



Universidad de Navarra



Occasional Paper

OP nº 04/17

Julio, 2004

EL MERCADO DE VIVIENDA VACACIONAL EN ESPAÑA:
SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS

José Luis Suárez*

* Profesor de Finanzas, IESE

La finalidad de los IESE Occasional Papers es presentar temas de interés general a un amplio público.

IESE Business School - Universidad de Navarra

Avda. Pearson, 21 - 08034 Barcelona. Tel.: (+34) 93 253 42 00 Fax: (+34) 93 253 43 43

Camino del Cerro del Águila, 3 (Ctra. de Castilla, km 5,180) - 28023 Madrid. Tel.: (+34) 91 357 08 09 Fax: (+34) 91 357 29 13

Copyright© 2004 , IESE Business School. Prohibida la reproducción sin permiso

EL MERCADO DE VIVIENDA VACACIONAL EN ESPAÑA: SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS

Resumen

El mercado de vivienda vacacional, situación actual y perspectivas, es un estudio realizado por la consultora inmobiliaria Grupoi y dirigido por el profesor José Luis Suárez, del IESE, a petición de la asociación inmobiliaria Live in Spain. Dicho estudio define un marco conceptual, la vivienda vacacional más allá del concepto de segunda residencia. Además, define un marco geográfico, la zona VIVE compuesta por los municipios de la costa mediterránea y las islas. A partir de estas definiciones se analiza la evolución del mercado de vivienda vacacional en los últimos años y se hace una previsión de la futura demanda de viviendas. También se analizan mediante diversas encuestas la opinión y preferencias del comprador extranjero, así como del comprador nacional, contrastándolo con la opinión de las principales empresas promotoras de España.

Palabras clave: vivienda vacacional, zona VIVE, preferencias del futuro comprador extranjero y nacional, proyecciones de demanda, opinión de los promotores.

EL MERCADO DE VIVIENDA VACACIONAL EN ESPAÑA: SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS

1. Introducción

El estudio tiene el objetivo de elaborar una fuente de información que permita observar la marcha del sector de vivienda vacacional, elaborando nuevas herramientas para la elaboración de sugerencias que puedan llevar a cabo tanto las Administraciones públicas como los operadores privados del sector.

La zona VIVE incluye los municipios con fuerte presencia de vivienda vacacional de las provincias de la costa mediterránea y las islas.

En cuanto al ámbito temporal, el estudio se ha realizado para los años 2000, 2001 y 2002.

En los últimos años, el mercado de vivienda vacacional ha ido cobrando más importancia, sobre todo desde los años noventa, cuando tuvo lugar la internacionalización de la misma.

Comunidad autónoma	Costa	Provincia	Municipios
Andalucía	Luz	Cádiz	Cádiz, Chiclana, Chipiona, Conil, Puerto de Santa María, Rota, Sanlúcar de Barrameda y Tarifa.
		Huelva	Ayamonte, Isla Cristina, Lepe y Punta Umbría.
	Sol	Almería	Bedar, Carboneras, Mojácar, Roquetas de Mar y Turre.
		Cádiz	Algeciras, La Línea de la Concepción y San Roque.
		Granada	Almuñécar, Motril y Salobreña.
		Málaga	Alhaurín de la Torre, Benahavís, Benalmádena, Estepona, Fuengirola, Istán, Marbella, Mijas, Nerja, Torremolinos y Torrox.
Islas Baleares	Islas Baleares	Islas Baleares	Alcudia, Andratx, Calvià, Capdepera, Es Castell, Ciutadella, Eivissa, Lluçmajor, Mahón, Es Mercadal, Palma de Mallorca, Pollença, Sant Antoni, Sant Joan, Sant Lluís, Santa Eulàlia y Son Servera.
Canarias	Canarias	Las Palmas	Mogán, Las Palmas de Gran Canaria y San Bartolomé.
		Santa Cruz de Tenerife	La Orotova, Puerto de la Cruz, Los Realejos y Santiago del Teide.

Comunidad autónoma	Costa	Provincia	Municipios
Cataluña	Brava	Barcelona	Arenys de Mar, Calella, Canet, Mataró, Pineda de Mar, Premià de Mar y Vilassar de Mar.
		Girona	Begur, Blanes, Cadaques, Calonge, Castell-Platja D'Aro, La Escala, Llancà, Lloret de Mar, Palafruguell, Palamos, Portbou, Roses, Sant Feliu de Guíxols y Tossa de Mar.
	Dorada	Barcelona	Cubelles, Sant Pere de Ribes, Sitges y Vilanova i la Geltrú.
		Tarragona	La Ametlla de Mar, Calafell, Cambrils, Montroig del Camp, Salou y Tarragona.
Comunidad Valenciana	Azahar	Castellón	Almassora, Benicarló, Benicassim, Castellón, Oropesa, Peñíscola y Vinaroz.
		Valencia	Cullera, Daimús, Gandía y Oliva.
	Blanca	Alicante	Alicante, Altea, Benidorm, Calpe, Denia, Guardamar, Javea, Santa Pola, Teulada y Torrevieja.
Murcia	Cálida	Murcia	Los Alcázares, Mazarrón, San Javier, Aguilas y San Pedro de Pinatar.

La estructura de mercado sigue liderada por el comprador español, seguido de compradores procedentes de Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Noruega y Bélgica¹.

Además de estos países que aparecen reflejados, no se ha de olvidar la importancia que han tenido otros países como Francia, Irlanda, Suecia, Italia, Portugal, Dinamarca o Hungría; de hecho, en 2002, más de 890.000 franceses se alojaron en viviendas en propiedad en nuestro país, el 19% del total.

2. Evolución reciente del parque de vivienda y del mercado de vivienda vacacional en España

2.1. El parque de vivienda y la vivienda vacacional en 2001

2.1.1. El parque de vivienda actual y su uso

En los últimos diez años, el parque de viviendas en los principales municipios de nuestras costas ha pasado de 2.008.828 viviendas a 2.545.222, lo que ha supuesto un incremento de 536.394 viviendas (26,7% sobre el parque inicial), con una variación media anual de casi el 2,4% (53.639 viviendas anuales).

Durante estos años se ha ido incrementando el número y espacio utilizado por las nuevas edificaciones, así como los elementos que las acompañan (campos de golf, zonas de ocio).

Por comunidades autónomas, la mayor concentración de viviendas en los municipios costeros de la zona VIVE se encuentra en Andalucía y la Comunidad Valenciana, con más del

¹ Esta clasificación se establece en función del número de viviendas que se han adquirido en España.

55% del parque total. En cuanto a la evolución en los diez últimos años, Murcia es la región que presenta un mayor incremento porcentual (32,5%). Todos estos datos, y para más comunidades, los podemos observar en la Tabla 1.

Tabla 1. Evolución del parque de viviendas de la zona VIVE, por comunidades autónomas, 1991-2001

	1991	2001	Distribución 2001	Incrementos absolutos	Incrementos relativos	Incremento relativo anual
Cataluña	388.417	476.948	18,70%	88.531	22,80%	2,10%
Comunidad Valenciana	538.528	694.978	27,30%	156.450	29,10%	2,50%
Baleares	276.613	331.738	13,00%	55.125	19,90%	1,80%
Región de Murcia	74.178	98.265	3,90%	24.087	32,50%	2,80%
Andalucía	554.992	716.142	28,10%	161.150	29,00%	2,50%
Canarias	176.100	227.151	8,90%	51.051	29,00%	2,50%
Total	2.008.828	2.545.222	100%	536.394	26,70%	2,40%

Atendiendo a la distribución de las costas, la mayor parte del parque de viviendas se concentra en la Costa del Sol, Costa Blanca y Baleares.

A pesar de que el parque de viviendas de la zona VIVE supone el 12,2% del total de viviendas a nivel nacional, a nivel de las comunidades autónomas, y sobre todo en las islas Baleares (con un 67% del parque de vivienda de la zona VIVE), es más representativo; de hecho, el porcentaje supera el 20% en casi todas las comunidades autónomas, a excepción de Cataluña y Murcia.

En cuanto a las provincias en las que los municipios estudiados sufren un mayor incremento del parque en el último decenio, destaca Huelva con un 53,4%. Andalucía es la segunda provincia con mayor incremento, seguido de Almería con el 38,1%. Es curioso que estas dos provincias son las que fueron definidas por los promotores como las de mayor olfato de negocio. A continuación siguen Santa Cruz de Tenerife y la provincia de Murcia.

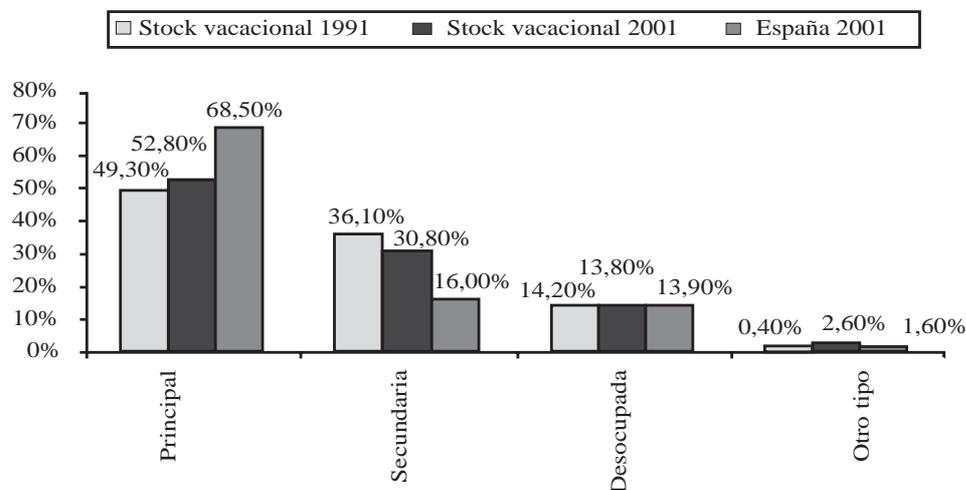
Es también importante destacar el desarrollo de los municipios de la provincia de Alicante (con un incremento relativo de algo más del 30%). En el polo opuesto se sitúan Menorca, Ibiza y Girona.

Si hablamos de costas, se aprecia un menor crecimiento del parque de viviendas en la Costa Brava (Barcelona, Girona) frente al resto, con un porcentaje del 16,7%. Es de destacar el crecimiento de la Costa Cálida, que ha experimentado un volumen de crecimiento de viviendas del 32,5% de 1991 a 2001.

Desde el punto de vista del incremento en unidades, la Costa del Sol y la Costa Blanca han experimentado un crecimiento del parque de más de 100.000 viviendas cada una.

En cuanto al uso de viviendas, el 30,8% del parque analizado se está usando ahora como vivienda secundaria. Hemos de matizar que este porcentaje ha disminuido en los últimos diez años, como consecuencia del incremento de adquirentes de vivienda vacacional que fijan finalmente su residencia en estos municipios, convirtiéndose esta vivienda en principal.

Figura 1. Distribución del uso del parque de vivienda de la zona VIVE y en España, 1991-2001

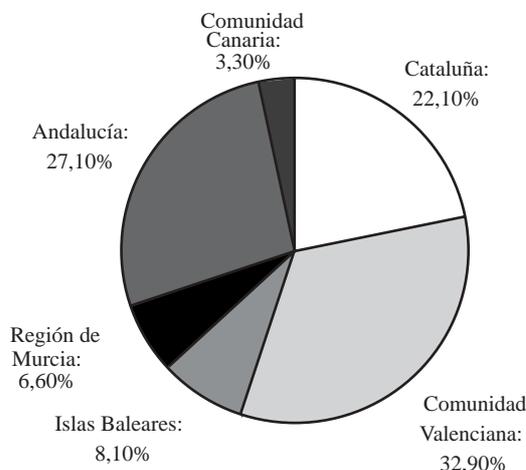


El volumen de viviendas secundarias en la zona VIVE asciende en 2001 a 784.444 viviendas, sólo un 8,1% más que en 1991. Sin embargo, las viviendas principales se han incrementado en un 35,8% durante el mismo período.

También se incrementan de modo importante las viviendas vacías y, sobre todo, las clasificadas en «otro tipo».

La importancia relativa de la vivienda secundaria ha descendido en todas las comunidades autónomas, con excepción de Canarias, donde se ha incrementado muy ligeramente. En el caso de Murcia, cuenta con más del 50% de su parque en viviendas secundarias. Esta comunidad presenta el descenso relativo de la vivienda secundaria más importante. Todas las comunidades presentan incrementos en el volumen de vivienda secundaria, con excepción de Baleares, pero en concreto es en la Comunidad Valenciana, Andalucía y Cataluña donde se aglutina la práctica totalidad del stock de vivienda vacacional cuyo uso se define como vivienda secundaria.

Figura 2. Reparto del stock de vivienda secundaria de la zona VIVE por comunidades autónomas, 2001



Además de los municipios de Murcia, destacan los del parque de las provincias de Girona y Huelva por su porcentaje de vivienda secundaria, que supera el 50%.

Las provincias con mayor incremento relativo entre 1991 y 2001 en el valor absoluto de su vivienda secundaria son Valencia y las dos provincias de Canarias.

Las viviendas secundarias han descendido en las provincias de Barcelona, Castellón, Baleares y Almería en los últimos diez años a pesar del incremento del parque de vivienda. Alicante, Málaga y Girona son las provincias que aglutinan mayor porcentaje de vivienda secundaria dentro del parque de viviendas.

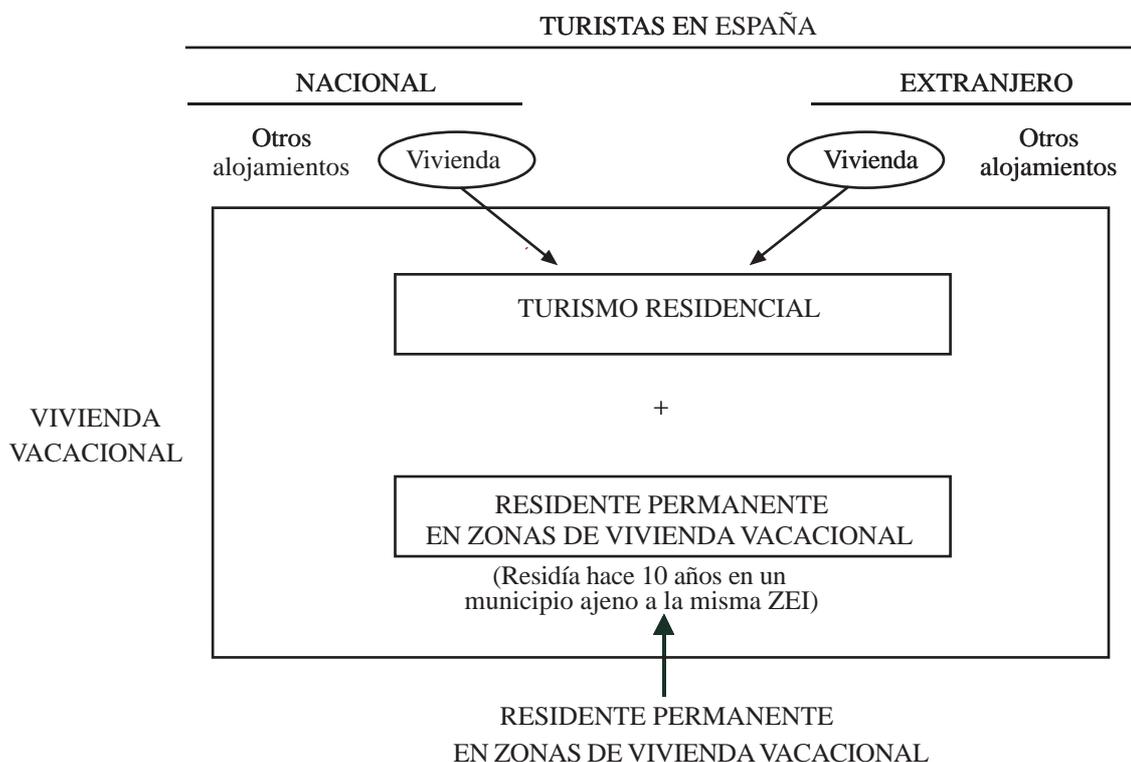
En cuanto a las costas con mayor porcentaje de vivienda secundaria, son la Costa Cálida, Costa Blanca y la Costa Brava. En Canarias y Costa de la Luz se producen los incrementos relativos más importantes respecto a su volumen de vivienda secundaria. En Baleares y la Costa Dorada, se reduce el volumen de vivienda secundaria respecto a 1991.

Costa Blanca, Costa del Sol y Costa Brava aglutinan algo más de la mitad del parque de vivienda que se dedica a segunda residencia.

2.1.2. El stock de vivienda vacacional

A partir de los datos existentes del censo 2001, el stock de vivienda vacacional se puede evaluar de la siguiente manera, definiendo la vivienda vacacional como se aprecia en el siguiente esquema:

Figura 3. Vivienda vacacional



El término ZEI es utilizado por el INE para describir zonas estadísticas intermedias entre el nivel territorial de provincia y el municipio.

La estimación de vivienda vacacional por comunidades autónomas muestra que la Comunidad Valenciana representa el volumen mayor del stock de vivienda vacacional de la zona VIVE, que asciende al 32,1% del total. Le siguen Andalucía y Cataluña, con un 26,8% y 22,0%, respectivamente.

Tabla 2. Estimación de la vivienda vacacional de la zona VIVE por comunidad autónoma, 2001

	Vivienda vacacional					Estimación de vivienda vacacional
	Viviendas secundarias	Vivienda principal: Hogares por lugar de residencia en 1991				
		Distinta ZEI de la misma provincia	Distinta provincia de la misma comunidad	Otra comunidad	Residía en el extranjero	
Cataluña	173.066	14.533	7.636	5.239	8.078	208.553
Comunidad Valenciana	257.719	5.792	2.795	17.707	19.576	303.590
Baleares	63.806	1.003	0	13.256	9.728	87.794
Región de Murcia	51.652	0	0	2.137	2.552	56.341
Andalucía	212.396	8.859	7.756	9.071	15.429	253.512
Canarias	25.805	2.724	509	3.699	4.472	37.209
Total	784.444	32.912	18.696	51.110	59.836	946.998

En cuanto al porcentaje de vivienda vacacional sobre el parque de viviendas total de la zona VIVE, encontramos que la región de Murcia es la que posee mayor porcentaje de vivienda vacacional con respecto al total de viviendas de esa comunidad. En el polo opuesto se encuentra Canarias.

Tabla 3. Porcentaje de vivienda vacacional sobre el parque de viviendas de la zona VIVE por comunidad autónoma, 2001

	Estimación de vivienda vacacional	Parque de viviendas 2001	Vivienda vacacional respecto al parque de vivienda
Cataluña	208.553	476.948	43,73%
Comunidad Valenciana	303.590	694.978	43,68%
Baleares	87.794	331.738	26,46%
Región de Murcia	56.341	98.265	57,34%
Andalucía	253.512	716.142	35,40%
Canarias	37.209	227.151	16,38%
Total	946.998	2.545.222	37,21%

Si hablamos de provincias, Alicante destaca con el 21,5% del resto de viviendas vacacionales de la zona VIVE. Le sigue Málaga con un 12,5%. En el lado opuesto se encuentran Ibiza, Santa Cruz de Tenerife y Menorca, las cuales representan escasamente entre el 1-2% del total del parque de viviendas vacacionales de la zona VIVE.

En cuanto al porcentaje que representa sobre el parque total por provincias, encontramos que Girona y Murcia son las que poseen mayor porcentaje de vivienda vacacional con respecto al total de viviendas de esas provincias. Con un perfil más minoritario se encuentran Las Palmas, Cádiz, Santa Cruz de Tenerife y Mallorca.

En las costas, la Costa Blanca destaca del resto en cuanto a volumen de viviendas vacacionales con un 21,5%, seguida de la Costa del Sol con un 18,4%; en el lado opuesto están Canarias y la Costa Cálida, con un 3,9 y 5,9%, respectivamente.

La Costa Cálida es la que posee más representación de vivienda vacacional con respecto al parque de viviendas total de la misma. En el lado opuesto se encuentran Canarias y Baleares.

2.1.3. Relación entre la evolución del parque de viviendas y la población

En los últimos años, el crecimiento del parque de viviendas ha ido acompañado por un incremento en la población de los municipios que conforman la zona VIVE, y es que existe una relación directa entre el incremento poblacional y residencial en los municipios costeros.

Esto parece indicar que existe una vinculación importante entre el crecimiento de la población en estos municipios y el hecho de que parte de las adquisiciones como segunda residencia se acaban convirtiendo en primera o, al menos, sus compradores se acaban empadronando en el municipio elegido.

No obstante, el incremento residencial en los municipios de la zona VIVE experimentado en los diez últimos años, resulta superior al poblacional, situándose de hecho en casi un 50% más.

Tabla 4. Evolución de la población y el parque de vivienda de la zona VIVE por comunidad autónoma

	Población			Stock residencial		
	1991	2001	Incremento relativo	1991	2001	Incremento relativo
Cataluña	534.202	635.821	19,0%	388.417	476.948	22,8%
Comunidad Valenciana	717.606	844.379	17,7%	538.528	694.978	29,1%
Islas Baleares	487.493	576.337	18,2%	276.613	331.738	19,9%
Región de Murcia	69.921	93.885	34,3%	74.178	98.265	32,5%
Andalucía	1.022.447	1.172.287	14,7%	554.992	716.142	29,0%
Canarias	466.114	487.257	4,5%	176.100	227.151	29,0%
Total	3.297.783	3.809.966	15,5%	2.008.828	2.545.222	26,7%

2.1.4. Características generales del parque de vivienda en la zona VIVE

Superficie:

El parque de vivienda de los municipios costeros que conforman la zona VIVE tiene una superficie media de 87,2 m²u, habiendo aumentado en unos 5 m²u en el último decenio.

La comunidad autónoma con mayor superficie media de sus viviendas es Baleares, mientras que Andalucía y Canarias se sitúan en el lado opuesto.

Murcia es la comunidad que ha experimentado mayor crecimiento en cuanto a la superficie media en los últimos diez años. El crecimiento más bajo se observa en las Islas Baleares.

Tabla 5. Evolución de la superficie media de la zona VIVE por comunidad autónoma, 1991-2001

	Superficie media (m ²)		Incremento relativo
	1991	2001	
Cataluña	80,07	86,89	8,5%
Comunidad Valenciana	82,45	88,78	7,7%
Islas Baleares	94,14	94,63	0,5%
Región de Murcia	78,70	89,74	14,0%
Andalucía	78,43	83,58	6,6%
Comunidad Canaria	78,46	83,06	5,9%
Total	81,96	87,21	6,4%

Actualmente se tiende a construir viviendas cada vez más grandes; el rango de superficie con mayor porcentaje de viviendas comprende desde 61 m²u a 120 m²u.

Menorca, Valencia y Mallorca son las provincias en las que la superficie media del parque de viviendas es mayor, situándose por encima de los 94 m²u; Cádiz, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife disponen del parque con menor superficie.

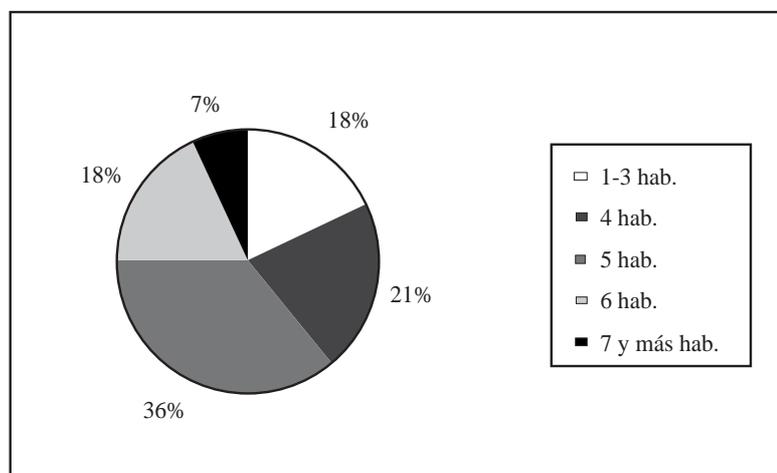
Las provincias con mayor crecimiento de la superficie media son Murcia y Tarragona, ambas con un 14% desde 1991 a 2001.

En cuanto a las costas, las viviendas con mayor tamaño se encuentran situadas en Baleares y costa del Azahar, mientras que las más pequeñas están en la Costa de la Luz. La costa que ha experimentado mayor crecimiento en superficie media es la Costa Cálida, siendo también importante el experimentado por la Costa Dorada. La que menos porcentaje de variación ha experimentado es Baleares, seguida de la Costa de la Luz.

Número de habitaciones:

En este sentido se considera habitación, además de los dormitorios, todas las habitaciones con 4 m² o más, incluida cocina, excluyendo cuartos de baño, vestíbulos, pasillos y terrazas.

En la Figura 4 se observa que la gran mayoría del parque de vivienda de la zona VIVE dispone de 5 habitaciones:

Figura 4. Número de habitaciones del parque de vivienda de la zona VIVE, 2001

En todas las comunidades autónomas se da este número de habitaciones, salvo en Canarias, donde predominan las de 1 a 3 unidades; en el lado opuesto se sitúa la región de Murcia, en la que casi el 81% de sus viviendas tiene 5 o más habitaciones.

Tabla 6. Distribución del parque de viviendas de la zona VIVE por el número de habitaciones y comunidades autónomas, 2001

	2001				
	1-3 hab.	4 hab.	5 hab.	6 hab.	7 y más hab.
Cataluña	17,6%	21,9%	32,7%	20,5%	7,3%
Comunidad Valenciana	16,4%	19,9%	37,9%	20,3%	5,5%
Islas Baleares	19,1%	19,0%	35,3%	18,0%	8,7%
Región de Murcia	5,8%	13,4%	47,6%	26,7%	6,5%
Andalucía	15,6%	21,7%	40,6%	15,8%	6,3%
Comunidad Canaria	30,4%	23,2%	29,4%	11,2%	5,7%
Total	18,2%	20,9%	36,6%	17,7%	6,6%

El número medio de habitaciones del parque de vivienda de la zona VIVE ha aumentado en los últimos diez años de 4,19 a 4,62 habitaciones. Esta variable ha evolucionado crecientemente en Murcia, y también en Canarias, a pesar de lo ya comentado.

Equipamientos:

En general no existen grandes diferencias en el nivel de equipamientos del parque de viviendas entre las distintas comunidades autónomas, pudiendo definirse como «normal» en todo el ámbito analizado. Únicamente existe una diferenciación evidente por su mejor nivel en la provincia de Barcelona, y peor nivel en Almería, Granada y Huelva.

2.1.5. Caracterización de los residentes en los municipios costeros de España

Distribución de la población por origen

Los resultados del análisis de los municipios costeros muestran un predominio claro de residentes que viven en el mismo municipio donde han nacido, con un 45%. Seguidamente, un 20% que han nacido en el mismo municipio perteneciente a la misma provincia.

