

# TURISMO RESIDENCIAL

**SU PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO Y  
EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA**

## VIVIENDAS TURISTICO-RESIDENCIALES

EL IMPACTO QUE TIENE EL TURISMO EN LA DEMANDA DE VIVIENDAS EN TODO EL LITORAL ESPAÑOL, INCLUIDO BALEARES Y CANARIAS, ES MUY ELEVADO. LA DEMANDA LIGADA AL TURISMO DE CIUDADANOS ESPAÑOLES, Y EXTRANJEROS, CONFORMA UN IMPORTANTE SEGMENTO DE LA DEMANDA DE VIVIENDA EN ESPAÑA, HABIENDO CONSUMIDO EN LOS CINCO ULTIMOS AÑOS APROXIMADAMENTE EL 40% DE TODAS LAS VIVIENDAS CONSTRUIDAS EN EL ESTADO ESPAÑOL.

ESTE ES EL MERCADO QUE DESEAMOS ANALIZAR EN EL PRESENTE TRABAJO, Y PARA CONOCER LA IMPORTANCIA DEL TEMA SOCIO-ECONOMICO QUE VAMOS A TRATAR, DESEAMOS COMENZAR EL MISMO CON LOS ULTIMOS DATOS QUE NOS HAN SIDO PROPORCIONADOS POR LA **CONFEDERACIÓN EMPRESARIAL MALAGUEÑA**, RELACIONADOS CON MÁLAGA Y SU PROVINCIA:

- MÁLAGA HA SIDO LA PROVINCIA ESPAÑOLA CON MAYOR CRECIMIENTO ECONOMICO ENTRE LOS AÑOS 1995 Y 2003.
- MÁLAGA APORTA EL 29% DEL TOTAL DE LA RECAUDACIÓN ANDALUZA.
- EN MÁLAGA SE CONSTRUYE EL 49% DEL TOTAL ANDALUZ.
- MÁLAGA DESTACA COMO PRINCIPAL DESTINO TURÍSTICO DE ANDALUCÍA Y RECIBE EL 40% DEL TURISMO TOTAL EN NUESTRA COMUNIDAD ANDALUZA.
- MÁLAGA CUENTA CON EL CUARTO AEROPUERTO A NIVEL NACIONAL EN NUMERO DE PASAJEROS, HABIENDO SUPERADO EL PASADO AÑO 2003, LOS 11 MILLONES; 11.565.735 PASAJEROS.

MÁLAGA SE SITÚA A LA CABEZA EN NUESTRA COMUNIDAD AUTONOMA EN EL USO Y DESARROLLO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN:

- EL 73,6% DE LAS FAMILIAS MALAGUEÑAS CUENTA CON TELEFONO MOVIL.
- EL 37,4% TIENE ORDENADOR EN SU CASA.
- EL 19,5% ESTÁ CONECTADO A INTERNET.
- LIDERAMOS LA DENSIDAD EMPRESARIAL EN TODA LA COMUNIDAD, AL REGISTRAR 64 EMPRESAS POR 1000 HABITANTES.
- MÁLAGA HA SIDO POR SEPTIMO AÑO CONSECUTIVO LA PROVINCIA LIDER EN ANDALUCIA EN CREACIÓN DE EMPRESAS

Y TODO ESTO SE DEBE, EN GRAN PARTE, A DOS PILARES DE LA ECONOMIA MALAGUÉÑA ; **TURISMO Y CONSTRUCCIÓN**, DOS PILARES BASICOS PARA LA ECONOMIA DE NUESTRO PAIS, IMPORTANTE PARA NUESTRA COMUNIDAD ANDALUZA, E IMPRESCINDIBLES EN EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO Y EMPRESARIAL DE MÁLAGA Y SU PROVINCIA.

SIEMPRE RESULTA TREMENDAMENTE DELICADO HACER PERSPECTIVA SOBRE CUALQUIER TEMA, PERO MUCHO MAS DIFÍCIL ES, HACERLO SOBRE UN SECTOR TAN ESPECIAL COMO EL **TURISMO**; Y MAS, SI ÉSTE , EN UNA DE SUS MULTIPLES FACETAS, VA UNIDO A LA **CONSTRUCCIÓN**, DOS SECTORES DINÁMICOS Y DE CONSTANTE EVOLUCIÓN, SUJETOS, EN GRAN MEDIDA, A LOS CAMBIOS SOCIALES, Y ECONÓMICOS DEL MUNDO. POR ELLO, EN NUESTRA DISERTACIÓN, NO DESEAMOS PROFETIZAR, NI TAN SIQUIERA ESPECULAR, SOBRE EL FUTURO DEL TURISMO.

SOLO PRETENDEMOS, DE ACUERDO CON LOS INDICADORES CON QUE SE CUENTA EN EL PRESENTE Y LAS PREVISIONES MAS O MENOS CIERTAS DE FUTURO, DESARROLLAR UN SUBSECTOR MUY IMPORTANTE DE LA INDUSTRIA TURISTICA, **EL TURISMO RESIDENCIAL**.

EL TERMINO "**TURISMO RESIDENCIAL**", (¿) AUN CUANDO ES DE USO COMÚN Y ALUDE A UNA TIPOLOGIA DE TURISTA DETERMINADA; EL TURISTA QUE UTILIZA PARA SUS ESTANCIAS UN ALOJAMIENTO EXTRA-HOTELERO, EN LA MAYORIA DE LAS VECES ALOJAMIENTO EN PROPIEDAD, ALQUILADO, CEDIDO, MULTIPROPIEDAD, ETC., NO HA SIDO SUFICIENTEMENTE ESTUDIADO POR LA COMPLEJIDAD DE LAS ACTIVIDADES QUE DETERMINAN ESTE SEGMENTO TAN IMPORTANTE DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO.

ESTO ESTÁ EN CONTRAPOSICIÓN CON LA IMPORTANCIA QUE HA IDO ADQUIRIENDO EN LOS ÚLTIMOS AÑOS TANTO POR SU IMPACTO DE GENERADOR DE RIQUEZA, COMO POR EL PAPEL QUE HA DESARROLLADO EN LA ORDENACIÓN DEL TERRITORIO. LO QUE SIN DUDA ALGUNA ES ACEPTADO EN TODA SU MAGNITUD DENTRO DE ESTA INDUSTRIA, AL ESTAR EN EL MARCO DE LA DEFINICIÓN QUE LA **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO** HACE DEL MISMO “..... *EL TURISMO COMPRENDE LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN LAS PERSONAS DURANTE SUS VIAJES Y ESTANCIAS EN LUGARES DISTINTOS AL DE SU ENTORNO HABITUAL, POR UN PERIODO DE TIEMPO CONSECUTIVO INFERIOR A UN AÑO, CON FINES DE OCIO, NEGOCIOS U OTROS MOTIVOS*”.

EN PRINCIPIO, UN COLECTIVO AMPLIO DE LOS DENOMINADOS **TURISTAS RESIDENCIALES**, CÚMPLEN ESTA CONDICIÓN POR LO QUE PUEDEN SER CONSIDERADOS COMO TURISTAS, PUESTO QUE SON VISITANTES QUE PERMANECEN UN NUMERO MAYOR DE PERNOCTACIONES QUE OTRA CLASE DE TURISTAS, POR EJEMPLO EL VACACIONAL, UTILIZANDO UN MEDIO DE ALOJAMIENTO PROPIO O ALQUILADO, EN EL LUGAR ESCOGIDO COMO META DE ASUETO, PARA DISFRUTAR UNA CALIDAD DE VIDA A LA CUAL ESTÁ ACOSTUMBRADO. HAY QUE DESTACAR QUE **EL ORIGEN DE SUS RENTAS PROVIENE DE SU LUGAR DE ORIGEN.**

¿QUÉ ESPACIO CONSUME EL **TURISMO RESIDENCIAL** DENTRO DE LA **INDUSTRIA TURÍSTICA?**

EN UN SENTIDO MUY GENÉRICO, SE PUEDE INTERPRETAR COMO AQUEL ESPACIO TURÍSTICO, DOTADO DE UNA CIERTA ESTRUCTURA INTERNA, CAPAZ DE SATISFACER LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DEL **TURISTA RESIDENCIAL**. EN TAL UNIDAD TURÍSTICA CONFLUYEN LAS ACTIVIDADES ECONOMICAS DE DIVERSOS SECTORES PRODUCTIVOS, TANTO EN EL MOMENTO DE SU CONSTRUCCIÓN Y CONFIGURACIÓN, COMO EN SU POSTERIOR EXPLOTACIÓN, PUESTO QUE SE COMPONE DE VIVIENDAS, EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS. LA FINALIDAD DE ESTE ESPACIO TURÍSTICO, ES SATISFACER LAS NECESIDADES DEL TURISTA RESIDENCIAL, LO QUE CONLLEVA UNA SERIE DE DETERMINANTES O REQUISITOS QUE AFECTAN A LA NATURALEZA DEL MISMO ESPACIO, COMO SON:

- SU CONSTRUCCIÓN, DISEÑO Y FUNCIONAMIENTO DEBE ORIENTARSE A PROPORCIONAR AL TURISTA UNA ALTA CALIDAD DE VIDA, DONDE LAS CUESTIONES RELATIVAS AL MEDIO AMBIENTE COBRAN ESPECIAL PROTAGONISMO.
- ESTE ESPACIO, ESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTOS, DEBEN PERMITIR EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE OCIO DEL TURISTA, PARA LO CUAL DEBE DE ESTAR DOTADO DE LAS CORRESPONDIENTES INSTALACIONES Y SERVICIOS TURÍSTICOS QUE DEMANDA ESTE PRODUCTO.
- SU ESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTOS DEBEN PERMITIR EL DESARROLLO DE LAS RELACIONES SOCIALES Y DE CONVIVENCIA.

EN DEFINITIVA, TALES ESPACIOS TURÍSTICOS CONSTITUYEN EN SI MISMO UN PRODUCTO TURÍSTICO, O PARTE DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DEL LUGAR DE DESTINO. EN TAL SENTIDO, ES NOTORIA SU INFLUENCIA SOBRE LA IMAGEN DEL DESTINO TURÍSTICO.

### **TRATAMIENTOS POLÍTICOS - ADMINISTRATIVOS**

LA POLÍTICA TURÍSTICA DEBE DE INCORPORAR EN SUS PLANTEAMIENTOS AL **TURISMO RESIDENCIAL**, POR LA NATURALEZA DE ESTA ACTIVIDAD TURÍSTICA, Y POR EL ALTO GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL MISMO. LOS PROPIOS CONTENIDOS DE LAS DEFINICIONES AVANZADAS SOBRE **TURISMO RESIDENCIAL**, TANTO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA DEMANDA, COMO DE LA OFERTA, TIENEN IMPORTANTES REPERCUSIONES SOBRE LA POLÍTICA TURÍSTICA, Y LA POLÍTICA DE **ORDENACIÓN DEL TERRITORIO**.

ES EVIDENTE QUE LA **PLANIFICACIÓN – ORDENACIÓN** DE NUESTRO TURISMO, PASA POR UNA ORDENACIÓN DEL ESPACIO, ALGO QUE NUESTRA **LEY DE ORDENACIÓN URBANÍSTICA DE ANDALUCIA** NO HA CONSEGUIDO, A PESAR DE SER LA ACTIVIDAD TURISTICA UNA DE LAS PRINCIPALES CAUSAS DEL CONSUMO DEL TERRITORIO ANDALUZ. SI NO SE MEJORAN LAS RELACIONES DE COORDINACIÓN ENTRE LA **ORDENACIÓN TERRITORIAL Y URBANÍSTICA**, Y LA **ORDENACIÓN DEL SECTOR TURISTICO** –ALLI DONDE EL TERRITORIO LO EXIJA-, SE CORRE EL RIESGO DE QUE DICHA ORDENACIÓN TERRITORIAL URBANÍSTICA SE CONFIGURE COMO UNA ACCIÓN SECTORIAL MAS, SIN CAPACIDAD DE INTEGRACIÓN EFICAZ DE UNA PLANIFICACIÓN DEL SECTOR QUE MAYOR

INCIDENCIA TIENE EN LA CONFIGURACIÓN DEL TERRITORIO RIBEREÑO, Y POR LO TANTO MAS CAPACIDAD REAL PARA INDUCIR EN LOS PROCESOS TURISTICOS DE ANDALUCIA.

LA INCORPORACIÓN DEL **TURISMO RESIDENCIAL** A DICHAS POLÍTICAS, DEBE DE MANIFESTARSE EN GRANDES LINEAS DE ACTUACIÓN, EN LOS SIGUIENTES PARÁMETROS:

- CONTRIBUIR A REFORZAR EL PLANTEAMIENTO INTEGRAL DE LA POLÍTICA TURÍSTICA, SOBRE TODO EN LO RELATIVO AL BINOMIO: **FOMENTO** DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA, Y UNA **ORDENACIÓN** RACIONAL DEL TERRITORIO.
- ACENTUAR COMO OBJETO FINALISTA DE LA POLÍTICA TURÍSTICA EL INCREMENTO DE LA CALIDAD DE VIDA. CON ATENCIÓN ESPECIAL SOBRE EL PAISAJE Y LAS CONDICIONES MEDIOAMBIENTALES, y
- POTENCIÁR EN EL ÁMBITO DE LAS URBANIZACIONES TURÍSTICAS EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE OCIO. CON ESPECIAL ATENCIÓN SOBRE LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA, LA APORTACIÓN DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS SINGULARES Y, EN GENERAL, EL DESARROLLO DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA.

