



EL CEMENTO MIRA AL TURISTA INVERSOR

LA VENTA DE VIVIENDAS A EXTRANJEROS COMO SEGUNDA RESIDENCIA ESTÁ ANIMANDO UN SECTOR INMOBILIARIO EN SUS HORAS MÁS BAJAS. UN NUEVO PERFIL, EL DE TURISTA-INVERSOR, PROCEDENTE DE RUSIA Y CHINA, SE SUMA A LA CORRIENTE INICIADA HACE DÉCADAS POR ALEMANES, FRANCESES Y BRITÁNICOS, Y PONE SUS OJOS EN LAS ZONAS COSTERAS ESPAÑOLAS. CONJUGAR LA REACTIVACIÓN DEL SECTOR INMOBILIARIO CON EL DESARROLLO DE UNA OFERTA TURÍSTICA ADAPTADA A CADA PÚBLICO ES LA ASIGNATURA PENDIENTE DE LAS ADMINISTRACIONES.

Por: **Ana Rosa Maza**. Infografía: **RYC**

El sector del ladrillo en España vive un frío y oscuro invierno. Según datos del Consejo General del Notariado, la compraventa de inmuebles en España ha pasado de las 790.347 operaciones en 2007 a las 333.591 de 2012. Además de esta caída, el precio del metro cuadrado ha descendido entre un 30% y un 45% dependiendo de la Comunidad, lo que se traduce, tras cinco años de crisis, en un *stock* de alrededor de 700.000 viviendas. Con un mercado interno prácticamente paralizado, el sector mira hacia el extranjero: el vendedor inmobiliario quiere sacar mercancía y el turista y/o inversor aprovecha la época de saldo, fruto de la falta de demanda.

Si bien la compraventa de viviendas ha caído en picado en toda España, las operaciones en las que intervinieron extranjeros a lo largo de 2012 experimentaron un repunte del 27% respecto a 2011, pasando de las 39.717 a las 50.402, según los datos del Consejo General del Notariado (el primer semestre de 2013 se cerraba con 24.552). Joan Carles Amaro, profesor del Departamento de Control Financiero de Esade, señala la oportunidad de compra como factor determinante para

este aumento, aunque advierte: “El volumen de compra es aún bajo porque hay otras alternativas y porque el inversor exige unos niveles de descuento que no siempre los vendedores aceptan”. Cualquier viso de mejora en los indicadores inmobiliarios está a