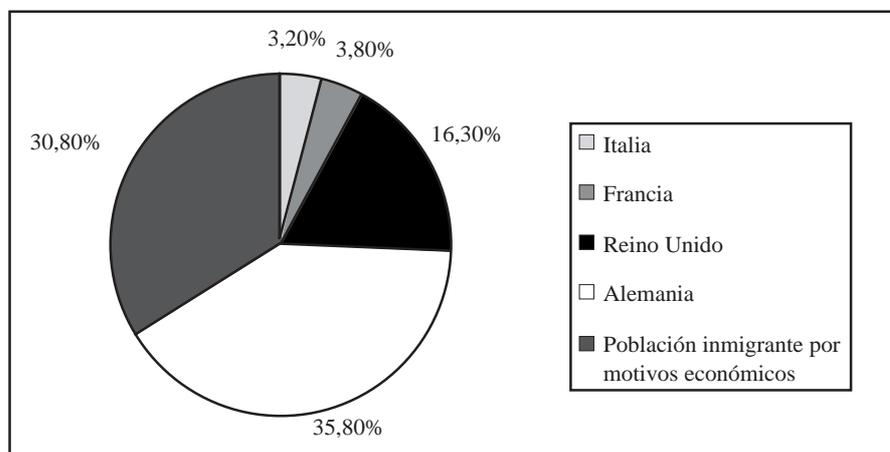
Un 10% de los residentes en los municipios analizados han nacido en el extranjero, sumando un total de 377.100 personas.

Esta distribución es la misma por comunidad autónoma, destacando Canarias por tener el mayor porcentaje de residentes nacidos en el mismo municipio, así como Cataluña, donde los residentes se distribuyen equitativamente entre nacidos en el mismo municipio, distinta provincia y distinta comunidad.

En cuanto a la distribución por costas, hay que destacar que el mayor porcentaje de residentes extranjeros tiene lugar en la Costa Blanca y la Costa del Sol, seguidas en menor medida por la Costa Cálida y Baleares. Sólo el 2% de la población residente en los municipios que conforman la Costa de la Luz son extranjeros.

En cuanto a la población extranjera, centrándose en los datos del INE se observa un predominio de personas procedentes de Reino Unido, seguido por Alemania, Francia e Italia.

Figura 5. Reparto de la población extranjera residente en la zona VIVE, 2001



En cuanto a la evolución de los residentes nacidos en el extranjero, se observa un incremento de su volumen en todas las comunidades autónomas, en especial en la Región de Murcia, y en menor medida, en Andalucía y Canarias.

Aun así, en valor absoluto, Andalucía y la Comunidad Valenciana son las que poseen en 2001 un mayor número de residentes nacidos en el extranjero.

Tabla 7. Residentes nacidos en el extranjero en la zona VIVE, por comunidad autónoma, 1991-2001

	Nacido en el extranjero		
	1991	2001	Variación
Cataluña	18.511	51.540	178%
Comunidad Valenciana	40.079	103.798	159%
Islas Baleares	22.074	63.892	189%
Región de Murcia	1.626	11.606	614%
Andalucía	60.992	108.751	78%
Comunidad Canaria	21.705	37.513	73%
Total	164.987	377.100	129%

Respecto a la nacionalidad de la población extranjera residente, se puede concluir que:

- Cataluña: no existe ninguna nacionalidad predominante.
- Comunidad Valenciana: predominio de Reino Unido.
- Baleares: predominio de Alemania
- Murcia: predominio de Reino Unido.
- Andalucía: predominio de Reino Unido.
- Canarias: Reino Unido y Alemania, en partes iguales.

En cuanto a las provincias, además de Murcia, Almería y Castellón, y en menor medida Barcelona, son las que mayor incremento relativo de su población extranjera han experimentado en el período 1991-2001. Si hablamos de cifras absolutas, Málaga, Alicante e Islas Baleares son las que presentan las mayores cifras de residentes en el extranjero, situándose en el extremo opuesto Huelva y Granada.

Santa Cruz de Tenerife, Málaga y Huelva concentran el mayor porcentaje de residentes procedentes de Reino Unido entre su población extranjera.

Los residentes con nacionalidad alemana tienen mayor representatividad en Alicante, Baleares y Santa Cruz de Tenerife.

Los residentes con nacionalidad francesa predominan en Girona y Valencia.

En cuanto a la Costa Cálida, es la que presenta el mayor incremento de población extranjera en los últimos diez años, sin olvidar los aumentos producidos en la Costa Dorada y la Costa de Azahar.

La Costa del Sol es la que posee en 2001 el mayor número absoluto de residentes nacidos en el extranjero.

La distribución de la nacionalidad por costas concluye que:

- En la Costa del Sol, Costa Blanca, Costa de la Luz y Costa Cálida predominan los extranjeros nacidos en Reino Unido.
- En Costa Blanca, Baleares y Canarias predominan los alemanes.
- En la Costa Dorada predominan los de nacionalidad francesa.

Edad media de la población

Según el censo de población 2001 publicado por el INE, la edad media de la población residente en la zona VIVE es de 38 años. La Comunidad Valenciana y Cataluña presentan la población más envejecida, y Murcia y Andalucía las más jóvenes.

La Costa Blanca muestra el promedio de edad más elevado, y en la Costa Cálida y la Costa de la Luz se obtiene el promedio más bajo.

2.1.6. Diferencias y similitudes entre zonas estudiadas

Relación entre el parque de vivienda y la superficie media:

La variación de la superficie útil con los cambios que han tenido lugar en el parque de viviendas entre 1991-2001, muestra que en las Islas Baleares el incremento del parque de viviendas no ha ido acompañado de un aumento de superficie; sin embargo, en la región de Murcia el resultado es completamente opuesto.

Relación entre la superficie media y el número medio de habitaciones:

Al analizar si al incremento de superficie experimentado en las viviendas le ha correspondido un aumento del número medio de habitaciones, se obtiene que las Islas Baleares tampoco han incrementado el número medio de habitaciones; sin embargo, en la región de Murcia se ha producido también el mayor incremento relativo en el número medio de habitaciones, alejándose considerablemente de la media. Andalucía representa el valor medio de todas las comunidades autónomas estudiadas.

Relación entre el parque de viviendas y los residentes nacidos en el extranjero:

En general, se obtiene que los incrementos del parque de viviendas han ido acompañados de aumentos del porcentaje de residentes nacidos en el extranjero. Esta situación se hace más patente en la región de Murcia, donde el incremento de residentes extranjeros ha sido más que notable. En el resto de las comunidades, el comportamiento de Baleares se podría asemejar al de Cataluña; otro grupo de características similares lo constituirían Andalucía, la Comunidad Valenciana y Canarias.

2.1.7. Comparación del parque de viviendas de la zona VIVE con la segunda residencia

Para esta comparación se ha escogido el mercado de primera residencia de las provincias de León, Cuenca, Madrid y Sevilla, con un marcado carácter diferencial respecto a la zona VIVE.

En cuanto al parque de viviendas, se constata una muy ligera diferencia respecto al incremento de viviendas producido en el mercado de primera residencia y el mercado costero, siendo la zona VIVE la que ha experimentado mayor incremento relativo en el parque de viviendas.

Tabla 8. Evolución del parque de viviendas en el mercado de primera residencia y en la zona VIVE, 1991-2001

	1991	2001	Incremento absoluto	Incremento relativo
Mercado de 1ª residencia	2.873.031	3.636.530	763.499	26,57%
Zona VIVE	2.008.828	2.545.222	536.394	26,70%

En cuanto al incremento residencial, que resulta un 50% superior al poblacional en la zona VIVE, en el mercado residencial éste es de un 75%. Es decir, a similares incrementos del parque de viviendas, es más importante el influjo de la zona VIVE que en los del interior a nivel poblacional.

Como consecuencia, se ha producido un incremento significativo de la población en la zona VIVE, en comparación con el mercado de primera residencia.

Tabla 9. Evolución de la población y el parque de viviendas en el mercado de primera residencia y en la zona VIVE, 1991-2001

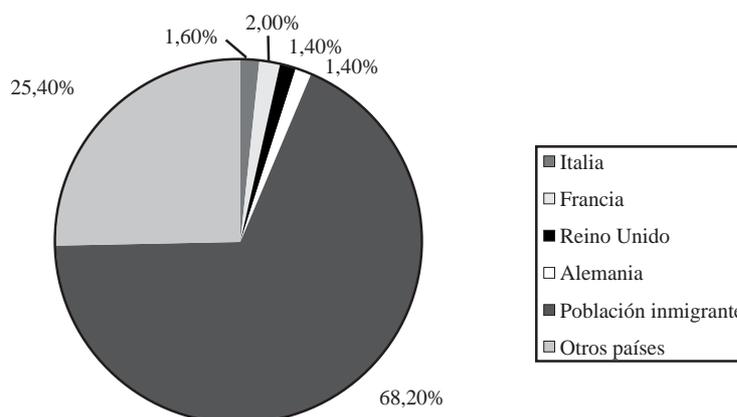
	Población			Stock residencial		
	1991	2001	Incremento relativo	1991	2001	Incremento relativo
Mercado de 1ª residencia	7.298.352	7.840.084	7,42%	2.873.031	3.636.530	26,57%
Zona VIVE	3.297.783	3.809.966	15,53%	2.008.828	2.545.222	26,70%

En cuanto a la superficie media, en los dos mercados oscila entre 87-88 m²u.

El número medio de habitaciones en los dos mercados es de 5, existiendo un porcentaje mayor de viviendas de 1-3 habitaciones en el mercado costero.

En cuanto a la población extranjera en mercados de primera residencia, está compuesta mayoritariamente por inmigrantes por motivos económicos, mientras que en los municipios costeros predominan la población con origen en Reino Unido, Alemania, Francia e Italia.

Figura 6. Reparto de la población extranjera en el mercado de primera residencia, 2001



La edad media de la población residente en municipios costeros de la zona VIVE es de 38 años, muy similar a la del mercado de primera residencia, que asciende a 41 años.

El parque residencial de las zonas interiores se utiliza como vivienda secundaria en un 12%, mientras que en la zona VIVE este porcentaje asciende al 31%.

2.2. El mercado. Transacciones recientes en los últimos años

2.2.1. Evolución del precio de la vivienda de 1993 a 2003

Para el estudio de la evolución que ha experimentado el precio medio de la vivienda (euros/m²c), se ha escogido el segundo trimestre de cada año.

Tabla 10. Evolución del precio medio de la vivienda en términos corrientes en total nacional y en los municipios costeros, de 1993 a 2003

Años	Total Nacional		Municipios costeros									
	Precio medio	Variación año anterior	< 50.000 habitantes	Variación año anterior	De 50.000 a 99.999 hab.	Variación año anterior	De 100.000 a 249.999 hab.	Variación año anterior	De 250.000 a 999.999 hab.	Variación año anterior	> 999.999 habitantes	Variación año anterior
1993	634,83	---	525,99	---	570,55	---	643,96	---	574,27	---	1.024,15	---
1994	636,80	0,31%	540,67	2,79%	591,20	3,62%	639,81	-0,64%	584,00	1,69%	1.080,13	5,47%
1995	661,06	3,81%	552,65	2,22%	618,83	4,67%	668,08	4,42%	606,62	3,87%	1.074,64	-0,51%
1996	674,79	2,08%	580,58	5,05%	630,94	1,96%	689,87	3,26%	616,83	1,68%	1.115,16	3,77%
1997	683,06	1,23%	605,68	4,32%	663,18	5,11%	693,32	0,50%	645,60	4,66%	1.126,84	1,05%
1998	709,66	3,89%	651,59	7,58%	722,12	8,89%	744,17	7,33%	678,84	5,15%	1.186,18	5,27%
1999	780,25	9,95%	721,75	10,77%	790,47	9,47%	830,77	11,64%	766,27	12,88%	1.360,00	14,65%
2000	891,76	14,29%	858,38	18,93%	914,66	15,71%	948,18	14,13%	877,23	14,48%	1.598,63	17,55%
2001	1.030,77	15,59%	980,20	14,19%	1.074,33	17,46%	1.127,38	18,90%	1.016,15	15,84%	1.866,36	16,75%
2002	1.193,66	15,80%	1.132,87	15,58%	1.193,46	11,09%	1.243,04	10,26%	1.162,59	14,41%	2.190,72	17,38%
2003	1.402,57	17,50%	1.295,27	14,34%	1.403,47	17,60%	1.473,34	18,53%	1.348,14	15,96%	2.636,24	20,34%

Como se observa en la Tabla 10, en los municipios con más de 999.999 habitantes es donde se presentan los precios más caros en valores absolutos de la vivienda, alcanzando en el segundo trimestre de 2003 la cifra de 2.636,24 euros/m²c. El precio medio de la vivienda en todo el territorio nacional es similar al que poseen los municipios costeros entre 50.000 y 99.999 habitantes.

Tabla 11. Índice del precio medio de la vivienda en términos corrientes en el total nacional y en los municipios costeros, de 1993 a 2003 (base 1993 = 100)

Años (2º trimestre)	Total nacional	Municipios costeros				
		< 50.000 habitantes	De 50.000 a 99.999 hab.	De 100.000 a 249.999 hab.	De 250.000 a 999.999 hab.	> 999.999 habitantes
1993	100	100	100	100	100	100
1994	100	103	104	99	102	105
1995	104	105	108	104	106	105
1996	106	110	111	107	107	109
1997	108	115	116	108	112	110
1998	112	124	127	116	118	116
1999	123	137	139	129	133	133
2000	140	163	160	147	153	156
2001	162	186	188	175	177	182
2002	188	215	209	193	202	214
2003	221	246	246	229	235	257

Los municipios costeros han incrementado el precio de sus viviendas por encima de la media nacional. En el período de 1993 a 2003, el precio de la vivienda se ha incrementado en España en un 121%; el menor incremento producido en los municipios costeros se corresponde con los municipios de entre 100.000 y 249.999 habitantes, con un 129%, siendo el máximo del 157% en los municipios de mayor tamaño.

El precio medio de la vivienda de los municipios costeros, independientemente de su tamaño, se comporta de la misma manera a lo largo del tiempo, es decir, el precio medio de la vivienda asciende considerablemente en todos los municipios costeros, en especial a partir del año 2000. El incremento de los precios de los municipios costeros respecto al incremento de los precios del total nacional se comporta de la misma forma creciente, pero la curva del total nacional tiene unos precios medios inferiores al resto de los municipios costeros, siendo este hecho más notable a partir de 1998, año en el que comienzan a apreciarse los primeros síntomas del crecimiento en el mercado residencial que ha experimentado España en los últimos años.

Tabla 12. Evolución del precio medio de la vivienda en términos constantes en el total nacional y en los municipios costeros, 1993 a 2003

Años	Total nacional			Municipios costeros								
	Precio medio	Variación año anterior	< 50.000 habitantes	Variación año anterior	De 50.000 a 99.999 hab.	Variación año anterior	De 100.000 a 249.999 hab.	Variación año anterior	De 250.000 a 999.999 hab.	Variación año anterior	> 999.999 habitantes	Variación año anterior
1993	634,83	---	525,99	---	570,55	---	643,96	---	574,27	---	1.024,15	---
1994	607,63	-4,28%	515,91	-1,92%	564,12	-1,13%	610,51	-5,20%	557,25	-2,96%	1.030,66	0,64%
1995	596,77	-1,79%	498,90	-3,30%	558,64	-0,97%	603,10	-1,21%	547,62	-1,73%	970,12	-5,87%
1996	588,56	-1,37%	506,39	1,50%	550,32	-1,49%	601,71	-0,23%	538,01	-1,76%	972,66	0,26%
1997	576,74	-2,01%	511,41	0,99%	559,96	1,75%	585,41	-2,71%	545,11	1,32%	951,45	-2,18%
1998	589,19	2,16%	540,97	5,78%	599,53	7,07%	617,84	5,54%	563,60	3,39%	984,81	3,51%
1999	637,59	8,22%	589,79	9,02%	645,94	7,74%	678,87	9,88%	626,17	11,10%	1.111,34	12,85%
2000	694,67	8,95%	668,67	13,38%	712,51	10,31%	738,62	8,80%	683,36	9,13%	1.245,32	12,06%
2001	769,86	10,82%	732,09	9,48%	802,39	12,61%	842,01	14,00%	758,94	11,06%	1.393,94	11,93%
2002	876,61	13,87%	831,97	13,64%	876,47	9,23%	912,88	8,42%	853,80	12,50%	1.608,85	15,42%
2003	1.002,96	14,41%	926,23	11,33%	1.003,60	14,51%	1.053,56	15,41%	964,03	12,91%	1.885,13	17,17%

En la Tabla 12 se observa que en los primeros años, el precio de la vivienda tiende a disminuir, siendo a partir de 1998 cuando suben considerablemente. El incremento en el precio de la vivienda se produce antes en los municipios costeros (1998) que en el total nacional (1999).

El crecimiento constante que se observa en el precio del mercado nacional entre 1998 y 2002 es diferente del de los municipios costeros, donde se producen quebrantos en ese incremento entre los años 2001 y 2002.

No obstante, tanto en el total nacional como en los diferentes municipios costeros, el mayor incremento interanual del precio se produce entre el segundo trimestre de 2002 y 2003.

Tabla 13. Índice del precio medio de la vivienda en términos constantes en el total nacional y en los municipios costeros, de 1993 a 2003 (base 1993 = 100)

Años (2º trimestre)	Total nacional	< 50.000 habitantes	Municipios costeros			
			De 50.000 a 99.999 hab.	De 100.000 a 249.999 hab.	De 250.000 a 999.999 hab.	> 999.999 habitantes
1993	100	100	100	100	100	100
1994	96	98	99	95	97	101
1995	94	95	98	94	95	95
1996	93	96	96	93	94	95
1997	91	97	98	91	95	93
1998	93	103	105	96	98	96
1999	100	112	113	105	109	109
2000	109	127	125	115	119	122
2001	121	139	141	131	132	136
2002	138	158	154	142	149	157
2003	158	176	176	164	168	184

El precio medio de la vivienda en los últimos diez años se ha incrementado entre un 64 y un 84% en los municipios costeros, en función del tamaño poblacional de los mismos. Este incremento continúa siendo superior al registrado en el total nacional, que asciende al 58%.

En resumen, el promedio de incremento interanual del precio de la vivienda en términos corrientes en los últimos diez años ha sido del 8,44% en España, mientras que en los municipios costeros oscila entre el 8,83 y el 10,17%.

En términos reales, estos incrementos del precio han sido inferiores, cifrándose en un 4,90% el nacional, y oscilando entre un 5,27 y un 6,68% el de los municipios costeros.

Tabla 14. Promedio de la variación interanual del precio de la vivienda en España y municipios costeros, de 1993 a 2003

Período	Promedio de la variación interanual en términos corrientes					
	Total nacional	Municipios costeros				
		< 50.000 habitantes	De 50.000 a 99.999 hab.	De 100.000 a 249.999 hab.	De 250.000 a 999.999 hab.	> 999.999 habitantes
1993 - 2003	8,44%	9,58%	9,56%	8,83%	9,06%	10,17%
1993 - 1997	1,86%	3,60%	3,84%	1,88%	2,98%	2,44%
1998 - 2003	12,84%	13,56%	13,37%	13,46%	13,12%	15,32%
Promedio de la variación interanual en términos constantes						
1993 - 2003	4,90%	5,99%	5,96%	5,27%	5,50%	6,58%
1993 - 1997	-2,36%	-0,68%	-0,46%	-2,34%	-1,28%	-1,79%
1998 - 2003	9,74%	10,44%	10,24%	10,34%	10,02%	12,16%

El precio medio de la vivienda nueva en los municipios costeros de las provincias estudiadas presenta una evolución creciente en términos generales.

Según los datos del Ministerio de Fomento, Barcelona es la provincia con un precio medio más elevado. Esto se debe a que la propia capital está incluida en los datos provinciales como municipio costero que es, correspondiendo al municipio de más de 999.999 habitantes que figura en los datos anteriores. Detrás de Barcelona, Baleares es la provincia costera que tiene mayor precio medio de la vivienda libre nueva, resaltando que a partir de 1998 el precio medio experimenta un incremento notorio, diferenciándose así del resto de las provincias y aproximándose a Barcelona.

En el lado opuesto se encuentran Castellón y Murcia, donde el precio medio de la vivienda nueva no ha experimentado un crecimiento muy notorio.

En 2003, el mayor crecimiento experimentado en el precio medio de la vivienda nueva corresponde a Baleares, seguido de Málaga. Los menores incrementos del precio medio de la vivienda nueva tienen lugar en Huelva, Granada y Murcia.

El mayor porcentaje de variación en el último año del precio medio de la vivienda libre nueva en las provincias costeras estudiadas se ha producido en Cádiz, Girona y Málaga. En el polo opuesto se encuentran, fundamentalmente, Granada, seguido de Las Palmas, Castellón y Santa Cruz de Tenerife, como provincias con menor porcentaje de variación del precio medio de la vivienda nueva en costa.

Tabla 15. Variación del precio medio de las viviendas libres nuevas en las provincias costeras, 2000 a 2003

	Variación (2ºtrim./2000-2ºtrim./2001)	Variación (2ºtrim./2001-2ºtrim./2002)	Variación (2ºtrim./2002-2ºtrim./2003)
Girona	16,72%	11,86%	20,21%
Barcelona	18,94%	13,71%	16,43%
Tarragona	15,49%	14,61%	18,12%
Castellón	8,75%	25,33%	7,16%
Valencia	10,62%	18,85%	10,41%
Alicante	13,91%	16,27%	18,42%
Islas Baleares	12,88%	15,69%	15,04%
Murcia	16,27%	14,85%	11,46%
Almería	5,85%	20,56%	8,82%
Granada	24,55%	14,55%	2,88%
Málaga	23,24%	21,87%	20,14%
Cádiz	9,24%	14,18%	20,85%
Huelva	26,21%	4,10%	15,62%
Las Palmas	12,84%	10,38%	6,47%
Santa Cruz de Tenerife	15,72%	7,84%	7,55%

2.2.2. Volumen de viviendas iniciadas en los últimos tres años (2000-2002)

Estudiando la construcción de viviendas en los últimos tres años, por comunidades autónomas, se comprueba que el mayor volumen de viviendas visadas de obra nueva se produce en el año 2000, sobre todo en Cataluña, Comunidad Valenciana, Islas Baleares y Canarias. La región de Murcia, sin embargo, ha experimentado un crecimiento continuado desde 2000 hasta 2002, lo que supone un incremento en esos años del 26%. A nivel global de todos los municipios analizados, entre 2000 y 2002 la construcción de viviendas decrece un 7,3%, lo cual está influenciado en gran medida por los resultados correspondientes a las islas.

Tabla 16. Evolución del número de viviendas visadas de obra nueva de la zona VIVE por comunidad autónoma, 2000, 2001 y 2002

	Número de viviendas: obra nueva					
	2000	2001	2002	Variación 2000-2001	Variación 2001-2002	Variación 2000-2002
Costa Azahar	6.001	5.117	6.428	-15%	26%	7%
Baleares	8.546	8.433	5.802	-1%	-31%	-32%
Costa Blanca	18.135	15.282	14.625	-16%	-4%	-19%
Costa Brava	4.252	4.433	5.689	4%	28%	34%
Costa Cálida	3.400	3.966	4.286	17%	8%	26%
Canarias	4.113	3.688	2.585	-10%	-30%	-37%
Costa Dorada	6.492	4.145	4.579	-36%	10%	-29%
Costa de la Luz	11.397	10.146	7.078	-11%	-30%	-38%
Costa del Sol	21.852	25.724	26.942	18%	5%	23%
Total	84.188	80.934	78.014	-3,9%	-3,6%	-7,3%

En función de las costas se produce algo similar en términos generales, pudiendo puntualizarse:

- La Costa Brava tiene el mayor incremento relativo en la producción de estos tres últimos años, presentando una evolución creciente a lo largo de los mismos.
- Entre 2000 y 2001 se produce un crecimiento considerable en el volumen de viviendas en la Costa Cálida y Costa del Sol, pero en 2002 este crecimiento disminuye.
- En el resto de costas, entre 2000 y 2001 disminuye el número de viviendas visadas de obra nueva, pero en el año 2002 en algunas se producen cambios disminuyendo aún más (como es el caso de Barcelona) o creciendo considerablemente (como es el caso de la Costa del Azahar). En general, el conjunto de costas experimenta un decrecimiento notorio entre 2000 y 2002.

Tabla 17. Evolución del número de viviendas visadas de obra nueva de la zona VIVE por costas, 2000, 2001 y 2002

	Número de viviendas: obra nueva					
	2000	2001	2002	Variación 2000-2001	Variación 2001-2002	Variación 2000-2002
Costa del Azahar	6.001	5.117	6.428	-15%	26%	7%
Baleares	8.546	8.433	5.802	-1%	-31%	-32%
Costa Blanca	18.135	15.282	14.625	-16%	-4%	-19%
Costa Brava	4.252	4.433	5.689	4%	28%	34%
Costa Cálida	3.400	3.966	4.286	17%	8%	26%
Canarias	4.113	3.688	2.585	-10%	-30%	-37%
Costa Dorada	6.492	4.145	4.579	-36%	10%	-29%
Costa de la Luz	11.397	10.146	7.078	-11%	-30%	-38%
Costa del Sol	21.852	25.724	26.942	18%	5%	23%
Total	84.188	80.934	78.014	-3,9%	-3,6%	-7,3%

Comparando todos estos datos con el mercado de primera residencia, se produce un gran diferencial, ya que el conjunto de los municipios interiores estudiados no experimenta

un decrecimiento tan notorio en el volumen de viviendas visadas de obra nueva, caso contrario al que sucede con los municipios costeros.

Tabla 18. Evolución del número de viviendas visadas de obra nueva en el mercado de primera residencia y el mercado costero, 2000, 2001 y 2002

	Número de viviendas: obra nueva					
	2000	2001	2002	Var. 2000-2001	Var. 2001-2002	Var. 2000-2002
Mercado de primera residencia	79.456	79.274	79.165	-0,2%	-0,1%	-0,4%
Mercado costero	84.188	80.934	78.014	-3,9%	-3,6%	-7,3%

2.2.3. Tipología de las viviendas iniciadas en los últimos tres años (2000-2002)

La clasificación realizada en este apartado del estudio se divide en:

- Viviendas colectivas o en bloque.
- Viviendas unifamiliares y otros tipos de viviendas.

En los últimos tres años se produce un notable incremento del número de viviendas colectivas iniciadas, descendiendo la representatividad de las unifamiliares en más de 7 puntos porcentuales, pasando del 27 al 20%.

