

## TURISMO RESIDENCIAL

Nuevos estilos de vida: de turistas a residentes





TOMÁS MAZÓN (ED.)

# TURISMO RESIDENCIAL

NUEVOS ESTILOS DE VIDA: DE TURISTAS A RESIDENTES

PUBLICACIONES DE LA UNIVERSITAT D'ALACANT

Publicacions de la Universitat d'Alacant  
03690 Sant Vicent del Raspeig  
Publicaciones@ua.es  
<http://publicaciones.ua.es>  
Telèfon: 965903480

© Tomás Mazón (Ed.), 2018  
© de esta edición: Universidad de Alicante

ISBN: 978-84-1302-011-2  
Depósito legal: A 519-2018

Diseño de cubierta: candela ink  
Composición: Página Maestra (Miguel Ángel Sánchez Hernández)  
Impresión y encuadernación: Prodigitalk



Esta editorial es miembro de la UNE, cosa que garantiza la difusión y comercialización nacional y internacional de sus publicaciones.

Reservados todos los derechos. Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Repográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopias o escanear algún fragmento de esta obra.

## ÍNDICE

Conferencia inaugural. Turismo residencial: retos identitarios e imaginarios espaciales .....	17
<i>Daniel Hiernaux-Nicolas</i>	
De turistas a residentes: los inmigrantes no laborales en las Islas Baleares.....	31
<i>Pere A. Salvà Tomàs</i>	
De turistas a residentes. Los inmigrantes no laborables .....	45
<i>Ann Elisabeth Laksfoss Cardozo</i>	
Ajijic, Jalisco ¿turistas residenciales o residentes? Un análisis desde los derechos de propiedad, costos de transacción y los bienes comunes	51
<i>Lucía González Torreros, José Luis Santana Medina y Rosalba Castañeda Castro</i>	
Los efectos de la implantación de áreas comerciales en espacios turísticos residenciales de expansión informal. El caso del centro comercial la zenia boulevard de Orihuela Costa .....	71
<i>Eduardo-Gabriel Rodríguez Carmona</i>	
Retos actuales del comercio tradicional de Torre Vieja .....	95
<i>Nathalie de Souza Bello</i>	
Una aproximación al turismo residencial en Cartagena: opinión y valoraciones .....	105
<i>María Dolores Escudero Vera</i>	
El cuidado en las comunidades de ancianos extranjeros residentes: otra faceta del turismo residencial de salud .....	129
<i>Eva María Gabaldón Bravo</i>	

La salud como producto turístico: Importancia de la alimentación en la mejora de la salud y la calidad de vida en el turismo residencial.....	135
<i>Isabel Sospedra López</i>	
Influencia del turismo y de las actividades de ocio en la promoción del envejecimiento activo y saludable.....	139
<i>Manuel Fernández-Alcántara</i>	
Estrategias de comunicación de los destinos, ¿dónde está la originalidad? .....	147
<i>Inmaculada Mengual Bernal</i>	
Residential tourism as a undetected phenomenon: examples of impacts on public governance and on the environment .....	159
<i>Tullio Romita</i>	
Smart technology and residential roots tourism.....	175
<i>Antonella Perri</i>	
Evolución y desarrollo del turismo residencial británico en la Provincia de Málaga y Costa del Sol (Málaga, España).....	187
<i>José Jesús Delgado Peña y Juan Francisco Sortino Barrionuevo</i>	
De turistas a residentes. Relaciones y percepciones de los extranjeros europeos en las áreas rurales del interior de Mallorca de 1996 a 2008	199
<i>Joan Miralles Plantalamor</i>	
For a cartographic representation of residential tourism: the case of Calabria .....	215
<i>Manuela De Ruggiero, Tullio Romita y Francesca Salvo</i>	
Residential tourism and “experiential practice”. Smart land use and tourists needs .....	233
<i>Lucia Groe</i>	
Prodetur y el capital inmobiliario en el nordeste: Bahía, Pernambuco, Rio Grande del Norte y Ceará.....	243
<i>Marília Natacha de Freitas Silva y Eustógio Wanderley Correa Dantas</i>	