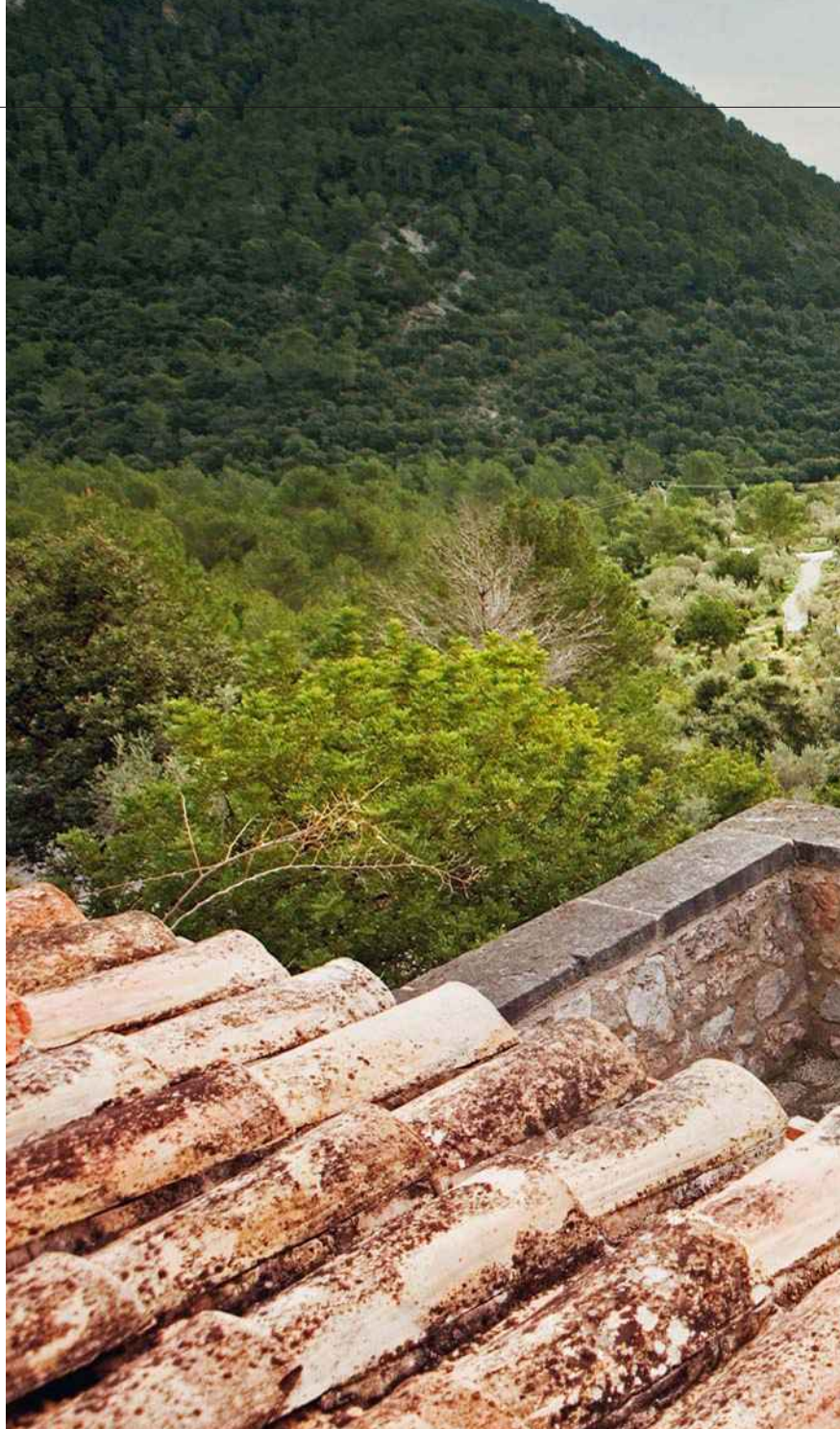
INMUEBLES POR VENDER

Actuamente, el ‘stock’ de viviendas en España es de cerca de 700.000, con una caída del precio por metro cuadrado de entre el 30% y el 45% entre 2007 y 2012.

años luz de los valores alcanzados en 2007, último año con buenas cifras de ventas. Aun así, en Tinsa, compañía de valoración, análisis y asesoramiento inmobiliario, se otorga al mercado de vivienda residencial o vacacional para extranjeros un mayor recorrido que a la demanda interna que poseemos en este momento: “Si la situación de mercado sigue presentando mejores síntomas, en los próximos meses asistiremos a un crecimiento en el volumen de compraventas”, explica Raúl García, director de Marketing y Comunicación de Tinsa.

LA ETIQUETA DE ‘TURISMO RESIDENCIAL’

La relación entre el turismo y la compraventa de propiedades inmobiliarias se ha incluido bajo el término paraguas de *turismo residencial*, presente en España desde la década de los 70, cuando ciu-



dadanos del norte de Europa se convirtieron, tras la venta y posterior construcción de los primeros chalés, en los propietarios de lo que en su día fue suelo agrícola. La socióloga e investigadora del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Raquel Huete, explica cómo el término hace referencia tanto a los turistas que se alojan en viviendas privadas y se trasladan temporalmente para la búsqueda de la experiencia turística, como a aquellos que han decidido vivir su cotidianidad en otro país: “Esto tiene más que ver con procesos migratorios que con el propio turismo. Se ha empleado la etiqueta de turismo porque las poblaciones locales entienden el desarrollo turístico como algo positivo”, mucho más que si se le etiqueta bajo el



© CORDON

concepto *proceso migratorio* o *desarrollo urbanístico*. “Pero, en realidad, el único propósito es seguir construyendo casas”, añade Huete.

La consolidación de una clase media-alta con alto poder adquisitivo en países como Rusia o China ha favorecido que sus ciudadanos se decidan a vivir la experiencia turística y a comprar una vivienda casi al mismo tiempo. Elena Ivanova dirige Bennecke, una empresa dedicada a la venta y el alquiler de propiedades en la Costa Blanca y en la de Almería. Cuenta que la incorporación del cliente ruso al mercado de compra de segunda residencia o alquiler de vivienda vacacional se ha producido poco a poco durante los últimos cinco años. La celebración de ferias inmobilia-

**UNA DE LAS
CARACTERÍSTICAS
MÁS POSITIVAS DE ESTE
TURISMO ES SU EFECTO
MULTIPLICADOR SOBRE
LA INDUSTRIA
Y LOS SERVICIOS AUXILIARES LOCALES**

rias en Rusia y la mayor información disponible en Internet ha favorecido que el ciudadano ruso venga a España a ojear sobre el terreno. “Se ha convertido en alguien mucho más independiente de lo que era, y ve con otros ojos el hecho de viajar al extranjero y el contratar vacaciones”, explica. Buen cliente y conocedor de lo que quiere, Ivanova asegura que es un estereotipo que el ruso compre por encima del valor real. Además de en el clima y en el precio, se fija en la ubicación y en la calidad de la vivienda, quiere hospitales, colegios de prestigio y eventos culturales y buenas infraestructuras.