Tabla 19. Evolución del número de viviendas visadas de obra nueva según tipología de la zona VIVE, por comunidad autónoma, 2000, 2001 y 2002

	Número de viviendas: obra nueva											
	2000				2001				2002			
	Total	Tipología		Otros	Total	Tipología		Otros	Total	Tipología		Otros
		Unifamiliar	En bloque			Unifamiliar	En bloque			Unifamiliar	En bloque	
Cataluña	10.744	1.577	9.057	110	8.578	1.197	7.349	32	10.268	1.415	8.830	23
Comunidad Valenciana	24.136	6.978	17.014	144	20.399	4.990	15.259	150	21.053	3.386	17.554	113
Islas Baleares	8.546	1.668	6.794	84	8.433	1.368	6.992	73	5.802	1.220	4.452	130
Región de Murcia	3.400	1.174	2.212	14	3.966	1.445	2.510	11	4.286	2.095	2.187	4
Andalucía	33.249	10.385	22.765	99	35.870	8.729	26.938	203	34.020	7.095	26.832	93
Canarias	4.113	656	3.440	17	3.688	586	3.044	58	2.585	618	1.933	34
Total	84.188	22.438	61.282	468	80.934	18.315	62.092	527	78.014	15.829	61.788	397

	Número de viviendas: Obra											
	2000				2001				2002			
	Total	Tipología		Otros	Total	Tipología		Otros	Total	Tipología		Otros
		Unifamiliar	En bloque			Unifamiliar	En bloque			Unifamiliar	En bloque	
Cataluña	100%	14,7%	84,3%	1,0%	100%	14,0%	85,7%	0,4%	100%	13,8%	86,0%	0,2%
Comunidad Valenciana	100%	28,9%	70,5%	0,6%	100%	24,5%	74,8%	0,7%	100%	16,1%	83,4%	0,5%
Islas Baleares	100%	19,5%	79,5%	1,0%	100%	16,2%	82,9%	0,9%	100%	21,0%	76,7%	2,2%
Región de Murcia	100%	34,5%	65,1%	0,4%	100%	36,4%	63,3%	0,3%	100%	48,9%	51,0%	0,1%
Andalucía	100%	31,2%	68,5%	0,3%	100%	24,3%	75,1%	0,6%	100%	20,9%	78,9%	0,3%
Canarias	100%	15,9%	83,6%	0,4%	100%	15,9%	82,5%	1,6%	100%	23,9%	74,8%	1,3%
Total	100%	26,7%	72,8%	0,6%	100%	22,6%	76,7%	0,7%	100%	20,3%	79,2%	0,5%

Como se observa en la Tabla 19, por comunidades autónomas se obtiene que entre 2000 y 2002, en relación al volumen de viviendas unifamiliares, es en la región de Murcia y en Canarias donde se ha incrementado su producción, llegándose en el primer caso a un reparto caso equitativo de la producción de ambas tipologías; sin embargo, en la Comunidad Valenciana y Andalucía aumenta el volumen construido de viviendas colectivas.

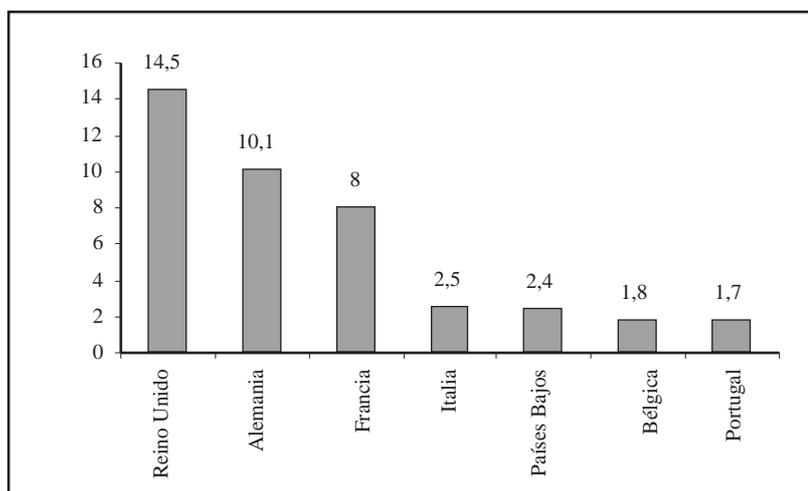
De los resultados obtenidos por costas, se deduce que la Costa Cálida y Canarias son las únicas donde se produce un incremento en la producción de viviendas unifamiliares entre 2000 y 2002; sin embargo, en la Costa Blanca y en la Costa de la Luz se produce el mayor incremento de viviendas en bloque, coincidiendo así con los resultados obtenidos por comunidad autónoma.

En los mercados de primera residencia se concluye que en los municipios del interior la representación de viviendas unifamiliares aumenta o se mantiene, a diferencia de lo que se ha comprobado que ha sucedido en los municipios costeros.

2.2.4. Perfil del comprador extranjero y zonas demandadas

A partir de la encuesta de movimientos turísticos de fronteras (Frontur) de 2002, elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos, se llega a la conclusión de que la distribución de los principales mercados emisores con destino España permanece constante en los últimos años, es decir, hay un claro dominio de turistas británicos y alemanes sobre el resto de las nacionalidades (47,7% de total de turistas de 2002, y el 60% de los ocho países principales fuente de turistas de España).

Figura 7. Entradas de turistas según país de residencia, año 2002



A pesar de ello, debemos destacar el crecimiento relativo de otros países emisores como Italia, Países Bajos, Bélgica o Portugal.

El volumen de turistas que se ha alojado en viviendas en propiedad en 2002 es de más de 4,6 millones, lo que representa el 8,9% sobre el total y una estancia media de más de 19 días. No obstante, la importancia relativa de este grupo de extranjeros ha descendido respecto al año 2001, compensándose, sin embargo, por aquellos que se alojan en viviendas de familiares o amigos o aquellos que alquilan una vivienda.

En cuanto a los principales destinos turísticos nacionales, es necesario destacar que las principales comunidades autónomas receptoras de turistas son Cataluña, Canarias y Baleares.

En las llegadas de turistas extranjeros existe un fenómeno de estacionalidad, concentrándose en los meses centrales del año (julio, agosto y septiembre), coincidiendo con la temporada estival y Semana Santa (marzo o abril, según los años).

Este fenómeno de estacionalidad se observa para los turistas en casi todos los tipos de alojamiento, a excepción de los que utilizan vivienda propia.

En cuanto al perfil del comprador potencial de vivienda en España, según el estudio «Turismo residencial español: diagnóstico y propuestas de internacionalización», se caracteriza por los siguientes rasgos:

- Casi el 40% son empresarios, destacando también el porcentaje de profesionales liberales, que cubre un tercio del total.
- Casi el 60% de las unidades familiares ingresan entre 6.000 y 12.000 euros mensuales.
- El 75% adquiere su vivienda pensando en usarla como retiro después de la jubilación.

Comunidades autónomas costeras de destino

La encuesta Frontur considera como comunidad autónoma de destino principal aquella en la que el turista ha realizado el mayor número de pernoctaciones.

Los rasgos que definen a cada una de ellas son los siguientes:

Cataluña:

- Cuota de mercado del 22,4% del total nacional, aunque un importante porcentaje de este turismo es excursionista.
- La estancia media de aquellos que pernoctan en viviendas alquiladas o en propiedad es de 16 días.
- El 21% de los turistas se alojan en viviendas propias o de familiares.
- Principal mercado emisor por orden de importancia: Francia, Alemania y Reino Unido.

Canarias:

- Cuota de mercado del 20,6%. Mercado con muy poca estacionalidad, recibiendo una afluencia casi constante a lo largo del año.
- Estancia media de pernoctación: 17 días.
- La mayor parte del turismo extranjero se aloja en hoteles o complejos turísticos, alcanzando alrededor del 5% el que lo hace en viviendas en propiedad.
- Principal mercado emisor: Reino Unido y Alemania.

Islas Baleares:

- Cuota de mercado: 18,5%. Estacionalidad muy marcada en el tercer trimestre del año.
- Estancia media de pernoctación: 15 días.
- El porcentaje de extranjeros que se aloja en viviendas en propiedad supera apenas el 6%; es importante el crecimiento relativo de este tipo de alojamiento en los últimos años.
- Principal mercado emisor: Alemania y Reino Unido. También es importante resaltar el crecimiento de las personas procedentes de Italia.

Andalucía:

- Cuota de mercado: 14,3%. Estacionalidad muy marcada en el tercer trimestre del año.
- Estancia media de pernoctación: 20 días.
- El porcentaje de personas que se alojan en viviendas en propiedad es del 12%.
- Principal mercado emisor: Reino Unido, Alemania y Francia. También es importante el incremento del número de portugueses, básicamente en Huelva, como consecuencia de la cercanía fronteriza.

Comunidad Valenciana:

- Cuota de mercado: 9,5%. Estacionalidad marcada en el tercer trimestre del año.
- Estancia media de pernoctación: 19 días.
- El 22% de los turistas extranjeros que se reciben se aloja en viviendas en propiedad.
- Principal mercado emisor: Reino Unido, Alemania y Francia. En los últimos años se ha visto elevado el porcentaje de turistas escandinavos.

Tabla 20. Evolución del número de turistas alojados en viviendas en propiedad de la zona VIVE, por comunidad autónoma, 1999 y 2002

	1999				2002			
	Total turistas recibidos	Turistas alojados en vivienda en propiedad	Porcentaje verticales	Porcentaje horizontales	Total turistas recibidos	Turistas alojados en vivienda en propiedad	Porcentaje verticales	Porcentaje horizontales
Cataluña	5.506.305	576.191	14%	10%	7.422.339	895.095	19%	12%
Comunidad Valenciana	9.913.895	590.314	14%	6%	9.581.286	792.036	17%	8%
Islas Baleares	9.767.917	428.564	10%	4%	10.648.142	354.424	8%	3%
Región de Murcia	9.015.031	1.259.541	30%	14%	11.572.650	1.178.188	26%	10%
Andalucía	3.944.382	1.036.279	25%	26%	4.939.819	1.064.736	23%	22%
Canarias	132.723	43.456	1%	33%	429.860	72.347	2%	17%
Total	44.328.259	4.149.977	100%	9%	51.747.715	4.605.219	100%	9%

Analizando la evolución de los turistas alojados en viviendas en propiedad y su variación entre 1999 y 2002, se puede concluir:

- Principales mercados receptores de turistas extranjeros: Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía.
- Entre 1999 y 2002 no existe prácticamente diferencia entre el porcentaje relativo de extranjeros que se alojan en viviendas en propiedad en España.

- Pérdida relativa del peso que tenían Cataluña, la Comunidad Valenciana y Canarias respecto al alojamiento en viviendas en propiedad, en beneficio del resto de las comunidades, sobre todo Andalucía y Baleares.

Mercados turísticos emisores

País	Importancia	Estancia media	Viviendas en propiedad	Principales destinos
Reino Unido	Principal mercado emisor, crecimiento 3,9% 2001-2002	10,4 días	1 millón se alojaron en vivienda de propiedad en 2002, un 7% del total. En alquiler un 13,5%	Canarias y Baleares han perdido su importancia, aumentando la de Andalucía, Valencia y Cataluña
Alemania	Segundo mercado emisor, con una tasa de crecimiento negativa durante tres años	12,4 días	11% se alojaron en viviendas en propiedad (1 millón de turistas)	Baleares, Canarias, Cataluña y Andalucía, por orden de importancia
Francia	Más de 8 millones de turistas en 2002	9,5 días	28% se alojaron en vivienda propia o de familiares y amigos (2,3 millones de franceses)	Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía, por orden de importancia
Italia	2,5 millones de turistas	10,4 días	3% se alojan en viviendas en propiedad	Cataluña, Baleares, Madrid, Canarias y Andalucía, por orden de importancia
Países Bajos	2,4 millones de turistas en 2002	12,6 días		Cataluña, Canarias y Andalucía
Bélgica	1,8 millones de turistas en 2002	13,2 días		Cataluña, Andalucía y Canarias
Portugal	1,7 millones de turistas en 2002; crecimiento del 5% respecto al año anterior	4,6 días	2% de turistas que se alojan en viviendas de propiedad	Andalucía, Madrid y Galicia
Suecia	1,1 millones de turistas en 2002, descendiendo respecto al año 2001	12,9 días	Alojamiento en establecimientos hoteleros, aunque el porcentaje va descendiendo en favor de otras opciones	Canarias, Baleares y Andalucía, por orden de importancia; también ha habido un crecimiento importante en Cataluña
Noruega	765.000 turistas en 2002; crecimiento respecto a 2001	13 días	Alojamiento en establecimientos hoteleros, aunque el porcentaje va descendiendo en favor de otras opciones	Canarias, Andalucía y la Comunidad Valenciana, por orden de importancia
Finlandia	427.000 turistas en 2002, descendiendo ligeramente con respecto a 2001	11 días	Alojamiento hotelero	Canarias, Andalucía y Cataluña, por orden de importancia
Dinamarca	632.000 turistas, descendiendo con respecto a 2001	11 días	Alojamiento hotelero	Canarias, Cataluña y Andalucía, por orden de importancia

Perfil sociodemográfico de los turistas

No existen muchas diferencias entre algunas características significativas del perfil general del turista que visita España y el comprador potencial de vivienda vacacional. En este sentido, se citan algunas características de los mismos que podrían equipararse a lo que se puede buscar en España como elemento diferenciador de otros países.

- Actividades deportivas:

Náuticas, de esquí u otra índole. Son importantes aquellas que suponen ejercicio físico, deportes náuticos, deportes al aire libre, golf y esquí.

- La diversión:

Es uno de los motores principales de la oferta, junto con la oferta gastronómica y la calidad de los alojamientos.

- La fidelidad del turismo:

Este es un elemento fundamental a la hora de convertirse en un cliente potencial de la vivienda vacacional en España. El 85% de nuestros visitantes afirma haber estado ya en nuestro país con anterioridad. Canarias es un ejemplo claro de este concepto, con un 90% de visitantes habiendo visitado España con anterioridad.

2.2.5. Empresas

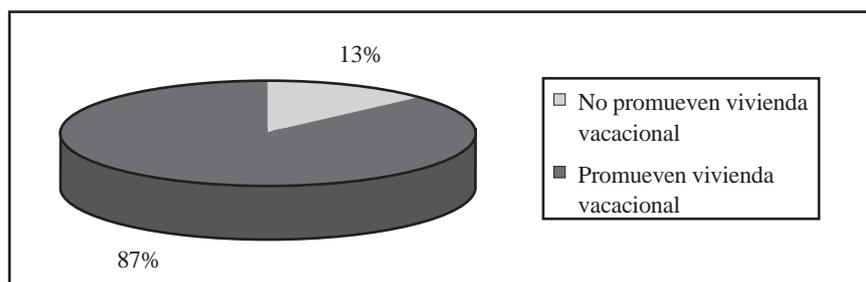
La relevancia del mercado turístico español, y la complejidad de sus mecanismos de interacción, ponen en juego la actividad y el quehacer de numerosos sectores y subsectores que contribuyen a la creación del llamado producto turístico.

La figura principal de este mercado es el promotor, él mismo ofrece el producto al mercado para llevar a cabo una posterior comercialización.

En la zona VIVE existen 2.900 unidades de promoción inmobiliaria, que se reducen a 1.300 si se tiene en cuenta que muchas de ellas pertenecen a un mismo grupo empresarial.

Según el ranking publicado por la revista *Metros*², de entre las cincuenta promotoras con mayor volumen de facturación en 2002, sólo once de ellas no promueven vivienda vacacional; esto refleja la importancia que actualmente tiene la promoción de vivienda vacacional dentro del sector.

Figura 8. Representatividad según volumen de facturación anual de las cincuenta promotoras más importantes de España en 2002, según promuevan o no vivienda vacacional



Un aspecto importante es la asociación de empresas promotoras en organizaciones, que tiene como finalidad la defensa y promoción de los intereses en este sector, que permiten una mejor gestión de los activos inmobiliarios mediante acuerdos que van desde la compra de suelo hasta la comercialización de viviendas en el extranjero, pasando por entidades financieras. Dentro de ellas destacan:

- LIVE IN SPAIN
- PROMOTUR
- ANUTR

El concepto de vivienda vacacional es lo suficientemente amplio para abarcar numerosas posibilidades de definición de un producto; el auge de este sector ha traído consigo algunos cambios en el mismo, entre los que se pueden citar:

- Nuevos modelos de producto: *resort*
- Incremento de la promoción ligada a actividades ocio-deportivas, como el golf, marinas, etc.; a la naturaleza; a centros de belleza y salud, etc.
- Modelos étnicos de producto: vivienda mediterránea, pueblo andaluz, etc.
- Producto para un cliente con mayor edad que compra para pasar allí su retiro de jubilación.
- Incremento de la promoción de grandes áreas residenciales en las que prima el concepto de comunidad, integrando todos los servicios que el comprador pueda requerir.
- Mayor calidad en el producto final, sobre todo en promociones dirigidas a público extranjero.

Dentro del modelo general de comercialización de vivienda vacacional, se han producido cambios importantes en la definición de la estrategia comercial:

- Pérdida de la importancia del comercializador local; la comercialización se deja, sobre todo en los grandes desarrollos, en manos de empresas con un enfoque de marketing. Se vende un concepto, no ladrillos.
- Desarrollo de redes comerciales en el exterior, bien propias, bien mediante alianzas con canales de distribución en el extranjero.
- Utilización de nuevos medios de comercialización: *Roas Show*, Internet, ferias inmobiliarias, medios especializados, utilización de editoriales en los medios de comunicación para incrementar la promoción de la vivienda vacacional.

Las Administraciones públicas, tanto locales como autonómicas y estatales, representan en la actualidad un papel importante para el funcionamiento del sector, implicándose en políticas favorecedoras y potenciadoras que apuesten por un liderazgo en el mercado turístico mundial basado en la calidad como alternativa.

Como ejemplo, se pueden destacar la labor llevada a cabo por el ICEX, o por el plan PICTE 2000, que pretende aunar la iniciativa del sector empresarial con la actuación de las Administraciones públicas, teniendo como objetivo básico la calidad.

2.2.6. Antecedentes

El mercado de la vivienda ha ido cobrando cada año más importancia en España, sobre todo desde los años noventa, en que comenzó a darse la internacionalización de este

mercado, abriéndose a compradores extranjeros. Según el estudio realizado por el Grupo i, la mayoría de promotores de vivienda vacacional en España afirman que el sector ha tenido una evolución muy positiva en los últimos años.

Actualmente, el comprador nacional es el que sigue ocupando el primer lugar en la estructura del mercado, seguido de Reino Unido, Alemania, Países Bajos, Noruega y Bélgica, sin olvidar la aportación de otros países, como Francia, que en 2002 aportó 890.000 turistas, que se alojaron en viviendas de propiedad en nuestro país, y que junto con Irlanda, Suecia, Italia, Portugal, Dinamarca y Hungría representan el 19% del total.

En cuanto al destino, las zonas más demandadas por los españoles son la Costa Blanca y la Costa del Sol, seguidas por la Costa Cálida y la Costa del Azahar.

Por el contrario, el comprador extranjero se inclina más por la Costa del Sol, destacando también la Costa Blanca, la Costa Cálida y Baleares.

De entre los municipios más demandados por el visitante extranjero destacan:

Tabla 21. Municipios más demandados por el visitante extranjero

Costa	Municipios
Costa del Sol	Marbella y Estepona
Costa Blanca	Alicante y alrededores, Benidorm
Costa Cálida	Entorno de la Manga del Mar Menor
Baleares	Palma de Mallorca y alrededores

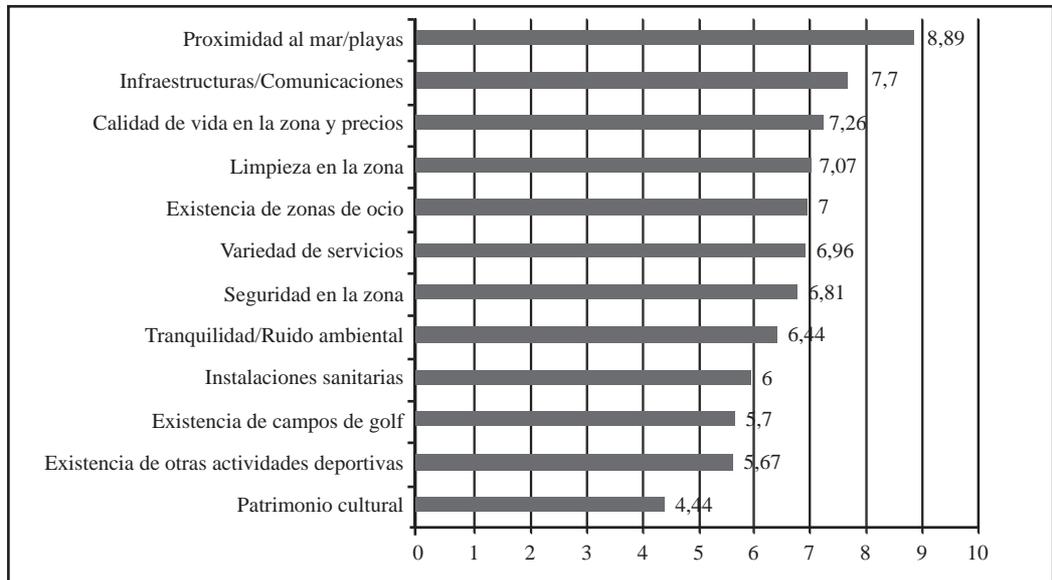
Elementos del entorno

En cuanto a los elementos del entorno, y basándose en la opinión de los promotores, que han valorado la importancia de los mismos de 0 a 10, los factores que pueden incidir más en el comportamiento de la demanda son:

En el caso del comprador nacional y por orden de importancia:

- Proximidad al mar y playas.
- Infraestructuras y comunicaciones.
- Calidad de vida en la zona y precios.

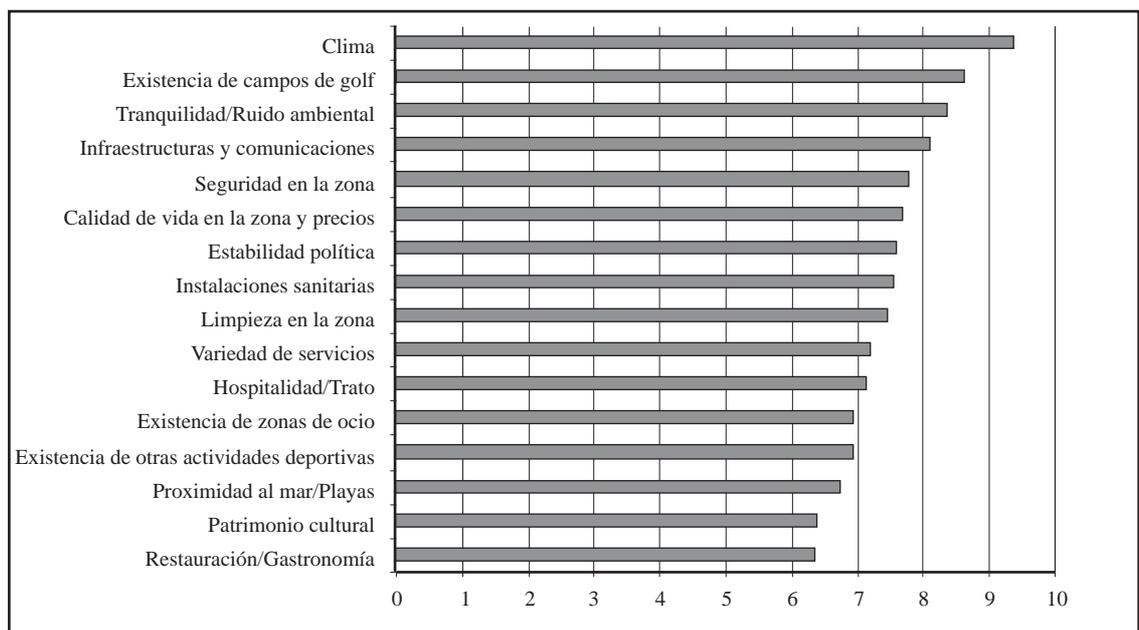
El patrimonio cultural, o la existencia de actividades deportivas, son los rasgos menos valorados por el comprador nacional.

Figura 9. Valoración de los factores del entorno por el comprador nacional

En el caso del comprador extranjero:

- El clima.
- Existencia de campos de golf.
- Tranquilidad/Ruido ambiental.

Los factores menos relevantes son la restauración y gastronomía, así como el patrimonio cultural (a pesar de que hayan obtenido una puntuación de 6).

Figura 10. Valoración de los factores del entorno por el comprador extranjero

Equipamientos y servicios

Respecto al comprador nacional y extranjero, los equipamientos más valorados se reflejan en la Tabla 22.

Tabla 22. Valoración de los equipamientos y servicios por el comprador nacional y extranjero

Equipamientos	Nacional	Extranjero
Piscina	8,63	8,22
Garaje	8,22	7,70
Cocina amueblada	8,44	7,89
Trato recibido en la comercialización	7,81	8,30
Calidades interiores y materiales	7,81	7,89
Información proporcionada (comercialización)	7,74	8,04
Aire acondicionado	7,67	7,78
Servicio posventa	7,44	7,89
Zona ajardinada	7,33	
Adecuación de los tiempos de entrega	7,19	8,04
Trastero	7,11	6,96
Calidades de las zonas comunes	7,00	7,56
Otras zonas deportivas	6,70	7,56
Puerta blindada	6,70	7,37
Zona infantil	6,59	6,56
Sistemas de alarma	6,52	7,48
Campo de golf	6,33	8,67
Videoportero	5,00	5,93
Gimnasio	5,00	6,22

Como vemos, para el comprador nacional, los equipamientos y servicios, por orden de preferencia, son: la piscina, el garaje, la entrega de vivienda, cocina amueblada, el trato recibido en la comercialización, las calidades interiores y materiales empleados.

Por otro lado, para el comprador extranjero tienen mucha importancia las zonas ajardinadas, el campo de golf, seguido de la cocina amueblada y el trato recibido en la comercialización.

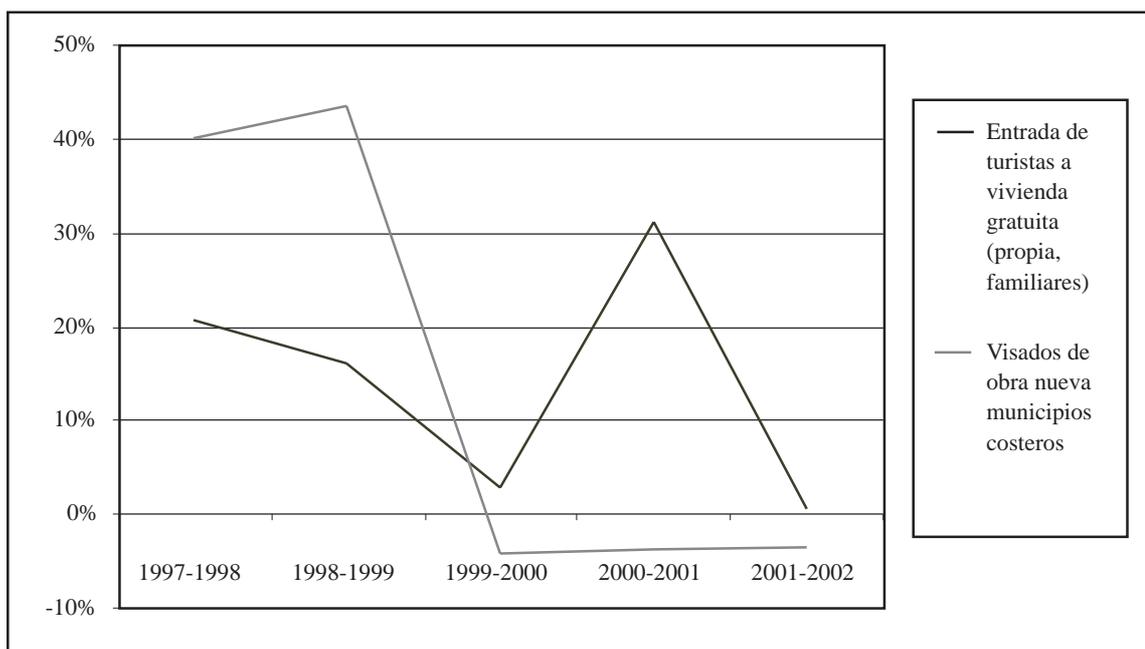
2.3. Comparativa del mercado residencial con el hotelero y turístico

Mercado residencial

El mayor volumen de viviendas visadas de obra nueva a lo largo de los años se encuentra en la Comunidad Valenciana, y sobre todo en Andalucía, comunidades que se han incrementado a ritmos superiores que el resto.