A PARTIR DE LA DEFINICIÓN DE TURISMO CONTEMPLADA POR LA **O.M.T. - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO** -, RESULTA CLARA LA IDENTIFICACIÓN DEL **TURISMO RESIDENCIAL** CON TAL CONCEPTO. POR LOS SIGUIENTES MOTIVOS:

- EL TURISMO RESIDENCIAL REUNE TODAS LAS CONDICIONES OTORGADAS AL TERMINO TURISTA.
- ES UNA PERSONA QUE SE DESPLAZA A UN LUGAR DISTINTO AL DE SU ENTORNO HABITUAL, POR UNA DURACIÓN INFERIOR A 12 MESES CONSECUTIVOS.
- EL MOTIVO PRINCIPAL DE SU VISITA, ES DISTINTA AL DE EJERCER UNA ACTIVIDAD REMUNERADA EN EL DESTINO TURÍSTICO, SIENDO ESTE DE OCIO, GOLF, RECREO, VACACIONES, TRATAMIENTOS DE SALUD, BALNEARIOS, ETC., BUSCANDO UNA CIERTA CALIDAD DE VIDA, QUE IDENTIFICA CON EL LUGAR ELEGIDO.

LAS DIFERENCIAS MAS SIGNIFICATIVAS DEL TURISMO RESIDENCIAL, FRENTE AL TURISMO VACACIONAL, SON SUS MAYORES ESTANCIAS, EL USO COMO ALOJAMIENTO DE

UNA VIVIENDA PROPIA O ALQUILADA, Y QUE EL MOTIVO DE SU DESPLAZAMIENTO ES EL OCIO LIGADO A UNA CIERTA CALIDAD DE VIDA.

LOS ESTUDIOS SOBRE **TURISMO RESIDENCIAL** SÓN MAS BIEN ESCASOS.

SURGIÓ COMO UN FENOMENO EMPRESARIAL QUE NOS FUE IMPUESTO, TANTO POR EL TURISTA NACIONAL, COMO POR EL INTERNACIONAL, ADQUIRIENDO NUESTROS PRODUCTOS INMOBILIARIOS CUANDO LOS PROMOTORES CONSTRUIAMOS PARA EL AUTOCTONO, LO QUE RAPIDAMENTE SE CONVIRTIÓ EN EL PRODUCTO ESTRELLA DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO.

EN EL SUBSECTOR DE TURISMO **-TURISMO RESIDENCIAL - SEGUNDA RESIDENCIA-**, LA DÉCADA DE LOS 70 SUPUSO UN LANZAMIENTO DEL PRODUCTO INMOBILIARIO TURÍSTICO DE ALTO NIVEL CON UNA CRECIENTE IMAGEN INTERNACIONAL. EL CAMBIO QUE SE HA PRODUCIDO EN EL LITORAL ESPAÑOL, ASI COMO EN NUESTROS ARCHIPIÉLAGOS, CON EL PROTAGONISMO DEL **TURISMO RESIDENCIAL**, TIENE UN CLARO REFLEJO EN LOS DATOS Y LAS ESTADÍSTICAS DE LA EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA.

UNO DE LOS INDICADORES QUE NOS PUEDEN MEDIR MAS FIABLEMENTE EL FENÓMENO DEL TURISMO RESIDENCIAL, ES LA **INVERSIÓN EXTRAJERA EN BIENES INMUEBLES**, AUNQUE ESTE INDICADOR NO NOS DESCRIBE CON EXACTITUD LA REALIDAD DE LA DEMANDA DEL TURISMO RESIDENCIAL, PUESTO QUE UNA PARTE DE DICHA DEMANDA LA COMPONEN PROPIETARIOS NACIONALES, LO CUAL PASA A DENOMINARSE **“ADQUISICIÓN DE ACTIVOS INMOBILIARIOS POR PARTE DE RESIDENTES”**, Y NO ES RECOGIDO POR NINGUNA ESTADÍSTICA.

### **INVERSIONES EXTRANJERAS**

DENTRO DE LOS CUATRO TIPOS DE INVERSIONES EXTRANJERAS QUE EXISTEN EN ESPAÑA; INVERSIONES DIRECTAS, INVERSIONES EN CARTERA, INVERSIONES EN INMUEBLES E INVERSIONES DIVERSAS, **LAS INVERSIONES EN BIENES INMUEBLES GENERADAS POR NO RESIDENTES, LAS INVERSIONES EN TURISMO RESIDENCIAL,**

OCUPAN EL TERCER LUGAR, SUPONIENDO EN TÉRMINOS NETOS EL 25,10% DE LA TOTALIDAD DE LAS INVERSIONES REALIZADAS POR NO RESIDENTES, LO QUE PONE EN EVIDENCIA LA IMPORTANCIA QUE TIENE EN NUESTRA BALANZA DE CAPITALES, LOS FLUJOS DE INVERSIÓN EXTRANJERA EN INMUEBLES.

ES A PARTIR DE LOS AÑOS 80, CUANDO ESTE FENÓMENO INVERSOR, DESPIERTA LA ATENCIÓN ENTRE LOS ANALISTAS DE INVERSIONES EXTRANJERAS, QUE RÁPIDAMENTE LA ANUNCIARON DENTRO DEL FENOMENO **TURÍSTICO INDUSTRIAL**, NO HABIÉNDOSE TIPIFICADO HASTA DICHAS FECHAS, LA ADQUISICIÓN DE INMUEBLES Y BIENES RAICES EN TERRITORIO ESPAÑOL POR NO RESIDENTES, MEDIANTE UNA APORTACIÓN DINERARIA DEL EXTERIOR, ***LA COMPRA DE UN BIEN DE CONSUMO DURADERO EN ESPAÑA.***

LA DESCRIPCIÓN DEL CONTEXTO GENERAL EN EL QUE SE INSERTA EL MERCADO **TURÍSTICO RESIDENCIAL**, EXIGE UN ACERCAMIENTO A LA INVERSIÓN EXTRAJERA EN INMUEBLES CON MOTIVOS TURÍSTICOS. LA COMPRA DE ACTIVOS INMOBILIARIOS POR PARTE DE TURISTAS EXTRAJEROS SE DÁ CON MAS INTENSIDAD EN LA COSTA DEL SOL QUE EN OTROS DESTINOS TURÍSTICOS NACIONALES, DONDE EL SEGMENTO DEL TURISMO RESIDENCIAL TIENE UNA GRAN IMPORTANCIA, ASI HEMOS PODIDO COMPROBAR A LO LARGO DE LA DECADA DE LOS OCHENTA, COMO BALEARES, ALICANTE Y COSTA DEL SOL, GENERARON EL 75% DE LA TOTALIDAD DE LAS INVERSIONES POR NO RESIDENTES, EN PRODUCTO INMOBILIARIO TURÍSTICO.

CUALQUIER ANÁLISIS DE LA BALANZA DE CAPITALES EN ESPAÑA PONE EN EVIDENCIA LA IMPORTANCIA QUE EN LA MISMA TIENEN LOS FLUJOS DE INVERSIÓN EN BIENES INMUEBLES POR EXTRANJEROS NO RESIDENTES, A LA INVERSA DE LO QUE SUCEDE EN OTROS PAÍSES DESARROLLADOS, DONDE LA IMPORTANCIA QUE TIENE ESTA PARTIDA EN SU BALANZA DE CAPITALES ES CASI NULA, SIENDO LOS PARAÍDOS TURÍSTICOS COMO ESPAÑA, LOS ELEGIDOS PARA LA COMPRA Y EL ASENTAMIENTO DE LOS QUE ALGUNOS TÉCNICOS Y ESPECIALISTAS DIERAN EN LLAMAR **EL ORO BLANCO**, **TURISMO RESIDENCIAL**, LA COMPRA DE UN BIEN DURADERO QUE GENERA DIVISAS, IMPUESTOS, CONSUMO, PUESTOS DE TRABAJO, ETC., EL CUAL AL SER UN BIEN RAIZ, NO SALE DEL PAÍS, GENERANDO UN CICLO CONTINUO DE TURISTAS, CON UN NIVEL DE ECONOMÍAS MEDIO-ALTAS.

EN EL AÑO **1.997** LAS INVERSIONES EN PRODUCTOS INMOBILIARIOS, REALIZADAS POR EXTRANJEROS EN VIVIENDAS RESIDENCIALES, SUPERARON LOS 300.000 MILLONES DE PTAS. (**1.803 MILLONES DE EUROS**), ESTIMÁNDOSE QUE EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL, 35.000 VIVIENDAS FUERON ADQUIRIDAS POR NO RESIDENTES.

EN EL AÑO **1998** SE GENERARON 362.000 MILLONES DE PTAS. (**2.175 MILLONES DE EUROS**), LO QUE SUPUSO UN AUMENTO DEL 20% CON RELACIÓN AL AÑO ANTERIOR.

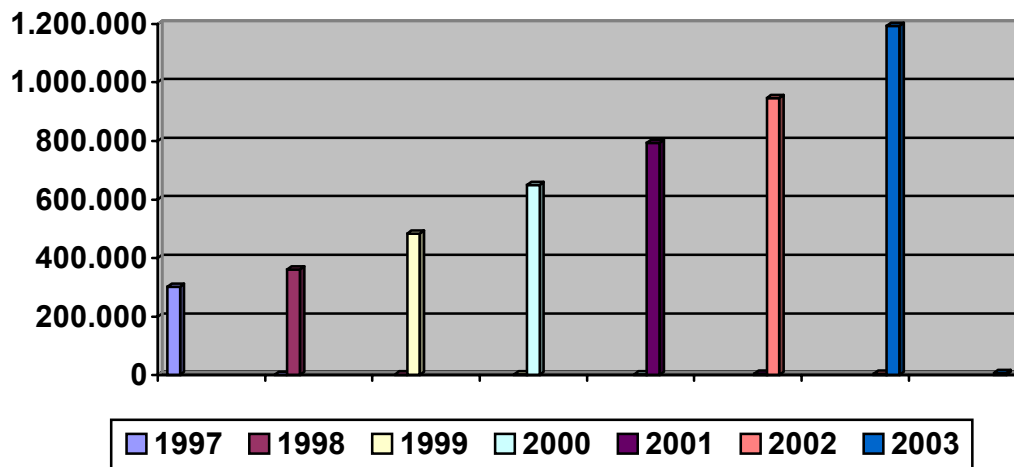
EL AÑO **1.999** CERRÓ SU EJERCICIO CON UNAS VENTAS DE 484.000 MILLONES DE PTAS. (**2.908 MILLONES DE EUROS**), EN PRODUCTO TURÍSTICO RESIDENCIAL.

TOMANDO ESTOS DATOS COMO CIERTOS, ELLO REPRESENTA QUE MÁS DEL 15% DE LAS VIVIENDAS TERMINADAS EN ESPAÑA EN ESTE AÑO, FUERON COMPRADAS POR NO RESIDENTES, PARA FINES TURISTICOS.

EN EL AÑO **2000**, ESTE SUBSECTOR DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA SOBREPASÓ Los 650.000 MILLONES DE PTAS. (**3.906 MILLONES DE EUROS**), DE DIVISAS CAPTADAS, SIENDO LAS CIFRAS DEL AÑO **2001** TODAVIA MÁS ALENTADORAS, CON UN VOLUMEN DE NEGOCIO DE 793.000 MILLONES DE PTAS. (**4.765 MILLONES DE EUROS**).

EL AÑO 2002, FUE UN AÑO BASTANTE ESPERANZADOR, PARA ESTE SECTOR DE LA INDUSTRIA DE LA PROMOCIÓN Y CONSTRUCCIÓN TURISTICO RESIDENCIAL.

DE LAS 575.000 VIVIENDAS VISADAS EN ESPAÑA DURANTE DICHO AÑO, 90.000 VIVIENDAS FUERON ADQUIRIDAS POR **NO RESIDENTES**, GENERANDO EN TODO EL TERRITORIO NACIONAL **5.676 MILLONES DE EUROS** (945.000 MILLONES DE PTAS.), LO QUE SIGNIFICÓ UN AUMENTO DEL 16% CON RELACIÓN AL AÑO 2001.



EL RESUMEN DEL AÑO 2003, HA ROTO TODOS LOS ESQUEMAS DE NUESTRO SECTOR. DE LAS 700.000 VIVIENDAS VISADAS EN **ESPAÑA** DURANTE EL PASADO AÑO 2003, **115.500 UNIDADES FUERON ADQUIRIDAS POR NO RESIDENTES**, GENERANDO **7.167 MILLONES DE EUROS**, ( 1,2 BILLONES DE LAS ANTIGUAS PTAS.) LO QUE HA SIGNIFICADO UN AUMENTO DEL 11,7% CON RELACIÓN AL AÑO 2002, QUE ADQUIRIERON 90.000 UNIDADES.