Junto a los rusos, la china es otra de las nacionalidades que ha fijado su interés en el mercado

COMPRVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR EXTRANJEROS

CUANTÍA MEDIA (€), SEGÚN NACIONALIDAD

Nacionalidad	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 (1S)
Alemania	228.169	221.137	211.263	217.587	208.637	199.810	179.241
Argentina	166.647	196.254	208.802	171.778	156.754	144.842	124.311
Bélgica	206.868	195.450	188.796	195.182	174.377	156.114	148.769
China	237.880	227.324	189.197	178.777	154.759	128.553	109.205
Colombia	149.403	157.357	162.022	152.841	134.752	113.731	96.782
Dinamarca	246.260	228.430	238.509	219.501	213.985	184.391	179.708
Ecuador	153.077	146.807	151.608	142.402	130.226	103.914	76.090
EE UU	272.212	214.421	186.262	220.646	249.949	207.082	185.200
Francia	218.576	214.733	209.579	205.218	181.886	164.173	145.240
Irlanda	183.703	181.904	164.520	168.119	155.262	140.674	145.106
Italia	195.888	209.641	200.205	203.656	178.508	159.403	134.393
Marruecos	115.822	140.498	150.272	122.998	105.249	83.517	62.898
Noruega	195.727	200.178	179.364	186.858	174.103	176.440	177.784
Otros fuera UE	169.724	199.339	184.669	189.567	171.117	132.175	119.476
Otros UE	173.472	212.531	193.578	177.453	161.134	132.930	128.898
Países Bajos	262.210	265.466	236.393	238.418	219.507	211.020	169.311
Portugal	180.337	197.904	174.638	173.229	155.709	131.165	118.136
Reino Unido	205.320	196.206	193.104	190.771	177.466	158.598	166.801
Rumanía	135.171	144.695	146.750	128.648	114.151	91.482	71.529
Rusia	250.283	284.070	246.442	240.783	223.589	192.614	169.915
Suecia	211.385	192.257	206.227	172.013	168.555	150.046	144.527
TOTAL GENERAL	186.194	201.895	193.460	191.475	176.596	155.404	144.811

Nº DE OPERACIONES

	Extranjero		Nacional		TOTAL
	R	NR	R	NR	
2007	24.579	33.114	7.133	725.521	790.347
2008	17.651	17.077	3.153	473.040	510.921
2009	14.041	26.122	1.825	372.347	414.335
2010	15.452	23.806	1.033	410.294	450.585
2011	18.578	21.139	794	274.878	315.389
2012	25.458	24.944	1.049	282.140	333.591
1013 (1S)	13.233	11.319	437	103.659	128.648

CUANTÍA MEDIA (€)

	Extranjero		Nacional		TOTAL
	R	NR	R	NR	
2007	209.331	170.190	216.404	185.307	185.664
2008	215.489	188.105	232.813	181.635	183.485
2009	209.640	184.618	215.148	175.937	177.995
2010	201.307	185.130	193.195	176.427	177.886
2011	191.701	163.430	188.930	158.085	160.800
2012	169.326	141.731	168.279	137.295	140.380
1S13	157.603	129.487	167.758	118.826	124.528

R// RESIDENTES ■ NR// NO RESIDENTES

inmobiliario español. “Se decantan por adosados y apartamentos que tengan cerca servicios, centros comerciales y colegios, pues la mayoría viene aquí por sus hijos”, explica José Luis Martínez Jiménez, presidente de Alcaraz y Giménez, expertos en el mercado chino. Ambas nacionalidades participaron en alrededor de 6.300 operaciones de compraventa durante 2012, lo que supone un incremento del 30% (rusos) y del 23% (chinos) respecto a 2011. Unas cifras que, según los expertos consultados, se verán influidas por la concesión del visado de residencia a aquellos que realicen inversiones inmobiliarias por valor superior a 500.000 euros libres de toda carga, medida recogida en la Ley del Emprendedor.