En conjunto, el porcentaje medio anual de incremento de viviendas visadas de obra nueva en los municipios estudiados, de 1992 a 2002, asciende a más de un 30%, aunque en los años más recientes se ha producido un leve descenso.

Figura 11. Comparativa evolutiva de las entradas de turistas (extranjeros) a vivienda gratuita y la actividad productiva, de 1997 a 2002



El tipo de vivienda más utilizada por los extranjeros en España es la gratuita, que está formada por vivienda en propiedad y viviendas de familiares y amigos, la cual viene experimentando un notable incremento en los últimos años.

Al analizar ambas variables, no se produce relación entre la producción de viviendas y la entrada de turistas a vivienda gratuita.

Mercado hotelero

En cuanto al grado de ocupación hotelera por comunidades autónomas costeras y total nacional, en función del número de plazas o camas, observamos un claro descenso, lo cual puede repercutir en el crecimiento de otros tipos de alojamientos turísticos.

Tabla 23. Evolución del grado de ocupación hotelera por plazas en función del total nacional y comunidades autónomas costeras de 1999 a 2002

	Grado de ocupación hotelera por plazas						
	1999	2000	Variación interanual	2001	Variación interanual	2002	Variación interanual
Total nacional	60,87%	58,86%	-3,30%	58,06%	-1,36%	55,27%	-4,81%
Cataluña	58,99%	59,93%	1,59%	58,74%	-1,99%	57,16%	-2,69%
Comunidad Valenciana	63,32%	64,57%	1,97%	64,40%	-0,26%	60,54%	-5,99%
Islas Baleares	82,79%	74,88%	-9,55%	74,66%	-0,29%	68,71%	-7,97%
Región de Murcia	47,77%	48,46%	1,44%	48,77%	0,64%	47,23%	-3,16%
Andalucía	56,79%	56,50%	-0,51%	54,97%	-2,71%	52,81%	-3,93%
Canarias	75,81%	71,27%	-5,99%	70,63%	-0,90%	67,22%	-4,83%

Mercado turístico

La evolución del volumen de entrada de turistas extranjeros en España es creciente.

Tabla 24. Evolución de la entrada de turistas extranjeros por comunidades autónomas costeras, de 1997 a 2002

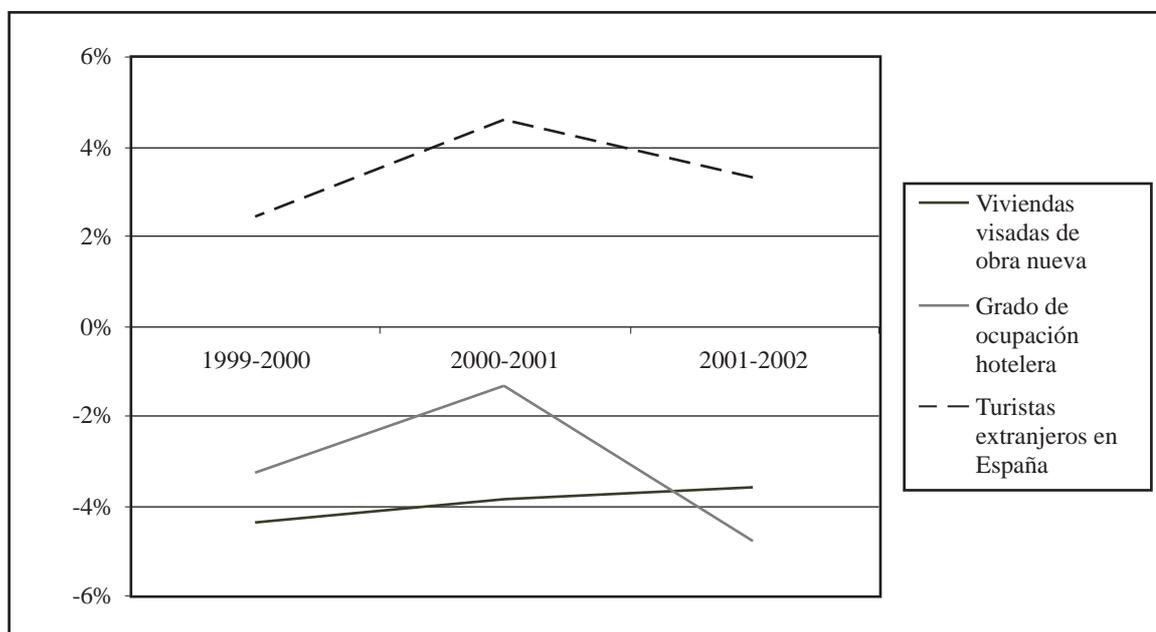
	1997	1998	Var.	1999	Var.	2000	Var.	2001	Var.	2002	Var.
Total nacional	39.552.720	43.396.083	9,7%	46.775.869	7,8%	47.897.915	2,4%	50.093.555	4,6%	51.747.715	3,3%
Cataluña	7.401.029	8.027.350	8,5%	9.539.253	18,8%	9.181.075	-3,8%	10.048.736	9,5%	11.572.650	15,2%
Comunidad Valenciana	3.876.693	4.108.202	6,0%	4.340.201	5,6%	4.450.832	2,5%	4.635.847	4,2%	4.939.819	6,6%
Islas Baleares	9.080.439	9.753.150	7,4%	10.522.317	7,9%	10.457.122	-0,6%	10.402.162	-0,5%	9.581.286	-7,9%
Región de Murcia	127.799	144.827	13,3%	164.080	13,3%	179.502	9,4%	424.191	136,3%	429.860	1,3%
Andalucía	5.209.451	5.759.023	10,5%	6.117.131	6,2%	6.759.914	10,5%	7.219.781	6,8%	7.422.339	2,8%
Canarias	9.210.697	10.205.247	10,8%	10.411.582	2,0%	10.632.809	2,1%	10.841.733	2,0%	10.648.142	-1,8%

Comparativa de los tres mercados

Hasta el año 1999 no se dispone de datos del mercado hotelero, efectuándose un análisis parcial de los dos restantes. En los resultados se aprecia una alta correlación de Pearson entre la entrada de turistas extranjeros a España con el volumen de viviendas visadas de obra nueva.

A partir del año 1999 no se pueden efectuar análisis estadísticos concretos, aunque se puede apreciar que el mercado residencial y hotelero expresan tasas de crecimiento negativas, mientras que el turístico se mantiene en un incremento positivo.

Figura 12. Comparativa de mercados de 1999 a 2002



2.4. Impacto de este sector de la actividad en la economía española

Evolución general del PIB y relación con la producción

El PIB a precios corrientes por comunidad autónoma ha experimentado un notable crecimiento entre 1999 y 2002, destacando el de 2002, salvo en Canarias y Baleares, donde había tenido lugar en 1999. Sin embargo, los resultados cambian considerando el PIB a precios constantes, de modo que cada comunidad tiene un comportamiento diferente.

Tabla 25. Evolución del PIB a precios corrientes por comunidades autónomas costeras, de 1997 a 2002

	PIB a precios corrientes. Base 1995										
	1997	1998		1999 (P)		2000 (P)		2001 (A)		2002 (1ºE)	
	Valor (miles de euros)	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual
Cataluña	93.513.809	98.608.532	5,45%	105.564.530	7,05%	113.230.643	7,26%	120.238.198	6,19%	127.808.594	6,30%
Comunidad Valenciana	47.233.520	50.817.383	7,59%	54.482.648	7,21%	59.283.043	8,81%	63.714.267	7,47%	67.918.367	6,60%
Islas Baleares	11.816.498	12.717.956	7,63%	13.970.113	9,85%	15.276.093	9,35%	16.389.683	7,29%	17.269.680	5,37%
Región de Murcia	11.570.962	12.435.298	7,47%	13.178.894	5,98%	14.438.944	9,56%	15.587.934	7,96%	16.757.728	7,50%
Andalucía	66.501.528	70.358.958	5,80%	75.532.521	7,35%	81.901.975	8,43%	88.322.083	7,84%	94.728.615	7,25%
Canarias	18.993.648	20.675.958	8,86%	22.944.299	10,97%	24.493.292	6,75%	26.372.713	7,67%	27.913.263	5,84%

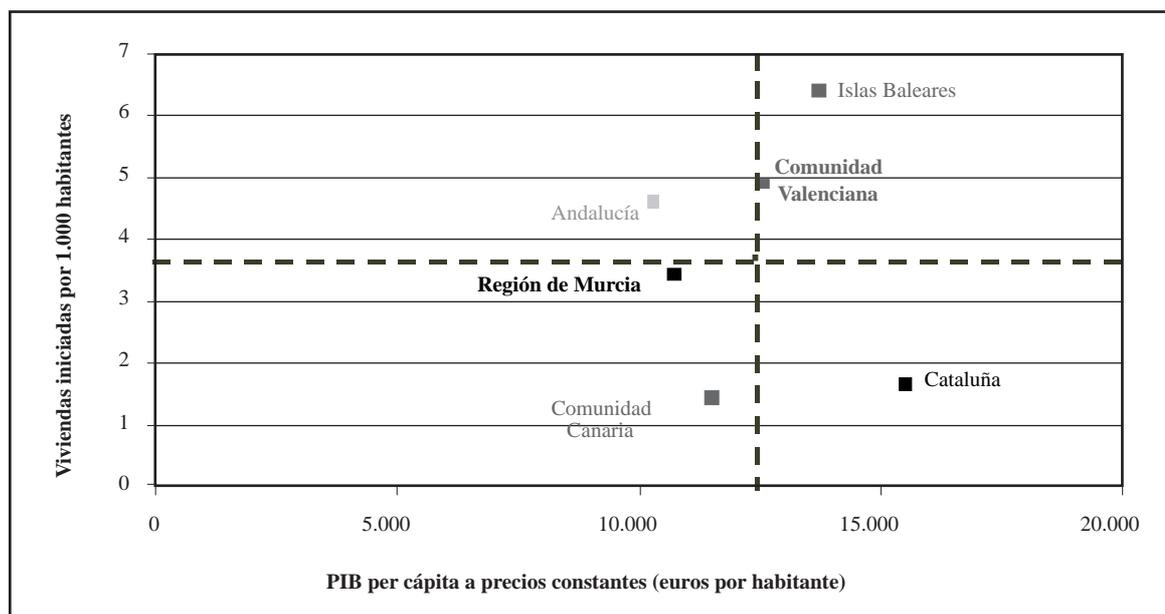
Tabla 26. Evolución del PIB a precios constantes por comunidades autónomas costeras, de 1997 a 2002

	PIB a precios constantes. Base 1995										
	1997	1998		1999 (P)		2000 (P)		2001 (A)		2002 (1ªE)	
	Valor (miles de euros)	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual
Cataluña	87.379.101	90.176.348	3,20%	94.036.743	4,28%	97.331.520	3,50%	99.515.579	2,24%	101.461.338	1,96%
Comunidad Valenciana	44.486.744	46.904.356	5,43%	49.004.218	4,48%	51.539.637	5,17%	53.088.024	3,00%	54.131.781	1,97%
Islas Baleares	10.989.750	11.290.509	2,74%	11.856.568	5,01%	12.259.972	3,40%	12.566.298	2,50%	12.676.273	0,88%
Región de Murcia	10.983.340	11.587.324	5,50%	11.973.294	3,33%	12.554.907	4,86%	12.931.424	3,00%	13.295.777	2,82%
Andalucía	63.479.459	65.912.323	3,83%	68.917.523	4,56%	72.478.109	5,17%	74.817.319	3,23%	76.523.324	2,28%
Canarias	17.747.617	18.726.696	5,52%	19.994.325	6,77%	20.528.815	2,67%	21.101.555	2,79%	21.499.051	1,88%

Comparando el PIB por habitante con el volumen de viviendas iniciadas en 2002, se observa que la producción de vivienda en municipios de la zona VIVE por habitante se sitúa por encima de la media en las comunidades con mayor PIB, a excepción de Cataluña.

Por otro lado, Andalucía, con el PIB por habitante más bajo, presenta sin embargo una producción residencial por encima de la media.

Figura 13. Comparativa del PIB por habitante y la producción de viviendas de la zona VIVE, año 2002



Haciendo la misma comparación por comunidades, se observa un comportamiento muy dispar; en general, Baleares, Canarias, y sobre todo Murcia, son las que presentan un comportamiento en la evolución de la producción más acorde con el PIB. Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía tienen un comportamiento muy dispar, de modo que la evolución de ambas variables presenta comportamientos distintos en casi todos los años estudiados.

Evolución del valor añadido bruto

Sólo de esta información se disponen a precios corrientes y hasta el año 2001 para poder realizar un estudio de la aportación al mismo del sector de la construcción. En comunidades autónomas, se dispone del VAB a precios constantes con información hasta el año 2002.

La aportación media que el total del sector de la construcción ha hecho al VAB a precios constantes, en las comunidades autónomas implicadas en la zona VIVE, durante el período 1997-2002, es del 8,4%, suponiendo una media del 4,1% al total nacional. La evolución de las aportaciones, tanto a nivel autonómico como nacional, son crecientes en todos los casos.

Tabla 27. Aportación del sector de la construcción al VAB por comunidades autónomas costeras, de 1997 a 2002

	1997			1998			1999		
	VAB construcción	Aportación al total CC.AA.	Aportación al total nacional	VAB construcción	Aportación al total CC.AA.	Aportación al total nacional	VAB construcción	Aportación al total CC.AA.	Aportación al total nacional
Cataluña	5.451.863	6,8%	1,3%	5.750.677	7,0%	1,3%	5.940.650	6,9%	1,3%
Comunidad Valenciana	2.937.636	7,2%	0,7%	3.302.424	7,7%	0,7%	3.726.981	8,3%	0,8%
Islas Baleares	671.750	6,7%	0,2%	684.753	6,6%	0,2%	749.330	6,9%	0,2%
Región de Murcia	842.141	8,3%	0,2%	882.011	8,3%	0,2%	964.692	8,8%	0,2%
Andalucía	4.640.619	8,0%	1,1%	4.960.142	8,2%	1,1%	5.750.517	9,1%	1,2%
Canarias	1.284.804	7,9%	0,3%	1.487.933	8,7%	0,3%	1.762.375	9,6%	0,4%

	2000			2001			2002		
	VAB construcción	Aportación al total CC.AA.	Aportación al total nacional	VAB construcción	Aportación al total CC.AA.	Aportación al total nacional	VAB construcción	Aportación al total CC.AA.	Aportación al total nacional
Cataluña	6.138.973	6,9%	1,3%	6.389.126	7,0%	1,3%	6.605.752	7,1%	1,3%
Comunidad Valenciana	4.065.790	8,6%	0,8%	4.510.142	9,3%	0,9%	4.760.333	9,6%	0,9%
Islas Baleares	827.755	7,4%	0,2%	894.448	7,8%	0,2%	929.724	8,0%	0,2%
Región de Murcia	1.074.947	9,4%	0,2%	1.154.351	9,8%	0,2%	1.202.643	9,9%	0,2%
Andalucía	6.126.074	9,3%	1,3%	6.590.935	9,6%	1,3%	7.066.396	10,1%	1,4%
Canarias	1.951.337	10,4%	0,4%	2.158.993	11,2%	0,4%	2.244.403	11,4%	0,4%

En cuanto a la aportación que corresponde a las empresas inmobiliarias, se estima un incremento en torno al 7% de media para el conjunto de las comunidades autónomas de la zona VIVE.

La aportación al VAB de la producción residencial correspondiente a los municipios que componen la zona VIVE se sitúa en 2002 en 2.498.993.000 euros, lo que supondría un 0,5% sobre el total nacional. Esta es la aportación que resultaría directamente de la construcción de las viviendas. A ella se añadirían las correspondientes a las empresas inmobiliarias, más la repercusión que sobre la economía de otros sectores tiene la vivienda vacacional.

Analizando el VAB a nivel provincial, hay que remitirse a su valor a precios corrientes, ciñendo su estudio al sector de la construcción, ya que no se dispone de información para las empresas inmobiliarias.

Como conclusión principal, se observa cómo el año 2001 es el que mayores incrementos generales refleja en su variación interanual. En este sentido, las provincias de Alicante y Cádiz destacan sobre las demás, con incrementos superiores al 19%; en otro grupo

se situarían Las Palmas, Santa Cruz de Tenerife, Málaga, Baleares y Castellón, con incrementos por encima del 17%.

Tabla 28. Evolución del VAB de la construcción a precios corrientes por provincias costeras, de 1995 a 2001

Valor añadido bruto a precios básicos por ramas de actividad (precios corrientes)													
	1995	1996		1997		1998		1999(P)		2000(P)		2001(A)	
Construcción	Valor (miles de euros)	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual	Valor (miles de euros)	Tasa de variación interanual
Girona	687.064	677.373	-1,41%	668.483	-1,31%	718.411	7,47%	778.514	8,37%	881.982	13,29%	999.873	13,37%
Barcelona	3.431.249	3.688.090	7,49%	3.848.700	4,35%	4.113.093	6,87%	4.392.129	6,78%	4.925.883	12,15%	5.362.320	8,86%
Tarragona	678.211	686.653	1,24%	729.870	6,29%	864.688	18,47%	1.009.674	16,77%	1.168.834	15,76%	1.320.233	12,95%
Castellón	328.302	307.005	-6,49%	352.361	14,77%	397.146	12,71%	465.583	17,23%	573.606	23,20%	672.946	17,32%
Valencia	1.611.100	1.535.451	-4,70%	1.639.714	6,79%	1.975.669	20,49%	2.326.722	17,77%	2.796.555	20,19%	3.227.034	15,39%
Alicante	1.016.964	983.519	-3,29%	1.085.007	10,32%	1.164.744	7,35%	1.363.877	17,10%	1.546.559	13,39%	1.853.838	19,87%
Islas Baleares	648.761	669.332	3,17%	700.774	4,70%	747.313	6,64%	881.642	17,97%	1.076.336	22,08%	1.265.009	17,53%
Murcia	812.693	840.203	3,39%	884.594	5,28%	945.542	6,89%	1.072.010	13,38%	1.290.265	20,36%	1.467.542	13,74%
Almería	321.198	328.785	2,36%	353.366	7,48%	420.174	18,91%	504.355	20,03%	584.882	15,97%	674.303	15,29%
Granada	658.047	630.104	-4,25%	623.732	-1,01%	658.134	5,52%	802.838	21,99%	917.213	14,25%	918.805	0,17%
Málaga	983.705	976.367	-0,75%	982.315	0,61%	1.127.608	14,79%	1.361.347	20,73%	1.558.678	14,50%	1.833.555	17,64%
Cádiz	567.264	589.206	3,87%	597.274	1,37%	675.011	13,02%	837.510	24,07%	1.050.957	25,49%	1.260.301	19,92%
Huelva	289.555	277.033	-4,32%	296.406	6,99%	339.373	14,50%	415.446	22,42%	480.016	15,54%	556.610	15,96%
Las Palmas	571.327	593.107	3,81%	640.261	7,95%	765.750	19,60%	967.724	26,38%	1.222.521	26,33%	1.434.719	17,36%
Santa Cruz de Tenerife	624.943	651.674	4,28%	721.777	10,76%	854.015	18,32%	1.039.715	21,74%	1.203.727	15,77%	1.418.689	17,86%

Las Palmas, Cádiz, Castellón, Baleares y Alicante son las provincias que han experimentado un crecimiento interanual más importante. Esta evolución contrasta con las provincias de Granada o Barcelona, en las que el incremento interanual del VAB de la construcción ha sido menos acusado.

En el último año del que se dispone información, 2001, la contribución de la construcción al valor añadido bruto gira en torno al 11%. A pesar de que ahora se valore en precios corrientes y en el apartado anterior en constantes, se aprecia que la contribución al VAB de las provincias no costeras es inferior, haciendo descender la aportación total. Concretamente en 2001, la contribución media de la construcción al VAB considerando las comunidades autónomas en su totalidad y a precios corrientes fue del 9,81%.

Si bien Tarragona, Málaga y Santa Cruz de Tenerife son las provincias costeras en donde la construcción representa mayor porcentaje sobre el valor añadido bruto en 2001, las provincias con un mayor porcentaje medio de aportación entre 1995 y 2001 son Granada, Málaga y Santa Cruz de Tenerife.

Tabla 29. Contribución de la construcción al VAB a precios corrientes por provincias costeras, de 1995 a 2001

Contribución de la construcción al valor añadido bruto (precios corrientes)							
Construcción	1995	1996	1997	1998	1999(P)	2000(P)	2001(A)
Girona	10,17%	9,58%	8,84%	9,11%	9,29%	9,61%	10,09%
Barcelona	5,95%	5,99%	5,94%	6,03%	6,06%	6,38%	6,54%
Tarragona	8,97%	8,54%	8,57%	9,76%	10,62%	11,42%	12,01%
Castellón	6,35%	5,58%	5,92%	6,10%	6,83%	7,80%	8,51%
Valencia	7,69%	6,95%	6,89%	7,78%	8,49%	9,38%	10,14%
Alicante	8,46%	7,71%	8,05%	8,12%	9,09%	9,45%	10,34%
Islas Baleares	7,00%	6,77%	6,48%	6,45%	6,98%	7,80%	8,53%
Murcia	8,79%	8,57%	8,35%	8,35%	9,00%	9,90%	10,40%
Almería	7,82%	7,57%	7,50%	8,46%	9,01%	9,77%	10,41%
Granada	11,49%	10,45%	9,91%	10,04%	11,48%	11,96%	11,02%
Málaga	10,85%	10,00%	9,31%	10,03%	11,24%	11,66%	12,55%
Cádiz	6,97%	6,80%	6,62%	7,16%	8,31%	9,41%	10,51%
Huelva	8,09%	7,43%	7,43%	8,28%	9,28%	9,83%	10,58%
Las Palmas	7,00%	6,90%	7,00%	7,71%	8,80%	10,33%	11,17%
Sta. Cruz de Tenerife	8,72%	8,51%	8,76%	9,61%	10,67%	11,71%	12,87%

Evolución del empleo total y asalariado de la construcción

Medidas estas variables por el volumen de personas, se observa una evolución creciente de ambas entre 1995 y 2001, salvo en algunas comunidades que presentan descensos entre 1995 y 1996.

Cataluña y Andalucía son las comunidades autónomas que mayor número de trabajadores totales y asalariados tienen en relación a la construcción. En el lado opuesto se encuentran la región de Murcia y las Baleares.

Respecto a la evolución de esta variable, la Comunidad Valenciana ha experimentado el mayor crecimiento en el período 1995-2001 en términos totales.

Sin embargo, teniendo en cuenta el empleo asalariado, habría que destacar también Baleares y Canarias.

La contribución de la construcción al empleo total y asalariado en 2001 gira en torno al 12%. Baleares y Canarias son las comunidades autónomas costeras en donde la construcción representa mayor porcentaje sobre el empleo total en 2001. Estas comunidades autónomas representan mayor porcentaje aún sobre el empleo asalariado. Si se tiene en cuenta el valor medio de aportación desde 1995 a 2001, además de las dos comunidades citadas hay que destacar a Andalucía.

Tabla 30. Contribución de la construcción al empleo total a precios corrientes por comunidades autónomas costeras, de 1995 a 2001

	Contribución de la construcción al empleo total (miles de empleos)						
	1995	1996	1997	1998	1999(P)	2000(P)	2001(A)
Cataluña	8,14%	8,22%	8,60%	8,76%	8,68%	8,79%	9,03%
Comunidad Valenciana	9,36%	8,71%	8,75%	8,88%	9,80%	10,34%	11,48%
Islas Baleares	9,68%	9,71%	10,16%	11,03%	11,98%	13,24%	13,93%
Región de Murcia	8,37%	9,00%	9,11%	9,34%	10,02%	10,87%	11,28%
Andalucía	9,34%	9,49%	9,06%	9,60%	11,00%	11,21%	11,47%
Canarias	9,61%	9,45%	9,77%	10,97%	12,15%	12,62%	13,09%

Tabla 31. Contribución de la construcción al empleo asalariado a precios corrientes por comunidades autónomas costeras, de 1995 a 2001

	Contribución de la construcción al empleo asalariado (miles de empleos)						
	1995	1996	1997	1998	1999(P)	2000(P)	2001(A)
Cataluña	8,16%	8,52%	8,75%	9,09%	9,16%	9,05%	9,10%
Comunidad Valenciana	10,04%	9,57%	9,64%	9,74%	10,53%	11,06%	11,97%
Islas Baleares	9,30%	8,64%	8,88%	10,01%	11,80%	13,28%	14,83%
Región de Murcia	9,05%	8,98%	9,00%	9,94%	10,51%	10,89%	11,53%
Andalucía	10,34%	10,59%	10,48%	11,03%	12,24%	12,53%	13,31%
Canarias	10,23%	9,58%	10,05%	11,39%	12,61%	13,65%	14,57%

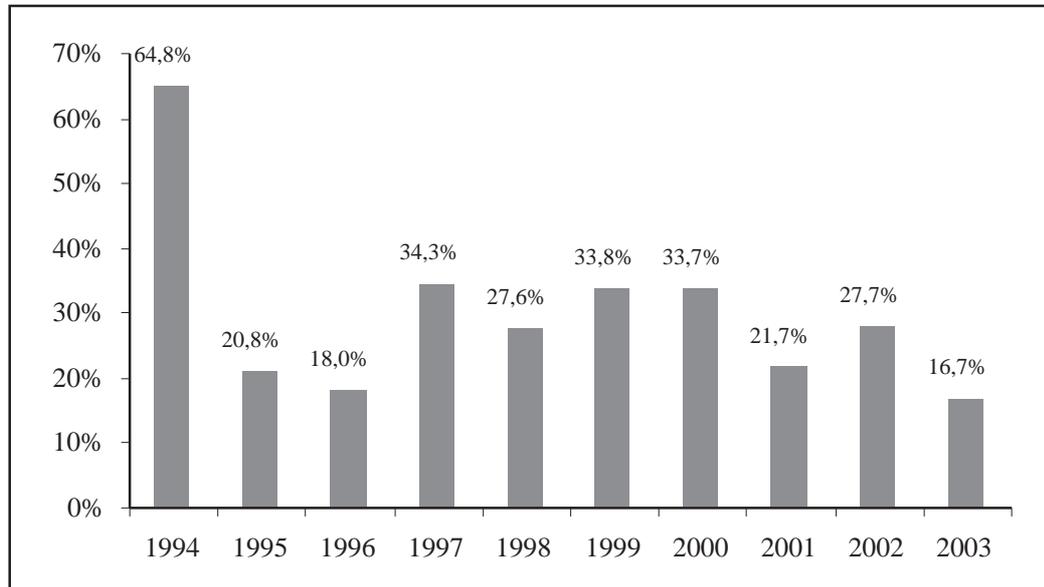
Evolución de la inversión en inmuebles por parte de los extranjeros en España

La inversión en inmuebles por parte de los extranjeros en España presenta una evolución creciente a lo largo de los últimos diez años, alcanzando en el último trimestre de 2003 el valor máximo, con un total de 1.818.165.000 euros.

