

Turismo residencial y modelos de ciudad

Por Antonio Martínez Gómez, economista y profesor de la Universidad CEU Cardenal Herrera.

El turismo residencial es un producto relacionado con la construcción de viviendas en zonas turísticas para que sean compradas por clientes nacionales y extranjeros, como segunda residencia, casa habitual o apartamento para destinar a alquiler.

La importancia del turismo residencial radica en su doble concepto, como producto turístico e inmobiliario, ya que tiene una gran capacidad de generación de actividad económica y de empleo, tanto en el sector servicios como en el de la construcción.

El mercado del turismo residencial está aumentando su peso específico en el sector inmobiliario como consecuencia de que existe una gran demanda de compradores extranjeros que quieren comprar una vivienda en España (segunda residencia o vivienda habitual) y de grupos inversores que desean desarrollar grandes proyectos urbanísticos.

El desarrollo del sector turístico y del inmobiliario, debe tener en cuenta los requerimientos del turismo residencial que van a condicionar los diferentes modelos de ciudad.

Turismo residencial: Características y requerimientos.

El turismo residencial consiste en la adquisición de viviendas por ciudadanos españoles y extranjeros que deciden pasar largas temporadas o habitar permanentemente en determinadas zonas, fundamentalmente la Costa del Sol, la Costa Blanca, Baleares y la Costa catalana.

El turismo residencial está relacionado con operaciones inmobiliarias en régimen de propiedad, alquiler o "time-sharing".

La costa española se está consolidando como el primer mercado mundial en el sector de las segundas residencias, por las especiales condiciones de vida que se ofrecen, la excelente climatología, la buena relación calidad-precio, el entorno natural y medioambiental existente, y el alto nivel de infraestructuras y comunicaciones disponible.

En España hay 1.200.000 viviendas turísticas, existiendo en la Costa Blanca más de 240.000 propiedad de extranjeros, según datos del año 2001 del **Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX)**. Alicante y Málaga absorben el 44 por ciento de la demanda inmobiliaria relacionada con el turismo residencial.

Para el ICEX, la radiografía del comprador europeo de una segunda residencia en España es la siguiente:

- El 35 por ciento de los compradores son del Reino Unido y el 31 por ciento son de Alemania. Otros países de origen son Francia, Italia, Bélgica, Holanda, Portugal y Suiza.
- El 39 por ciento de los compradores extranjeros son empresarios, el 33 por ciento son profesionales liberales, el 18 por ciento directivos y el 10 por ciento son asalariados.
- Los motivos de la compra de la vivienda son el retiro, para el 75 por ciento de los compradores y el veraneo, para el 13 por ciento de los extranjeros.
- El 58 por ciento de los compradores tienen unos ingresos en euros de 6.010 a 12.020, el 25 por ciento de 3.005 a 6.010, y el 17 por ciento de más de 12.020.

El perfil de los clientes extranjeros que invierten en España, según CB Richard Ellis, se corresponde fundamentalmente con parejas de mediana edad, de poder adquisitivo medio-alto o alto, mayoritariamente profesionales liberales o empleados cualificados de empresas medianas y grandes, que se plantean la compra como segunda residencia con el propósito de convertirla en vivienda habitual al jubilarse.

Los compradores extranjeros tienen una clara preferencia por una propiedad inmobiliaria con parcela independiente, y desean que su vivienda esté integrada en urbanizaciones con buenos servicios y comunicaciones. Además, están interesados en mantener las costumbres y estilos de vida de sus países de origen, y en asumir otras del entorno en el que viven.

Este perfil se completa con el señalado para el inversor europeo por los responsables de la Feria Inmobiliaria Turística Inmotur de Madrid, en el sentido de que es el de una persona que ha sobrepasado los cincuenta años, empresario o profesional liberal y que, en muchos casos ya está jubilado, posee una gran vitalidad y un alto poder adquisitivo.