EL DESARROLLO DE ESTA INVERSIÓN POR COMUNIDADES, HA SIDO EL SIGUIENTE:

MÁLAGA / COSTA DEL SOL	18.500 UNIDADES.
RESTO COMU. ANDALUZA	15.500 UNIDADES
COMUNIDAD VALENCIANA	25.000 UNIDADES
CATALUÑA	15.000 “
CANARIAS	21.000 “
MURCIA	10.500 “
BALEARES	10.000 “

MÁLAGA/COSTA DEL SOL, HA HECHO SUYAS EL 33,6% DE DICHAS INVERSIONES, CON UN MONTANTE DE **2.405 MILLONES DE EUROS**,

A TODAS ESTAS INVERSIONES, HAY QUE AÑADIR EL MERCADO NACIONAL. INVERSIONES QUE SOLO PUEDEN SER ESTIMATIVAS AL NO EXISTIR REFERENTES ESTADISTICOS. NO CREEMOS EQUIVOCARNOS, SI AFIRMAMOS QUE LA SUMA DE ESTOS DOS GRUPOS INVERSORES, RESIDENTES Y NO RESIDENTES, ADQUIRIERON EL 25% DE LA TOTALIDAD DE LAS VIVIENDAS VISADAS EN ESPAÑA, DURANTE EL AÑO 2003 PARA FINES **TURISTICOS**

## **RESIDENCIALES.**

POR NACIONALIDADES DE INVERSORES NO RESIDENTES, LOS **BRITANICOS** FUERON EL GRUPO QUE MAS INVERSIONES REALIZARON, EL **52%**, SEGUIDOS DE LOS **ALEMANES** QUE A PESAR DE HABER BAJADO EL PASADO AÑO UN 22 %, SUS INVERSIONES TODAVIA ACUMULAN EL **22%** DE LA INVERSIÓN TOTAL, EL RESTO DE LAS INVERSIONES SE DIFUMINARON EN **FRANCESES** EL **8%**, **ITALIANOS** EL **6%**, **BELGAS** EL **3%**, **ESCANDINAVOS** EL **6%**, ETC.

PARA TENER UNA IDEA DE LA IMPORTANCIA DE ESTE SECTOR TURÍSTICO, Y ANALIZANDO LOS EFECTOS ECONÓMICOS DE LAS INVERSIONES EN **TURISMO RESIDENCIAL**, A NIVEL NACIONAL, CABE DESTACAR EL EFECTO FINANCIADOR DEL DÉFICIT COMERCIAL DE LAS DIVISAS QUE GENERAN EL FLUJO DE DICHAS INVERSIONES.

COMPARANDO EL VOLUMEN TOTAL GENERADO POR EL TURISMO RESIDENCIAL EN EL PERIODO **1.962-2000**, IGUAL A **6 BILLONES DE PTAS.**, (36.000 MILLONES DE EUROS), CON EL DÉFICIT ACUMULADO DE LA BALANZA COMERCIAL EN ESE MISMO PERIODO, RESULTA QUE ESTE TIPO DE INVERSIÓN FINANCIÓ EL 15% DE DICHO DÉFICIT COMERCIAL.

NINGÚN ESTUDIO ECONÓMICO SOBRE LA GENERACIÓN DE RIQUEZA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA EN NUESTRO PAÍS -EL SEGUNDO DEL MUNDO- PUEDE DEJAR DE RESALTAR EL FUERTE EFECTO DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA EN INMUEBLES TURÍSTICOS RESIDENCIALES, COMO VALOR AÑADIDO DE INCREMENTO Y GENERACIÓN DE DIVISAS, DEPENDENCIA DE PUESTOS DE TRABAJO, CONSUMIDORES DE UN VALOR ECONÓMICO MEDIO-ALTO, ETC., SIN OLVIDARNOS QUE ESTAMOS TRATANDO DE ALGO, QUE EN TURISMO Y EN TODOS SUS SEGMENTOS INDUSTRIALES, SOLO ESTE PRODUCTO NOS LO DA: **UN PRODUCTO TURÍSTICO DE CONSUMO DURADERO, CON UNA GRAN INCIDENCIA SOBRE LOS INGRESOS POR TURISMO EN TÉRMINOS REALES, CON EFECTOS Y RESULTADOS POSITIVOS A CORTO, MEDIO Y LARGO PLAZO DADO SU GRAN POTENCIAL**

CABE DESTACAR DE ESTE ÚLTIMO INDICATIVO, Y CENTRADOS EN LA **COSTA DEL SOL**, LOS SIGUIENTES DATOS SIGNIFICATIVOS:

- LOS 5.000.000 DE TURISTAS QUE UTILIZAN SUS APARTAMENTOS EN PROPIEDAD (DEL 750.000 UNIDADES FAMILIARES QUE HAN INVERTIDO EN LA COSTA DEL SOL) HAN GENERADO Y MANTIENEN 850.000 CUENTAS CORRIENTES PARA HACER FRENTE A SUS CORRESPONDIENTES GASTOS DE MANTENIMIENTO, ELECTRICIDAD, TELÉFONO, SUPERMERCADOS, GASTOS DE COMUNIDAD, ETC.
- MANTIENEN UN CIRCULANTE DE 900.000 MILLONES DE PTAS. -5.409 MILLONES DE EUROS-, A LO QUE HAY QUE AÑADIR UNA CAPACIDAD DE GASTO DE 6.000 MILLONES DE EUROS – 1 BILLON DE PTAS.- EN SU ESTANCIA CON NOSOTROS.

SEGÚN EL INFORME DE MERCADO DE VIVIENDA VACACIONAL EN ESPAÑA **-VIVE-** REALIZADO POR EL GRUPO "I", EL NUMERO DE HOGARES SECUNDARIOS, DE UNA PLANTA NACIONAL DE 22 MILLONES DE VIVIENDAS, ES DE 7,2 MILLONES DE UNIDADES DONDE ESTÁN INCLUIDO EL PARQUE DE VIVIENDAS TURÍSTICAS, EL CUAL REPRESENTA EL 18% DEL TOTAL RESIDENCIAL ESPAÑOL, UNOS 3,8 MILLONES DE VIVIENDAS.

LA PROPIEDAD DE ESE 18% DE VIVIENDAS TURÍSTICAS ESTÁ REPARTIDO ENTRE UN 10% PARA LOS PROPIETARIOS NACIONALES, 2,1 MILLONES DE VIVIENDAS, Y UN 8% DE PROPIETARIOS EXTRANJEROS, 1,7 MILLONES DE UNIDADES.

LA ZONA **VIVE**, ESTÁ INTEGRADA POR 116 MUNICIPIOS DISTRIBUIDOS POR LAS COSTAS ANDALUZAS, CATALANAS, VALENCIANAS, MURCIANAS, BALEARES Y CANARIAS, TENIENDO UNA DISPOSICIÓN DE **12 MILLONES DE PLAZAS TURÍSTICAS**, CUYO GASTO Y GENERACIÓN DE **VALOR AÑADIDO BRUTO, - V. A. B.-, ES ESPECTACULAR.**

## **IMPUESTOS**

ESTE ACTIVO GENERA EN CONCEPTO DE CONTRIBUCIONES, ARBITRIOS, ETC. PARA LAS ARCAS DE LOS AYUNTAMIENTOS TURÍSTICOS, 750.000 MILLONES DE PTAS. **(4.507 MILLONES DE EUROS)**, AL AÑO.

LA CONCIENCIACIÓN DE LAS DISTINTAS ADMINISTRACIONES PUBLICAS, ES CADA VEZ MAYOR AL FENÓMENO **TURÍSTICO INMOBILIARIO**. EN EL MES DE ENERO HEMOS TENIDO CONOCIMIENTO DE UN INFORME REVELADOR POR PARTE DEL MINISTERIO DE ECONOMIA Y HACIENDA, EL CUAL DESVELA QUE EL 44% DE LOS INGRESOS **NO FINANCIEROS** DE LAS CORPORACIONES LOCALES PROCEDE DEL SUELO Y DE LA VIVIENDA, Y EN LOS MUNICIPIOS TURÍSTICOS, EL 65% DE DICHOS RECURSOS PROCEDEN Y SON RECAUDADOS POR LA VIA DEL **IMPUESTO SOBRE BIENES INMUEBLES**, Y EL **IMPUESTO SOBRE EL INCREMENTO DEL VALOR DE LOS TERRENOS DE NATURALEZA URBANA**.

SI HABLAMOS DE **LOS IMPUESTOS INDIRECTOS**, LOS RELACIONADOS CON LA CONSTRUCCIÓN, INSTALACIONES Y OBRAS, SIGNIFICAN EL 95% DE DICHO CAPITULO, COMO TAMBIEN MERECE CAPITULO APARTE LOS INGRESOS MUNICIPALES POR TASAS DE LICENCIAS DE OBRAS, LAS CESIONES DE SUELO POR PARTE DE LOS PROMOTORES, ASI COMO LAS "CONTRIBUCIONES ESPECIALES", LAS CUALES HAY QUE TENER MUY EN CUENTA EN LA RECAUDACIÓN FISCALIZADORA DE LOS MUNICIPIOS TURISTICOS EN PARTICULAR.

### **URBANISMO VERSUS TURISMO.**

EL **TURISMO RESIDENCIAL**, VA DE LA MANO DEL TURISMO VACACIONAL; YA LA COMISIÓN EUROPEA ORGANIZÓ EN NOVIEMBRE DEL AÑO 1.987 UNA CONFERENCIA CUYO TÍTULO "**TURISMO RESIDENCIAL, HORIZONTE 1.992**" HABLABA POR SÍ MISMO. ESTA CONFERENCIA FUE UN VALIOSO FOCO DE INFORMACIÓN E INTERCAMBIOS QUE PERMITIÓ ALCANZAR UN AMPLIO CONSENSO SOBRE LA ACTUACIÓN DE LA COMISIÓN Y SUS OBJETIVOS.

EL NUEVO URBANISMO, **RESIDENCIAL-- TURÍSTICO**, SE DEBÍA DE ORIENTAR EN EL MISMO SENTIDO QUE DICTARAN LAS ESTRATEGIAS DEL TURISMO VACACIONAL:

- TURISMO ECOLÓGICO.
- TURISMO DEPORTIVO.
- AMPLITUD DE ESPACIOS VERDES.
- VARIEDAD Y CANTIDAD DE COMPLEJOS DEPORTIVOS,

ASI COMO LA PROMOCIÓN DE UN TURISMO INTERESADO POR EL MARCO HISTÓRICO Y MONUMENTAL.

NO PODEMOS OLVIDAR QUE EL SECTOR TURÍSTICO SUPONE UN 10% DEL PIB. Y UN 12,5% DEL EMPLEO TOTAL DE LA U. E. , PARA CONOCER EL GRADO DE INTERÉS QUE SE LE PRESTA, CON UNOS INGRESOS EN EL AÑO **2.003** A NIVEL MUNDIAL DE 620.000 MILLONES DE DÓLARES USA.

### **POSICIONAMIENTO DEL TURISMO ESPAÑOL**

ESPAÑA PARTICIPA EN EL FLUJO TURÍSTICO MUNDIAL DE LA MANERA SIGUIENTE:

- DEMANDA FÍSICA EN PERSONAS EL 7,5% DEL TOTAL MUNDIAL.
- EN DIVISAS EL 7% DEL TOTAL MUNDIAL

A COMIENZOS DE LOS AÑOS 50, QUINCE ERAN LAS METAS TURISTICAS MUNDIALES QUE ACOGIAN UN MAXIMO DE **25 MILLONES DE TURISTAS**. EN EL AÑO 2003, **70 PAISES CON DESTINOS TURISTICOS, RECIBIERON 710 MILLONES DE TURISTAS**, Y SEGÚN TODOS LOS PRONOSTICOS DE LA **ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO**, EN LOS PRÓXIMOS 10 AÑOS, LAS LLEGADAS DE TURISTAS A SUS METAS DE OCIO, ASCENDERÁN A **MIL MILLONES**.

EL FUTURO DEL **TURISMO RESIDENCIAL** NO HA HECHO MAS QUE COMENZAR. EN LOS PRÓXIMOS AÑOS, MILES DE CIUDADANOS EUROPEOS SE SUMARÁN A LOS QUE HAN ELEGIDO NUESTRO LITORAL PARA LA COMPRA DE SU VIVIENDA DE USOS TURISTICOS, SUPERANDO EN MUCHOS FACTORES AL TURISMO HOTELERO, O VACACIONAL. SEGÚN DATOS EXTRAIDOS DE UN ESTUDIO REALIZADO POR LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA, PODEMOS LEER COMO EN SUS PREVISIONES CONTEMPLA, COMO EL CRECIMIENTO DE MÁLAGA / COSTA DEL SOL PARA LOS PROXIMOS 10 AÑOS SERÁ TAL, QUE SE ESPERA DUPLICAR LA POBLACIÓN EN ESE ESPACIO DE TIEMPO.

### **FIDELIDAD DE LA INVERSIÓN EN TURISMO RESIDENCIAL**

COMO ES SABIDO, LA INVERSIÓN SUELE TENER UNA FUERTE CORRELACIÓN CON LA RENTA, PERO DENTRO DE LA INVERSIÓN, LA DIRIGIDA A ADQUIRIR UNA SEGUNDA VIVIENDA, SUELE SEGUIR UN COMPORTAMIENTO BASTANTE ERRÁTICO. SI ADEMÁS, SE TRATA DE INVERTIR EN UN PAIS EXTRANJERO CON FINALIDAD PREDOMINANTEMENTE VACACIONAL, O DE SEGUNDA RESIDENCIA, LA CORRELACIÓN ENTRE DICHA DEMANDA Y LA EVOLUCIÓN DE LA RENTA DE LOS POSIBLES INVERSORES, NO ES NADA FÁCIL DE ESTABLECER.

ELLO, NO OBSTANTE, Y DADO EL INTERÉS DE DICHO FLUJO DE INVERSIÓN EXTRANJERA HACIA NUESTRO SECTOR, VOY A INTENTAR UNA APROXIMACIÓN AL ANÁLISIS CUALITATIVO DE ESOS FACTORES Y CIRCUNSTANCIAS QUE PUEDEN FAVORECER O DIFICULTAR LAS DECISIONES DE COMPRA.