En valores anuales, el año 2003 ha experimentado el mayor volumen de inversión, con un total de 7.050.646.000 euros. El incremento experimentado entre 1993 y 2003 ha sido del 1,205%.

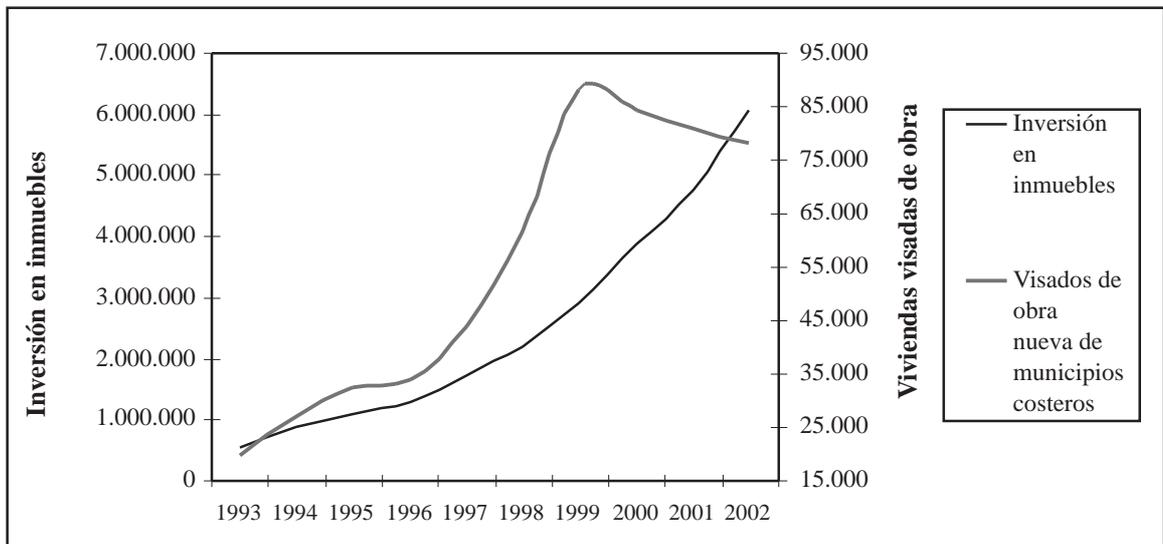
El mayor incremento interanual producido corresponde al período 1993-1994. Sin embargo, resulta destacable el hecho de que a partir de 1997 se producen incrementos cercanos al 30%, manteniéndose más o menos estables hasta 2002 y disminuyendo en 2003.

Figura 14. Variación interanual de la inversión en inmuebles por parte de extranjeros en España, de 1994 a 2003



Si se compara la inversión extranjera en inmuebles con la producción residencial en los municipios de la zona VIVE, se concluye que ambas series presentan una evolución similar entre 1994 y 1999, con incrementos constantes de ambas, e incluso cierto acompasamiento entre las variaciones relativas año a año. Sin embargo, a partir de 2000 hasta 2002, la situación es diferente. Si bien la producción residencial en la zona VIVE continúa en niveles elevados, se producen ciertos decrementos interanuales, mientras que la inversión extranjera sigue en aumento, descendiendo su incremento interanual en los dos últimos años.

Figura 15. Comparación de la inversión en inmuebles por parte de los extranjeros en España con la producción residencial en costa, de 1993 a 2002



Algunos elementos que pueden explicar este fenómeno son:

- Se está produciendo un descenso de la inversión interior en vivienda en la zona VIVE, que provoca un descenso en la producción, manteniéndose la inversión por parte de extranjeros.
- La inversión de extranjeros en inmuebles se diversifica.

2.5. Competitividad de España como ubicación de vivienda vacacional

Actualmente España es uno de los principales destinos turísticos del mundo, con un volumen total de visitantes próximo a los 80 millones, dentro de los cuales más de cincuenta millones fueron turistas, y el resto, excursionistas.

España goza de unas ventajas respecto a su competencia más directa que hace que sea preferida por una cifra más abultada de turistas cada año transcurrido.

Su competencia más próxima se compone de: Francia, Italia, Grecia, Portugal, Croacia, Marruecos, Mauritania y Túnez.

República Dominicana, México, Guatemala, Costa Rica y El Salvador pueden ejercer de destino alternativo para aquellos países interesados en España.

Infraestructuras

Las infraestructuras están en continuo desarrollo. En la actualidad se cuenta con 47 aeropuertos, de los cuales 39 están disponibles para uso civil e internacional.

De entre los diez primeros aeropuertos del mundo en función del número de pasajeros, sólo uno está ubicado en los países competidores, París, que ocupa el séptimo lugar. Barajas, en Madrid, se encuentra en la decimotercera posición.

La red de carreteras española está formada por más de 160.000 km, que corresponden a: autopistas de peaje, autopistas libres, autovías, carreteras de doble calzada y carreteras convencionales.

El 32% de su recorrido son vías de gran capacidad. Las redes de las comunidades autónomas están integradas por carreteras que comprenden unos 70.837 km, de los cuales el 3% son vías de gran capacidad.

La red de carreteras españolas se completa con la de las diputaciones provinciales o cabildos insulares, integradas por carreteras de tipo local, que totalizan unos 68.515 km, de los cuales el 1% son vías de gran capacidad.

En el futuro, España dispondrá de una completa red de vías de gran capacidad que pasará de los recorridos actuales a más de 13.000 km, convirtiéndose en unas de las más modernas de toda Europa hacia el umbral de 2010.

La proyección del tren como alternativa al transporte colectivo requiere la planificación y ejecución de nuevas infraestructuras de altas prestaciones, que recuperen el

retraso secular que ha sufrido el país en esta materia, pero que al tiempo nos sitúe entre los ferrocarriles más eficientes de la UE.

Según la encuesta Frontur, las infraestructuras españolas fueron valoradas positivamente por los extranjeros entrevistados en 2002, existiendo un reducido porcentaje de los mismos que mostrara su descontento.

En el año 2000, la red de autopistas más extensa de los países de la UE se encuentra en Alemania, seguido por Francia y España.

En la mayoría de los países de la UE se ha producido una disminución de la longitud de líneas ferroviarias en los últimos veinte años, pero este decrecimiento es más notorio en Dinamarca y Alemania. Suecia, seguido de Irlanda, son los que sin embargo han experimentado un crecimiento positivo en la extensión de la red férrea.

Hoteles

El término hoteles incluye: hoteles, apartahoteles, hostales, moteles, posadas de la orilla del camino, hoteles playeros, clubes residenciales y pensiones, residencias turísticas y alojamientos similares.

España y Países Bajos han experimentado un desarrollo importante en este tipo de alojamiento en los últimos veinte años. En el polo opuesto se encuentran Luxemburgo y Austria.

Por otro lado, el término «otros establecimientos» incluye moradas de fiesta, *campsites* turísticos, alojamientos de grupo, dormitorios escolares y otros alojamientos de carácter similar.

Son de destacar Italia y Reino Unido como los países que más desarrollo han experimentado es este tipo de alojamiento en los últimos veinte años. España, sin embargo, se encuentra en el polo opuesto.

Climatología

España goza de una climatología muy favorable, compartiendo el clima mediterráneo con sus principales competidores. La orografía de España permite al turista disfrutar de una diversidad climática dentro del propio país, incluso en el propio litoral costero, que se analiza en este estudio.

Parques Naturales

La climatología permite al turista que se aproxima a nuestro país, entre otras cosas, conocer un total de doce parques naturales, el 75% de los cuales están situados en las comunidades autónomas que se analizan.

Campos de golf

El buen clima, a su vez, permite al turista practicar el golf, que es una infraestructura turística complementaria a la del sol y playa. Según la Federación Española de Golf, se puede disfrutar de este deporte en un total de 282 campos distintos. Muy distante del volumen de instalaciones que posee Francia, España, junto con Italia, se configuran como un referente para los turistas aficionados al golf.

En España, más del 60% de los campos de golf se encuentran en la zona VIVE.

Tabla 31. Campos de golf en España y principales competidores

Francia	627
Italia	287
España	283
Portugal	52
Marruecos	18
Túnez	12
Grecia	9

Puertos deportivos

España dispone de una abundante oferta de puertos deportivos, pues es el segundo país europeo con más puntos de atraque, superado sólo por Francia, que acapara el 42% de los amarres europeos. España dispone de 254 puertos deportivos, con un total de 83.863 amarres; la zona VIVE acoge un 83% de los mismos, que se concentran mayoritariamente en Baleares. Cataluña es la que posee el mayor número de amarres.

Italia se configura como el tercer país europeo con mayor número de atraques, acaparando el 26%, detrás figuran países como Croacia o Marruecos.

Como consecuencia de la creciente demanda del sector, se está produciendo una escasez de amarres, que muchas veces resultan insuficientes para el gran volumen que generan países como Francia e Italia.

En España ha generado un volumen de negocio superior a los 1.200 millones de euros, lo que convierte a los puertos deportivos en una de las bases más sólidas para fomentar el turismo de calidad.

Otras actividades deportivas y de ocio

España actualmente cuenta con cuatro parques temáticos, así como otras actividades deportivas y de ocio que en general están bien valoradas.

Playas

España no sólo dispone de abundantes ofertas de playa, sino que también destacan por su calidad. Prueba de ello es el número de banderas azules otorgadas a España, creadas y desarrolladas por la Fundación europea para la educación ambiental.

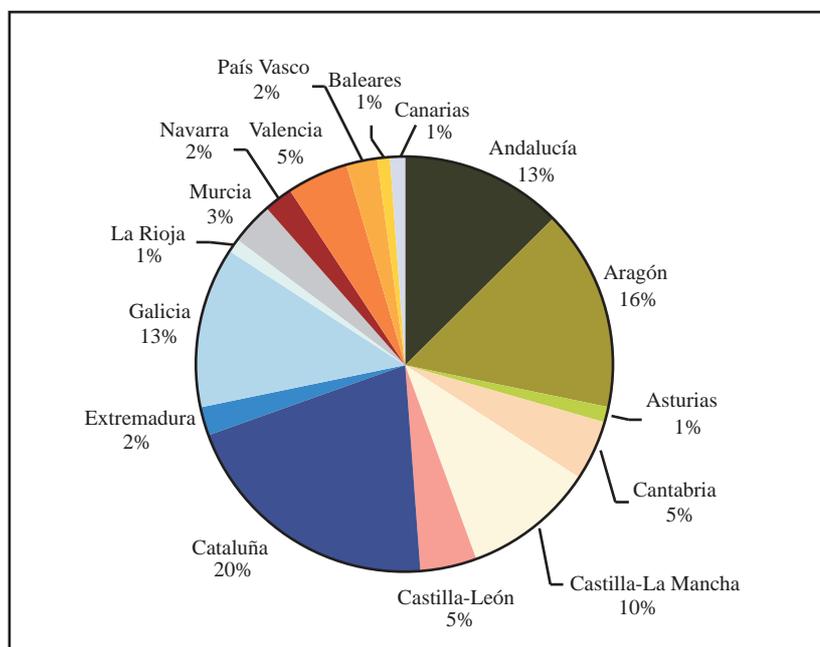
En el ranking mundial, España ha figurado durante los últimos años en la primera posición.

Termalismo y Spa

La oferta de los balnearios se ha complementado en los últimos años con diferentes tipos de actividades turísticas y de ocio, agrupando de esta manera a gente de diferentes edades.

Según la Asociación Nacional de Estaciones Termales, España cuenta en estos momentos con un total de 88 centros, siendo Cataluña la que acapara un mayor número.

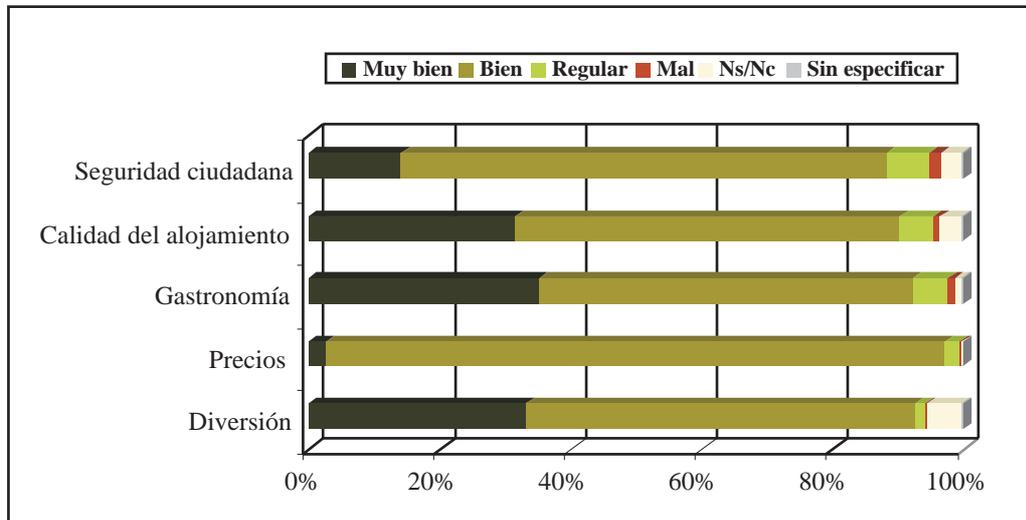
Figura 16. Distribución nacional de centros termales



Otros elementos de la competitividad española

Otros aspectos, como la diversión o la gastronomía, fueron percibidos positivamente por parte de los turistas entrevistados en 2002 en Frontur, constatándose que la seguridad ciudadana es el aspecto que ha generado mayor volumen de insatisfechos.

Figura 17. Percepción de elementos competitivos



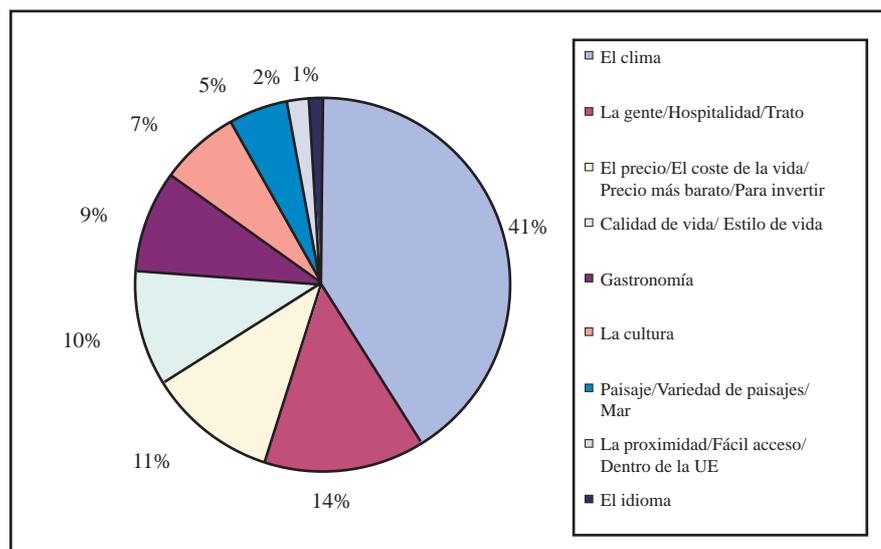
3. Previsión de la demanda

3.1. Opinión del comprador británico y alemán

3.1.1. Ventajas y desventajas competitivas de España frente a Europa

De acuerdo con la encuesta realizada a 427 familias alemanas y británicas en proceso de adquisición de una vivienda en España, las principales ventajas competitivas de España en el mercado de vivienda vacacional son las que se muestran en el gráfico:

Figura 18. Ventajas competitivas de la compra de una vivienda en España



Como se puede comprobar, el clima es el factor fundamental por el que los alemanes y británicos deciden adquirir una vivienda para pasar el verano en España, seguido de la gente, hospitalidad, trato y precio, coste de la vida, precios más baratos, para invertir.

Si observamos las ventajas de la compra de la vivienda en España según el origen de realización de la encuesta, observamos que el clima se sitúa en primer lugar en ambos casos. Después, para los británicos en concreto, se valora más positivamente el precio/coste de la vida/precios más baratos/para invertir, la gente/hospitalidad/trato, calidad de vida/estilo de vida. En cambio, los alemanes otorgan mayor importancia al atributo que podríamos denominar la gente/hospitalidad/trato.

Veamos los porcentajes según el origen de realización de la encuesta:

Tabla 32. Ventajas competitivas de la compra de una vivienda en España según el origen de realización de la encuesta

	Reino Unido	Alemania
El clima	39%	44%
La gente/Hospitalidad	12%	19%
El coste de la vida/ Precio más barato	13%	8%
Calidad de vida/ Estilo de vida	12%	6%
Gastronomía/Hostelería	9%	7%
La cultura	6%	8%
La variedad de paisajes/Mar	5%	6%
La proximidad/Fácil acceso	3%	1%
El idioma	1%	2%

Por otro lado, las desventajas en relación con la adquisición de una vivienda en España frente a otros países son, por orden de importancia:

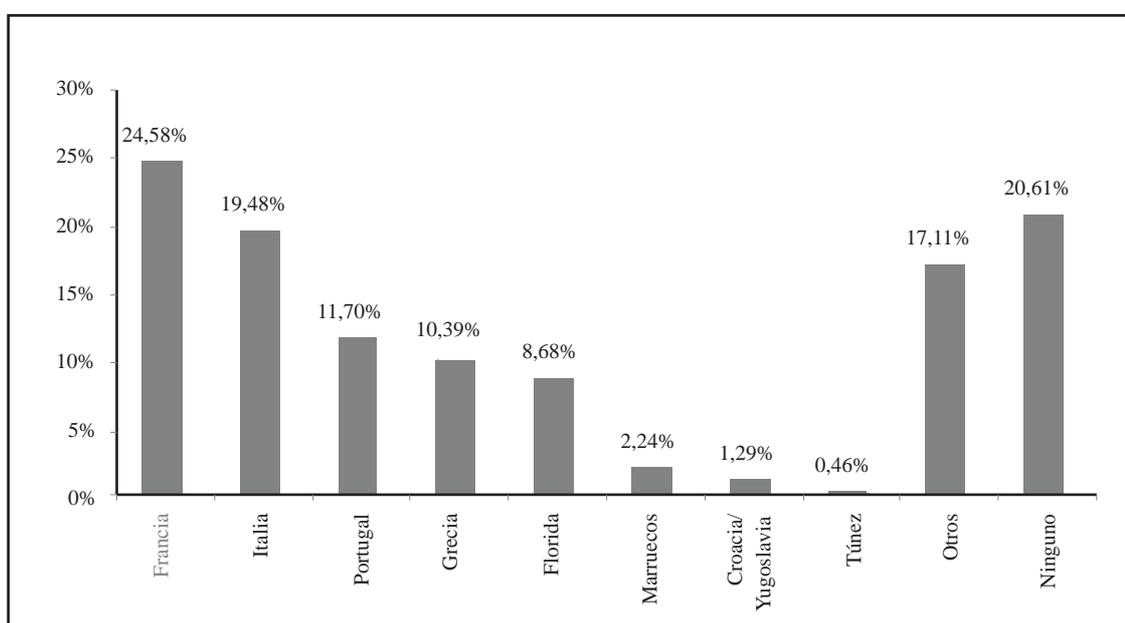
1. El idioma/desconocimiento del idioma, 30%.
2. Distancia, 18%.
3. Precio de la vivienda/precio sube muy rápidamente, 12%.
4. Ley de impuestos/no se conoce la legislación/burocracia en la compra, 9%.
5. Demasiada gente/demasiado turismo, 9%.
6. Inseguridad/terrorismo/robos, 9%.
7. Las infraestructuras/precios caros de transporte/pocos vuelos, 7%.
8. El calor/los incendios, 3%.
9. Suciedad, 3%.

En concreto, a los ingleses les preocupa más el precio de la vivienda/el precio sube muy rápidamente o la ley de impuestos/no se conoce la legislación/burocracia en la compra.

Por otro lado, los alemanes ven como una desventaja la distancia, demasiada gente/demasiado turismo, inseguridad/terrorismo/robos y las infraestructuras/precios caros de transporte/pocos vuelos.

En cuanto a las alternativas de compra, según los encuestados serían las mostradas en la Figura 19.

Figura 19. Alternativas de compra a una segunda vivienda en España



Como se observa en la Figura 19, las alternativas de compra a modo global son Francia e Italia, seguido de Portugal y Grecia. Un punto muy importante a destacar es que el 20% de los encuestados que se encuentran en un proceso de compra de vivienda en nuestro país no encuentran competidor a España, resaltando que esta situación se da en un 32,06% en Reino Unido.

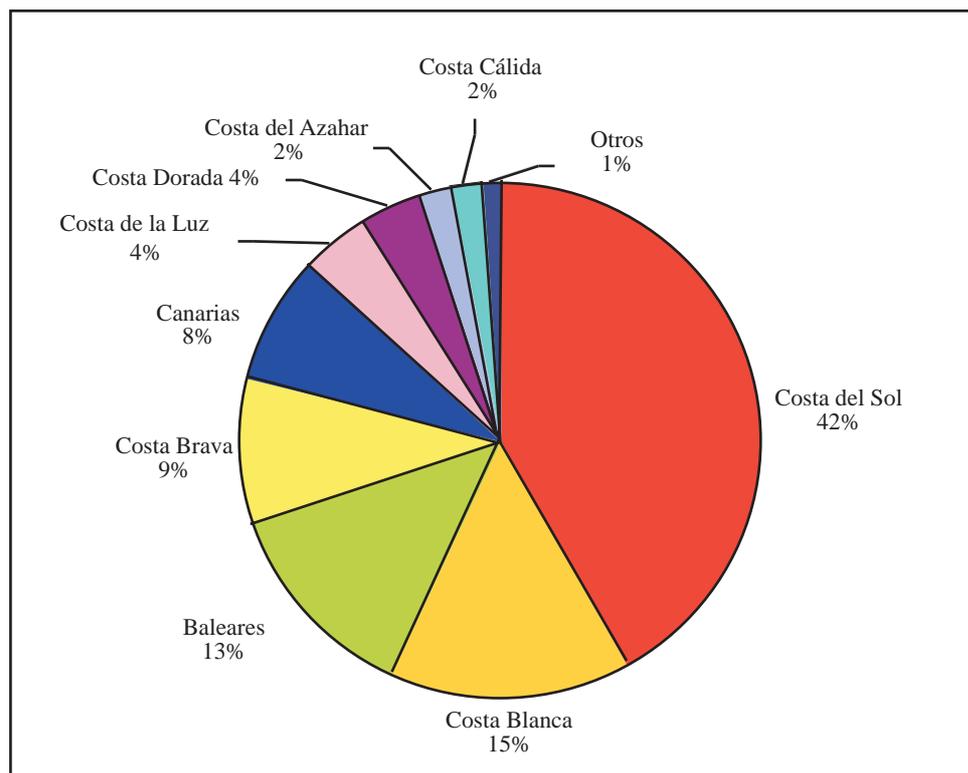
Si estos datos los diferenciamos por el origen de la muestra, se ha observado que los ingleses eligen como alternativa de compra a Francia mayoritariamente, y en menor medida, Portugal, Italia y Florida. Por otro lado, los alemanes eligen como segunda vivienda Italia y Francia, y en menor medida, Grecia y Portugal.

Según las personas de origen británico entrevistadas, la cercanía (31%), precios más baratos (31%), o el conocimiento del idioma (19%), serían las ventajas competitivas de otros países respecto de España. Para los alemanes sería el idioma (24%), el clima (20%) o la cultura y el patrimonio artístico y cultural (20%).

3.1.2. Destinos de compra en España

La encuesta realizada a los compradores extranjeros alemanes y británicos revela que las personas que están pensando en adquirir una segunda vivienda en España muestran sus preferencias por la Costa del Sol, Costa Blanca y Baleares², fundamentalmente.

Figura 20. Destinos de compra en España



Se pidió a los entrevistados que concretasen más su respuesta y mencionasen la provincia en la que están interesados en adquirir su vivienda.

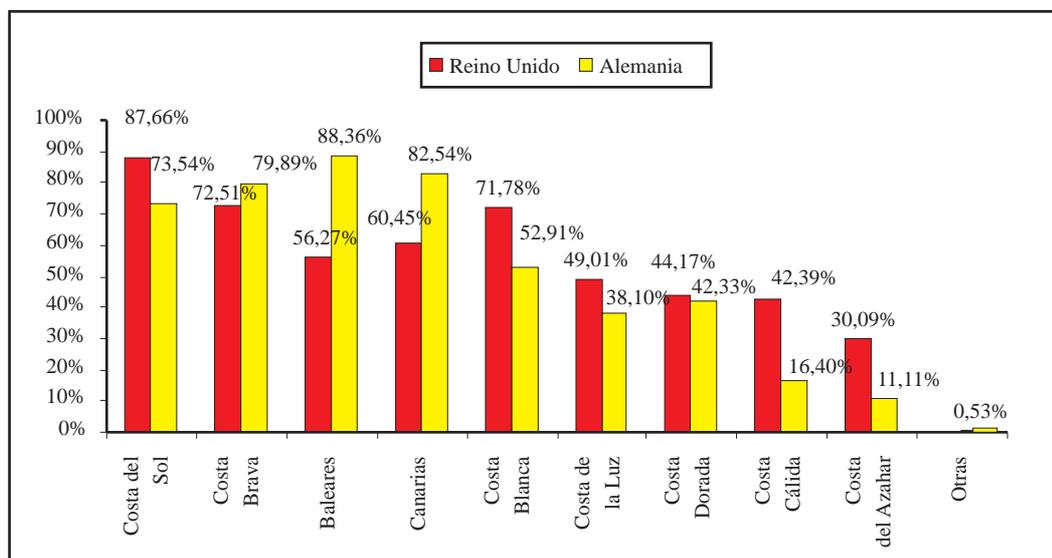
En el caso de los ingleses, los destinos más proclives son la Costa del Sol y la Costa Blanca. En la primera destaca Almería, donde los municipios más demandados son Roquetas del Mar y Mojácar. En la segunda, la provincia de Alicante, con los municipios de Benidorm y Torrevieja.

Por otro lado, los alemanes demandan más la Costa del Sol y Baleares. En la primera destaca Málaga, en concreto Marbella, y en Baleares el municipio más repetido es Mallorca y sus alrededores.

También en esta encuesta, con objeto de comprobar el conocimiento general que se tiene de la costa española, se ha preparado una pregunta que muestra al entrevistado una tarjeta con el nombre de todas las costas de la cuenca mediterránea y las islas, con el objeto de que mencione aquellas que conoce. El resultado fue el siguiente, desglosado por país:

² Las Islas Baleares incluyen municipios como Alcudia, Andratx, Calvià, Capdepera, Es Castell, Ciutadella, Eivissa, Lluçmajor, Mahón, Es Mercadal, Palma de Mallorca, Pollença, Sant Antonio, Sant Joan, Sant Lluís, Santa Eulàlia y Son Servera.