Breves consideraciones sobre la influencia del modelo turístico español en Brasil.....	263
<i>Maria Aparecida Pontes da Fonseca, Ramón García Marín, Michael Janoschka y Daniel Moreno Muñoz</i>	
Fenómeno de segunda residencia y actividad turística en Brasil: la realidad del Seridó Potiguar .....	275
<i>Marcelo Taveira</i>	
Análisis del espacio turístico y demanda de servicios de la ciudad de machala –provincia de El Oro– Ecuador .....	287
<i>Jessica Ivonne Lalangui Ramirez y Denisse Jannett Valle Morocho</i>	
El Paisaje Rural en las normativas de Planificación Territorial: Una mirada desde la cultura y sociedad de la Comuna Zuleta en Ecuador..	301
<i>Paulina Guerrero Miranda</i>	
Una primera aproximación al impacto de la plataforma Airbnb en la localización del alojamiento de larga duración en la ciudad de Benidorm .....	317
<i>Armando Ortuño Padilla, Vicente Iborra Pallarés, Salvador Serrano Salazar y José Fernández Sáez</i>	
Construcción, turismo y necesidad de vivienda en el litoral de Andalucía .....	333
<i>Estrella Cruz Mazo y Alfonso Fernández Tabales</i>	
¡Ciutat Vella no está en venta! Los planes turísticos barceloneses y su implicación social .....	355
<i>Miriam-Hermi Zaar y Maria Aparecida Pontes da Fonseca</i>	
Nuevos desafíos en la gestión de destinos turísticos. Seguridad y turismo: el papel de la Guardia Civil.....	375
<i>Francisco Poyato Sevillano</i>	
Internacionalización turística y migratoria en el litoral de Rio Grande do Norte/ Brasil y las implicaciones en la producción de nuevos territorios y territorialidades .....	385
<i>Salete Gonçalves</i>	

El turismo residencial en el litoral de Alicante. Su influencia en el urbanismo y en la tipología de los jardines unifamiliares .....	403
<i>Álvaro Francisco Morote Seguido, María Hernández Hernández y Rubén Camilo Lois González</i>	
Residential tourism and municipal land use planning in Portugal .....	423
<i>José António Oliveira, Zoran Roca y Maria de Nazaré Roca</i>	
La infraestructura verde como ordenación de los espacios turísticos ...	441
<i>María Amparo Ortí Lucas</i>	
Cities, tourism and slowness .....	451
<i>Giovanni Tocci</i>	
Cambios territoriales y procesos de difusión del residencialismo extranjero en la Marina Baixa (País Valencià).....	467
<i>Àngels Doménech García y José Fernando Vera Rebollo</i>	
Mega-proyectos turísticos y procesos de expulsión en Bahía de Banderas, Nayarit. Alternativas de gestión participativa .....	481
<i>Verónica Livier Díaz Núñez, Andrés de Jesús Martínez Rodríguez y Juan Carlos González Jiménez</i>	
How low cost carriers enable the development of residential tourism. The reality of French market in the Algarve .....	505
<i>Cláudia Ribeiro de Almeida</i>	
Una aproximación a los efectos económicos y sociales en el sector educativo de los residentes extranjeros. El caso de Alicante .....	517
<i>Covadonga Ordóñez García</i>	

Entre los días 13 y 15 de septiembre de 2018, se celebró en la Universidad de Alicante (España) el IV Congreso Internacional de Turismo Residencial. Nuevos estilos de vida: de turistas a residentes. El objetivo de este congreso fue la difusión y el intercambio de los conocimientos y de las investigaciones que en la actualidad se están realizando desde la perspectiva del turismo, concretamente desde el urbanismo turístico en general y del turismo residencial en particular.

Los temas que han vertebrado este congreso han sido la salud, los nuevos estilos de vida y las migraciones no laborales asociadas al turismo residencial, su relevancia en el crecimiento urbanístico, en la planificación del territorio, en la prensa y en la comunicación, en la seguridad de los destinos turísticos y, finalmente, también será objeto de atención y estudio lo que se conoce como turismofobia.

Se ha pretendido cumplir una vez más con el objetivo de reflexionar de manera crítica, objetiva, con calidad científica, libre y plural, sobre el turismo residencial, con una oferta de temas lo suficientemente amplia para que respondiera a las expectativas marcadas en este IV Congreso Internacional de Turismo Residencial. Nuevos estilos de vida: de turistas a residentes.

Como se hizo en los tres anteriores congresos sobre el Turismo Residencial, las ponencias presentadas se publican en este libro con el título de *Turismo Residencial. Nuevos estilos de vida: de turistas a residentes*.