SEGÚN LOS DATOS DEL MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA, APORTADOS POR LA SECRETARÍA DE ESTADO PARA TURISMO, PARTIENDO DE ESTADÍSTICAS DE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO, EL AÑO 2003 EL TURISMO MUNDIAL REPRESENTÓ UNA CIFRA DE 710 MILLONES DE TURISTAS, LO QUE HA SIGNIFICADO UN CRECIMIENTO DEL 4% ANUAL EN LAS 10 ULTIMAS TEMPORADAS, PUDIENDO CONCEPTUARSE EL AÑO 2003, COMO EL MEJOR AÑO TURÍSTICO DE LA HISTORIA.

DURANTE LA PRÓXIMA DÉCADA VAMOS A SITUARNOS EN UN PERIODO, EN QUE EL TURISMO VA A SIGNIFICAR UNA FUERZA ENORME PARA EL DESARROLLO DE ESTA INDUSTRIA, POR LO QUE ES NECESARIO PENSAR A ESCALA GLOBAL Y ACTUAR A NIVEL LOCAL.

TODOS LOS ESTUDIOS REALIZADOS DESDE LAS ENCUESTAS PROMOVIDAS POR LA SECRETARIA DE ESTADO PARA EL TURISMO HASTA LAS LLEVADAS A CABO POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y EMPRESAS PARTICULARES, EVIDENCIAN QUE EL SECTOR TURÍSTICO TIENE QUE SUFRIR UNA REDEFINICIÓN EN TODOS SUS SEGMENTOS, Y NO LAS PEQUEÑAS ADAPTACIONES REALIZADAS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS QUE NO LLEGARON AL CAMBIO PROFUNDO NECESARIO.

PARA LOGRAR ESE OBJETIVO GLOBALIZADOR SE TENDRÁ QUE TENDER HACIA UNA DIVERSIFICACIÓN DEL SECTOR; LOS TURISTAS NO SE CONFORMAN EN LA ACTUALIDAD CON EL SOL Y LA PLAYA, BUSCAN Y QUIEREN DISFRUTAR DE OTRAS ALTERNATIVAS PARALELAS COMO PUEDE SER EL TURISMO CULTURAL, MUSEOS, ARQUEOLOGÍA, LA PRÁCTICA DE DEPORTES, GOLF, PUERTOS DEPORTIVOS, PARQUES DE ATRACCIONES, PARQUES ACUÁTICOS, ETC. AL MISMO TIEMPO SE TIENE QUE LOGRAR UNA MEJOR CALIDAD DE LOS SERVICIOS, CUIDADO DEL ENTORNO, RESPETO AL MEDIOAMBIENTE Y COMO FACTOR IMPORTANTE, LA PROFESIONALIDAD Y ESPECIALIZACIÓN DE LOS DISTINTOS ESTAMENTOS IMPLICADOS EN EL SECTOR, TANTO PUBLICOS COMO PRIVADOS.

ES MUY IMPORTANTE DESTACAR LA NECESIDAD DE CONCIENCIACIÓN, TANTO DE LAS DISTINTAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, EMPRESARIOS, ASI COMO DEL CIUDADANO EN GENERAL, DE LA IMPORTANCIA DEL PESO ESPECÍFICO QUE EL TURISMO TIENE EN LA ECONOMÍA NACIONAL. ES UN PRODUCTO CLAVE DENTRO DEL MERCADO QUE NO ES TRATADO CON LA SUFICIENTE SERIEDAD, Y MIENTRAS ESTO NO SUCEDA, EL TURISMO NO PODRÁ RENOVARSE NI EVOLUCIONAR EN NUESTRO PAÍS.

LA REDEFINICIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO, ES HOY POR HOY UNA NECESIDAD, PARA QUE LAS METAS TURISTICAS PODAMOS SEGUIR MANTENIENDO EL LIDERAZGO QUE OSTENTAMOS A NIVEL MUNDIAL, Y SEAMOS CAPACES DE ABSORBER UNA CUOTA DE CRECIMIENTO TURÍSTICO, QUE TODOS LOS ESTUDIOS COINCIDEN EN CONSIDERAR, SE VA A DESARROLLAR EN LAS PRÓXIMAS DÉCADAS.

ES NECESARIO ELABORAR, UN MODELO TURÍSTICO MODERNO, QUE GARANTICE EL CRECIMIENTO ACTUAL, Y EL QUE NOS DEMANDEN A MEDIO Y LARGO PLAZO, SIN QUE POR ELLO PONGAMOS EN PELIGRO LAS NECESIDADES DE LAS GENERACIONES FUTURAS. PLANIFICANDO Y GENERANDO UN **DESARROLLO SOSTENIBLE** DE NUESTRA INDUSTRIA TURÍSTICA, COMPRENDIENDO EL TURISMO SOSTENIBLE, COMO AQUÉL QUE ES VIABLE DESDE EL PUNTO DE VISTA ECONOMICO Y SOCIAL, SIN PERJUDICAR EL MEDIO AMBIENTE, NI LA CULTURA LOCAL.

POR ELLO, LA SOSTENIBILIDAD EQUIVALE A ÉXITO EMPRESARIAL Y ECONOMICO, A CONTENCIÓN, CONSERVACIÓN Y DESARROLLO MEDIOAMBIENTAL, ASI COMO A RESPONSABILIDAD SOCIAL.

NUESTRO RETO ES, EL DE CÓMO GESTIONAR EL CRECIMIENTO ESTIMADO, DE FORMA QUE SU DESARROLLO CUALITATIVO SEA ECONOMICAMENTE VENTAJOSO, Y NO AFECTE A SUS VALORES MEDIOAMBIENTALES Y CULTURALES, PARA PODER PARTICIPAR EN ESE MOTOR DE MODERNIZACIÓN QUE SIGNIFICA EL TURISMO EN LOS PLANOS REGIONALES Y LOCALES. **EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE NUESTRO TURISMO, YA SEA VACACIONAL O RESIDENCIAL, DEBE DE CONSTITUIR UNA PRIORIDAD CLAVE PARA NUESTRAS REGIONES.**

LA POLÍTICA TURÍSTICA DEBERÁ VERTEBRARSE EN TORNO A DOS OBJETIVOS FUNDAMENTALES:

LA REDEFINICIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO, DÁNDOLE CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS DEL RESTO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS COMPETIDORES, Y LA COMUNICACIÓN DE LA "NUEVA IMAGEN" TURÍSTICA, POSIBILITANDO UNAS ÓPTIMAS CONDICIONES DE DIFUSIÓN Y COLOCACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS, PARTIENDO DE LOS PARAMETROS QUE ANTES HEMOS MENCIONADO.

UN TURISMO DE LAS CARACTERÍSTICAS QUE AQUI ESTAMOS EXPONIENDO NO SE PUEDE DESARROLLAR EN ZONAS DETERIORADAS DEL PAÍS RECEPTOR, TANTO EN SU DETERIORO AMBIENTAL, COMO EN EL DETERIORO HUMANO, ELLO CONLLEVA A UNA AUTODISCIPLINA PARA QUE, COMO PAÍS RECEPTOR, NO SEAMOS RECHAZADOS, SOBRE TODO TENIENDO EN CUENTA LA OFERTA INTERNACIONAL QUE EXISTE, Y LA QUE CONTINUAMENTE ESTÁ EMERGIENDO.

DEBEMOS OFRECER A NUESTROS VISITANTES UNA INFRAESTRUCTURA EN CORRELACIÓN CON SUS APETENCIAS DE OCIO;

- PLAYAS LIMPIAS.
- SOLUCIÓN AL **GRAVÍSIMO PROBLEMA** DEL CICLO DEL AGUA.
- UNA NATURALEZA INTACTA.

- CUIDAR MUCHO LOS IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES , OPTICOS Y SONOROS
- EVITAR LAS MASIFICACIONES URBANISTICAS
- ESTUDIAR, MEDIR Y CONSENSUAR EL URBANISMO QUE DESEAMOS DESARROLLAR.

Y POR ENCIMA DE TODO, PALIAR LA DEFICIENCIA CRÓNICA QUE SUFRE NUESTRA RED VIARIA.

SEGÚN LOS DATOS DE EUROSTAT, **INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE LA COMISIÓN EUROPEA**, ESPAÑA ES EL SEGUNDO PAIS CON **MENOR** NUMERO DE KILÓMETROS DE CARRETERA POR CADA 1000 HABITANTES. SOLO GANAMOS A GRECIA QUE TIENE UNA RED MENOS DENSA. COMO COMPARATIVO DIREMOS QUE ALEMANIA TIENE EL DOBLE DE KILÓMETROS POR HABITANTE QUE ESPAÑA, AUSTRIA NOS TRIPLICA, Y NUESTROS VECINOS LOS FRANCESES, **CUATRO** VECES MAS.

EL DÉFICIT CRÓNICO DE NUESTRAS INFRAESTRUCTURAS, EXIGE UNA ACELERACIÓN DE LAS INVERSIONES EN LAS MISMAS Y DE EQUIPAMIENTOS COLECTIVOS, CON UNA VISIÓN ANTICIPADA A LARGO PLAZO, QUE NO SE LIMITE SOLO A RESOLVER LAS DEFICIENCIAS HEREDADAS DEL PASADO.

A CONTINUACIÓN DE LAS “PRIMERAS ORIENTACIONES RELATIVAS A UNA POLÍTICA TURÍSTICA COMUNITARIA” DE ENERO DE 1.986, LA COMISIÓN EUROPEA PRESENTÓ UNA COMUNICACIÓN SOBRE “LA ACTUACIÓN COMUNITARIA EN EL SECTOR TURÍSTICO” ABRIL 1.996.

ESTA COMUNICACIÓN FIJABA LOS PRINCIPALES OBJETIVOS DE LA COMISIÓN PARA EL SECTOR:

- FACILITAR Y FOMENTAR EL TURISMO EN LA COMUNIDAD EUROPEA.
- MEJORAR EL REPARTO GEOGRÁFICO Y ESTACIONAL DEL TURISMO,
- MEJORAR LA INFORMACIÓN Y PROTECCIÓN DEL TURISMO.
- MEJORAR LAS CONDICIONES LABORALES EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA.
- PROPICIAR UN CRECIMIENTO MÁS AMPLIO DE LA INFORMACIÓN DEL SECTOR, SOBRE TODO EN EL ÁMBITO ESTADÍSTICO, ASI COMO UNA UTILIZACIÓN MAS ADECUADA DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS COMUNITARIOS.

TODO ESTO HA SIDO AMPLIADO Y RUBRICADO CON LA PUESTA EN PRÁCTICA LO QUE LA **AGENDA 21 DEL FONDO EUROPEO DEL TURISMO** DESARROLLA PARA EL SECTOR TURISTICO EUROPEO:

- ABORDAR LA DEMANDA PARA TRATAR EL TURISMO SOSTENIBLE.
- ABORDAR LOS VOLUMENES DE CRECIMIENTO JUNTO CON EL TRANSPORTE PUBLICO Y LA ESTACIONALIDAD SE CONSIDERAN COMO LOS RETOS FUNDAMENTALES DE DICHA **AGENDA 21**.
- SOSTENIBILIDAD COMO PUNTO CENTRAL DE CALIDAD.
- EMPLEO Y PROFESIONALIDAD.

### **ESPAÑA COMO EJEMPLO.**

LAS CONDICIONES VENTAJOSAS PARA EL TURISMO DE LAS COSTAS ESPAÑOLAS, DIERON A NUESTRO PAIS LA GRAN OPORTUNIDAD DE CREAR UN MOTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO, QUE SE HA CONVERTIDO EN LA PRINCIPAL OFERTA A LOS DEMÁS PAISES DE LA **UNIÓN EUROPEA**.

SIN EMBARGO, NO BASTA CON HABER CONSEGUIDO CREAR UNA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA SI NO SE CONSERVA Y MEJORA CONSTANTEMENTE. EL INCREMENTO DE LA OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS EN OTROS PAÍSES NOS OBLIGA A OFRECER "**ALGO MÁS**".

DISPONEMOS DE UN MERCADO DE 320 MILLONES DE EUROPEOS EN LA EUROPA COMUNITARIA, CON UN SISTEMA MONETARIO EUROPEO UNIFICADO, BASE DEL MERCADO INTERIOR INTEGRADO, A TODO LO CUAL DIO SU BENEPLÁCITO EL ACTA ÚNICA, QUE ENTRÓ EN VIGOR EL DIA 01 DE ENERO DE 1.993, EL CUAL MODIFICÓ EL RITMO DEL PROCESO ECONÓMICO.

ESTA DINAMICA HA DADO COMO RESULTADO, QUE LAS APETENCIAS NORTEUROPEAS DE RESIDIR **TEMPORAL, PARCIAL O DEFINITIVAMENTE** EN EL LITORAL MEDITERRÁNEO, YA NO TENGAN TRABAS, LO CUAL JUSTIFICA POR SI SOLO LA CONVENIENCIA DE ESTIMULAR LA DEMANDA DE "**LA SEGUNDA RESIDENCIA O ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN PROPIEDAD,**

EN ESTE CONTEXTO NO DEBEMOS DE OLVIDAR, QUE EL TRATADO DE NIZA, EL CUAL ENTRO EN VIGOR EL 1 DE FEBRERO DEL 2003, TIENE POR OBJETO, EL ADAPTAR LAS INSTITUCIONES DE LA **UNIÓN EUROPEA** A LA ADHESIÓN DE NUEVOS ESTADOS MIEMBROS. EN MAYO DEL PRESENTE AÑO SEREMOS 25 LOS ESTADOS , ALGUNOS DE ESTOS NUEVOS MIEMBROS, CON UN FUTURO TURÍSTICO NADA DESDEÑABLE, POR EJEMPLO CROACIA.

