fotocasa

NOTA DE PRENSA

ANÁLISIS DEL MERCADO INMOBILIARIO

El comprador de obra nueva tiene un nuevo perfil y es más joven, de clase media-alta y con hijos

- El perfil se rejuvenece: el 35% de los compradores que se plantean adquirir obra nueva tiene menos de 34 años, frente al 23% en 2024
- El 67% pertenece a un nivel socioeconómico alto o medio alto, mientras que Madrid y Andalucía concentran el mayor porcentaje de compradores
- El 37% de los demandantes de obra nueva residía de alquiler antes de comprar y el 44% ya tenía una vivienda en propiedad

Madrid, 28 de octubre de 2026

El demandante de obra nueva en España es mayoritariamente masculino, tiene una edad media de 41 años, pertenece a un nivel socioeconómico alto o medio alto y vive en familia. Aunque la distribución por sexos se mantiene prácticamente equilibrada (51% hombres y 49% mujeres) y la edad media continúa situada en los 41 años (igual que en 2025), el perfil de estos compradores ha experimentado un claro rejuvenecimiento desde 2024. De hecho, el 35% tiene actualmente menos de 34 años, frente al 23% que representaba este colectivo hace dos años. Este cambio se explica fundamentalmente por el aumento del peso de los compradores más jóvenes y, al mismo tiempo, por la pérdida de representación de los grupos de mayor edad. En conjunto, la edad media de quienes consideran la obra nueva ha caído tres años desde 2024, **según los datos del informe "**La vivienda de obra nueva en 2026**", elaborado por Fotocasa Research.**

"El rejuvenecimiento del comprador de obra nueva refleja que cada vez más jóvenes intentan acceder directamente a una vivienda de mayor calidad y eficiencia. Y que dos de cada tres compradores pertenezcan a un nivel socioeconómico medio-alto o alto confirma que la obra nueva sigue siendo un producto reservado para quienes disponen de mayor capacidad adquisitiva, porque la escasez de oferta, el aumento de los costes de construcción y la falta de suelo disponible continúan impulsando los precios

y limitando el acceso a esta tipología. Además, que una parte importante de los compradores proceda del alquiler demuestra que muchos hogares buscan dar el salto a la propiedad ante un mercado de arrendamiento cada vez más tensionado. La obra nueva mantiene un enorme atractivo, pero mientras no aumente significativamente la oferta, seguirá siendo un mercado muy competitivo y al alcance de una parte limitada de la demanda", **explica María Matos, directora de Estudios y portavoz de Fotocasa.**

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DE LOS DEMANDANTES DE OBRA NUEVA



La obra nueva rejuvenece a sus compradores

El cambio generacional es uno de los principales elementos que caracterizan actualmente al comprador que valora la adquisición de una vivienda de obra nueva. Aunque la edad media se mantiene en 41 años (igual que en el primer semestre de 2025), la composición interna de este colectivo sí ha variado de manera significativa en los últimos dos años. **El grupo de entre 25 y 34 años representa actualmente el 32% de los compradores** que consideran la obra nueva, frente al 21% que suponía en 2024. Es decir, este segmento ha ganado 11 puntos porcentuales en dos años. También se ha producido un incremento entre los compradores más jóvenes, de 18 a 24 años. Aunque continúan

teniendo un peso reducido dentro del conjunto, han pasado de representar el 1% en 2025 al 3% en 2026.

En sentido contrario, el grupo de entre 35 y 44 años ha perdido peso. En 2024 representaba el 37% de los compradores de obra nueva, mientras que actualmente supone el 31%. **La evolución del resto de grupos de edad completa este proceso de rejuvenecimiento**. En términos generales, la pérdida de peso de los segmentos comprendidos entre los 35 y los 75 años, junto con el crecimiento de los compradores de entre 18 y 34 años, ha provocado que la edad media haya descendido tres años desde 2024.

Un comprador de clase media-alta y familiar

Más allá de la edad, el perfil socioeconómico y familiar del comprador que considera la obra nueva se mantiene prácticamente estable. El 67% de estos compradores pertenece a un nivel socioeconómico alto o medio alto, mientras que el 21% se sitúa en un nivel medio y el 13% en un nivel bajo. **En cuanto a su situación de convivencia, la vida en pareja y en familia tiene un peso especialmente relevante**. El 35% vive con su pareja, mientras que el 36% convive con su pareja e hijos. En conjunto, por tanto, siete de cada diez compradores que consideran la obra nueva viven con su pareja, con o sin hijos.

Respecto a la vivienda en la que residían antes de realizar la compra, el 37% vivía en un inmueble de alquiler, mientras que **el 44% ya residía en una vivienda de su propiedad**. En cuanto a la distribución territorial, Madrid y Andalucía continúan siendo las comunidades autónomas donde se concentra un mayor porcentaje de compradores que han considerado adquirir obra nueva, con un 19% y un 17%, respectivamente. A continuación, se sitúan Cataluña, con un 15%, y la Comunidad Valenciana, con un 12%.

La vivienda habitual sigue siendo el principal destino

La vivienda de residencia habitual continúa siendo, con diferencia, el uso más frecuente entre quienes compran obra nueva. Sin embargo, durante el último año ha perdido algo de peso. En el primer semestre de 2025, el 85% de los compradores que habían considerado la obra nueva adquiría la vivienda para utilizarla como residencia habitual. En 2026 este porcentaje se sitúa en el 82%. Este descenso se corresponde con un crecimiento estadísticamente

significativo de quienes adquieren la vivienda como inversión. Este grupo ha pasado del 4% en 2025 al 7% en 2026.

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