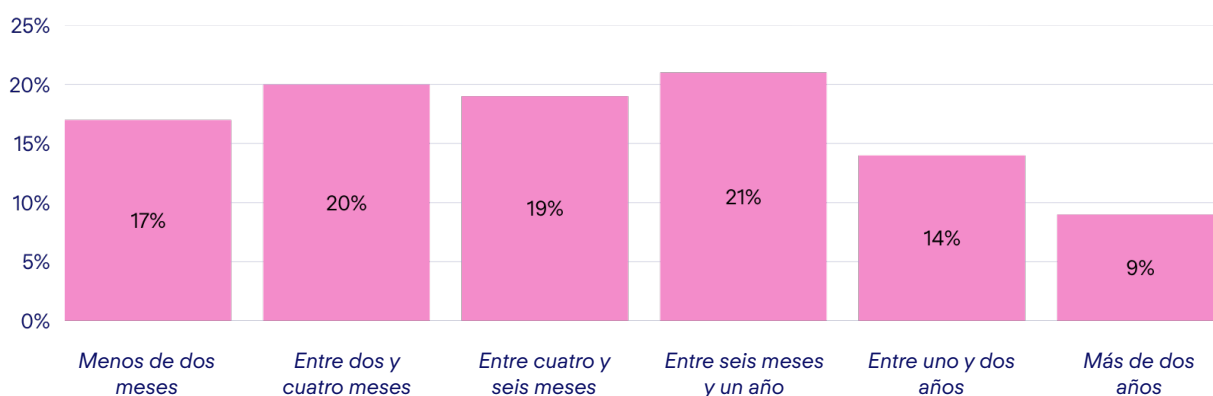
tensos (a partir de un año), siguen siendo aproximadamente los mismos: en 2025 eran el 24 % y en 2026 son el 23 %.

Esta tendencia al alza en la dedicación para encontrar una vivienda entre los compradores que consideraron la obra nueva también impacta en la percepción que tienen sobre la duración del proceso.

De hecho, en comparación con los dos últimos años han descendido significativamente los que señalan que fue mucho más breve de lo que esperaban: son el 12 %, frente al 17 % de 2025 y el 16% de 2024.

Asimismo, hay un 41 % que opina que necesitó más o menos el tiempo que esperaba (35 % en 2025), un 22 % que tardó algo más (21 % en 2025) y un 10 % mucho más (11 % en 2025).

G21. Plazo invertido en la búsqueda de vivienda por parte de quienes consideraron la opción de comprar obra nueva



7. Opinión de mercado

Hay un amplio consenso en torno a las ventajas de la vivienda en propiedad por parte de los compradores de vivienda que durante el proceso se han planteado la opción de la obra nueva. Así, un **81 %** de este colectivo asegura que el precio actual del alquiler hace que compense más pagar una hipoteca; **un 73 % cree que la compra es una buena inversión; y un 70 % considera que el sentimiento de propiedad está muy arraigado en la mentalidad de los españoles**. Estos porcentajes se convierten, respectivamente, en una puntuación de 8, 7,6 y 7,4 sobre diez.

En general el panorama es muy similar al de los años precedentes salvo un par de excepciones. Es el caso de la consideración de que estamos próximos a una nueva burbuja inmobiliaria, que de un respaldo del **48 %** en 2025 ha pasado al **54 %** en 2026.

También es relevante la irrupción de una respuesta que se ha introducido este año por primera vez: **un 74 % de los compradores que considera un inmueble de nueva construcción creen que la oferta de vivienda pública es suficiente**, lo cual otorga a esta cuestión una puntuación de 7,8 sobre 10.

G22. Opinión sobre el mercado de los compradores que han considerado la opción de adquirir obra nueva

	Valoración media			Feb-26		
	Feb-24	Feb-25	Feb-26	En contra	Neutro	A favor
El precio actual del alquiler hace que compense más pagar una hipoteca que un alquiler	7,8	8	8	4 %	17 %	80 %
La oferta de vivienda pública es insuficiente			7,8	5 %	21 %	74 %
Comprar una vivienda es una buena inversión	7,6	7,6	7,6	4 %	23 %	73 %
El sentimiento de propiedad está muy arraigado en la mentalidad de los españoles	8	7,5	7,4	5 %	25 %	70 %
Un piso es la mejor herencia que puedes dejar a tus hijos	6,6	6,9	6,7	11 %	34 %	56 %
Vivir de alquiler es tirar el dinero	6,8	6,7	6,7	10 %	35 %	56 %
Estamos próximos a una nueva burbuja inmobiliaria	6,5	6,3	6,4	13 %	33 %	54 %
Las condiciones hipotecarias actuales hacen más difícil la compra de vivienda	7,8	6,3	6,3	15 %	34 %	51 %
La tendencia en el mercado de la vivienda es alquilar más y comprar menos	5,5	5,3	5,4	22 %	44 %	34 %
La nueva normativa de control de precios de alquiler de vivienda favorecerá el equilibrio entre oferta y demanda	4,8	4,6	4,7	31 %	42 %	26 %