*Tomás Mazón*  
Presidente del Comité Organizador





**COMITÉ ORGANIZADOR DEL IV CONGRESO  
INTERNACIONAL DE TURISMO RESIDENCIAL.  
NUEVOS ESTILOS DE VIDA:  
DE TURISTAS A RESIDENTES**

**Tomás MAZÓN MARTÍNEZ** (Coordinador). Profesor titular de Sociología del Turismo, miembro del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, del Dpto. de Sociología I y del Grupo de Investigación Planificación y Gestión Sostenible del Turismo de la UA.

**José Fernando VERA REBOLLO**. Catedrático de Universidad. Profesor del Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física. Miembro del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, del Instituto Interuniversitario de Economía internacional y del Grupo de Investigación “Planificación y Gestión Sostenible del Turismo” de la UA.

**Jorge OLCINA CANTOS**. Catedrático de Universidad. Profesor del Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física. Director de la Sede Ciudad de Alicante, miembro del Instituto Universitario de Geografía y del Grupo de Investigación “Clima y ordenación del territorio” de la UA. Presidente de la Asociación de Geógrafos Españoles.

**Joaquín MELGAREJO MORENO**. Catedrático de Universidad, director del Instituto del Agua y Ciencias Ambientales y miembro de los Grupos de Investigación “La economía española sobre el franquismo” y “Recursos hídricos y desarrollo sostenible” de la UA.

**José Antonio HURTADO SÁNCHEZ**. Decano de la Facultad de Ciencias de la Salud y miembro del Grupo de Investigación en Alimentación y Nutrición (ALINUT) de la UA.

**Josep Antoni IVARS BAI DAL**. Profesor titular del Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física. Secretario del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas y miembro del Instituto Interuniver-

sitario de Economía internacional y coordinador del Grupo de Investigación Planificación y gestión sostenible del turismo” de la UA.

**Carlos J. BAÑOS CASTIÑEIRA.** Profesor titular del Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física. Miembro del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas y del Instituto Interuniversitario de Geografía, miembro de los Grupos de Investigación Planificación y gestión sostenible del turismo y Clima y ordenación del territorio de la UA.

**Andrés MARTÍNEZ MEDINA.** Profesor titular, director del Dpto. de Expresión Gráfica, Composición y Proyectos y director del Grupo de Investigación Metrópolis: Arquitectura y Patrimonio de la UA.

**Pablo MARTÍ CIRQUIÁN.** Profesor titular, Dpto. de Edificación y Urbanismo, miembro del Instituto del Agua y Ciencias Ambientales y del Grupo de Investigación “Urbanística y ordenación del territorio en el espacio litoral” de la UA.

**Armando ORTUÑO PADILLA.** Profesor del Dpto. de Ingeniería Civil y miembro del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, del Instituto del Agua y del de Ciencias Ambientales y de los Grupos de Investigación ECOVISI y AORTA de la UA.

**Almudena NOLASCO CIRUGEDA.** Profesor del Dpto. de Edificación y Urbanismo y miembro del Grupo de Investigación Urbanística y ordenación del territorio en el espacio litoral de la UA.

**Antonio MUÑOZ GONZÁLEZ.** Profesor titular E.U. del Dpto. de Sociología I y actual Secretario Académico del mismo. Miembro de los Grupos de Investigación Medios, Discursos y Expresión Audiovisual (MEDEA), y Población, Medio Ambiente y Desarrollo (POMADE) de la UA.