SIN EXPERIENCIA TURÍSTICA PLANIFICADA

Frente a la llegada de turistas de larga duración, Raquel Huete señala la ausencia de una oferta de ocio o servicios turísticos, adaptada a la demanda: “Al menos en la Comunidad Valenciana no la hay”, precisa. Se supone que quien posee una vivienda dispondrá de más renta para el gasto en ocio adaptado; sin embargo, según Huete, no existe una línea de planificación que parta de los Gobier-

LA CONSOLIDACIÓN DE UNA CLASE MEDIA ALTA EN RUSIA O CHINA HA FAVORECIDO QUE SUS MIEMBROS SE DECIDAN A VIVIR LA EXPERIENCIA TURÍSTICA Y COMPRAR UNA VIVIENDA CASI AL MISMO TIEMPO

nos autonómicos, los Ayuntamientos o las Diputaciones, encaminada a vincular a estos turistas a la experiencia turística: tratamientos de spa para los que vienen a jugar al golf o visitas guiadas a los centros de producción como han hecho algunas fábricas de calzado, con el objetivo de incrementar sus ventas, serían algunas opciones.

El efecto multiplicador sobre la industria y los servicios auxiliares necesario para esos potenciales turistas es una de las características más positivas de este turismo. El gasto en ocio, en mantenimiento y conservación del inmueble o en servicios de asistencia para el hogar son, según Tomás Mazón, profesor de la Universidad de Alicante, “un importante factor de estímulo y desarrollo para la economía local”. Sin embargo, la mayor parte de estos turistas no reside de manera permanente, por lo que se encuentran zonas completamente urbanizadas y vacías de residentes “excepto en el periodo estival, Semana Santa y algún que otro puente”, explica Mazón. La falta de preparación entre la población española en los inicios de este turismo y la necesidad de dominar idiomas como el ruso, alemán o chino dan como resultado



NÚMERO DE VIVIENDAS COMPRADAS

COMPRVENTA DE VIVIENDA LIBRE POR EXTRANJEROS SEGÚN NACIONALIDAD

(Comparativa años 2007/2012)

que “muchos de estos servicios estén siendo prestados por población extranjera”. Algunas empresas como Bennecke y Alcaraz y Giménez, además de asesorar y cerrar las operaciones de venta o alquiler, ofrecen servicios como la custodia de llaves, la revisión de vivienda cada cierto tiempo o incluso su preparación (con nevera llena incluida) para la llegada del cliente.

UBICACIÓN, UBICACIÓN, UBICACIÓN

Mazón incide en la estrecha dependencia que esta forma de desarrollo turístico tiene de un recurso agotable como es el suelo urbanizable, en la ruptura con el parque de viviendas originarias o en la insostenibilidad ambiental asociada al turismo residencial. Puntos todos que se oponen a una de las estrategias del sector inmobiliario: *location, location, location*. Joan Carles Amaro, desde Esade, recuerda la conocida frase en el sector, que asegura que una buena ubicación garantiza la salida de un producto inmobiliario. Amaro entiende que para estos destinos turísticos el cliente extranjero, ya sea final o inversor, constituye una salida natural para el parque inmobiliario, pero advierte: “Si tienes

*PARA TODOS
LOS IMPLI-
CADOS EN
EL MUNDO
INMOBILIA-
RIO, LA RECU-
PERACIÓN
PASARÁ POR
UNA OBLI-
GATORIA
MEJORA DEL
MERCADO
INTERNO*

un producto que no está en la mejor zona del destino turístico o si tienes un gran volumen en la misma zona turística, costará igualmente de sacar”. Y no solo por volumen, sino también por calidad: “Lo que no sea bueno no va a tener una salida fácil”, sentencia. Ante la posibilidad de construcción de nuevas promociones destinadas a compradores extranjeros, apunta que es posible, porque “de lo que sea bueno quizá no haya suficiente y de lo que no sea bueno, a lo mejor sobra”. Así, ejemplifica cómo puede tener lógica que se construya en determinados destinos turísticos, en municipios con especial atractivo o con primera línea de playa, mientras que en un municipio vecino no se consiga vender lo que hay. “El mobiliario es un sector muy particular, que puede dar lugar a estas contradicciones”, indica Joan Carles Amaro.

Para todos los implicados en el mundo inmobiliario, la recuperación pasará por una obligatoria mejora del mercado interno. Mientras, imaginar construcciones en primera línea de playa, al menos en la costa mediterránea, es para Raquel Huete casi imposible, pues “nos queda muy poco que ofrecer. Es una huida hacia adelante”. ■