8. Conclusiones

La consideración de adquirir un piso de obra nueva por parte de los compradores de vivienda retrocede en 2026. Una contracción que continúa la tendencia a la baja iniciada el año pasado y que se ha producido, principalmente, por la reducción de particulares que miran opciones tanto de nueva construcción como de segunda mano.

En este sentido, lo que reflejan los datos de Fotocasa Research es que **el grueso de compradores que exclusivamente miran inmuebles de obra nueva se ha mantenido estable —aunque también haya sufrido un ligero retroceso con respecto al pasado año—**, mientras que aquellos que contemplan ambas alternativas fluctúan más y, durante los dos últimos años están experimentando un proceso de contracción.

En cualquier caso, pese a la caída de la consideración de obra nueva por parte de los particulares, la compra de este tipo de viviendas se mantiene con respecto al año pasado.

A nivel territorial, **prácticamente todas las comunidades autónomas reflejan este mismo comportamiento de retroceso de la contemplación de obra nueva como opción de compra**. La excepción a este respecto es la Comunidad Valenciana, donde un año más se recoge un mayor dinamismo, especialmente en la consideración exclusiva de este tipo de inmuebles. Asimismo, es el territorio analizado donde más compradores terminan decantándose por este tipo de viviendas.

Otra de las claves que arroja este informe es que se ha rejuvenecido el perfil de los compradores que consideran la obra nueva durante los dos últimos años: **la edad media ha caído tres años hasta situarse en los 41 años y el peso de los compradores menores de 34 años ha aumentado doce puntos**.

Pese a esto, cuando se les pregunta por los motivos que les llevan a decantarse por un tipo de vivienda u otro, son los jóvenes (25-34 años) los que más acusan la cuestión económica: **hasta siete de cada diez rehúsa la compra de un alojamiento de obra nueva porque el precio no encaja con su presupuesto**.

En cuanto a las razones que incentivan la consideración de la obra nueva, un año más destacan el hecho de evitar las reformas, la eficiencia energética y las calidades del inmueble.

Otro de los retos a los que se han enfrentado **los demandantes efectivos que han valorado las viviendas de nueva construcción durante su proceso de compra es la ubicación**. Los que más han achacado esta cuestión son los que tenían como objetivo encontrar un inmueble en su misma localidad y barrio. Asimismo, encontrar una vivienda entre este estrato de compradores es una tarea que requiere algo más de tiempo que hace un año: los datos recogidos en este estudio han reflejado cómo se han dilatado los tiempos de búsqueda con respecto a hace un año.

9. Nota metodológica

Bases de los gráficos

G1. El camino hacia la compra de obra nueva)

Base particulares mayores de 18 años.

Feb-24: 8.270 / Feb-25: 5.002 / Feb-26: 5.634

Base compradores. Feb-24: 508 / Feb-25: 439 / Feb-26: 448

G2. Consideración de la obra nueva por parte de quienes han comprado una vivienda

Base compradores.

Feb-17: 860 / Feb-18: 899 / Feb-19: 552 / Feb-20: 609 /

Feb-21: 610 / Feb-22: 545 / Feb-23: 642 / Feb-24: 508 /

Feb-25: 439 / Feb-26: 448

G3. Compradores por tipo de vivienda adquirida

Base compradores.

Feb-19: 552 / Feb-20: 609 / Feb-21: 610 / Feb-22: 545 /

Feb-23: 642 / Feb-24: 508 / Feb-25: 439 / Feb-26: 448

G4. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva por comunidades autónomas

Base compradores Madrid.

Feb-22: 113 / Feb-23: 124 / Feb-24: 98 / Feb-25: 96 / Feb-26: 87

Base compradores Cataluña.

Feb-22: 79 / Feb-23: 92 / Feb-24: 74 / Feb-25: 67 / Feb-26: 76

Base compradores Andalucía.

Feb-22: 89 / Feb-23: 106 / Feb-24: 79 / Feb-25: 82 / Feb-26: 80

Base compradores C. Valenciana.

Feb-22: 62 / Feb-23: 67 / Feb-24: 43 / Feb-25: 43 / Feb-26: 47

G5. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva en la Comunidad de Madrid

Base compradores Madrid.