## **AGRADECIMIENTOS**

**Pablo DE GRACIA SORIANO**, responsable de la labor informática

**Carmen BALLESTER ILLÁN**

**Blanca PICÓ MAS**

**María FERRERES FERNÁNDEZ**

**Sara Iris ARAGÓN SÁNCHEZ**

**Daniel KOYCHEV KOEV**

Por su buen hacer en la organización de este Congreso

**Covadonga ORDOÑEZ**

**Nacho CERVERA**

Por su apoyo para que el Congreso fuese un éxito

**Fernando VERA REBOLLO**

Por todo, simplemente, por todo



## CONFERENCIA INAUGURAL

# **TURISMO RESIDENCIAL: RETOS IDENTITARIOS E IMAGINARIOS ESPACIALES**

*Daniel Hiernaux-Nicolas<sup>1</sup>*

Las noticias que se reciben sobre el desempeño del turismo en el mundo son bastante contradictorias. Entre muestras de euforia, de miedo y fobia, el observador atento a los hechos diarios puede sopesar cuán complejo se ha vuelto esa “máquina de crecimiento” como la consideran los anglosajones y no pocos dirigentes neoliberales. Poco estudiado sino despreciado hace unos años, el turismo se ha agregado a los grandes temas del momento. Ciertamente las cifras publicadas por la OMT y las fuentes oficiales nacionales no son para luto: un crecimiento sostenido desde por lo menos setenta años puede enviar el mensaje que las sociedades modernas y posmodernas han encontrado la varita mágica del crecimiento.

En ello ha jugado un papel decisivo la caída del comunismo de estado, ahora un capitalismo disfrazado y agresivo, que ha llevado a las sendas del turismo vastos espacios del mundo y sus poblaciones correspondientes. Ahora no solo se puede agregar cifras considerables de turistas provenientes del Este (hablo desde la vieja Europa que sigue creyéndose el centro del universo) sino que sus espacios se han integrado a los imaginarios exóticos del turismo occidental. Por lo mismo, la Gran Muralla o las estepas mongolas son sinónimos de nuevas fronteras turísticas, verdaderas marchas del Imperio Turístico, a la par, por ejemplo, de pequeñas poblaciones letonas que se han quedado en el pasado y dejan de lamentarse por ello cuando ven llegar las hordas turísticas fascinadas por su ambiente encapsulado en el ayer.

---

1 Profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, de la Universidad Autónoma de Querétaro, México. Investigador nivel 3 del Sistema Nacional de Investigación del Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología de México. Correo: danielhiernaux@gmail.com

Con un referente totalmente distinto, el turista del día de hoy suele sentirse empoderado gracias a la tecnología. Depende cada vez menos de burócratas ferrocarrileros, de empleados hoteleros mal encarados o de agencias de viaje tradicionales –con todo el respeto que se merecen– para resolver su viaje a su manera, bajo sus condiciones y a precios mejorados. La llave milagrosa que ha abierto la puerta de este país de Cucaña es la tecnología. No es necesario abundar sobre la embriaguez que induce consultar, adquirir o rentar a distancia de un click y de un tarjetazo, una variedad de hoteles, vuelos, vehículos, espectáculos y restaurantes: Es el reino del individuo más autónomo aunque también es la puerta de entrada a un consumismo acelerado que desestructura lo destruye a fuego lento y lo vuelve un elemento más de un “enjambre digital” distinto de la masa clásica (Han, 2014).

Más allá de esas facilidades caídas como una maná celestial sobre los consumidores turísticos, la misma tecnología ha ideado algo más radical: transformar el consumidor en productor, es decir en un persona más que ofrece algún servicio al ejército de turistas latentes que pueblan el planeta. El truco es sencillo pero poderoso: Volver a cada habitante del mundo un microempresario que introduce elementos de su cotidianidad en el mercado turístico. La casa se torna alojamiento, la cocina y el comedor restaurante, el coche de la familia se renta... la *turistificación* entonces no es solo la transformación del entorno físico como un barrio central de una ciudad en un espacio para el turismo, también potencializa cada elemento de la vida cotidiana como producto turístico o por lo menos como algo vendible. Se sabe ya de personas que ofrecen comidas en casa a desconocidos que se comunican por vía electrónica para reservar, pagar y obtener la dirección de esta reunión de desconocidos sean turistas o no.

Este supuesto empoderamiento del individuo es una consecuencia lógica de la creciente individualización de las sociedades posmodernas y a la vez uno de sus ejes de consolidación.

Por otra parte, la mundialización de la economía que se ha extendido a lo largo del planeta muestra naturalmente una fuerte componente espacial. Si bien la tecnología nos acerca de manera virtual los objetos y las ideas, no es menos cierto que la movilización de bienes y servicios para responder a los nuevos patrones de mundialización exige una movilidad sin precedentes de bienes, personas, recursos monetarios, ideas y demás. Cabe entonces preguntarse si son reales las estadísticas turísticas que recogen en su seno los verdaderos turistas, aquellas personas que se movilizan espacialmente con finalidad de ocio y recreo, con aquellas personas que lo hacen con motivos laborales pero que, por razones mismas de su viaje requieren de servicios como el transporte, el alojamiento o la alimentación y otras que son centrales para el turista. ¿Cómo distinguirlos? Como bien lo escribió José Antonio Donaire en

fechas recientes: “Medir el turismo a partir del número de visitantes es como hacer un diagnóstico médico con un termómetro” (Donaire, Facebook del 28 de agosto 2018). Pero estos son los días que dejan a la vista para que se difunda la imagen de un turismo próspero y creciente, mientras muchas otras ramas económicas están desestabilizadas. Habrá entonces que interrogarse sobre dónde empieza el turismo y dónde para el viaje de negocio.

