

ANÁLISIS DEL MERCADO DE ALQUILER VACACIONAL EN ESPAÑA

Menos del 1% del parque de vivienda en España se destina al alquiler vacacional

- Cae hasta el 3% los compradores inversores que planean dedicar una vivienda al alquiler turístico
- Los actuales vendedores que tenían un piso arrendado para uso vacacional no alcanzan el 2% del total
- La rentabilidad económica es la principal motivación para participar en el mercado de alquiler turístico
- El perfil del participante en este mercado es el de un hombre de 49 años, de clase media-alta y que vive en pareja en un piso de propiedad

Madrid, 11 de junio de 2025

Menos del 1% del parque de vivienda de propietarios particulares en España se destina al alquiler vacacional. Se trata de un porcentaje estable en el tiempo y que ha crecido de forma muy leve en los últimos años. Por el contrario, la gran mayoría (78%) de las viviendas tienen un uso de residencia habitual, mientras que un 10% son segundas residencias. En tercer lugar, el uso más extendido es el de un inmueble alquilado a terceros como vivienda habitual (8%), seguido de las viviendas sin uso (3%). Con porcentajes inferiores, se encuentran las viviendas alquiladas por cortos periodos de tiempo (menos del 1%) y los mencionados inmuebles arrendados para uso vacacional (también por debajo del 1%), **según los datos extraídos a partir de una encuesta de [Fotocasa Research](#) realizada en febrero de 2025.**

Por otro lado, si se atiende a cuál es la intencionalidad del mercado con relación al alquiler vacacional, se observa que **un 3% de los compradores tiene previsto adquirir un inmueble para destinarlo uso turístico.** Se trata de un porcentaje que se está reduciendo de forma sensible en los últimos años, puesto que en 2023 esta tasa se situaba en el 6%, mientras que en 2024 se encontraba unas décimas por encima del actual 3%.

“Las cifras constatan que el volumen de alquiler turístico es muy reducido, por lo que el verdadero problema del mercado no está en la prohibición del alquiler turístico, sino en la falta de vivienda disponible para dar respuesta a una demanda creciente y sostenida. No obstante, sí es necesario establecer una regulación adecuada del alquiler vacacional, especialmente en grandes ciudades y zonas turísticas con alta presión de demanda, para garantizar un equilibrio razonable entre la convivencia vecinal y la actividad turística”, explica **María Matos, directora de Estudios y portavoz de [Fotocasa](#)**.

En sentido contrario, **han aumentado los compradores que quieren adquirir un inmueble para convertirlo en vivienda habitual: actualmente son el 81% del total**, tres puntos más que en 2024 y nueve más que en 2023. Los demandantes de vivienda para convertirla en su segunda residencia suman en febrero de 2025 el 10% del total, en el mismo nivel que en el año anterior pero tres puntos menos que en 2023, mientras que los compradores que quieren destinar una vivienda a inversión (que incluyen a los mencionados alquileres vacacionales) representan el 8% (dos puntos menos que en 2024 y cinco menos que en 2023). Los otros posibles usos de una vivienda quedan en el 1%.

En el lado de la oferta, **el porcentaje de vendedores que tenían un inmueble destinado a alquiler vacacional o de corta estancia y que ahora lo ofrecen en el mercado de compraventa también es menor: no alcanza el 2% del total**. Además, también se encuentra en descenso, ya que esta tasa se ha reducido en un punto porcentual desde 2023 y se encuentra unas décimas por debajo de la registrada en 2024. La mayoría de los vendedores (35%) destinaba previamente su inmueble a vivienda habitual, mientras que el 23% lo recibió en herencia, y un 15% lo usaba como segunda residencia. Asimismo, un 17% dedicaba la vivienda a alquiler de larga duración, un 6% la tenía vacía, y un 3% le daba otros usos.

La rentabilidad económica es la principal motivación para participar en el mercado de alquiler turístico

Con relación al perfil de las personas que participan en el mercado del alquiler vacacional (tanto en el segmento de los compradores como el de los oferentes), se observa que **se trata mayoritariamente de un hombre (en el 59% de los casos) con una edad media de 49 años y que, en términos socioeconómicos, se ubicaría en las clases altas o medias-altas**. La gran mayoría (78%) están

casados y viven en pareja (43%) o con pareja e hijos (37%) en una vivienda de propiedad (83%).

En cuanto a las motivaciones de la inversión en vivienda para uso como inmueble vacacional, **un 54% de los participantes en este mercado lo hace por la rentabilidad económica que ofrece esta opción.** Por geografías, un 25% de estos inversores residen en Andalucía, un 17% en Madrid, un 14% en Cataluña, un 6% en la Comunidad Valenciana, y un 38% en el resto de España.

[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