CON EL PRESENTE ESTUDIO NO PRETENDO PLANTEAR LA PROMOCIÓN Y EL FOMENTO DE LA 2ª RESIDENCIA PARA PERSONAS **NO RESIDENTES** COMO LA PANACEA DEL FUTURO TURÍSTICO, PERO SÍ COMO UNA ALTERNATIVA MUY NECESARIA E INTERESANTE, PORQUE CONSTITUYE UNA CLARA TENDENCIA HACIA EL TURISMO DE CALIDAD Y DE CONTINUIDAD, AL DESPLAZARSE CADA TEMPORADA UNA O VARIAS VECES A SU META TURISTICA, ASEGURANDO ASÍ SU ESTANCIA ENTRE NOSOTROS, ADEMÁS DE SER UNA TENDENCIA DE HABITACULO CADA VEZ MAS DEMANDADA.

POR OTRA PARTE, NO SE TRATA DE UN TURISMO MASIFICADO Y CONSTITUYE UNA ALTERNATIVA DE TRABAJO PARA OTROS SECTORES DE DESARROLLO ECONÓMICO QUE DEPENDEN DEL NUMERO DE VISITANTES QUE GENERA LA INDUSTRIA DEL TURISMO.

LA IMPORTANCIA DEL TURISMO, COMO FACTOR QUE CONTRIBUYE AL DESARROLLO ECONÓMICO, A LA CREACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO, O A MEJORAR EL ENTENDIMIENTO MUTUO ENTRE LOS CIUDADANOS DE LA COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA, LO HAN DEMOSTRADO SOBRADAMENTE LAS INSTITUCIONES- COMUNITARIAS.

EL ACTA ÚNICA QUE ENTRÓ EN VIGOR EL DIA 1 DE ENERO DE 1.993, HA MODIFICADO EL RITMO DEL PROCESO ECONÓMICO Y A CREADO EL MARCO INDISPENSABLE PARA EL MERCADO UNIFICADO, POR LO QUE CREEMOS NECESARIO ENUMERAR LAS RAZONES QUE JUSTIFICAN LA CONVENIENCIA DE ESTIMULAR LA DEMANDA DE LA 2ª RESIDENCIA O ALOJAMIENTO TURÍSTICO PERMANENTE, PUES CON ELLO;

- SE EVITA LA MASIFICACIÓN DEL TURISMO ESTACIONAL.
- SE EVITA QUE, DEBIDO A ESA MASIFICACIÓN, LA OFERTA DEGENERARE HACIA UN TURISMO DE ESCASA CALIDAD.

- SE ASEGURA, CON LA ADQUISICIÓN DE UN INMUEBLE, QUE EL TURISMO VISITE NUESTRA COSTA CADA AÑO.
- SE CREA UN TURISMO COMPLEMENTARIO CONSTITUIDO POR LOS AMIGOS O FAMILIARES DE LOS PROPIETARIOS DE LA VIVIENDA TURÍSTICA RESIDENCIAL.
- SE POSIBILITA QUE EL DESARROLLO ECONÓMICO DE TODAS LAS ACTIVIDADES QUE DEPENDA DIRECTA O INDIRECTAMENTE DEL TURISMO, NO TENGAN QUE ESTAR, PENDIENTES DE LA ACTIVIDAD HOTELERA, DE SU MAYOR O MENOR OCUPACIÓN. (ESTACIONALIDAD)
- SE INCREMENTA EL TURISMO DE TEMPORADA BAJA.
- SE ACERCA LA OFERTA A LA REALIDAD QUE HA SUPUESTO EL INGRESO DE ESPAÑA EN LA COMUNIDAD ECONÓMICA EUROPEA, Y A LA DEMANDA DE 2ª RESIDENCIA EN LAS ZONAS TURÍSTICAS ESPAÑOLAS, QUE EXISTE DE CON-CIUDADANOS DE LA **UNIÓN EUROPEA**.

EN DEFINITIVA, LA SEGUNDA RESIDENCIA, NUESTRAS VIVIENDAS RESIDENCIALES PARA ALOJAMIENTO DE TURISTAS PERMANENTES, IMPONEN EL RELANZAMIENTO DE UN NUEVO MODELO ECONÓMICO-TURÍSTICO Y SOCIAL QUE ESTÁ REACTIVANDO LA ECONOMIA DEL PAÍS, Y CONSTITUYE UNA DE LAS POCAS ALTERNATIVAS VÁLIDAS DE LA OFERTA DE NUESTRO PAÍS AL MERCADO COMÚN EUROPEO.

### **EL MODELO DE HABITACULO**

EN LOS ULTIMOS 40 AÑOS SE HA CONSTRUIDO MÁS QUE EN LOS 150 AÑOS ANTERIORES, Y SEGÚN LOS ÚLTIMOS PRONÓSTICOS, EN LOS PRÓXIMOS 30 AÑOS SE ESPERA QUE EL MERCADO CONSTRUYA **MAS** QUE EN TODA SU HISTORIA ANTERIOR.

NUESTRA SOCIEDAD ECONÓMICA ACTUAL, ES UN TIPO DE SOCIEDAD CUYA PARTICULARIDAD CONSISTE EN FABRICAR LO DESCONOCIDO. EN ESTE SENTIDO, SE OPONE A LAS SOCIEDADES TRADICIONALES, QUE SE FORZARON SIN CESAR EN REPRODUCIR EL PASADO.

DE CADA CUATRO MODELOS DE HABITÁCULO QUE SERÁN HABITUALES EN EL AÑO 2.020, DOS NO EXISTEN TODAVIA. ESTO NOS PUEDE DAR UNA IDEA DE LA TRANSFORMACIÓN TAN EXHAUSTIVA QUE SE VA A OPERAR EN NUESTRO SEGMENTO EMPRESARIAL. HOY LA DEMANDA NO ESTÁ DIRIGIDA SOLO AL PRODUCTO INMOBILIARIO EN SÍ, SINO EN TODO LO QUE LE RODEA, PARQUE DE ATRACCIONES, POLIDEPORTIVOS, GOLF, TENIS, ETC.

NUESTRO CLIENTE NO ADQUIERE SOLO M<sup>2</sup> DE HABITÁCULO , COMPRA CONJUNTOS CON NUEVOS PRODUCTOS QUE SATISFAGAN DE ALGUNA MANERA SUS HÁBITOS Y COSTUMBRES. YA SE HABLA DE NUESTRA GENERACIÓN COMO "LA GENERACIÓN DE OCIO", DEBIDO EN GRAN PARTE A:

- REDUCCIÓN DE LA JORNADA DE TRABAJO.
- ANTICIPACIÓN DE LA EDAD DE JUBILACIÓN.
- MEJORES CONDICIONES FÍSICAS E INTELECTUALES.
- DEMANDA DE MEJORES SERVICIOS.
- AUMENTO DEL PODER ADQUISITIVO.
- INCREMENTO DE LAS PENSIONES.
- DESARROLLO DE FONDOS DE PENSIONES PRIVADOS.
- RENTAS DE CAPITAL ADICIONAL, ETC.

## LA CALIDAD

EN NUESTRAS PREVISIONES SOLO PODEMOS COMPETIR POR CALIDAD, TANTO DEL PRODUCTO COMO DEL ENTORNO. DEBEMOS CONTAR CON UNA GESTIÓN DE CALIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO EXISTENTE, ASI COMO CAPACIDAD DE ACOGIDA. EL RENDIMIENTO, DESARROLLO Y AMPLIACIÓN DE NUESTROS PRODUCTOS SE DEBE DE GUIAR POR ESTOS DOS FACTORES. NUESTROS CONSUMIDORES ESTÁN CADA VEZ MÁS CONCIENCIADOS SOBRE LA SOSTENIBILIDAD.

ES NECESARIO QUE NUESTROS VISITANTES, TURISTAS Y RESIDENTES TURÍSTICOS, SE ENCUENTREN CON UN PRODUCTO DE CALIDAD, ARROPADO POR UNA BUENA SEGURIDAD CIUDADANA; TRANSPORTES PÚBLICOS, ESPECTÁCULOS, ZONAS POLIDEPORTIVAS, ETC.;

TODO LO QUE REPRESENTA LA CALIDAD DE VIDA QUE NUESTRO TURISTA RESIDENCIAL NO DESEA PERDER EN SU ESTANCIA CON NOSOTROS.

DEBEMOS DE PONER EL LISTÓN MÁS ALTO EN NUESTRA PRESTACIÓN DE SERVICIOS. EN LA COMUNIDAD EUROPEA SE HABLAN 9 IDIOMAS ENTRE 320 MILLONES DE PERSONAS QUE DESEAN CONOCERSE.

VIVÍMOS LA CIVILIZACIÓN DEL AUTOMÓVIL. SEGÚN **FRONTUR** EN SU ESTUDIO SOBRE MOVIMIENTOS TURÍSTICOS EN FRONTERAS, EL 46% DE LOS TURISTAS QUE NOS VISITARON EN EL AÑO 2.002 LO HICIERON POR CARRETERA: 24 MILLONES

LA SOLUCIÓN A LA MEJORA DE SERVICIOS PARA SER MAS VISITADOS NO ES SOLO EL CONTRATAR MAS VUELOS CHARTER, TAMBIEN CONSTRUIR MEJORES AUTOPISTAS O AUTOVIAS, PARA MEJORAR LAS VIAS DE PENETRACIÓN DESDE EUROPA A NUESTRO TERRITORIO, ASI COMO UNA AMPLIACIÓN DE LA RED FERROVIARIA DE GRAN VELOCIDAD, EL EUROPEO, EN UN PORCENTAJE MUY ALTO, NO DESEA DESHACERSE DE SU AUTOMÓVIL, NI EN VACACIONES.

SEGÚN EL **INSTITUTO PARA ESTUDIOS TURÍSTICOS**, APARTE DE CIERTOS MOMENTOS COYUNTURALES, NO HAY POR QUÉ PLANTEARSE LA FUTURA EXISTENCIA DE UNA DEMANDA FIRME EN LAS METAS TURISTICAS CONSOLIDADAS, ÉSTA IRÁ EN AUMENTO, LO QUE SÍ NOS VAMOS A ENFRENTAR SERÁ CON EL PROBLEMA DE QUE NUESTROS VISITANTES Y FUTUROS CLIENTES DIRIJAN SUS METAS VACACIONALES A OTROS SITIOS DE LA VARIADA OFERTA TURÍSTICA QUE EXISTE EN EL MUNDO.

EL MERCADO TURISTICO EN SU DEMANDA, ACTUA Y REACCIONA COMO CUALQUIER OTRO MERCADO. POR LO QUE LA META TURÍSTICA, QUE NO ESTÉ EN EL MERCADO DE LA DEMANDA, CON EL PRODUCTO QUE LE DEMANDEN, EN EL MOMENTO DE LA DEMANDA, TENDRA MUCHAS DIFICULTADES EN SU GESTIÓN EMPRESARIAL.

EL **TURISMO RESIDENCIAL**, LA SEGUNDA RESIDENCIA SIEMPRE FUE DEL BRAZO DEL TURISMO VACACIONAL.

EL MODELO TURÍSTICO ESPAÑOL, DE CARA AL AÑO 2010, ES NECESARIO QUE DIRIJA SU MIRADA HACIA AQUELLOS FACTORES ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE VAN A CONDICIONAR SU EVOLUCIÓN, EN EL NUEVO CONTEXTO QUE SE VA A IMPLANTAR EN ESTE SECTOR DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA, Y ORIENTARSE, HACIA OTRAS VÍAS QUE GARANTICEN NUESTRA COMPETITIVIDAD, COMO SÓN:

- DESARROLLO DE UNA OFERTA COMPLEMENTARIA CRECIENTEMENTE SOFISTICADA Y ADAPTADA A LAS PREFERENCIAS--NECESIDADES DE NUESTROS CONSUMIDORES.
- MAYORES DOTACIONES DE INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS QUE GARANTICEN UNA RÁPIDA ACCESIBILIDAD E INCREMENTOS DEL BIENESTAR DE NUESTROS VISITANTES, ASI COMO
- UNA ORDENACIÓN EFICIENTE DEL ESPACIO TURÍSTICO QUE PRESENTE EL USO RACIONAL DEL MISMO, EL DISFRUTE DEL ESPACIO NATURAL Y QUE FRENE EL DETERIORO DE NUESTRA IMAGEN TURÍSTICA.

NADIE DUDA QUE ESPAÑA ES LIDER EN LA RECEPCIÓN DE TURISTAS, PERO SERÍA MUY DISCUTIBLE SI QUISIÉRAMOS EXTENDER ESE LIDERAZGO A LO QUE LLEVA CONSIGO EL FENÓMENO TURÍSTICO EN TODA SU COMPLEJIDAD. PESE A ALGUNOS NOTABLES AVANCES, NUESTRO MODELO OSTENTA UNA FUERTE ATRÓFIA DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA. TODAVIA, DESPUÉS DE TREINTA AÑOS, SEGUIMOS CAPTANDO, BÁSICAMENTE, UN TURISMO DE SOL, PLAYAS, ALOJAMIENTOS Y MANUTENCIÓN.