No se trata solamente, como bien lo afirma David Crouch (1999), de pensar en ocio/turismo como un solo proceso, sino sobre una creciente indiferenciación de la movilidad laboral con movilidad de ocio; no en balde Zygmunt Bauman ha afirmado que el turista es la metáfora del hombre global. Se puede ejemplificar, por ejemplo, con el caso de empresarios, ejecutivos o mismo técnicos especializados que viven entre varios sitios, por ejemplo Londres y Nueva York, donde ocupan viviendas de tiempo parcial, compradas o rentadas por su empresa en vez de alojarse en hotel.

Trataremos entonces de situar los retos del turismo residencial en el momento actual y cómo los visualizamos para los próximos años. Nadie tiene poder de adivinación para atreverse a afirmaciones tajantes, por lo que habrá que tomar estas afirmaciones como hipótesis de trabajo. Sobre la certeza de las predicciones, vale la pena recordar a Francis Fukuyama que predecía el fin de la historia en un sonado artículo de 1989 y un libro posterior de 1992. Ahora bien, resulta que el señor toma sus distancias con lo que pensaba y reconoce que las reivindicaciones identitarias y/o nacionalistas que emergen en varias partes del mundo, ponen en entredicho la posibilidad de pensar en un mundo unificado por el liberalismo que sería la variable central de un “mundo feliz”, (Newyorker, 27 de agosto 2018).

En un primer punto, se presentarán unas reflexiones sobre la relación entre turismo residencial y nuevos procesos de movilidad, entre los cuales las migraciones. Enseguida, se pasará a algunas reflexiones sobre los retos más significativos de la tendencia al crecimiento del mismo turismo, para finalmente, volver a las reflexiones iniciales y a discutir el sentido del turismo actual.

## 1. NUEVOS PROCESOS MIGRATORIOS, NUEVAS MOVILIDADES Y TURISMO RESIDENCIAL

Ciertamente lo más dramático que se ha vivido en los últimos años, es la aceleración de las migraciones internacionales. La vertiente política de las mismas se ha exacerbado a raíz de la lucha entre el Occidente y el islamismo radical, la que empezó en Afganistán y parece que no terminará en Siria. El control de las fuentes de energía está sin duda atrás de esa lucha pero a la vez un radicalismo creciente no solo de algunos países islámicos, sino también de sectores crecientes de las sociedades occidentales. Esta radicalización del pensamiento mundial, en todas sus variantes, impone nuevas manifestaciones de

racismo y un reforzamiento, sin precedentes desde la segunda guerra mundial, de una extrema derecha vociferante, físicamente agresiva y culturalmente negativa hacia todo lo que no pertenece a la construcción occidental del mundo, según sus propios criterios.

La vertiente económica que siempre ha estado importante se ha acrecentado ahora en el caso de la migración subsahariana hacia el sur de Europa con las consecuencias humanitarias que se conocen. Más exacerbada que por el pasado, marca la derrota de las políticas asistencialistas hacia África y exhibe el neocolonialismo disfrazado de desarrollismo que acompaña los grandes proyectos económicos emprendidos en esos países como la actividad minera, la extracción petrolera, entre otras.

Frente a esas dos grandes formas de movilizaciones de personas, en muchas ocasiones entrelazadas en sus motivaciones, lo que se conoce como turismo residencial y las migraciones por calidad de vida (*lifestyle migrations*) pudiera parecer irrelevante sino fútil. Sin embargo, son una de las facetas de una renovación de las movilidades que afecta al mundo entero como lo señalan Dehoorne y Tremblay (2017: 10-12).