Figura 21. Recuerdo sugerido de las costas de España por lugar de realización de la encuesta



Del mismo modo, se les preguntó por las diferentes provincias costeras; las más destacadas fueron: Barcelona, 83,27%; Málaga, 69,37%; Valencia, 66,59% y Alicante, 61,91%.

Lo que más recuerdan los ingleses es Barcelona, seguido de Baleares, Valencia y Santa Cruz de Tenerife. Por otro lado, los alemanes recuerdan más Málaga y Barcelona, seguido de Valencia, Alicante y Granada.

3.1.3. Características de la vivienda:

Tipología de la vivienda

En cuanto a la tipología de la vivienda demandada por los compradores analizados en la encuesta, se ha obtenido la siguiente información:

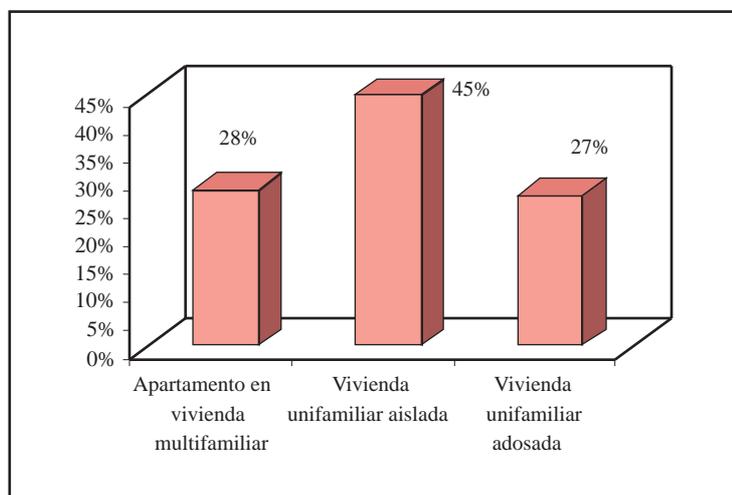
- En cuanto a la antigüedad de la vivienda que desea adquirir, no existe un predominio claro entre británicos y alemanes en cuanto a que sea vivienda nueva o de segunda mano.

En la encuesta existe una distribución más o menos equitativa entre ambas:

- Para vivienda nueva, 31%.
- Para vivienda de segunda mano, 36%.
- Indiferente, 33%.

En general, los británicos tienden más a la adquisición de viviendas de segunda mano, mientras que los alemanes reparten más su elección entre éstas y las viviendas nuevas.

- La tipología de la vivienda mayoritariamente buscada es la unifamiliar, en un 70% (con predominio de los británicos, con un 80%, y los alemanes con un 60%), aunque el porcentaje de la vivienda en altura y unifamiliar adosada también presentan valores significativos, como se ve en la Figura 22.

Figura 22. Tipo de vivienda que desea adquirir

En este sentido, podemos afirmar que existe una relación entre la tipología de la vivienda a adquirir con la edad. Los individuos de menos de cincuenta años prefieren las viviendas en altura o unifamiliares adosadas, mientras que los individuos de más de cincuenta años prefieren la vivienda unifamiliar aislada.

- En cuanto al número de dormitorios, la mayor parte de las viviendas demandadas son de dos o tres dormitorios, teniendo las primeras prácticamente el 50% de las preferencias. Los resultados de la encuesta fueron:
 - Para un dormitorio, 10,3%
 - Para dos dormitorios, 49,5%
 - Para tres dormitorios, 31,9%
 - Para cuatro dormitorios, 7,1%
 - Para cinco dormitorios, 1,1%

Generalmente, la demanda en altura oscila entre uno y dos dormitorios, y la correspondiente a vivienda unifamiliar entre dos y tres dormitorios, aunque también es representativo el porcentaje de viviendas unifamiliares aisladas que se buscan con cuatro dormitorios.

Además, como es comprensible, existe una relación directa entre el nivel de ingresos del comprador y la demanda de habitaciones, aumentando el número de dormitorios cuanto mayor sea el nivel de ingresos.

Asimismo, las viviendas de uno o dos dormitorios son demandadas generalmente por familias sin hijos y de individuos³ de menos de 35 años, mientras que las viviendas entre dos y tres dormitorios son demandadas por una familia compuesta por una pareja y un hijo e individuos mayores de 35 años.

³ Aquí se refiere a los individuos que participan en la encuesta.

- En relación con los baños y aseos, en consonancia al tamaño y número de dormitorios de la vivienda, la elección oscila entre dos baños completos y un baño y un aseo completos.
- Para las viviendas de altura y unifamiliares adosadas, las preferencias oscilan entre un baño completo y un baño y aseo; en cambio, para las unifamiliares aisladas se buscan con un baño y aseo o dos baños completos.

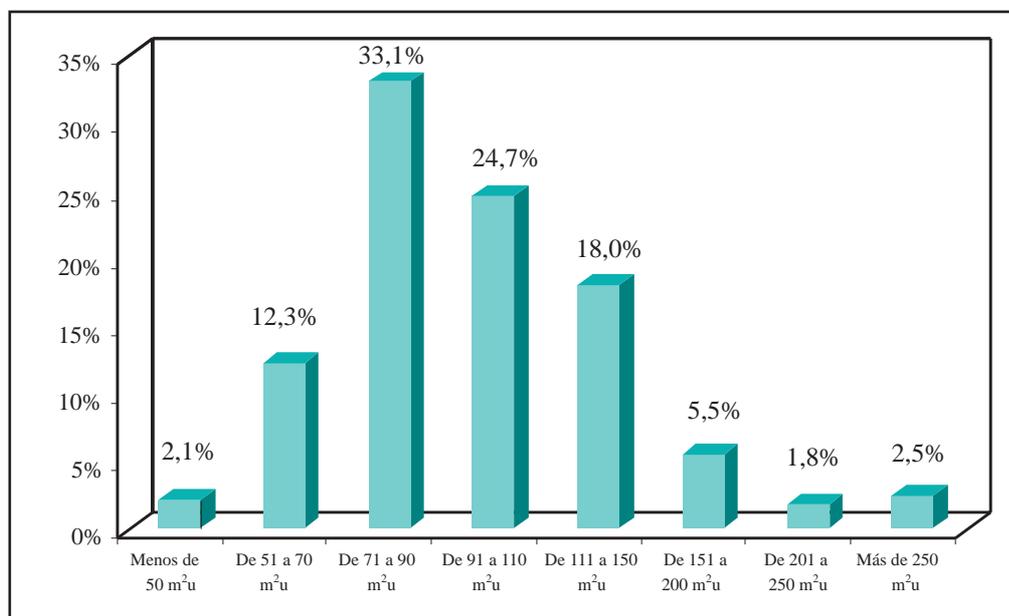
Los resultados de la encuesta fueron:

- Un baño completo, 26,8%
- Un baño completo y aseo, 27,3%
- Dos baños completos, 35,6%
- Dos baños completos y un aseo, 7,8%
- Más de dos baños completos, 2,5%

Los ingleses prefieren mayoritariamente dos baños completos (consecuencia de su preferencia por la demanda unifamiliar) y los alemanes un baño completo, casi en la misma proporción que su demanda de vivienda en altura.

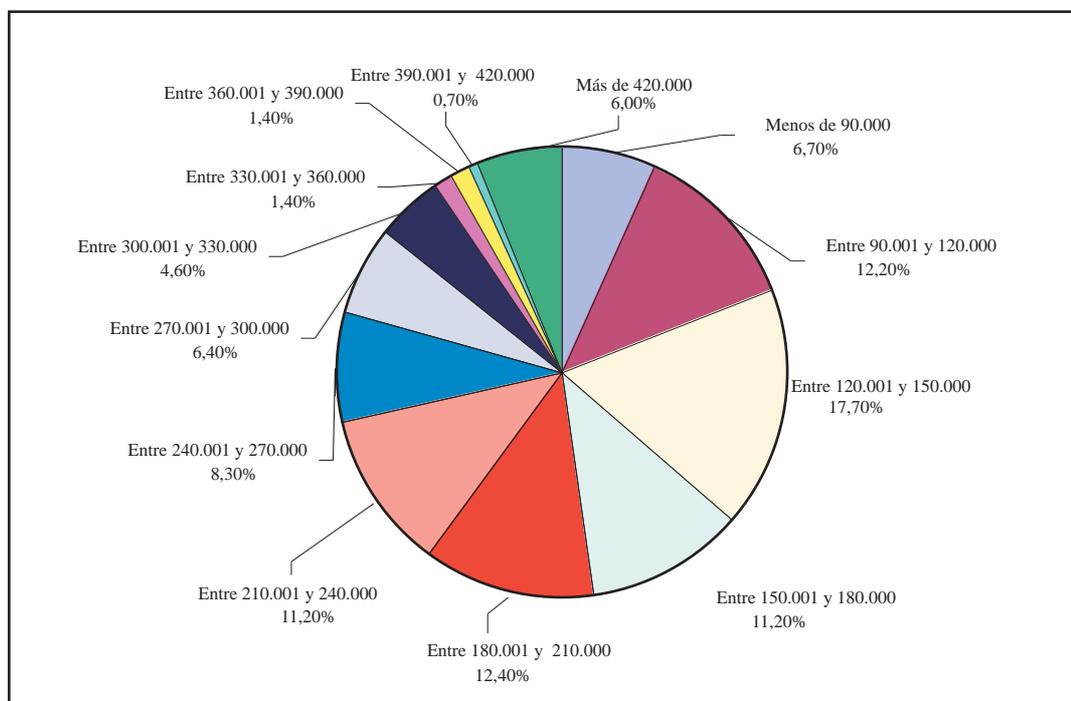
- El tamaño demandado de superficie se centra entre los 51 y los 90 m²u para viviendas en altura de uno a tres dormitorios principalmente, de 71 a 90 m²u para las viviendas adosadas de uno a tres dormitorios, y de 91 a 150 m²u para unifamiliares aisladas.

Figura 23. Superficie de la vivienda que se desea adquirir



Precio de la vivienda

En cuanto al precio que están dispuestos a pagar los potenciales compradores británicos y alemanes, los resultados se presentan en la Figura 24.

Figura 24. Precio que está dispuesto a pagar, en euros

Como se observa, la gran mayoría se concentra en el intervalo que oscila entre 120.000 y 240.000 euros. No obstante, un 19% piensa pagar una cantidad menor, y un 30%, una cantidad superior. De hecho, tan sólo un 40% de británicos y un 76% de alemanes prevé pagar una cantidad menor de 210.000 euros.

El precio que está dispuesto a pagar en cuanto a tipología de la vivienda se encuentra entre 91.000 y 150.000 euros en la vivienda de altura, con un segundo grupo de 180.000 y 300.000 euros. En la vivienda adosada, oscila entre los 120.001 y 240.000 euros, y la vivienda unifamiliar aislada de 180.001 a 330.000, existiendo un importante número de entrevistados que pagarían más de 420.000 euros. Para las viviendas nuevas existe un porcentaje mayor de entrevistados dispuestos a pagar cantidades superiores a 300.000 euros.

El precio también depende mucho de la antigüedad de la vivienda y, por supuesto, de su localización. Por número de dormitorios, la cantidad a pagar será también superior.

Uso de la vivienda

Normalmente, la adquisición de vivienda vacacional en España tiene fin eminentemente turístico, en concreto para un 61,8% de los entrevistados, aunque tampoco se ha de desdeñar el porcentaje de gente que adquiere vivienda como residencia habitual en un 29,7%. Este, sobre todo, suele darse en familias con miembros mayores de sesenta años, que reparten su preferencia entre vivienda vacacional y residencial habitual.

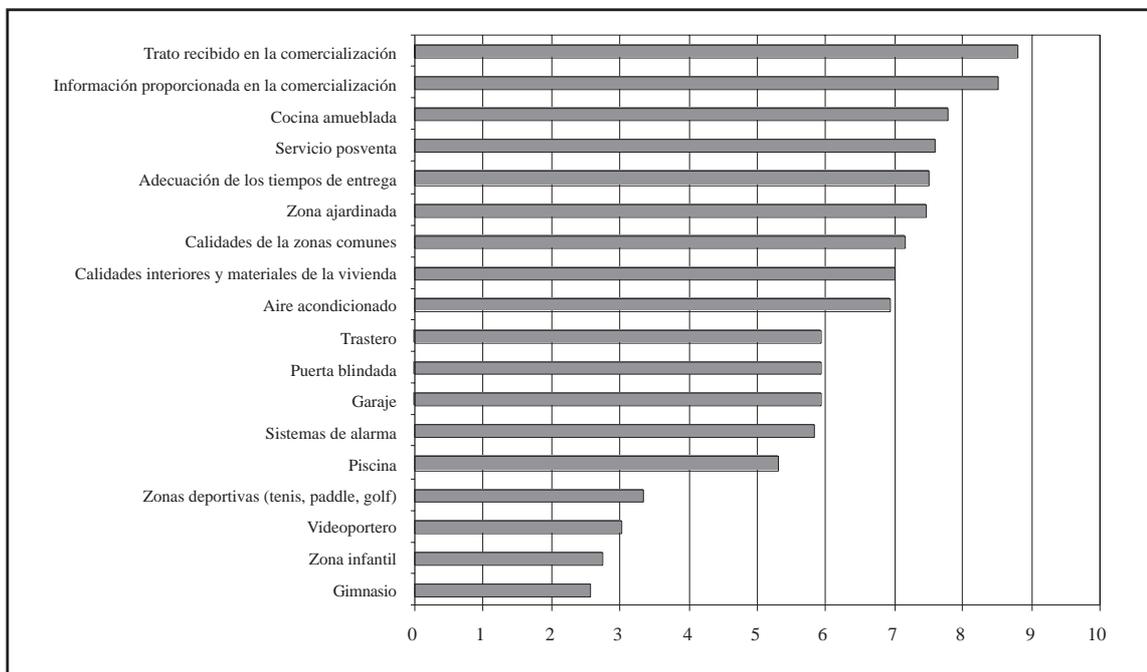
Por motivos de trabajo fuera de casa, 0,9%; inversión para su posterior alquiler, 6,9%, u otro tipo de inversión, 0,7%.

Los británicos son más proclives que los alemanes a adquirir una vivienda como residencia habitual, o bien adquirirla como inversión para su alquiler posterior. Tres cuartas partes de los alemanes piensan adquirir esta vivienda para uso vacacional.

Equipamientos, calidades y servicios

Según los resultados obtenidos a través de la encuesta, actualmente existe una fuerte tendencia a valorar por encima del resto los servicios de tipo comercial a los equipamientos o calidades con las que se equipara a la vivienda.

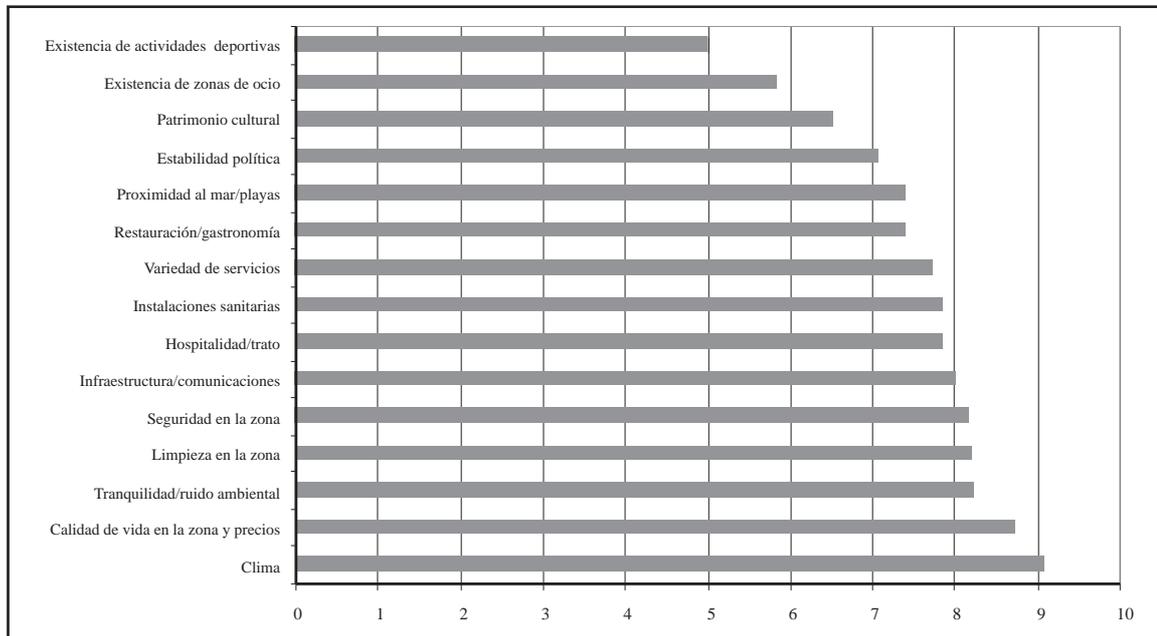
Figura 25. Equipamientos, calidades y servicios



En general, los británicos valoran por encima de los alemanes aspectos como las zonas ajardinadas, el aire acondicionado, la piscina o el videoportero. Por el contrario, los alemanes valoran más el servicio posventa, la adecuación de los plazos de entrega, las calidades de la vivienda y las zonas comunes, así como la existencia de trastero o puerta blindada.

3.1.4. Elementos del entorno

Todos los elementos están bien valorados, destacando entre ellos el clima y la calidad de vida en la zona y precios generales. La existencia de zonas de ocio y de actividades deportivas, sin situarse por debajo de la zona media de puntuación, son las menos valoradas.

Figura 26. Valoración de los elementos del entorno

Los británicos otorgan una mayor importancia a elementos como la limpieza de la zona, la hospitalidad y el trato recibido, las instalaciones sanitarias y la gastronomía. Por otro lado, los alemanes valoran más las infraestructuras generales, comunicaciones, variedad de servicios en la zona, el ocio y el patrimonio cultural.

3.1.5. Medios de información utilizados para la compra y perfil del entrevistado

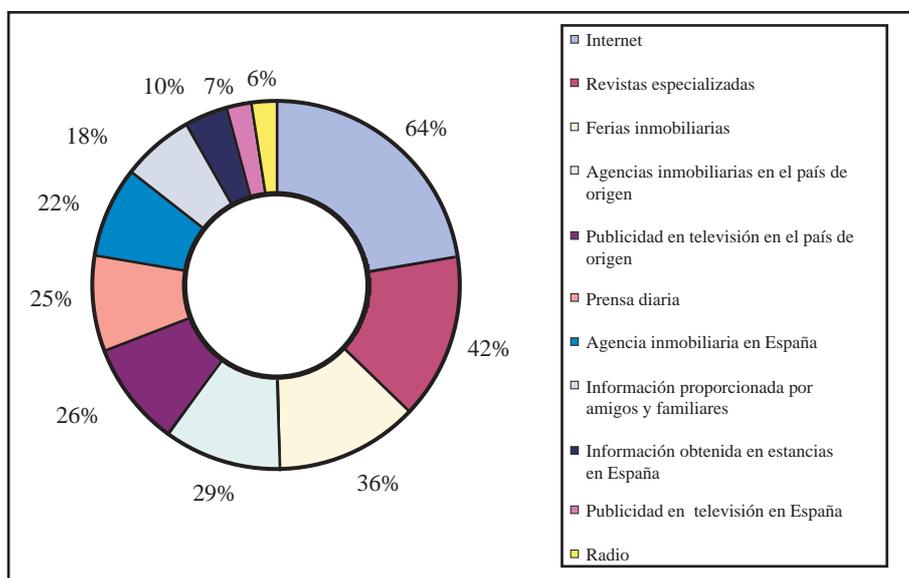
Cuando un extranjero se interesa en adquirir una vivienda vacacional en España, los medios de información más utilizados son: Internet, las revistas especializadas y las ferias inmobiliarias.

Siendo Internet el medio preferido por ambos conjuntos de individuos, los alemanes lo utilizan de manera más acusada, del mismo modo que las revistas especializadas del sector. Sin embargo, las ferias inmobiliarias se conforman como el segundo medio más utilizado por el público inglés, sin olvidar el importante porcentaje de personas que se informan a través de la publicidad en televisión.

Factores como el nivel de estudios, la edad, el tipo de vivienda o el presupuesto del que se dispone, influyen en los medios de comunicación utilizados por los entrevistados.

En cuanto al perfil de los entrevistados, la edad media es de 48 años, que mayoritariamente poseen estudios universitarios y se consideran asalariados por cuenta ajena. Las familias están formadas por dos o tres miembros (matrimonio e hijos), y su nivel de ingresos se sitúa en torno a 64.000 euros, siendo más elevado en el caso de los británicos e inferior en las familias alemanas.

Figura 27. Medios de información utilizados



3.2. Opinión del comprador nacional

3.2.1. Destinos

La misma encuesta realizada para británicos y alemanes, se presentó 11.000 familias españolas; la única diferencia es que tan sólo un bajo porcentaje de ellas estaba en proceso de adquisición.

En cuanto a los destinos más demandados, en primer lugar se encuentra Andalucía, sobre todo la provincia de Málaga, y en menor porcentaje Almería, Cádiz y Huelva. En segundo lugar encontramos Cataluña, y en tercer lugar, la costa murciana. Es también de destacar el gran número de menciones que se han hecho de la Costa Verde.

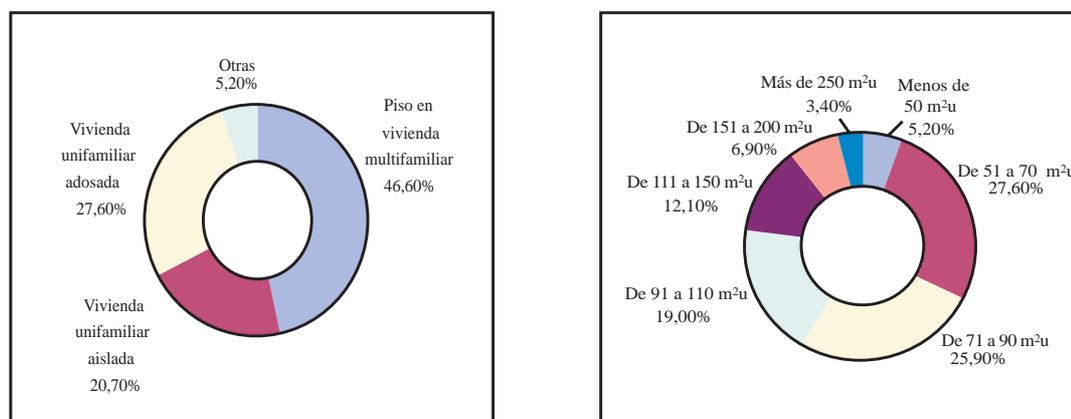
3.2.2. Tipo de vivienda

Casi el 50% de la demanda corresponde a viviendas multifamiliares que incluyen planta baja con jardín, áticos y dúplex.

El resto está destinado a viviendas unifamiliares adosadas y aisladas, en las que se incluyen los *bungalows* u otros tipos de vivienda.

En el término otros se incluyen casas de tipo rural situadas en zonas menos turísticas.

Figura 28. Tipo de vivienda demandada y superficie deseada por el comprador nacional



Fuente: «El mercado de vivienda vacacional en España, situación actual y perspectivas», Grupo i.

– Superficie deseada

La superficie media deseada oscila entre los 51- 90 m²u.

Para vivienda en altura se encuentra entre 51-70 m²u, con un máximo de 91-110 m²u.

Por otro lado, para vivienda unifamiliar oscila entre 71y 90 m²u, superando en algunos casos los 250 m²u.

– Dormitorios

La mayoría de gente busca viviendas con dos o tres dormitorios, exactamente el 40% para el primero, y el 30% muestra sus preferencias por las de tres dormitorios.

Los apartamentos de dos dormitorios se encuentran entre 51 y 90 m²u, y los de tres dormitorios entre 90 y 150 m²u.

– Baños

En España, la mayoría de la gente se decanta por un baño completo, el 39,7%, o un baño y aseo, el 32,8%.

– Precio

Un 24,1% de demandantes está dispuesto a pagar entre 90.000-120.000 euros, pero es de destacar que más del 60% está dispuesto a pagar cantidades superiores; por ejemplo, más del 20% está dispuesto a pagar más de 180.000 euros.

Para la vivienda multifamiliar están dispuestos a pagar entre 90.000 y 180.000 euros, y para viviendas unifamiliares, incluso más de 180.000 euros.

La gente más joven está a dispuesta a pagar más dinero por la vivienda que las personas mayores.

– Perfil

El número de miembros de las familias entrevistadas oscilaba entre tres personas, normalmente compuesta por matrimonio e hijo, aunque el número de matrimonios sin hijos entrevistados en la encuesta representaba un porcentaje bastante significativo.

Un 60% de los entrevistados era mayor de 45 años, y un 5% mayor de 65 años.

El demandante nacional es normalmente asalariado fijo, aunque también hay un alto porcentaje de autónomos y asalariados eventuales.

3.3. Estimación de la demanda futura de vivienda vacacional en España

En este apartado del estudio, lo que primordialmente se pretende es obtener una predicción precisa de las adquisiciones de vivienda vacacional para el próximo quinquenio.

Para ello se calcularán las previsiones de demanda nacional y de demanda extranjera, que posteriormente sumadas nos facilitarán la demanda de vivienda vacacional prevista.

Componente nacional

En primer lugar, se ha calculado la demanda futura de vivienda vacacional en el corto plazo, con un máximo de 18 meses; para ello se han utilizado métodos de muestreo estadístico, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 33. Demanda nacional de vivienda vacacional de nueva construcción a corto plazo

Proceso de compra	Demanda
Activa real: la están buscando en estos momentos	39.854
Activa próxima: aún no han empezado a buscarla, pero cerrarán la compra antes de 18 meses	20.501
Paralizada: no tienen plazo definido	7.453

Actualmente existe una demanda activa nacional de vivienda nueva de 60.355 unidades a un plazo máximo de 18 meses (más exactamente, entre 57.940 y 62.769 viviendas), la cual se puede incrementar en 7.453 unidades por aquellos que no tienen definido el plazo.

Estos valores deben tomarse como mínimos, ya que en la vivienda vacacional existe una demanda por impulso que, aunque sea reducida, resulta imposible de cuantificar, al generarse de forma espontánea entre aquellas personas que en principio no se habían planteado la posibilidad de adquirir una segunda residencia y que, por diversos motivos, deciden la adquisición sin ese planteamiento previo.

En segundo lugar, se calcula mediante técnicas de regresión multidimensional, las cuales permiten explicar y predecir el comportamiento de la demanda causado por un conjunto de variables que la afectan directa o indirectamente.

Para obtener la variable dependiente (la variable a explicar), se ha optado por la información obtenida de la Encuesta de Presupuestos Familiares, cuyos valores van a estar condicionados por el comportamiento de otras.

El conjunto de variables que se consideran a priori responsables del comportamiento de la demanda son: renta bruta disponible per cápita, euribor, IBEX 35, variación del precio de la vivienda y tasa de paro sobre la población activa.

El conjunto de individuos que se analizarán son las comunidades autónomas (agrupando Ceuta y Melilla).