Feb-17: 230 / Feb-18: 220 / Feb-19: 156 / Feb-20: 113 / Feb-21: 137 / Feb-22: 113 / Feb-23: 124 / Feb-24: 98 / Feb-25: 96 / Feb-26: 87

G6. Compradores por tipo de vivienda adquirida en la Comunidad de Madrid

Base compradores Madrid.

Feb-17: 230 / Feb-18: 220 / Feb-19: 156 / Feb-20: 113 / Feb-21: 137 / Feb-22: 113 / Feb-23: 124 / Feb-24: 98 / Feb-25: 96 / Feb-26: 87

G7. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva en Cataluña

Base compradores Cataluña.

Feb-17: 146 / Feb-18: 174 / Feb-19: 82 / Feb-20: 97 / Feb-21: 95 / Feb-22: 79 / Feb-23: 92 / Feb-24: 74 / Feb-25: 67 / Feb-26: 76

G8. Compradores por tipo de vivienda adquirida en Cataluña

Base compradores Cataluña.

Feb-17: 146 / Feb-18: 174 / Feb-19: 82 / Feb-20: 97 / Feb-21: 95 / Feb-22: 79 / Feb-23: 92 / Feb-24: 74 / Feb-25: 67 / Feb-26: 76

G9. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva en Andalucía

Base compradores Andalucía.

Feb-17: 123 / Feb-18: 130 / Feb-19: 87 / Feb-20: 122 / Feb-21: 92 / Feb-22: 89 / Feb-23: 106 / Feb-24: 79 / Feb-25: 82 / Feb-26: 80

G10. Compradores por tipo de vivienda adquirida en Andalucía

Base compradores Andalucía.

Feb-17: 123 / Feb-18: 130 / Feb-19: 87 / Feb-20: 122 / Feb-21: 92 / Feb-22: 89 / Feb-23: 106 / Feb-24: 79 / Feb-25: 82 / Feb-26: 80

G11. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva en la Comunidad Valenciana

Base compradores C. Valenciana.

Feb-21: 48 / Feb-22: 62 / Feb-23: 67 / Feb-24: 43 / Feb-25: 43 / Feb-26: 47

G12. Compradores por tipo de vivienda adquirida en la Comunidad Valenciana

Base compradores C. Valenciana.

Feb-21: 48 / Feb-22: 62 / Feb-23: 67 / Feb-24: 43 / Feb-25: 43 / Feb-26: 47

G13. Perfil sociodemográfico de quienes compran o desean comprar obra nueva

Base compradores que eligieron o consideraron la opción de obra nueva.

Feb-26: 276

G14. Penetración en el mercado de vivienda de obra nueva por edad

Base compradores.

Feb-26: 448

Base compradores 25-34 años.

Feb-26: 132

Base compradores 35-44 años.

Feb-26: 137

Base compradores 45-54 años.

Feb-26: 83

Base compradores 55-75 años.

Feb-26: 85

G15. Porcentaje de compradores que consideran la obra nueva que valoran cada característica en su elección del inmueble

Base compradores que eligieron o consideraron la opción de obra nueva.

Feb-26: 260

G16. Motivos de quienes compran o consideran comprar obra nueva para adquirir una vivienda en lugar de alquirla

Base compradores que eligieron o consideraron la opción de obra nueva.

Feb-26: 260

G17. Motivos personales para decidir adquirir una vivienda de quienes compran o consideran comprar obra nueva

Base compradores que eligieron o consideraron la opción de obra nueva.

Feb-26: 260

G18. Motivos de quienes compran o consideran comprar obra nueva para elegir viviendas de nueva construcción

Base compradores que eligieron o consideraron la opción de obra nueva.

Feb-26: 260

G19. Motivos de quienes consideraron comprar obra nueva pero finalmente lo descartaron

Base de compradores que consideraron la obra nueva pero compraron segunda mano.

Feb-25: 148

G20. Dónde buscaron obra nueva y dónde compraron finalmente

Base compradores que eligieron o consideraron la opción de obra nueva.

Feb-26: 2760

G21. Plazo invertido en la búsqueda de vivienda por parte de quienes consideraron la opción de comprar obra nueva

Base compradores que eligieron o consideraron la opción de obra nueva.

Feb-26: 260

G22. Opinión sobre el mercado de los compradores que han considerado la opción de adquirir obra nueva

Base compradores que eligieron o consideraron la opción de obra nueva.

Feb-26: 260

fotocasa Research

comunicacion@fotocasa.es

620 66 29 26

<https://research.fotocasa.es/>