

**PERFIL DEL COMPRADOR DE SEGUNDA RESIDENCIA EN 2025**

**Contar con plaza de garaje y terraza, dos requisitos cada vez más importantes para el demandante de segunda residencia**

* **Hace un año que la vivienda tuviera garaje era relevante para el 26% de los demandantes, hoy esa cifra se ha disparado hasta el 41%**
* **Para los compradores de segunda residencia es cada vez más importante que el precio se ajuste a su presupuesto**
* **Se busca un cambio de aires: ocho de cada diez compradores de segunda residencia se van a otra localidad**

**Madrid, 04 de julio de 2025**

Para los que compran o tratan de adquirir una vivienda destinada a segunda residencia, el precio sigue constituyendo la piedra angular de su deseo. De este modo, que el precio se concilie con el presupuesto con el que cuenta es la premisa más compartida para el 57% de los demandantes de segunda residencia. Se trata, además, de un porcentaje muy superior al del año anterior, cuando alcanzaba el 47%. Así lo indican los datos de [**Fotocasa Research**](https://research.fotocasa.es/) a partir de una encuesta sobre más de 3.000 particulares en búsqueda activa de vivienda en el mercado.

Dentro de este punto de partida existen diferentes aspectos de la vivienda que resultan especialmente atractivos para los compradores de segunda residencia. Entre estos, **destaca que la vivienda cuente con plaza de garaje** (41%, cifra significativamente superior al 26% de 2024).

Otro factor muy apreciado a la hora de evaluar la excelencia de la segunda residencia, y que también experimenta un auge considerable en el último año, son **los metros cuadrados de que disponga**, una cuestión que pasa en doce meses de importar al 25% a ejercer un atractivo fundamental para el 39%. Es decir, un incremento de catorce puntos porcentuales a favor del espacio.

Aunque en menor medida, **también recobra popularidad que el inmueble cuente con terraza, algo que sube del 33% al 38%**, si bien esta cifra queda todavía lejos del 44% que se alcanzó en 2023. Y, compartiendo ese porcentaje del 38%, se halla otra condición muy valorada: **que el inmueble cuente con servicios cerca** (centro médico, farmacia, supermercados, etcétera). Como en los casos anteriores, esta característica gana presencia respecto al anterior ejercicio, cuando solo anotó un 26% de apoyo.

“El interés por determinadas características en la búsqueda de la segunda residencia revela una clara apuesta por la comodidad y el bienestar. En el último año, la demanda de viviendas con plaza de garaje ha aumentado en 15 puntos porcentuales, y la preferencia por disponer de terraza ha subido otros 5 puntos. Este repunte no es casual: desde la pandemia, los espacios abiertos y las facilidades que aportan confort siguen marcando la pauta en las decisiones de compra. Al tratarse de segundas residencias, los compradores priorizan elementos que les permitan disfrutar del descanso, la desconexión y una experiencia más relajada, lo que explica esta creciente valoración de la comodidad como factor clave en la elección”, **comenta María Matos, directora de Estudios y portavoz de** [**Fotocasa**](https://www.fotocasa.es)**.**

A continuación, pero porcentualmente cerca de los anteriores, encontramos otros aspectos propios de la vivienda como la **distribución (33%), el número de habitaciones (32%), la orientación (31%) o que no haya que invertir dinero en reformarlo (31 %).**

Por su parte, para los inquilinos de segunda residencia la prioridad es que no deban **invertir mucho en reformas** (38%, un porcentaje tres puntos por encima del registrado el año anterior). Muy cerca en la valoración de los arrendatarios de segunda residencia está **que el precio se ajuste al presupuesto marcado** (37%), **que disponga de servicios cerca** (31%) o que **la vivienda se encuentre en el centro del lugar de trabajo o estudios** (28%).



**Un paisaje nuevo: un 82% busca en una localidad distinta a la que reside**

Por lo general, la demanda de una segunda vivienda suele tener como objetivo buscar un entorno distinto al de la residencia habitual. De este modo, **en las preferencias tanto de compradores como de inquilinos son mayoría los que optan por inmuebles situados en otra localidad diferente a la que se reside**.

Así, entre quienes efectivamente han adquirido una segunda residencia, **el 82% lo ha hecho en una localidad distinta de donde vive habitualmente.** Si desglosamos ese porcentaje, descubrimos que hay un 35% que lo hace en una provincia distinta. Son cifras levemente superiores a las de 2024.

En el caso de los inquilinos, **son el 64% los que efectivamente han alquilado segunda residencia en otra localidad distinta a la habitual**. Los que cambian de provincia representan un 23%. En este caso, al contrario que ocurre con los compradores, las cifras disminuyen respecto a las de un año antes, cuando fueron el 78 % y el 28 %, respectivamente.



**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](https://www.fotocasa.es/indice/), 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](http://prensa.fotocasa.es).

[Más información sobre Fotocasa](https://www.fotocasa.es/es/quienes-somos/).

**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](https://www.fotocasa.es/es/) y [habitaclia](https://www.habitaclia.com/)), empleo ([InfoJobs](https://www.infojobs.net/)), motor ([coches.net](https://www.coches.net/) y [motos.net](https://motos.coches.net/)) y compraventa de artículos de segunda mano ([Milanuncios](https://www.milanuncios.com/)).

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](http://adevinta.es)

**Departamento Comunicación Fotocasa**

**Anaïs López**

comunicacion@fotocasa.es

620 66 29 26