UN FACTOR QUE NOS DIFERENCIARIA DE NUESTROS COMPETIDORES SERIA:

### **“INCREMENTAR EL ATRACTIVO TURÍSTICO DE LAS REGIONES”**

LA OFERTA COMPLEMENTARIA DEL FUTURO, DEBE SER UN CONCURSO DE LAS VERTIENTES TRADICIONALES DEL SECTOR:

- GOLF.
- DEPORTES NÁUTICOS.
- ESPECTÁCULOS, ATRACCIONES.
- MUSEOS.
- CONGRESOS, ETC.

Y DE LA INCURSIÓN IMAGINATIVA DE NUEVOS PROYECTOS, QUE PROFUNDICEN EN LA SATISFACCIÓN DEL OCIO.

MÁLAGA Y SU COSTA DEL SOL CONTABAN A FINALES DEL AÑO 2002 CON 49 CAMPOS DE GOLF, Y 11 PUERTOS DEPORTIVOS. ES UNA REALIDAD INNEGABLE, QUE EL GOLF HA SIDO DURANTE LOS ÚLTIMOS AÑOS, EL MOTOR DEL DESARROLLO URBANÍSTICO PARA **USOS RESIDENCIALES TURÍSTICOS**, DE TAL MANERA, QUE HOY EN DÍA LAS GRANDES PROMOTORAS YA ESTAN TRASLADANDO ESTE MODELO A PROMOCIONES DEL INTERIOR, HACIENDO GIRAR SUS PROMOCIONES ALREDEDOR DEL GOLF COMO PIEZA PRINCIPAL DE ATRACCIÓN.

LOS CAMPOS DE GOLF, Y LOS PUERTOS DEPORTIVOS, HAN AYUDADO A LA ACTIVIDAD DE **PROMOCIÓN RESIDENCIAL TURÍSTICA** DESARROLLADA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS EN LA COSTA DEL SOL DE UNA FORMA EXTRAORDINARIA, PERO NO HAY QUE OLVIDAR QUE LA PROMOCIÓN INMOBILIARIA HA HECHO POSIBLE LA CONSTRUCCIÓN DE UN GRAN PORCENTAJE DE CAMPOS DE GOLF ASÍ COMO DE PUERTOS DEPORTIVOS, SIN CUYAS PROMOCIONES NO EXISTIRÍAN LAS OFERTAS TANTO DE UNOS COMO DE LOS OTROS.

EL EJEMPLO DE CIERTAS REGIONES Y PAÍSES AVANZADOS EN TURISMO, NOS PONE EN RELIEVE LA CAPACIDAD DE RETENCIÓN DE SU PROPIA DEMANDA TURÍSTICA, Y LA CAPTACIÓN DE CUOTAS IMPORTANTES DE DEMANDA EXTERIOR, SOBRE LA BASE DE UN MAYOR DESARROLLO DE LA OFERTA COMPLEMENTARIA; QUIZAS UN PARADIGMA EN ESTE SENTIDO SEA EE.UU., CON UN PODER DE CAPTACIÓN DE RECURSOS GENERADOS POR TURISMO, EN LA TEMPORADA DE 2003, POR UN VALOR DE **15,3 BILLONES DE PTAS.** (92.000 MILLONES DE EUROS), SEGUIDO POR ESPAÑA CON UNOS INGRESOS POR TURISMO DE **5,5 BILLONES DE PTAS.** (32.500 MILLONES DE EUROS).

ESPAÑA HA DEJADO DE SER AQUEL LUGAR EXÓTICO DE LOS AÑOS SESENTA Y SETENTA, DANDO PASO EN LA ACTUALIDAD, A UN FUERTE DESARROLLO URBANO Y A UNA POBLACIÓN CON HÁBITOS Y NIVEL DE VIDA EUROPEO.

EVIDENTEMENTE, EN LO QUE A LA EXPLOTACIÓN DE NUESTROS RECURSOS TURÍSTICOS SE REFIERE, NO PODEMOS QUEDARNOS EN UNA FASE EN LA QUE DEBEMOS ASUMIR LOS COSTES DE DICHO DESARROLLO, RENUNCIANDO A SUS VENTAJAS. EN ESTE SENTIDO,

EL PESO Y BENEFICIOS QUE REPORTAN LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS A NUESTRA ECONOMÍA, ASI COMO LAS CRECIENTES EXIGENCIAS DE LA DEMANDA, PRECISAN DE LA DOTACIÓN SUFICIENTE DE INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS, QUE HAGAN FRENTE AL DETERIORO DE UNA AMPLIA RELACIÓN DE ASPECTOS QUE CONSTITUYEN UNA CONSTANTE QUEJA DE LOS TURISTAS:

- COMUNICACIONES.
- RUIDOS.
- TRÁFICO.
- SANIDAD.
- CICLO DEL AGUA
- LIMPIEZA DE CALLES Y PLAYAS.
- SEGURIDAD CIUDADANA, -(UNA DE LAS MAYORES QUEJAS DE NUESTROS VISITANTES).
- ANIMALES MUERTOS EN LA CARRETERA.
- PLAYAS CONTAMINADAS Y BIOLÓGICAMENTE MUERTAS.
- MENDICIDAD, ETC.

SI EL DETERIORO DE LAS PRESTACIONES DE ALGUNOS SERVICIOS PRIVADOS ES PREOCUPANTE, EL ESTADO DE ALGUNOS SERVICIOS E INFRAESTRUCTURAS PÚBLICAS ES, SENCILLAMENTE, IMPRESENTABLE, MÁXIME EN UNA REGIÓN DEL ESPACIO **SCHENGEN**, QUE ASPIRA A MANTENER SU LIDERAZGO EN EL CONTEXTO DEL TURISMO MUNDIAL.

EN LOS PRÓXIMOS AÑOS EL MODELO TURÍSTICO ESPAÑOL, DEBE DESENVOLVERSE CON CRITERIOS DE FUTURO, QUE PERMITAN UNA ADAPTACIÓN ANTICIPADA A LAS NUEVAS EXIGENCIAS, QUE SE DERIVAN DE LA DEMANDA INNOVADORA QUE CONTINUAMENTE SE EXIGE EN ESTE SECTOR DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO.

### **LA DEMANDA**

LA EXPERIENCIA HABIDA DESPUÉS DE MÁS DE 25 AÑOS DE ESTRATEGIAS SOBRE **TURISMO RESIDENCIAL**, HA DEMOSTRADO QUE LAS PREFERENCIAS DE DICHOS FLUJOS DEMOGRÁFICOS, SE DIRIGEN HACIA LAS ZONAS RIBEREÑAS E INSULARES, Y CREEMOS

PODER IDENTIFICAR LAS DEMANDAS DE ESTOS COLECTIVOS EN FUNCIÓN DE LOS SIGUIENTES FACTORES:

- ZONAS DE CONDICIONES CLIMATOLÓGICAS BENIGNAS. ES EVIDENTE QUE POR LA CONDICIÓN DE LOS INDIVIDUOS, ESTOS TIENDAN A ABANDONAR LAS REGIONES DE CLIMAS EXTREMOS Y FRIOS PARA DIRIGIRSE A ZONAS BONANCIBLES DE CLIMAS TEMPLADOS.
- POR RAZONES DE SEGURIDAD Y DE DISPONIBILIDADES ECONÓMICAS, LA DEMANDA SE DIRIGE A PAISES CON SISTEMAS ECONÓMICOS ESTABLES, CON PRECIOS COMPETITIVOS Y FAVORABLES CON RELACIÓN AL COSTE DE VIDA DE SUS PAISES DE ORIGEN.

ESTOS FLUJOS DE POBLACIÓN, SE DIRIGEN HACIA ZONAS QUE POSEEN UNAS INFRAESTRUCTURAS CAPACES DE ATENDER SUS DEMANDAS, Y RECIBIR LOS CORRESPONDIENTES SERVICIOS A LOS QUE ESTÁN ACOSTUMBRADOS EN SUS PAISES DE ORIGEN.

EN LA COMUNIDAD ANDALUZA, LA IMPORTANCIA DEL ALOJAMIENTO TURÍSTICO EN LA PROPIA VIVIENDA, (EL 17,8% DE NUESTROS VISITANTES EXTRANJEROS Y EL 25% DE NUESTROS TURISTAS NACIONALES) APORTAN A LAS ARCAS DE NUESTRA COMUNIDAD ANDALUZA 6.000 MILLONES DE €, ( 1 BILLON DE PESETAS) AL AÑO.

EN EL RANKING TURÍSTICO MUNDIAL, ESPAÑA SE ENCUENTRA EN EL PUESTO Nº 2 EN CUANTO A RECEPCIÓN DE NÚMERO DE TURISTAS VACACIONALES, PASANDO AL PUESTO Nº 1 EN TURISMO INMOBILIARIO, **TURISMO RESIDENCIAL**. SIN EMBARGO EN **TURISMO VACACIONAL BAJAMOS AL PUESTO Nº 18** EN LA RELACIÓN TURISTA/INGRESOS, MANTENIENDO EL PUESTO Nº 1 EN TURISMO RESIDENCIAL.

### **VIVIENDAS EN APROVECHAMIENTO POR TURNO**

CUANDO HABLAMOS DE TURISMO RESIDENCIAL, ES OBLIGATORIO HABLAR DE OTRA CLASE DE TURISMO INMOBILIARIO, **LA MULTIPROPIEDAD**, O VIVIENDAS EN REGIMEN Y TIEMPO COMPARTIDO. ESTE PRODUCTO TURISTICO-INMOBILIARIO, HA CRECIDO DURANTE LAS DOS ÚLTIMAS DECADAS DE UNA MANERA EXCEPCIONAL.

EN EL AÑO 2.003, LAS VENTAS MUNDIALES DE LOS DERECHOS DE TIEMPO COMPARTIDO, SUPERARON LOS 9.500 MILLONES DE DOLARES (1.6 BILLONES DE PTAS.), CON 5.250 COMPLEJOS VACACIONALES DISTRIBUIDOS EN 90 PAISES, LO QUE SUPERA LA CIFRA DE 5 MILLONES DE PROPIETARIOS.

SEGÚN UN INFORME DE LA OMT. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO), ESTE SECTOR CRECIÓ ENTRE LOS AÑOS 1987 AL 2003 A UNA MEDIA ANUAL DEL 13%.

EL LIDER INDISCUTIBLE EN ESTE SECTOR, SIGUE SIENDO EE.UU., CON 1.670 COMPLEJOS VACACIONALES, LO QUE SUPONE EL 32 % DEL TOTAL MUNDIAL, SEGUIDO POR EUROPA CON 1.355 URBANIZACIONES EXPLOTADAS EN REGIMEN DE **APROVECHAMIENTOS POR TURNOS** O MULTIPROPIEDAD, UN SECTOR TURÍSTICO RESIDENCIAL CADA VEZ MAS EN AUGE.

EN **ESPAÑA**, A FINALES DEL PASADO AÑO 2003, ERAN 552 LOS COMPLEJOS TURÍSTICOS, CON 36.900 APARTAMENTOS LOS EXPLOTADOS EN ESTE REGIMEN TURÍSTICO EMPRESARIAL. SU FACTURACIÓN ALCANZÓ LOS 950 MILLONES DE EUROS. -158.000 MILLONES DE PTAS-. LOS NIVELES DE INGRESOS DEL TURISTA EN MULTIPROPIEDAD SON RELATIVAMENTE ELEVADOS, EL 44% SUPERA LAS 500.000,- PTAS ( 3.000,- EUROS) DE INGRESOS MEDIOS MENSUALES, EL 34% PERCIBEN INGRESOS ENTRE 300.000 Y 500.000,- PTAS MENSUALES (1.800,- Y 3.000 EUROS),Y EL RESTO DEL 22% CON INGRESOS SUPERIORES A LAS 700.000,- PTAS (4.200,-EUROS) AL MES.