Los principales requerimientos del turismo residencial, son los siguientes: Un urbanismo y una climatología excepcional; residencias de calidad, lujosas y confortables; asistencia médica integrada; servicios logísticos y comerciales próximos; seguridad ciudadana; la fascinación por la localidad y lugar de residencia. Además, se valora la tranquilidad, la idiosincrasia de la gente, el trato y la hospitalidad, la oferta de ocio y diversión, la gastronomía y la cultura local. Otros requerimientos son la existencia de buenos equipamientos comerciales de uso diario y de servicios, la proximidad de campos de golf y puertos deportivos, y la existencia de buenas comunicaciones con las zonas de origen.

Para los responsables de la Feria Inmotur, el comprador europeo desea adquirir una vivienda en el litoral español teniendo en cuenta el clima y el sol (para este tipo de compradores extranjeros no es prioritario que la vivienda esté a pie de playa, a diferencia del comprador español que prefiere que su residencia esté lo más cerca posible del mar). En segundo lugar, valoran la proximidad de la residencia a un campo de golf. Y, en tercer lugar, están muy interesados en el entorno de su vivienda, con infraestructuras desarrolladas y consolidadas, y con buena accesibilidad a todo tipo de servicios.

El modelo de ciudad turística.

Los requerimientos del turismo y del turista residencial deben ser tenidos en cuenta a la hora de definir el modelo de ciudad.

El turismo residencial no se debe considerar exclusivamente como un producto inmobiliario. Los turistas exigen algo más que viviendas y urbanizaciones de calidad.

El turismo residencial se tiene que apoyar en un entorno urbano y natural de calidad, una ciudad habitable que se tiene que caracterizar por un modelo urbanístico que favorezca las tipologías de viviendas demandadas; la defensa y respeto del entorno natural, medioambiental y paisajístico existente, potenciando la importancia de los valores ecológicos; y la disponibilidad de infraestructuras y servicios urbanos de calidad y bien dimensionados.

Otros fundamentos del turismo residencial deben ser la existencia de dotaciones educativas, sociales y sanitarias adecuadas; buenos equipamientos deportivos; una oferta comercial diversa y adaptada; seguridad ciudadana; una oferta atractiva cultural y de ocio; buenas comunicaciones, con importantes infraestructuras de transporte; la concienciación ciudadana sobre la importancia del turismo, sobre la necesidad de trato personal y amable; y la profesionalidad y cualificación en el sector.

El turismo residencial se puede convertir en un problema para la ciudad, si se entiende exclusivamente en términos de producto y promoción inmobiliaria de calidad deficiente, y se apoya en los efectos negativos del modelo de ciudad difusa o dispersa, entre los que destaca el consumo excesivo de suelo en la construcción de viviendas y urbanizaciones; el deterioro del entorno natural, medioambiental y paisajístico; el crecimiento urbanístico desordenado e indiscriminado; el elevado consumo de agua y energía; la ausencia o insuficiencia de infraestructuras básicas; deficiencias en equipamientos y servicios públicos; y la masificación de la población en determinadas zonas.

Otros efectos negativos del modelo de ciudad dispersa son los elevados costes de inversión y mantenimiento relacionados con las infraestructuras

urbanas; las dificultades de accesibilidad y movilidad entre las zonas residenciales y la ciudad; la pérdida de contactos y relaciones entre la ciudadanía; y los problemas de cohesión social, al separarse la población.

El turismo residencial debe contemplarse en el contexto de un modelo de ciudad que tiene, por una parte, que favorecer su crecimiento económico y progreso social; y, por otra parte, que garantizar su competitividad y el respeto a los recursos naturales, ecológicos y medioambientales existentes, renunciando, en todo caso, a un crecimiento urbanístico desordenado que fomente los problemas negativos del modelo de ciudad difusa.

Como conclusión, afirmar que es fundamental defender un modelo turístico que nos permita progresar y mejorar nuestra calidad de vida, y la de los turistas, y que no suponga, en ningún caso, la destrucción de nuestros valores naturales, paisajísticos o culturales, precisamente por que son la base para desarrollar el propio turismo.

Publicado en Diario Información, 15 de enero de 2003.