Más adelante se formula el modelo de variación lineal que da lugar a los siguientes resultados:

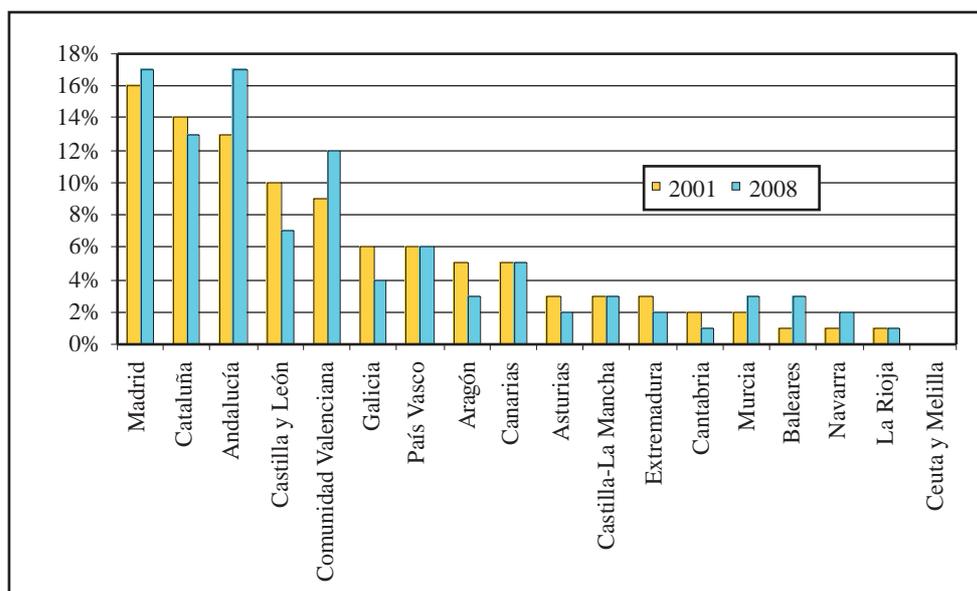
Tabla 34. Demanda nacional de vivienda vacacional de nueva construcción a medio plazo

Año	Demanda
2005	66.527
2006	70.658
2007	71.487
2008	72.358

Los valores resultantes positivos se justifican tanto por el incremento del parque de hogares (vivienda nueva) como por el paulatino aumento de la tasa de segunda residencia. Estos datos aportados por el modelo recogen exclusivamente la demanda de vivienda vacacional de obra nueva.

La Figura 29 nos muestra la demanda de vivienda vacacional según la comunidad autónoma.

Figura 29. Distribución de la demanda nacional de vivienda vacacional según comunidad autónoma de residencia



La comunidad autónoma de Madrid seguirá siendo el principal demandante de vivienda vacacional, aunque será una posición que en el futuro comparta con Andalucía, la cual ganará un peso relativo dentro del total de demanda nacional. Igualmente, la Comunidad Valenciana será otra que gane peso relativo con el transcurso de los años, acaparando un 12% del total de la demanda.

En menor medida sucede lo mismo con las Baleares, pasando de una representatividad del 1 al 3%.

En el caso contrario se sitúan las comunidades de Aragón, Galicia y Castilla y León, las cuales perderán entre 2 y 3 puntos cada una de ellas.

Componente extranjero

Para el cálculo de la demanda futura de vivienda vacacional extranjera, de nuevo se van a utilizar técnicas de regresión multidimensional. Lo más importante es definir una variable válida que recoja el pasado y presente de la demanda extranjera de viviendas vacacionales por parte de extranjeros.

Tras una consulta de las fuentes que pudieran recoger esta información, se ha escogido la del Banco de España, que a través de la balanza de pagos emite una rúbrica denominada “Inversiones efectuadas por no residentes en bienes inmuebles situados en territorio español”. Esta recoge tanto los cobros exteriores como consecuencia de la adquisición por no residentes a residentes de la propiedad, como los pagos exteriores como consecuencia de la adquisición por residentes a no residentes de la propiedad a pagos derivados de los rendimientos obtenidos por no residentes propietarios. A destacar que se excluyen los cobros para el desarrollo de establecimientos comerciales o embajadas.

Tras diversas consultas con el equipo y el propio director responsable del cálculo de esta rúbrica, se confirmó que la misma recoge en más de un 99% la adquisición de viviendas.

Además, si los importes que figuran en esta rúbrica se dividen entre el precio medio de una vivienda (obtenido a partir del precio medio del metro cuadrado construido de los municipios costeros multiplicado por la superficie media de una vivienda en los municipios de la zona VIVE), se consigue una buena estimación de las viviendas adquiridas por los extranjeros en España.

Definida la variable a explicar, el siguiente cometido era encontrar el conjunto de variables que se consideran a priori responsables del comportamiento de la demanda extranjera, considerando que nada tiene que ver con los indicadores que inciden con la demanda nacional.

Se han considerado explicativas de la demanda las siguientes variables: IPC general de España, variación del precio de la vivienda en costa, renta per cápita del país origen, tasa de paro sobre la población activa del país origen, tipo de cambio de la peseta, comparativa de niveles de precios y volumen total de turistas llegados a España.

Una vez descritos los elementos que intervienen en el análisis, se formula el modelo de regresión lineal n-dimensional.

Los países analizados como principales focos emisores de turismo son: Alemania, Francia, Portugal, Reino Unido, Noruega, Países Bajos, y un último país imaginario que recoge el resto de países europeos que emiten turismo a España.

Después se definen los valores futuros de las variables dependientes, y establecidos los valores futuros de las variables explicativas para cada uno de los países analizados, se han calculado las medias ponderadas futuras de la renta per cápita y de la comparativa de precios según los parámetros del modelo, para, finalmente, obtener el volumen de viviendas vacacionales que se van a demandar en los próximos años por parte de extranjeros.

Tabla 35. Demanda extranjera de vivienda vacacional

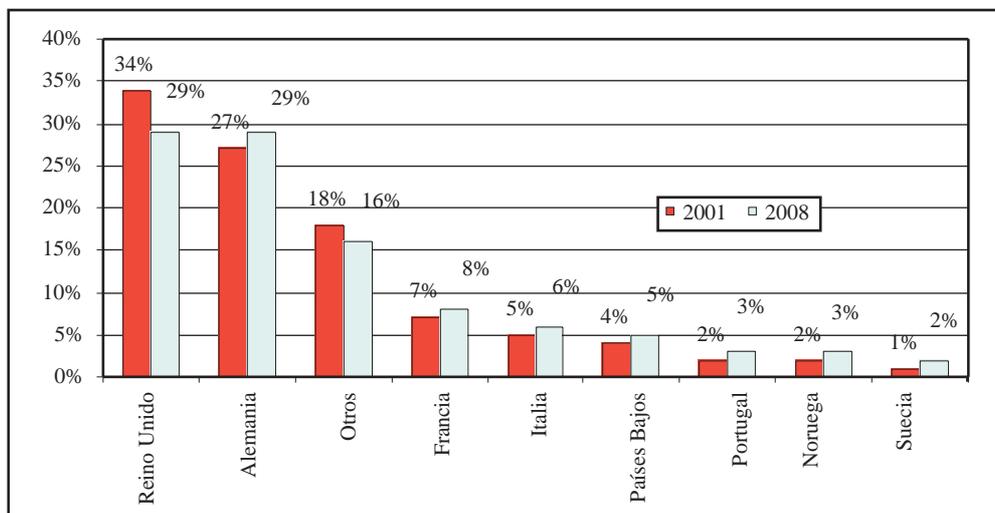
Año	Demanda
2004	55.015
2005	60.388
2006	64.593
2007	69.189
2008	74.035

Estas cifras se corresponden tanto con la demanda extranjera de vivienda nueva como de segunda mano.

En la Figura 30 se muestra una comparativa de la distribución de la demanda de viviendas vacacionales atendiendo a los principales focos de origen en el año 2001 con la prevista en el año 2008, de tal forma que se puede apreciar si existirá un cambio en la tendencia de la demanda extranjera de vivienda vacacional.

Como se aprecia, existe una elevada concentración de la demanda de vivienda vacacional agrupada en manos de británicos y alemanes, la cual continuará en el futuro, aunque países como Noruega y Suecia van a ganar un peso relativo en el reparto de las nuevas adquisiciones.

También hay que destacar que, con la entrada de nuevos compradores de otros países, Reino Unido va a mermar su peso en relación con el total, no estimándose un descenso en el valor absoluto de las viviendas adquiridas. El peso relativo del resto de los países que pueden comprar vivienda en España no va a incrementarse a medio plazo en valores relativos, pues no se espera un descenso significativo en el potencial de los ya compradores potenciales.

Figura 30. Distribución de la demanda extranjera de vivienda vacacional según los países de residencia*Estimación agregada*

La demanda de vivienda vacacional en España es el resultado de la agregación de los dos grandes componentes citados anteriormente:

Tabla 36. Demanda agregada

Año	Nacional	Extranjera	Total	Variación anual
2004	60.355	55.015	115.370	
2005	66.527	60.388	126.915	10,01%
2006	70.658	64.593	135.251	6,57%
2007	71.487	69.189	140.676	4,01%
2008	72.358	74.035	146.393	4,06%

Aproximadamente, la mitad de la demanda de vivienda vacacional proviene de extranjeros. Es más, se prevé que con el transcurso de los años adquiera más peso, siendo superior al final de la presente década.

La encuesta realizada con anterioridad a los promotores muestra que el 59% de los entrevistados piensa que la distribución de competidores potenciales de España se modificará a corto plazo, el resto piensa que se mantendrá de la misma manera.

Los principales motivos que hacen pensar en el cambio de la estructura de los competidores son el aumento de la cuota de mercado de Alemania debido a la recuperación económica, de los países escandinavos (Noruega, Dinamarca, Suecia y Finlandia) y del mercado anglosajón.

Otros datos que aporta la encuesta es que la zona que va a tener mayor proyección en un futuro inmediato para el turista nacional es Murcia, seguido de Almería.

Para el turista extranjero seguirá teniendo mucho peso la Costa del Sol, y en concreto Málaga y Almería, pero cobrará importancia Murcia, ya que son zonas que poseen

un gran potencial de crecimiento por la disponibilidad del suelo, tienen unos precios más asequibles y han mejorado la calidad de sus infraestructuras.

Aproximación a la situación de la demanda de los países de la UE

La renta y la edad de la población juegan un papel importante en la potenciabilidad de un país como posible comprador de vivienda vacacional. En concreto, en el caso de la edad de la población, el comportamiento actual indica que un importante grupo de demandantes adquieren su vivienda en España como consecuencia de una jubilación o pensando en una jubilación futura.

Para que un país se convierta en potencial comprador de vivienda en nuestro país, lo tiene que hacer una parte importante de nuestra población.

Analizando los datos considerados, actualmente están comprando vivienda en España aquellas familias que disponen de una renta más elevada, y en casos como Irlanda, Países Bajos e incluso Reino Unido, con una población relativamente más joven que la del resto de Estados miembros de la UE.

Al estudiar los resultados que se obtienen teniendo en cuenta el porcentaje de población con más de 45 años, se observa que:

- Hay un conjunto de países con unas características muy similares: Dinamarca, Bélgica, Finlandia, Alemania, Suecia, Francia, Austria, Italia y Reino Unido.
- Un segundo grupo presenta niveles de renta situados por encima de la media, tanto de los mayores demandantes de vivienda en España como de los 15 UE, pero con poblaciones notablemente más jóvenes: Luxemburgo, Países Bajos e Irlanda.
- El resto de los países presenta, sobre todo, niveles de renta notablemente inferiores, con diferentes grados de envejecimiento de su población.

Se pueden destacar como países que en un futuro a medio plazo pueden situarse en los actuales niveles de renta y población que tienen otros que ya compran vivienda en España, a República Checa, Eslovenia y Hungría.

Países como Estonia y Letonia tienen actualmente porcentajes de población por encima de los 45 años similares a Francia y Reino Unido, pero con niveles de renta mucho más bajos. El grupo formado por Eslovaquia, Polonia y Lituania tiene rentas bajas y población más joven.

Si se analizan los resultados teniendo en cuenta la población en edad de jubilación, son similares, apreciándose actualmente una importante diferenciación, sobre todo en niveles de renta entre los países compradores de vivienda en España y aquellos que pueden presentar en un futuro un mercado potencial importante.

4. Previsión de la oferta

4.1. Legislación autonómica como medio del desarrollo de la oferta de vivienda vacacional

En este punto se va a resumir la legislación autonómica de cada una de las comunidades autónomas incluidas en la zona VIVE en el caso particular de vivienda vacacional, que marca en su inicio el futuro desarrollo de la oferta de vivienda vacacional.

Cataluña

En la actualidad se está elaborando el Plan Director Urbanístico del Sistema Costero de Cataluña, por lo que mediante el edicto de 5 de febrero de 2004, sobre una resolución del Consejo de Política Territorial y Obras Públicas referente a todos los municipios del litoral de Cataluña, se ha introducido una moratoria tanto de planeamiento urbanístico como de licencias, como medida cautelar, en el suelo no urbanizable y en el suelo urbanizable no delimitado, que se encuentren comprendidos dentro de una franja de 500 metros de anchura aplicada en proyección horizontal tierra adentro, desde el límite interior de la ribera del mar, en todo el litoral de Cataluña.

Comunidad Valenciana

En la actualidad se está tramitando el proyecto de ley de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje de la Comunidad Valenciana (PLOTTP). No obstante, hasta que no se apruebe definitivamente, seguirá en vigor la Ley 6/1989 de 7 de junio, de Ordenación del Territorio de la Comunidad Valenciana.

El articulado del PLOTTP regula la incidencia de las acciones urbanísticas sobre el paisaje y sus efectos urbanístico-territoriales y socioeconómicos.

Región de Murcia

El modelo turístico histórico del litoral de la región responde a una fórmula vacacionista, con una adecuada estacionalidad de su afluencia, de carácter marcadamente nacional, con una motivación fundamentada en el disfrute del sol y la playa y, de forma secundaria, de sus productos de salud y de turismo náutico, desde sus orígenes, con un entorno urbano de calidad variable según qué zona y una insuficiente oferta complementaria, consecuencia de una oferta mayoritaria de segunda residencia que incluye una insuficiente definición del producto turístico. Respecto a los equipamientos, la zona litoral se caracteriza por una situación de partida deficitaria en relación al resto del territorio peninsular.

El territorio de la región de Murcia se ha estructurado en áreas funcionales, zonas con un comportamiento socioeconómico homogéneo, así como los elementos geográficos y físicos comunes que posibilitan una ordenación y desarrollo unitario, y éstas, a su vez, se dividen en distintas subáreas:

- Area funcional Cartagena–Mar Menor: subárea Campo de Cartagena; subárea La Unión-Portmán-Atamaría, subárea Arco Sur; subárea La Manga-Cabo de Palos; subárea Arco Norte.

- Area funcional del litoral sur occidental: subárea Cartagena-Mazarrón y subárea Aguilas-Lorca.
- La actuación de interés regional de la Marina COPE.

Andalucía

Figura como el ámbito en el que mayores transformaciones se han producido en las últimas décadas, lo que se traduce en la actualidad en importantes problemas de ordenación espacial y de gestión de recursos naturales, que pueden llegar en ocasiones a cuestionar la perdurabilidad del modelo de desarrollo a medio y largo plazo.

Entre los fines de la actividad urbanística que se recogen en el artículo 3 de la Ley de ordenación urbanística de Andalucía (Ley 7/2002, de 17 de diciembre, LOUA), está la protección y adecuada utilización del litoral, que se conseguirá a través de los planes de ordenación del territorio y por los planes generales, que serán los encargados de la protección y el tratamiento adecuado del litoral de acuerdo con sus características y valores.

La especialización turística del litoral andaluz presenta tres grandes tendencias:

- Las áreas turísticas especializadas, con un distinto grado de consolidación, y cuyo modelo más significativo es el de la Costa del Sol.
- Las zonas del litoral de Almería, Cádiz, Granada y Huelva se están consolidando como nuevos centros turísticos nacionales e internacionales basados en una oferta y un medio ambiente de gran calidad, y en la progresiva mejora de su accesibilidad.
- En las áreas litorales en las que coexisten las actividades turísticas y las nuevas agriculturas, aun con rasgos diferenciados, se encuentran el resto de tramos del litoral andaluz: la costa atlántica, la Costa del Sol oriental, la Costa Tropical de Granada y la Costa oriental de Almería.
- En la actualidad se están tramitando, en virtud del Plan de Ordenación Territorial de Andalucía (aprobado mediante el Decreto 103/1999 de la Junta de Andalucía), planes de ordenación del territorio de ámbito subregional; de ellos cabe destacar:
 - Plan de ordenación del territorio de la Costa del Sol occidental en la provincia de Málaga.
 - Plan de ordenación del territorio del litoral oriental-Axarquía de la provincia de Málaga.
 - Plan de ordenación del territorio de la comarca del litoral occidental de Huelva.
 - Plan de ordenación del territorio del levante almeriense.

Canarias

En los últimos cuarenta años, el desarrollo de Canarias ha transformado profundamente la sociedad y el territorio insular, siendo el motor del archipiélago la actividad turística. En los últimos años se ha acelerado notablemente el ritmo del crecimiento turístico y, como consecuencia del mismo, el crecimiento demográfico, tanto de Canarias en su conjunto como, sobre todo, de algunas de las islas.

La Ley 19/2003 introduce cambios legislativos relativos a las siguientes determinaciones, que han de contemplarse respecto del uso residencial:

- La adscripción de suelo urbano o urbanizable a la construcción de viviendas sometidas a regímenes de protección pública. Esta adscripción no podrá en ningún caso ser inferior al 20% del aprovechamiento del conjunto de los suelos urbanizables y urbanos no consolidados con destino residencial. Tampoco podrá destinarse más del 33% del aprovechamiento de un ámbito o sector a viviendas protegidas de autoconstrucción o de promoción pública en régimen de alquiler.
- Establecer, al ordenar suelo urbano consolidado por la urbanización, determinaciones que posibiliten o tengan como efecto el incremento de la edificabilidad media y de la densidad global permitidas por el planeamiento general anterior en zonas o áreas en las que existan más de 400 habitantes o 12.000 metros cuadrados de edificación residencial o turística alojativa por hectárea de superficie.
- Reservas y estándares de ordenación en suelo urbanizable y suelo urbano no consolidado cuyo destino sea predominantemente residencial.

Baleares

En las Baleares, el Plan Director de Ordenación de la Oferta Turística (PDOOT), aprobado el 6 de abril de 1995, regula las características básicas a las que habrá de ajustarse la oferta de alojamiento turístico en la totalidad de su ámbito territorial de aplicación y en las zonas del litoral de la isla que se definen por el plan como zonas turísticas. Los puntos más destacados sobre los que incide el plan son los siguientes:

- Ordenación del entorno de las zonas turísticas y las distintas áreas de protección alrededor de los mismos.
- Se regularizan los usos, mediante un tratamiento homogeneizador de las zonas residenciales y las zonas turísticas, eliminando la posibilidad de definición de calificaciones urbanísticas que admitan como compatibles el uso residencial-turístico; al mismo tiempo se determinarán los usos incompatibles, por su carácter molesto y perturbador, con el uso residencial o turístico.
- La densidad, como parámetro básico para controlar las adaptaciones al PDOOT del planeamiento general, mantendrá como máximo las densidades previstas en el suelo urbano y urbanizable que tuvieran plan parcial definitivamente aprobado. Por el contrario, en aquellos suelos urbanizables sin plan parcial aprobado, la densidad máxima será la inferior a 60 hab./ha, o la fijada por el planeamiento general.

4.2. Empresas promotoras participantes. Previsión de la oferta

Según los resultados aportados por las encuestas a las principales promotoras de vivienda vacacional en la zona VIVE, se extraen las siguientes opiniones:

Valoración del entorno por parte del comprador

La oferta residencial futura tendrá que tener en cuenta los siguientes elementos que se consideran importantes para la compra:

Tabla 37. Elementos importantes para el comprador

Para comprador nacional	Para comprador extranjero
La proximidad al mar y las playas del entorno	La bonanza de la climatología
Comunicaciones e infraestructuras en la zona	Los <i>resort</i> asociados a un campo de golf
	Zona tranquila, ubicación en una urbanización cerrada que la aísle del “ruido” exterior
Calidad de vida de la zona y niveles de precios moderados en el consumo diario	Proximidad a un aeropuerto y las comunicaciones
Limpieza en la zona en la que viven	Niveles de seguridad y estabilidad política
	Nivel de precios en comparación con su lugar de residencia habitual
Entorno con los servicios y zonas de ocio adecuados	Servicios en el entorno y la urbanización, así como infraestructura sanitaria

Tipo de vivienda a ofertar:

La oferta de vivienda multifamiliar se dirige fundamentalmente al comprador nacional, siendo más notoria la de vivienda unifamiliar, tanto adosada como aislada, que se dirigiría al comprador extranjero.

Las viviendas se deberían ofertar mayoritariamente entre dos y tres dormitorios, existiendo una ligera tendencia a ofertar viviendas con mayor número de dormitorios de cara al mercado extranjero. No obstante, más del 50% de la oferta debería contar con dos dormitorios en ambos casos.

Las viviendas se equiparán con, al menos, un baño y un aseo o con dos baños. La tendencia a un mejor equipamiento en este sentido, será mayor en el caso del comprador extranjero.

Las superficies que se proponen para el comprador nacional son algo inferiores que las que corresponderían al comprador extranjero.

Para el comprador nacional oscila entre 60 y 90 m²c, tamaño que incluiría a parte de la oferta de vivienda unifamiliar. En el caso del comprador extranjero, se proponen superficies más elevadas, si bien aproximadamente la mitad de la oferta debería situarse en el intervalo mencionado.

Por último, las empresas entrevistadas han realizado también una valoración sobre los equipamientos y servicios que deberían ofertarse en una promoción de vivienda vacacional, existiendo diferencias entre el comprador nacional y el extranjero:

Tabla 38. Valoración sobre equipamientos y servicios

Comprador nacional	Comprador extranjero
Piscina	Zonas ajardinadas
Garaje	Existencia de campos de golf
Cocina amueblada	Cocina amueblada
Atención en el proceso de venta, información sobre la vivienda, gestión de compra	Trato en el proceso de venta e información recibida
Calidades generales de la vivienda, instalación y preinstalación del aire acondicionado	Piscina
	Adecuación de los tiempos de entrega
	Servicio posventa

Precio al que deberían ofertarse las viviendas

Se piensa por parte del promotor en comercializar viviendas más baratas para el comprador nacional que para el extranjero.

El precio al que el promotor cree que se deberían ofertar las viviendas al demandante nacional oscilaría entre 120.000 y 240.000 euros, mientras que para el comprador extranjero las opiniones se dividen entre este intervalo y de 240.000 a 360.000 euros.

Estos precios variarán en función de la tipología y superficie de las viviendas.

Tendencias del mercado

Según la opinión de los promotores, es posible que se den las siguientes tendencias:

- Mejora de las calidades del producto, que justificaría el incremento de precios que está sufriendo el producto.
- Creación de productos que se aparten del concepto tradicional. Creación de núcleos equipados con todos los servicios comerciales, de ocio, golf, equipamiento hostelero, *Spa*, etc.
- El producto cercano a la playa se sustituye por complejos con todos los servicios apuntados y un excelente nivel de infraestructuras y comunicaciones, acordes con el volumen de la población que va a residir en el mismo.
- Interés con todo lo relacionado con la atención sanitaria, debido a la edad de la demanda potencial.
- El mercado permanecerá estable, con un incremento de la oferta dirigida al comprador extranjero.
- Importancia del proceso de comercialización, sobre todo en lo referente a la información facilitada al cliente, el trato recibido y la transparencia en el proceso, especialmente en lo referente al comprador extranjero.

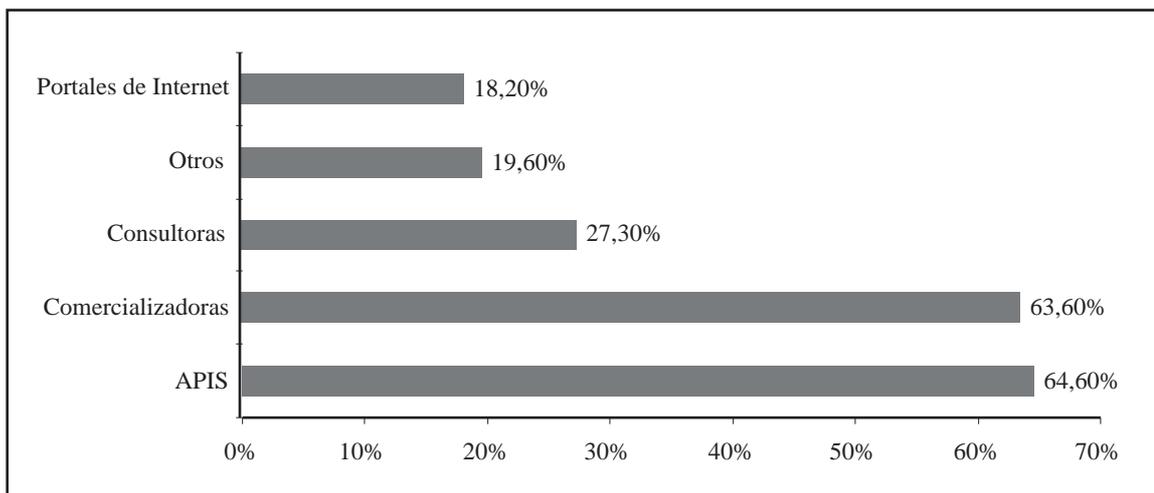
4.3. Canales de distribución

Los canales de distribución constituyen un elemento fundamental en el funcionamiento del mercado de vivienda vacacional; éstos son los soportes comerciales y de distribución del producto, que se emplean tanto por parte del productor como del consumidor.

Más del 40% de los promotores de vivienda entrevistados afirma tener acuerdos con empresas internacionales, tanto para fomentar el conocimiento del mercado como para distribuir el producto. Estos acuerdos se realizan mucho más con el mercado británico, por ser el más activo actualmente, aunque ya comienzan a ser numerosos los acuerdos con los mercados alemán, noruego, holandés, sueco o francés. En segundo lugar podríamos señalar los mercados árabes o israelíes.

En la Figura 31 se muestra con qué tipo de empresas se mantienen los acuerdos.