EL GASTO MEDIO MENSUAL DE ESTE TIPO DE TURISTA ES DE 287.000,- PTAS. MENSUALES (1.725,- EUROS)

### **GENERACIÓN DE CASH-FLOW**

EL **TURISTA VACACIONAL**, EL TURISTA DE SOL Y PLAYA, DEJA EN NUESTRO PAÍS UNA MEDIA DE **5.000. - PTAS./DÍA**, (30,-<sup>1</sup>) CON UNA ESTANCIA DE 4,84 JORNADAS/TURISTA, SIENDO LA MEDIA DEL **TURISTA RESIDENCIAL** COMPUTANDO EL GASTO DIARIO CON LA INVERSIÓN, GASTOS GENERALES DIRECTOS E INDUCIDOS, UNA MEDIA DE **50.000. - PTAS./DÍA**, (300,-<sup>1</sup>) Y 8,30 JORNADAS/TURISTA, ENCONTRÁNDONOS CON UN SEGMENTO DE

TURISTA / INVERSOR CIUDADANO DE LA UNIÓN EUROPEA (EL 91%) DEMANDANTE DE PRODUCTO TURÍSTICO INMOBILIARIO, **QUE JAMAS PIERDE SU PODER ADQUISITIVO.**

SIENDO COMPRENSIBLE EL ESCASO CONSUMO DEL TURISTA VACACIONAL POR HABER CONTRATADO Y PAGADO EN ORIGEN, UN PAQUETE COMPLETO HOTELERO, UNA MANUTENCIÓN, EXCURSIONES, ETC., QUEDANDO POCO MARGEN DE MANIOBRA INVERSORA DE GASTO, EN DESTINO, ADEMÁS DE UN PROBLEMA AÑADIDO COMO ES EL DE LA **ESTACIONALIDAD**. CON DEMASIADA FRECUENCIA LAS EMPRESAS HOTELERAS DISPONEN DE UN PEQUEÑO PERIODO DE TIEMPO PARA GENERAR BENEFICIOS, SIENDO ESTE PERIODO DE INTENSA ACTIVIDAD, FUNCIONANDO PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE MÁXIMA DEMANDA, Y LLEGANDO A SATURAR LA CAPACIDAD DE ACOGIDA DE UN DESTINO, POR EL CONTRARIO, LA LLAMADA TEMPORADA BAJA, QUE ES EN EL TIEMPO EL PERIODO MÁS LARGO, DEJA UN EXCESO DE CAPACIDAD DE EMPRESAS, Y DE INFRAESTRUCTURAS EMPRESARIALES TURÍSTICAS , LO QUE NO OCURRE CON EL **TURISMO RESIDENCIAL.**

ESPAÑA RECIBIÓ EN EL AÑO 2.003 51,7 MILLONES DE TURISTAS, 20 MILLONES MAS QUE HACE 10 AÑOS, CON UN CRECIMIENTO ANUAL DE UN 10 % DE MEDIA, MIENTRAS QUE LOS INGRESOS SUBIERON UN 13 % EN EL MISMO PERIODO DE TIEMPO, LO QUE DEMUESTRA QUE ESTAMOS EN EL MEJOR CAMINO POSIBLE PARA NUESTRA INDUSTRIA TURÍSTICA: **CALIDAD Y ESPECIALIZACIÓN.**

EL SEGMENTO TURISTICO QUE MÁS RECURSOS GENERA DENTRO DE DICHA INDUSTRIA, NUESTRO **TURISMO RESIDENCIAL**, HA EVOLUCIONADO DURANTE EL PASADO AÑO 2003, COMO ERA DE ESPERAR, DE FORMA BASTANTE POSITIVA, YA QUE LA INVERSIÓN TOTAL POR NO RESIDENTES EN TERRITORIO ESPAÑOL EN BIENES INMUEBLES, ALCANZÓ LA CIFRA DE **7.167 MILLONES DE EUROS** (945.000 MILLONES DE PTAS.)

EN ANDALUCIA, EL **TURISMO RESIDENCIAL**, EL TURISMO EXTRAHOTELERO, NUESTRO VISITANTE QUE SE ALOJA EN APARTAMENTOS, YA SEAN ALQUILADOS, PROPIOS, O CEDIDOS, SUPONE YÁ UNA CUOTA DE MERCADO DEL **56% DE NUESTRA INDUSTRIA TURISTICA**, LO CUAL NOS PERMITE HABLAR DE ESTE SUBSECTOR DEL TURISMO, COMO

EL SEGMENTO MAS IMPORTANTE DE DICHA INDUSTRIA, POR DELANTE DEL TURISMO HOTELERO EL CUAL SOLO GENERÓ UNA CUOTA DEL 42,2 % DURANTE EL AÑO 2.003.

EN NUESTRA COMUNIDAD AUTONOMA ANDALUZA, EN EL AÑO 2.003, 7,5 MILLONES DE ANDALUCES HEMOS RECIBIDO A MAS DE 17 MILLONES DE TURISTAS, LOS CUALES DEJARON EN NUESTRAS ARCAS 2 BILLONES DE PTAS. -120.000,- MILLONES DE EUROS- LO QUE SIGNIFICA QUE LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN NUESTRA COMUNIDAD, VÁ POR DELANTE DE LA AGRICULTURA Y EL RESTO DE LA INDUSTRIA ANDALUZA.

8.600.000 TURISTAS VISITARON LA COSTA DEL SOL EN EL AÑO 2.003, DE LOS CUALES 5.133.000 FUERON EXTRANJEROS, Y 3.178.000 FUERON NACIONALES, ESCOGIENDO EL 56 % COMO ALOJAMIENTO TURISTICO EL APARTAMENTO, BIEN ALQUILADO, EN PROPIEDAD, O LA CASA DE AMIGOS/FAMILIARES, SIENDO 2.000.000 LOS TURISTAS QUE UTILIZARON SUS APARTAMENTOS EN PROPIEDAD DE LAS 750.000 UNIDADES FAMILIARES QUE HAN INVERTIDO EN NUESTRA PROVINCIA EN PRODUCTO TURISTICO INMOBILIARIO, FRENTE A LAS 68.000 PLAZAS HOTELERAS EXISTENTES EN LA COSTA DEL SOL, LAS CUALES GENERARON EL 41,8 % DE LOS ALOJAMIENTOS.

### UN FUTURO ESPERANZADOR

**RENOVACIÓN E INNOVACIÓN**, ALGO QUE EN TURISMO, COMO EN CUALQUIER OTRO SEGMENTO INDUSTRIAL, ES DE VITAL IMPORTANCIA. DADO EL GRADO DE COMPETENCIA EXISTENTE ACTUALMENTE EN LA INDUSTRIA TURISTICA, LOS DESTINOS, MODELOS, Y EMPRESAS TURISTICAS TANTO DE OCIO, **HABITACULO**, ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS ETC., QUE NO DESARROLLEN NUEVOS PRODUCTOS, ESTÁN EXPUESTOS A GRANDES RIESGOS. SUS PRODUCTOS SE VERÁN SOMETIDOS AL CAMBIO EN LAS NECESIDADES, GUSTOS Y MOTIVACIONES DE SUS CLIENTES. NI QUE DECIR TIENE LA ADAPTACIÓN AL ACELERADO DESARROLLO DE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS, ASI COMO A UNA CRECIENTE COMPETENCIA.

EL FUTURO NO PUEDE SER MÁS ESPERANZADOR, POR LO QUE PODEMOS PREDECIR QUE NUESTRO **TURISMO RESIDENCIAL** ES VERDADERAMENTE "..... UN SECTOR EN PLENO

AUGE, Y UNA DE LAS CLAVES MAS IMPORTANTES PARA EL DESARROLLO SOCIOECONOMICO Y EMPRESARIAL DE LA PROVINCIA DE MÁLAGA “.

**EL TURISMO RESIDENCIAL** NO HA HECHO MAS QUE EMPEZAR COMO CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DE LOS ALOJAMIENTOS **RESIDENCIALES TURÍSTICOS**, CON UN FUTURO TAN EXTRAORDINARIO COMO MODÉLICO POR SUS FACTORES ECONÓMICOS / SOCIALES, QUE COPAN UN GRAN SEGMENTO DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO, CON UN GRADO DE OCUPACIÓN CONTINUAMENTE EN AUMENTO.

LAS GRANDES EMPRESAS TURISTICAS BUSCAN TAMBIEN LA DIVERSIFICACIÓN DE SUS INVERSIONES, ENCAUZANDO ESTAS A UN MERCADO INMOBILIARIO CADA VEZ MAS AMPLIO Y HETEROGENEO, BUSCANDO LA RENTABILIDAD A MEDIO Y LARGO PLAZO, ANTE LA TENDENCIA CONTINUA A LA BAJA DEL MERCADO BURSÁTIL, HABIENDO PREVISTO PARA LOS PROXIMOS EJERCICIOS GRANDES INVERSIONES EN MERCADOS QUE HASTA LA FECHA NUNCA HABIAN TOCADO: **HOTELES, MULTIPROPIEDAD, TURISMO RESIDENCIAL, CENTROS COMERCIALES EN ZONAS TURISTICAS, CENTROS GERIATRICOS, ETC.**, EN ZONAS DE BUENAS CONDICIONES METEREOLÓGICAS.

POR TODOS ESTOS FACTORES CREEMOS QUE NADIE DEBERÍA DE PONER EN DUDA LA IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD **INMOBILIARIA TURISTICA**.

LA PROMOCIÓN INMOBILIARIA PARA DESTINO TURISTICO, CONSTITUYE UNA ACTIVIDAD DINAMIZADORA DE LAS REGIONES, ADEMAS DE SER IMPRESCINDIBLE PARA EL EMPLEO, Y SURGE COMO RESPUESTA A LAS PRESIONES DE UNA FUERTE DEMANDA CADA VEZ MAS ESTABILIZADA, SOBRE TODO DEL CIUDADANO **UNIÓN-EUROPEO** EN LAS AREAS TURISTICAS DEL MEDITERRANEO ESPAÑOL, LO QUE CONLLEVA A QUE UN MUNICIPIO TURISTICO HOY EN DIA, SEA SINONIMO DE **MUNICIPIO URBANIZADO, MODERNO Y ESTRUCTURADO**.

EL **TURISMO RESIDENCIAL**, QUE EN SU DIA FUE DENOMINADO “**EL ORO BLANCO DE LA INDUSTRIA TURISTICA**”, HOY SE LE DENOMINA COMO “**...EL SEGURO DE VIDA EN EPOCA DE CRISIS**”, SOBRE TODO PARA SECTORES TAN IMPORTANTES COMO:

- LA CONSTRUCCIÓN, Y TODA SU GENERACIÓN DE RIQUEZA COLATERAL.

- LAS COMPAÑIAS AEREAS.
- LOS RESTAURANTES DE CIUDAD.
- LOS RESTAURANTES DE PLAYA.
- RENT-A-CAR.
- LAS HACIENDAS LOCALES DE NUESTROS MUNICIPIOS TURÍSTICOS.
- ABOGADOS.
- NOTARIOS.
- REGISTRADORES.
- TASADORES BANCARIOS.
- BANCA Y DEMAS INSTITUCIONES CREDITICIAS, ETC...

EN DEFINITIVA Y DEBIDO AL GRADO DE **FIDELIDAD** Y EFECTO **DESESTACIONALIZADOR** DE ESTE SEGMENTO DE LA INDUSTRIA TURISTICA, PODEMOS HABLAR SIN NECESIDAD DE EQUIVOCARNOS, QUE NOS ENCONTRAMOS CON UNA DE LAS PARTES MÁS IMPORTANTES DEL TURISMO POR LA GENERACIÓN DE RIQUEZA QUE SUPONE TANTO DIRECTA COMO INDUCIDA.

### **IMPACTO DEL TURISMO RESIDENCIAL EN LA ECONOMIA NACIONAL**

LA IMAGEN TRADICIONAL DEL TURISTA ALOJADO EN HOTEL ESTÁ DEJANDO PASO A UNA SITUACIÓN MAS **PLURAL**, EN LA QUE LA SEGUNDA RESIDENCIA, LOS APARTAMENTOS TURÍSTICOS, REPRESENTAN CADA VEZ UNA PARTE MAYOR DEL TURISMO. ESTE HECHO ESTÁ PROVOCANDO LA NECESIDAD DE CONTEMPLAR, A LA HORA DE VALORAR LA INCIDENCIA ECONOMICA DEL TURISMO, NUEVOS ELEMENTOS HASTA AHORA ESCASAMENTE TENIDOS EN CUENTA, COMO SON LAS MODIFICACIONES EN LAS PAUTAS DEL GASTO POR PARTE DEL TURÍSTA, NECESARIAS AL HABER UN CAMBIO DEL TIPO DE ALOJAMIENTO, ADEMÁS DEL CAMBIO TAN IMPORTANTE QUE SE MANIFIESTA EN EL DESARROLLO ECONOMICO DE LA ZONA.

DECIDIDOS A INSERTAR EN NUESTRO ESTUDIO LA ESTIMACIÓN DEL IMPACTO DEL **TURISMO RESIDENCIAL**, Y HABIENDO ESTABLECIDO EL CONCEPTO OPERATIVO DE LO QUE ENTENDEMOS POR ESE ADJETIVO, LA METODOLOGÍA A APLICAR HA SIDO LA ADAPTADA EN LOS **PLANES DE MARKETING** TURÍSTICO DE MÁLAGA – COSTA DEL SOL,

ESTIMANDO UN VOLUMEN DE GASTO ATRIBUIBLE AL TURISMO RESIDENCIAL, BASADO EN TRES ELEMENTOS:

- LA DETERMINACIÓN DE UN VOLUMEN DE GASTO POR TURISTA.
- LA APROXIMACIÓN AL NÚMERO DE TURISTAS QUE PUEDEN CONSIDERARSE RESIDENCIALES.
- Y LA ESTIMACIÓN INDEPENDIENTE DE ALGUNOS CONCEPTOS QUE PUEDEN CALIFICARSE COMO PRODUCCIÓN TURÍSTICA.

SOBRE ESTA BASE, EL SIGUIENTE PASO PARA OBTENER EL **VALOR AÑADIDO BRUTO –V A B-**POR ESTA DEMANDA, ERA ESTABLECER UNA DISTRIBUCIÓN DE GASTOS POR SECTORES.

UN ULTIMO PASO HA CONSISTIDO EN EVALUAR LOS EFECTOS INDUCIDOS POR LA PRODUCCIÓN DESTINADA A ATENDER LA DEMANDA DE LOS **TURISTAS RESIDENCIALES**.

CREEMOS QUE ESTOS PARÁMETROS NOS HAN PERMITIDO OBTENER LAS MAGNITUDES TOTALES DEL TURISMO RESIDENCIAL.

LA ESTIMACIÓN FINALIZA MEDIANTE EL CALCULO DEL EMPLEO AFECTADO POR LA ACTIVIDAD ECONOMICA GENERADA POR LOS TURISTAS RESIDENCIALES.