Figura 31. Empresas con las que promotoras españolas mantienen acuerdos para comercializar sus viviendas en el extranjero

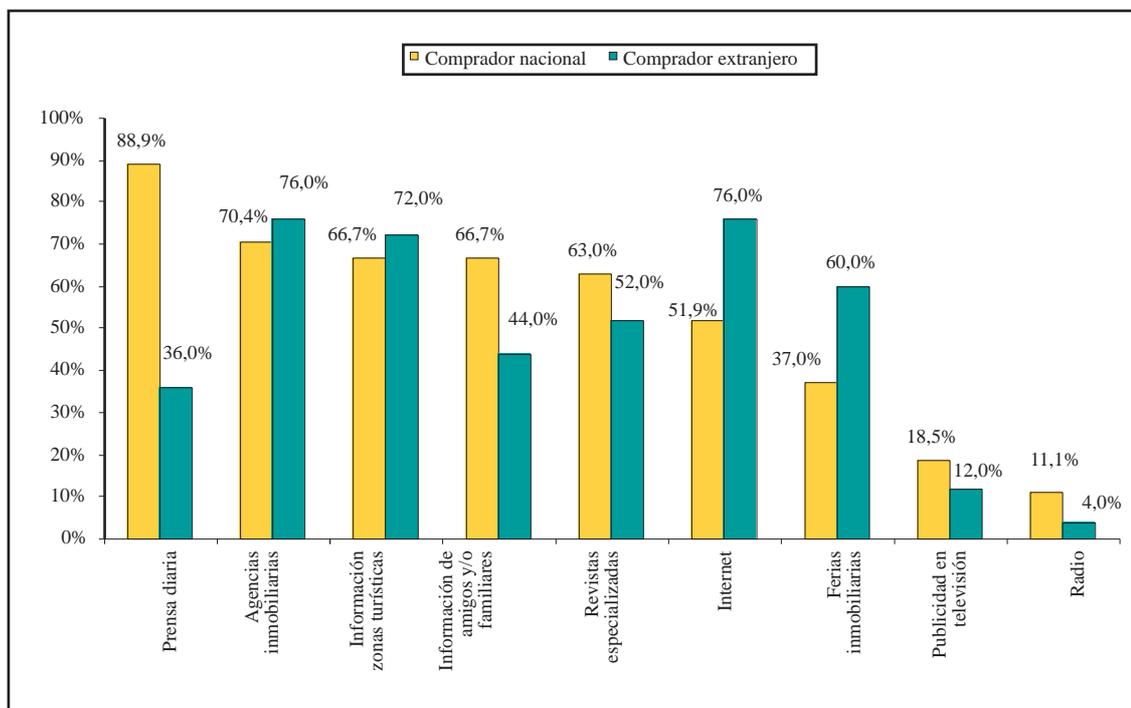


A pesar de ello, las empresas españolas siguen teniendo dificultades de cara a la distribución en el extranjero, pues todavía no existe ninguna red comercial estructurada que permita operar en cualquier país del ámbito potencial de compradores, con lo que se deben establecer acuerdos locales.

Los costes de intermediación siguen siendo muy elevados, lo que hace que se encarezca el producto. Ante esta situación, algunas empresas optan por el acuerdo directo entre promotores locales para la promoción conjunta, o bien crean un punto de venta propio en el país de origen.

En cuanto a los medios de información utilizados para la compra, de acuerdo con la información obtenida por los promotores y por las encuestas realizadas a los británicos y alemanes, destacan los siguientes resultados.

Figura 32. Medios o soportes comerciales utilizados para informarse sobre una vivienda vacacional en opinión del promotor



En opinión de los promotores, los medios más utilizados por los demandantes nacionales son la prensa diaria y las agencias inmobiliarias, seguido de la información obtenida en las estancias turísticas y la proporcionada por familiares y amigos.

En el caso de los extranjeros, los más utilizados son las agencias inmobiliarias e Internet, seguido de la información obtenida en las propias estancias turísticas.

Según la zona geográfica demandada, no existen diferencias sobre los soportes comerciales demandados, ya que indistintamente cuál sea ésta, Internet es el medio más utilizado, seguido de la información obtenida a través de revistas especializadas.

En el caso de demandar vivienda de segunda mano, los medios de comunicación mencionados anteriormente son los mayoritariamente elegidos por los compradores extranjeros.

Sin embargo, cuando se trata de vivienda nueva, los medios seleccionados son más variados, perdiendo su peso Internet a favor de otros medios de comunicación, aunque continúa siendo el más importante.

En cuanto al uso de la vivienda, los extranjeros que desean adquirir una vivienda vacacional se declinan más por consultar revistas especializadas, mientras que los que desean adquirir una vivienda principal se decantan más por la información obtenida en ferias inmobiliarias.

En el caso del tipo de vivienda, cabe una mayor presencia de las ferias inmobiliarias como medio de información para adquirir viviendas unifamiliares aisladas de mayor tamaño y precio.

Por edad, la gente más joven tiende a utilizar más Internet, revistas especializadas e información facilitada por familiares y amigos. Los extranjeros mayores de 40 años utilizan otras alternativas, como ferias inmobiliarias, publicidad en televisión y prensa diaria.

En cuanto al nivel de formación, los extranjeros que poseen mayor nivel de estudios tienden a emplear preferentemente nuevas tecnologías, utilizando los medios impresos y la información procedente del boca a oreja las personas con inferior nivel de estudios.

Entre los entrevistados en Reino Unido existe una mayor tendencia a utilizar medios como la publicidad en televisión en las familias que pretenden pagar cantidades más bajas por la vivienda.

Asimismo, la información que se obtiene en España, o la que procede de recomendaciones de familiares y amigos, se utiliza más como fuente de información por hogares que piensan pagar precios más elevados.

En cuanto a los clientes de Alemania, las familias que mayor precio piensan pagar muestran una clara preferencia a informarse a través de la prensa escrita e Internet, o a través de información boca a oreja. Por el contrario, los que pretenden pagar precios más económicos muestran una clara tendencia a informarse a través de la publicidad emitida en la televisión de su país.

4.4. Evolución reciente y precisión de la evolución del precio de la vivienda en la zona VIVE

En este apartado se describirá brevemente la evolución de los precios en los municipios de la zona VIVE; además, se realizará una previsión de los precios para los próximos años preparada a través de la construcción de diversos modelos matemáticos basados en técnicas de análisis de series temporales.

Una vez realizados los cálculos pertinentes, se estima que el precio de la vivienda nueva en el conjunto de los municipios costeros estudiados se incrementará, desde el último dato oficial hasta finales del año 2005, en un 35,7%, lo que implica que las viviendas alcanzarán un precio medio de 1.851,35 euros/m²c.

Este valor conlleva un error, con lo cual, con un intervalo de confianza del 95%, se situará entre los 1.710,95 y 1.991,76 euros/m²c.

Por ello se puede afirmar que la subida de precios esperada hasta el año 2005 oscilará entre el 25,4 y el 46%, horquilla que será distinta en función del intervalo de confianza que definamos. Por tanto, cuanto menor sea éste, los límites de las estimaciones serán más próximos, y viceversa.

Veamos ahora la proyección e incrementos significativos, por provincias:

Provincia	Incrementos significativos	Previsión
Girona	Se produjo en el primer trimestre de 2001, con un valor del 22,6% respecto del año anterior. Durante 2004, decrecimientos no muy significativos del precio de la vivienda	Aumentará un 22,8% desde mediados de 2003 hasta 2005; las viviendas alcanzarán un precio medio de 1.758,15 euros/ m ² c
Barcelona	Se produjo en el primer trimestre de 2003, con un valor del 22,5% respecto al mismo trimestre del año anterior	Aumentará un 48,4% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio medio de 3.416,19 euros/m ² c
Tarragona	Se produjo en el cuarto trimestre de 2002, con un valor del 24,5% respecto al trimestre anterior. En el primer trimestre de 2004, el precio de la vivienda disminuye un 6,8% con respecto al mismo trimestre del año anterior	Aumentará un 37,8% hasta finales de 2005; alcanzarán un precio medio de 1.730,61 euros/m ² c
Castellón	Se produjo en el tercer trimestre de 2002, en un 28,2%. En el tercer trimestre de 1997 se produjo un decrecimiento del precio respecto al año anterior	Aumentará un 18,5% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005, lo que implica que las viviendas alcanzarán un precio medio de 1.308,22 euros/m ² c
Valencia	Se produjo en el tercer trimestre de 2002, con un valor del 23,7%	Aumentará un 15,4% a finales de 2005, lo que implica que las viviendas alcanzarán un precio medio de 1.329,06 euros/m ² c
Alicante	Se produjo en el tercer trimestre de 2003, con un valor del 19,2%	Aumentará un 38,1% a finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio medio de 1.733,44 euros/m ² c
Baleares	Se produjo en el cuarto trimestre de 1999, con un valor del 33,2%	Aumentará un 33,9% desde el segundo trimestre de 2003 a finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio medio de 2.520,47 euros/m ² c
Murcia	Se produjo en el primer trimestre de 2002, con un valor del 20,2%	Aumentará un 16,9% desde mediados de 2003 a finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio medio de 1.154,44 euros/m ² c
Almería	Se produjo en el segundo trimestre de 1994, con un valor del 27,6%. Durante todo el año 1995 se produjo un decrecimiento notorio del precio medio de la vivienda	Aumentará un 20,6% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio de 1.412,31 euros/m ² c
Granada	Se produjo en el segundo trimestre de 2001, ascendiendo a un 24,6%. Entre 1994 y 1998 hay que destacar decrecimientos del precio medio de la vivienda	Aumentará un 15,6% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio de 1.327,92 euros/m ² c
Málaga	Se produjo en el tercer trimestre de 2002, con un incremento del 26,5%	Aumentará un 40,5% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio de 2.211,07 euros/m ² c
Cádiz	Se produjo en el segundo trimestre de 2003, con un valor del 20,8%	Aumentará un 33,4% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio de 1.598 euros/m ² c

Provincia	Incrementos significativos	Previsión
Huelva	Se produjo a lo largo del año 2001, en concreto en el tercer trimestre, con un valor del 27,5%	Aumentará un 30,2% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio de 1.571,48 euros/m ² c
Las Palmas	Se produjo en el tercer trimestre de 2000, con un valor del 25,5%	Aumentará un 10,9% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio de 1.598,91 euros/m ² c
Santa Cruz de Tenerife	Se produjo en el primer trimestre de 1999, con un valor del 24,2%. En el tercer trimestre de 1994 tuvo lugar un decrecimiento de precio medio de la vivienda de un 6,7% interanual	Aumentará un 30,4% desde mediados de 2003 hasta finales de 2005; las viviendas alcanzarán un precio de 1.728,14 euros/m ² c

A nivel provincial, los precios más elevados se alcanzarán en los municipios costeros de Barcelona (superando los 3.000 m²c) y las Baleares. Sin embargo, hay que recordar que dentro de los municipios costeros de la provincia de Barcelona se incluyen la propia capital y los municipios costeros de su área de influencia, los cuales inciden notablemente en el valor medio resultante.

Los municipios costeros de la provincia de Murcia serán los más económicos a finales del año 2005.

La provincia de Barcelona será la que experimente incrementos más elevados; en un segundo lugar se configurarán los municipios costeros de Tarragona, Alicante y Málaga.

4.5. Evolución de la competitividad en España

Entre el turismo y la adquisición de una vivienda vacacional existe, como es lógico, una fuerte relación; de hecho, en las encuestas realizadas todas las familias británicas y alemanas habían visitado España al menos una vez, o incluso en muchos casos más de una vez.

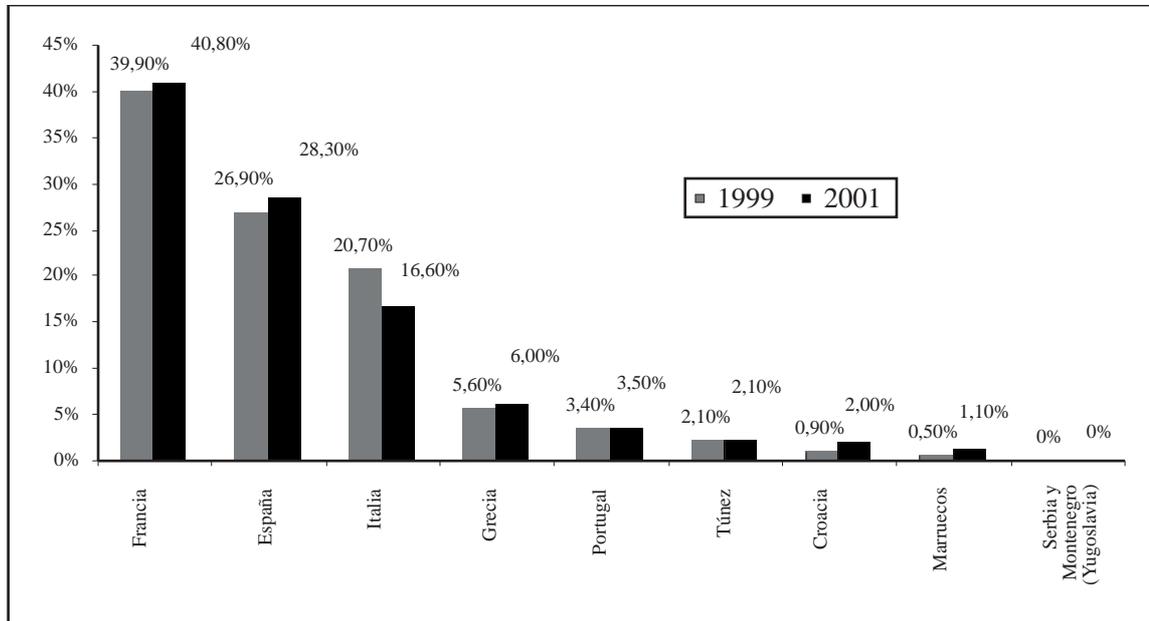
Por ello, en este punto del estudio se realiza una evolución del turismo de España frente a sus países competidores. Se clasifican en dos grupos:

- Por un lado, los principales competidores de vivienda vacacional, entre los que incluimos: España, Francia, Italia, Grecia, Portugal, Croacia, Serbia-Montenegro (Yugoslavia), Marruecos y Túnez.
- En segundo lugar, los principales compradores de vivienda vacacional en España, que incluyen: Alemania, Italia, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Suecia, Bélgica, y el resto, que se agrupan como el resto de Europa (países emisores).

En primer lugar, se observa para los años 1999-2001 el volumen total de turistas recibidos por España y sus países competidores respecto de los países emisores.

Como se observa en la Figura 33, el peso relativo de los dos principales receptores, Francia y España, ha crecido entre 1999-2001; por otro lado, observamos el descenso de Italia, que ha perdido turismo en favor de Marruecos, Croacia y Grecia. Túnez, Yugoslavia y Portugal mantienen sus porcentajes.

Figura 33. Distribución del volumen de turistas recibidos en España y países competidores con origen en los principales países compradores de vivienda vacacional en nuestro país



Analizando cada mercado emisor de forma particular, se obtienen los siguientes resultados:

– Alemania:

El turista alemán tiene una clara preferencia por Francia, seguida de Italia y España, países que pierden una relativa representatividad entre 1999 y 2001, en favor sobre todo de Croacia, y en menor medida, de Túnez, Portugal y Grecia.

– Italia:

La preferencia de su turismo se centra en Francia y España, países ambos que pierden importancia sobre todo frente a Croacia, que se convierte en el único país que gana cuota de mercado entre 1999 y 2001 de entre los competidores analizados.

– Reino Unido:

Sus residentes escogen principalmente como país de destino turístico España y Francia. En este caso, la estructura del turismo británico no se modifica demasiado, incrementándose sólo el porcentaje relativo que acude a Francia, el principal competidor de España en este mercado.

– Francia:

Hay que resaltar que el principal país de destino turístico es Italia, seguido de España. Sin embargo, en el año 2001 el volumen de turistas franceses que deciden ir a España como país turístico aumenta considerablemente, posesionándose en primer lugar en detrimento de los que deciden ir a Italia. La pérdida de la importancia relativa de Italia afecta también a una mayor relevancia de Marruecos, Túnez, Grecia y Portugal.

– Países Bajos:

El principal destino de sus habitantes es, indiscutiblemente, Francia. España ocupa el segundo lugar, incrementándose su importancia relativa, junto a Croacia, Grecia y Portugal.

– Suecia:

El principal país de destino turístico es España, seguido por Grecia y Francia. A pesar de ello, en los últimos años España pierde una pequeña parte de su importancia, que recoge Francia principalmente. Portugal, Croacia, Yugoslavia y Túnez también incrementan su porcentaje de 1999 a 2001.

– Bélgica:

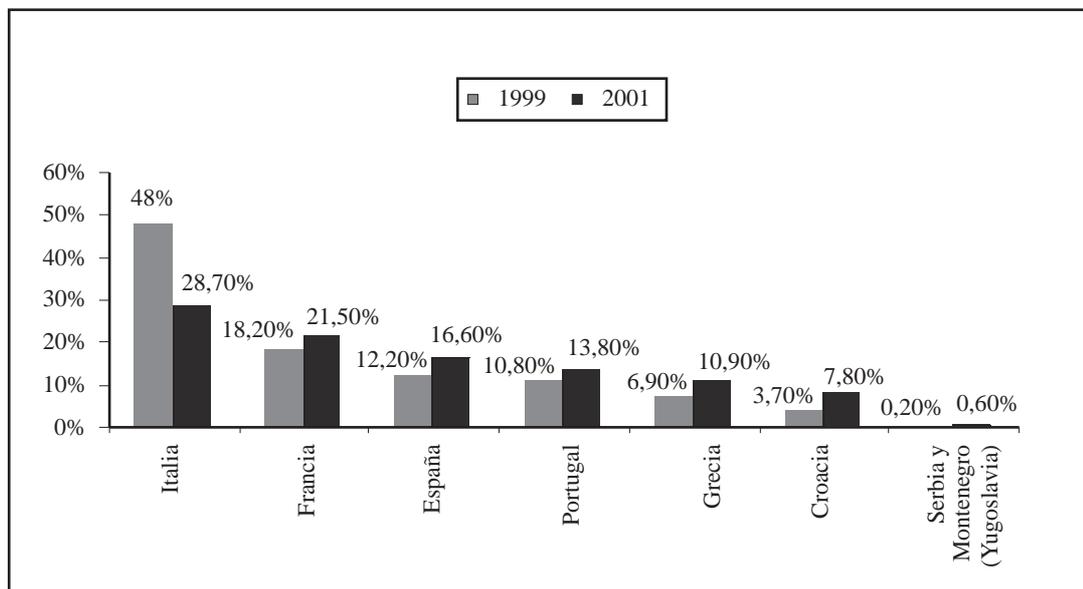
Francia es el destino principal receptor de turistas procedentes de Bélgica. España le sigue, pero con un porcentaje considerablemente inferior, manteniendo su importancia entre 1999 y 2001. Todos sus competidores en el mercado de vivienda vacacional cobran importancia relativa en estos años, destacando especialmente, y por este orden, Italia, Grecia, Portugal y Croacia.

También se ha realizado un análisis que incluye el resto de los países europeos, sin tener en cuenta Marruecos y Túnez, por no disponerse en la fuente utilizada de esta información concreta.

De 1999 a 2001, Italia, destino turístico de casi la mitad de los turistas europeos, reduce casi 20 puntos porcentuales su recepción de turistas a favor del resto de los países europeos considerados.

Por otro lado, la representatividad de España crece en un 4,4%; Francia, un 3,3%. Grecia incrementa su peso relativo en un 4%; Portugal y Croacia, en un 3 y 4,1%, respectivamente, y Yugoslavia, en un 0,4%.

Figura 34. Distribución del volumen de turistas recibidos en España y países competidores, con origen en resto de Europa, 1999-2001



Respecto al mercado noruego, es importante destacar, según los datos recogidos a través de Frontur, que en los últimos años ha cobrado una mayor importancia como adquirente de vivienda en España.

4.5.1. Algunas conclusiones

En los últimos años, en España no se refleja un cambio de tendencia significativo que permita augurar un futuro distinto para el mercado de vivienda vacacional respecto a nuestros principales competidores.

Croacia gana en estos años una ligera cuota de mercado frente a otros destinos.

Grecia y Portugal incrementan también ligeramente sus cuotas respecto a su competencia.

Los incrementos son menos importantes para los países del norte de África, que apenas modifican su importancia relativa.

4.5.2. Infraestructuras

La existencia de unas buenas infraestructuras representa una parte muy importante para el desarrollo turístico de cualquier país. El desarrollo de carreteras, vías ferroviarias, aeropuertos y puertos en condiciones puede resultar muy importante a la hora de atraer nuevos turistas.

A pesar de la existencia de proyectos para la mejora de las comunicaciones en la mayor parte de los países competidores de España, su nivel de infraestructuras se encuentra todavía muy alejado del español.

Veamos algunos datos de los países competidores (aquí se excluyen Francia e Italia, por considerar que cuentan con un nivel de infraestructuras similares a las españolas).

– Grecia:

Importantes mejoras: creación del aeropuerto de Atenas –Elefterios Venizelos–, renovación en la totalidad de los aeropuertos del país, inversiones consecuencia de la celebración de los Juegos Olímpicos.

Su red cuenta con 1.000 km de autopistas, proyectándose como consecuencia de la celebración de los Juegos otros 1.000 km.

– Portugal:

Importantes mejoras: nuevos trazados de autopistas y vías rápidas.

A pesar de ello, la comunicación por carretera continúa siendo un problema a resolver. También el transporte aéreo se encuentra penalizado con unas tarifas muy altas en las principales líneas que comunican el país: Iberia, TAP y Portugalia.

– Croacia:

Se ha incrementado el transporte por carretera, en detrimento del transporte ferroviario; por ello, actualmente se están poniendo en marcha proyectos de reparación y modernización de las vías de trenes, así como aumento del número de aeropuertos en las islas más turísticas de la costa adriática; actualmente cuentan con siete aeropuertos internacionales.

– Marruecos:

Sólo el 18% del total de la red viaria principal se encuentra asfaltada y señalizada. En la actualidad tan sólo existen tres autopistas, siendo el objetivo del gobierno marroquí el proyecto de aumentar en 1.000 km las autopistas, para mejorar las comunicaciones entre las grandes ciudades.

Hay que destacar que Marruecos tan sólo tiene ocho aeropuertos abiertos al público de los 28 que posee.

– Mauritania:

La falta de infraestructuras, tanto del transporte como hoteleras, dificulta el despegue de este subsector.

A pesar de ello, tiene entre sus principales objetivos el transporte, para el que existe un presupuesto de 88 millones de euros, para construcción y rehabilitación de carreteras.

– Túnez:

Actualmente cuenta con 160 km de autopistas y autovías, pero tiene previsto mejorar su sistema ferroviario.

En España, en cuanto a red viaria, dispondrá de una completa red de vías de gran capacidad, que pasará de los 8.000 km actuales a más de 13.000, convirtiéndose en una de las más modernas de toda Europa hacia el umbral del año 2010. Además, se tiene previsto que el Plan de Infraestructuras 2000-2007 abarque, para desarrollos de alta velocidad, el llamado corredor de Andalucía, corredor de Noreste, corredor de Levante y eje mediterráneo, corredor Norte-Noroeste, corredor de Extremadura y conexión Madrid-Lisboa. También pretende invertir en importantes modificaciones en los aeropuertos de Madrid y Barcelona, además de otros aeropuertos: Alicante, Baleares y Canarias. Este plan también garantiza el desarrollo y la modernización de los puertos españoles.

Todas estas mejoras comunican la totalidad de las zonas de vivienda vacacional de forma inmejorable; por ello, la ventaja competitiva de España frente a su competencia es notoria, tan sólo comparable a Francia e Italia.

4.5.3. Campos de golf

El turismo relacionado con el golf está cobrando en los últimos años mayor importancia como tipología turística propia; además, posee una evolución creciente en el tiempo, ya que tanto la oferta como la demanda de este tipo de turismo es cada vez mayor.

España presenta, frente a Francia, y sobre todo frente a Italia, una oferta de golf bastante similar.

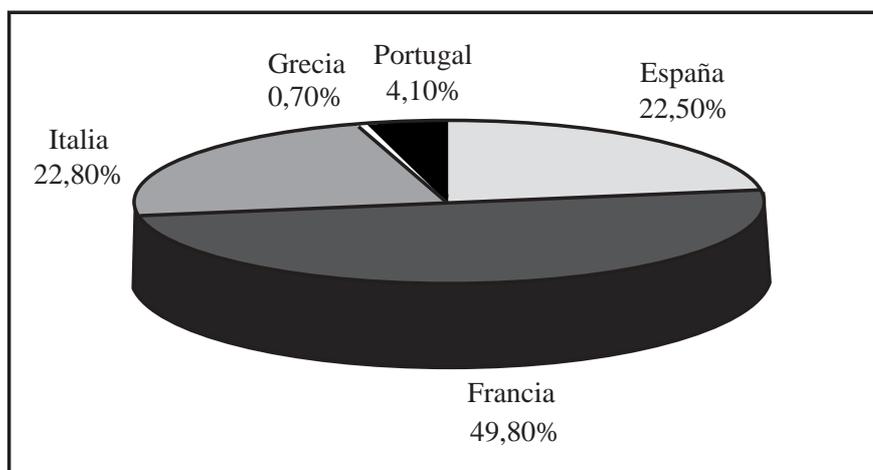
Frente a otros países, la ventaja competitiva de España es notable, a pesar de que casi todos ellos apoyan esta actividad como motor del turismo tradicional y residencial.

Entre los países más destacados en la UE, encontramos que Francia se sitúa a la cabeza con 627 campos, seguida de Italia con 287 campos y España con 283. En Grecia existen 9 campos, y en Portugal, 52.

En España se constata una clara acumulación de campos de golf en Andalucía (un tercio de los campos existentes), seguido de Cataluña con el 16%. Es de destacar que Andalucía posee la concentración más alta de campos de golf en Europa, con más de 27 campos en la zona de Marbella y Estepona, y de 40 en la costa.

La Costa del Sol se convierte en el primer destino de golf para los alemanes e ingleses; un 58,8% de los golfistas que visitan España eligen los campos andaluces, que suponen unos fuertes ingresos para la economía de la zona y aumentan la renta y los empleos de los residentes.

Figura 35. Reparto del volumen de campos de golf en el conjunto de países europeos competidores de España en el mercado de vivienda vacacional



La Costa Blanca, en concreto Alicante, y Canarias, que en la actualidad posee 14 campos de golf y que está teniendo un gran desarrollo del mercado, también destacan en este aspecto.

Con respecto a los otros países, cabe destacar que Grecia, con tan sólo nueve campos, presenta una clara desventaja en este aspecto, aunque se tiene como objetivo la construcción de cuarenta nuevos campos para 2010. En este sentido, la falta de apoyo oficial y la carencia de personal especializado en la materia se presentan como dos condicionantes del mercado.

Actualmente Portugal se está especializando en crear nuevos recorridos de gran calidad para satisfacer a los golfistas más exigentes. En Croacia hay dos grandes operaciones de inversión en marcha, concretamente una en la isla de Mali Losinj y otra en Istria.

En Marruecos se ha visto el golf como un polo de atracción para complejos vacacionales; por ejemplo, Fadesa está construyendo tres campos de golf de 18 hoyos dentro del complejo conocido como Plan Azur. En Marruecos, el golf es una de las grandes pasiones de la nación.

En Túnez existen en la actualidad ocho campos de golf, y se está estudiando la posterior realización de otros cuatro.

4.5.4. Termalismo y Spa

El desarrollo de este tipo de actividad está siendo muy importante en España en los últimos años, motivado por una creciente demanda de estos servicios. La existencia de diversos centros termales en el país, así como la creación de nuevas actividades hoteleras relacionadas con esta actividad, se ven con frecuencia ligadas al desarrollo de promociones residenciales en su entorno.

Francia e Italia cuentan con un importante desarrollo en este sector, sobre todo en Italia, que actualmente cuenta con 240 centros termales.

Croacia y Túnez cuentan en la actualidad con los proyectos más ambiciosos, que supondrán un polo de atracción del turismo residencial futuro hacia estos países. □