SEGÚN EL ESTUDIO REALIZADO POR LA **S O P D E, S.A.** (SOCIEDAD DE PLANIFICACION Y DESARROLLO DE MÁLAGA), DATOS DEL AÑO 1995, SOBRE EL IMPACTO ECONOMICO DEL **TURISMO RESIDENCIAL** PARA MÁLAGA Y SU PROVINCIA, Y ANALIZADO EL **VALOR AÑADIDO BRUTO (V A B)**, GENERADO EN MÁLAGA POR DICHO SECTOR DEL TURISMO, SE HA PODIDO CONTRASTAR LA IMPORTANCIA TAN RELEVANTE EN TODAS SUS FACETAS:

**GASTO CORRIENTE REALIZADO EN MÁLAGA Y SU PROVINCIA POR TURISTAS RESIDENCIALES:** 190.000 MILLONES DE PTAS. – 1.142,- MILLONES DE EUROS.-

**GASTO DE LA DEMANDA FINAL TURISTICA RESIDENCIAL POR SECTORES:** 250.000 MILLONES DE PTAS. –1.502,- MILLONES DE EUROS.-

**PRODUCCIÓN DIRECTA E INDUCIDA, QUE SATISFACE LA DEMANDA TURÍSTICO RESIDENCIAL EN MÁLAGA Y SU PROVINCIA:** 397.000 MILLONES DE PTAS. -2.386,- MILLONES DE EUROS -.

**EFFECTOS INDUCIDOS POR LA PRODUCCIÓN INTERIOR TURÍSTICA RESIDENCIAL EN LA COSTA DEL SOL:** 164.000 MILLONES DE PTAS. -986,- MILLONES DE EUROS.-

**VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL, GENERADO POR EL TURISMO RESIDENCIAL EN MÁLAGA Y SU PROVINCIA:** 222.000 MILLONES DE PTAS. -1.334,- MILLONES DE EUROS -.

Y COMO COLOFÓN DE LOS DATOS PRECISOS QUE GENERA EL **TURISMO RESIDENCIAL**, DICHO ESTUDIO NOS ENSEÑA, QUE CON FECHA DE 1995, LA PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL VALOR AÑADIDO BRUTO TOTAL (V A B) DEL **TURISMO RESIDENCIAL** EN EL PRODUCTO INTERIOR BRUTO (P I B) DE MÁLAGA ERA DE:

**1.6 BILLONES DE PTAS ANUALES, -96.000,- MILLONES DE EUROS-, LO QUE SIGNIFICA EL 10,59 % DEL P I B MÁLAGUEÑO, GENERANDO 31.000 EMPLEOS.**

**A NIVEL NACIONAL**, Y TOMANDO COMO BASE EL NUMERO DE VIVIENDAS DEL ESTUDIO ELABORADO POR LA CONSULTORA **EDITUR**, QUE DÁ COMO CIFRA REAL LA EXISTENCIA DE **3,6 MILLONES DE VIVIENDAS UTILIZADAS POR EL TURISTA RESIDENCIAL**, CON UNA CAPACIDAD DE **12 MILLONES DE PLAZAS TURÍSTICAS EFECTIVAMENTE UTILIZADAS**, **LOS IMPACTOS DIRECTOS SOBRE LA PRODUCCIÓN, LA RENTA Y EL EMPLEO DERIVADOS DE LOS GASTOS ATRIBUIDOS AL TURISMO RESIDENCIAL, SON LOS SIGUIENTES:**

- 800.000,- MILLONES DE PTAS (4.808,- MILLONES DE EUROS) EN PRODUCCIÓN ANUAL DE NUEVA PLANTA.
- 500.000,- MILLONES DE PTAS (3.005,- MILLONES DE EUROS), EN RENTA.
- 220.000 EMPLEOS DIRECTOS.
- 180.000 EMPLEOS INDIRECTOS.
- 312.500,- MILLONES DE PTAS (1.878,-MILLONES DE EUROS), DE CONSUMO DIRECTO SOBRE LA PRODUCCIÓN, EN LOS SECTORES DE **INDUSTRIA Y ENERGIA**.
- ASI COMO LOS 145.000,- MILLONES DE PTAS (871,- MILLONES DE EUROS), QUE GENERA DE GASTOS EN EL CAPITULO DE **HOSTELERIA Y COMERCIO**.

A TODAS ESTAS CIFRAS HAY QUE AÑADIR, LA GENERACIÓN DE IMPUESTOS MUNICIPALES, TRATADOS EN CAPITULO APARTE, QUE FINANCIAN GRAN PARTE DE LOS PRESUPUESTOS ANUALES DE DICHS MUNICIPIOS, Y QUE ESTAN CUANTIFICADOS EN **UN BILLÓN DE PTAS.** (60.000 MILLONES DE EUROS) ANUALES.

MUY IMPORTANTE DENTRO DE ESTE PARÁMETRO, A DESTACAR EL HECHO, QUE EL TURISMO RESIDENCIAL, DADA SU ESTRUCTURA DE GASTOS, ESTÁ IMPULSANDO NO SOLO EL SECTOR SERVICIOS, COMO HACE EL TURISMO VACACIONAL, SINO TAMBIEN EL SECTOR INDUSTRIAL, LO CUAL ES UN FACTOR SUMAMENTE IMPORTANTE, PARA DISEÑAR UNA FUTURA ESTRATEGIA DEL DESARROLLO ECONOMICO DE NUESTROS TERRITORIOS TURÍSTICOS, ANTE LA EVIDENCIA DE LA IMPORTANCIA QUE EN TERMINOS DE **PRODUCCIÓN, RENTA Y EMPLEO,** DEMUESTRA LA EXISTENCIA DEL TURISMO RESIDENCIAL.

LOS MUESTREOS REALIZADOS PARA OBTENER UNA VERDADERA APROXIMACIÓN A LA REALIDAD DE LOS VALORES AÑADIDOS BRUTOS, DE ESTA **INDUSTRIA DEL TURISMO Y LA CONSTRUCCIÓN,** NOS HAN PERMITIDO, EN LA ESTIMACIÓN DE LA AFLUENCIA TURÍSTICA, ESTIMACIÓN DEL GASTO, ASI COMO EN TODOS LOS PARÁMETROS DEL PRESENTE ESTUDIO, ESTABLECER UNOS CANONES, PORCENTUALMENTE MUY SIMILARES, PARA TODAS LAS ZONAS TURÍSTICAS, DONDE EN LOS ULTIMOS 25 AÑOS SE HA DESARROLLADO EL TURISMO RESIDENCIAL.

#### **AFLUENCIA TURÍSTICA RESIDENCIAL.**

MEDIDA POR NACIONALIDADES, EL CONSUMIDOR DE ESTE PRODUCTO TURÍSTICO, SE DISTRIBUYE DE LA MANERA SIGUIENTE:

- **52,6 % SON NACIONALES.**
- **47,4 % SON NO RESIDENTES.**

#### **ESTIMACIÓN DEL GASTO CORRIENTE DEL TURISTA RESIDENCIAL.**

EL GASTO MEDIO POR ESTANCIA VIENE MEDIDO POR LOS SIGUIENTES APARTADOS:

- GASTO DIRECTO VIVIENDA

- GASTO CORRIENTE DE LA CASA.
- GASTO FUERA DE LA CASA.
- GASTOS ADICIONALES
- GASTOS EXTRAS

LA ASIGNACIÓN DEL GASTO CORRIENTE A LOS TURISTAS PROPIETARIOS DE SUS APARTAMENTOS, ESTA ESTIMADO EN **1 BILLON DE PTAS.** (60.000 MILLONES DE EUROS). AÑO.

**DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DE LA DEMANDA DEL TURISMO RESIDENCIAL:**

- 57 % SERVICIOS
- 25 % GREMIO DE LA CONSTRUCCIÓN.
- 18 % PRODUCTOS INDUSTRIALES
- 10 % PRODUCTOS AGRICOLAS

**EFFECTOS INDUCIDOS POR LA PRODUCCIÓN TURÍSTICO RESIDENCIAL:**

EL TOTAL DEL EFECTO INDUCIDO, ANUAL, SE PUEDE ESTIMAR EN **1 BILLON DE PTAS** (60.000 MILLONES DE EUROS), REPARTIDOS EN LOS SIGUIENTES SEGMENTOS:

- 41 % EN LA CONSTRUCCIÓN.
- 34 % EN SERVICIOS.
- 13 % EN PRODUCTOS INDUSTRIALES.
- 12 % PRODUCTOS AGRÍCOLAS.

**PARTICIPACIÓN RELATIVA DEL V. A. B. TURÍSTICO RESIDENCIAL, EN EL PIB DE LAS COMUNIDADES TURÍSTICAS ESPAÑOLAS.**

UTILIZANDO EL ANÁLISIS ESTIMATIVO DE PRODUCCIÓN DESTINADA AL TURISMO RESIDENCIAL, ES DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO REFERENCIAR EL PESO ESPECIFICO DE ESTE SECTOR EN EL CONSUMO DE SUS CUATRO PRODUCTOS MÁS RELEVANTES.

LA PARTICIPACIÓN DEL **V.A.B.** DEL TURISMO RESIDENCIAL EN EL **P.I.B.** DE LAS DISTINTAS COMUNIDADES ES EL SIGUIENTE:

- EN AGRICULTURA EL 4 % .
- EN INDUSTRIA EL 9%.

- EN LA CONSTRUCCIÓN EL **24 %**.
- **EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS EL 10%**.

EL TURISMO, Y POR EXTENSIÓN EL SECTOR SERVICIOS, SE HA CONVERTIDO EN EL PRINCIPAL GENERADOR DE RIQUEZA DE LOS MUNICIPIOS RIBEREÑOS DE LA PENINSULA IBERICA, Y DE NUESTROS ARCHIPIÉLAGOS, Y HA SERVIDO DE REFERENCIA PARA LA ORDENACIÓN DE SU TERRITORIO, POR LO QUE ESTAMOS COMPLETAMENTE DE ACUERDO EN LAS RECOMENDACIONES QUE LA CONSEJERIA DE TURISMO Y DEPORTES, DE LA JUNTA DE ANDALUCIA, HACE CON RESPECTO A ESTE SECTOR TAN IMPORTANTE DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO:

“..... EL DISEÑO Y CONTENIDO DE LA POLITICA TURÍSTICA Y LOS DISEÑOS DE PLANEAMIENTO URBANÍSTICO DEBEN ADAPTARSE A LAS **NUEVAS TENDENCIAS** DE LOS MERCADOS, Y SE HAN DE CAMBIAR Y PERFECCIONAR EN FUNCIÓN DE LA LARGA EXPERIENCIA ACUMULADA POR LOS AÑOS DE DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS.....”

“..... DESDE LA PERSPECTIVA DE LA CONSTRUCCIÓN TERRITORIAL, LOS DESARROLLOS DEL TURISMO RESIDENCIAL, LA SEGUNDA RESIDENCIA, SI ESTÁN BIEN ESTRUCTURADOS PUEDEN Y DEBEN MEJORAR LOS VALORES TERRITORIALES. PARA ELLO SE REQUIERE, ENTRE OTRAS CUESTIONES, QUE EL TERRITORIO SE CONVIERTA EN EL PRINCIPAL CRITERIO DE ORDENACIÓN, Y QUE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA SE CENTRE NO TANTO EN LOS OBJETIVOS DE INCREMENTAR LA OFERTA DE ALOJAMIENTO COMO EN ASPECTOS RELATIVOS A LA CUALIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS, A SU DIVERSIFICACIÓN Y MEJORA.....”

“..... EL DESARROLLO URBANÍSTICO DE ESTAS ÁREAS DEBE DE ORIENTARSE HACIA LA SATISFACCIÓN PLENA DE NUESTROS TURISTAS....”

REALMENTE, LA APLICACIÓN DE ESTAS NUEVAS TENDENCIAS NO RESULTA FACIL ESPECIALMENTE EN CIERTAS ZONAS ALTAMENTE DESARROLLADAS, ES DECIR, EN EL SUELO URBANO DE ZONAS TURÍSTICAS CONSOLIDADAS. EN ELLAS LAS ACTUACIONES, GUIADAS POR UN PLANTEAMIENTO SIMILAR, SE DEBEN DIRIGIR HACIA UNA

REORDENACIÓN -REQUALIFICACIÓN URBANÍSTICA- DEL PAISAJE URBANO Y UNA REMODELACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA. EN CAMBIO, PUEDE SER MÁS FACTIBLE SI LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA SE AMPLIA DESDE LA FRANJA COSTERA HACIA EL INTERIOR, (INCLUSO INCORPORANDO CIERTOS ESPACIOS NATURALES COMO PARTE DE LOS NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS), EN LAS ZONAS TURÍSTICAS MENOS CONSOLIDADAS DE NUESTRO LITORAL. EN CADA CASO, LA CAPACIDAD DE MANIOBRA ES DISTINTA, Y LOS TERRITORIOS DEBERÁN DE SER TRATADOS POR SU SINGULARIDAD.

TODOS LOS IMPLICADOS, EMPRESARIOS Y ADMINISTRACIONES, NOS ENCONTRAMOS ANTE UN **GRAN RETO**. UN RETO QUE DEBEMOS DE TRATARLO CON EL INTERES QUE SE MERECE, TANTO POR LO QUE HA SUPUESTO HASTA AHORA ESTE SEGMENTO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA, EN TODA SU CASUÍSTICA, COMO EN SU FUTURO TAN PROMETEDOR, PARA LO CUAL **DEBEMAS DE ESTAR PREPARADOS**.

MÁLAGA, MAYO 2004

JOSÉ PRADO SESEÑA

- PRESIDENTE-

ASOCIACIÓN PROVINCIAL DE CONSTRUCTORES Y PROMOTORES DE MÁLAGA