Probablemente lo más relevante de las investigaciones de los últimos quince años, es haber podido ampliar el espectro del estudio de las migraciones hacia otro dominio, mucho más complejo, que remite a la movilidad, entre otros aspectos, gracias a los trabajos de John Urry y sus seguidores (entre otros Urry, 2007)<sup>2</sup>. Se han introducido así planteamientos que parecen interesantes desde la perspectiva del presente trabajo, como “las espacializaciones móviles” (Sheller y Urry, 2016).

Si se regresa al origen del turismo de masas, dos cosas se hacen evidentes: en primer lugar que el viaje turístico en esos tiempos era algo excepcional, realizándose una o dos veces al año. Este desplazamiento era considerado como un evento familiar y social que marcaba y se inscribía como un referente en el resto del año y en los posteriores hasta el subsecuente desplazamiento.

Sin embargo, la excepcionalidad de la ubicación tiempo-espacio (efímera, diferente...) no implicaba cambios demasiado radicales en la vida cotidiana ni en su desempeño mismo. Para muchos turistas, se repetía cierta forma de cotidianidad durante las vacaciones, particularmente en el caso de aquellos que se alojaban en camping, en casas o pisos turísticos. Muchos eventos rutinarios de la cotidianidad de la época del trabajo se reproducían en el habitar turístico. Por ejemplo, la división por género de roles que prevalecía en la vida

---

2 Acorde con el señalamiento de un incremento de las movilidades personales voluntarias, vale señalar la existencia de migrantes de calidad de vida que Eve Bantman-Masum califica de “hipermóviles” por sus experiencias repetidas de movilidad-desplazamientos (Bantman-masum, 2015); la autora considera que, en esos casos, sería más correcto hablar de “transmigrantes”.



cotidiana en la residencia principal, se reproducía en la organización del día de vacaciones, aunque no totalmente.

En segundo lugar, la repetición del mismo modelo año tras año, vacaciones tras vacaciones, hizo pensar a los empresarios que debían buscar la fidelización del cliente para garantizar que su negocio pudiera volverse perenne<sup>3</sup>. Es evidente que el carácter excepcional del evento y la repetitividad de los comportamientos no son ya de actualidad: la multiplicidad de los viajes se ha acompañado de una demanda creciente de novedad y de exotismo. Desde la renovación física constante de los hoteles, la innovación en las cartas de los restaurantes, la propuesta de nuevas actividades y la invención de atractivos turísticos, han sido mecanismos aplicados de manera permanente para captar un turismo cada vez más volátil. El turismo en la actualidad se adscribe a un consumismo que exige a la vez novedades permanentes o reescritura de la oferta actual para satisfacer el cliente.

Frente a esas tendencias, lo que se ha llamado turismo residencial se ha constituido como un forma de turismo muy particular (véase Mazón y Aledo, 2005; Mazón, Huete y Mantecón, 2011 y 2015). Puede definirse el turismo residencial como una serie de modalidades turísticas de espacialización que implican el uso de una vivienda propia o rentada, integrada o no a una oferta empresarial, y que se ocupa sea en los días no laborables (fines de semana, puentes, etc.) y/o por periodos generalmente mayores que pueden inclusive rebasar varios meses. En un trabajo reciente, Alejandro Mantecón muestra la complejidad de enfoques asociados con el uso del término y, a la vez, la instrumentalización de su uso por las empresas inmobiliarias. Señala el carácter casi “hipnótico” de la expresión, retomando una feliz fórmula de Herbert Marcuse, la que reduce la interpretación del proceso señalado a unas componentes pragmáticas que eluden cualquier posibilidad de crítica (Mantecón, 2017). De manera similar, Benson y Osbaldiston señalan que el concepto de migración por calidad de vida (*lifestyle migration*) ha sido adoptado con una escasa discusión conceptual, y se ha propagado como un concepto oportuno en un momento dado para calificar procesos distintos entre sí sin mayor discusión (Benson y Osbaldiston, 2014: 409).

Más allá de una tipología como la que establecieron Raquel Huete y Alejandro Mantecón (2010) o de la discusión sobre el concepto, quizás lo principal para el propósito del presente trabajo es anotar que se trata del uso de un lugar fijo en el cual se puede repetir una estancia de duración variable. La segunda residencia es así, en un mundo de movilidades, un punto, un espacio fijo, o un “punto de rotación” como lo define Georg Simmel en su *Sociología*.

3 Véase por ejemplo el ensayo de Arthur Haulot al respecto que refleja bien las inquietudes correspondientes a ese tema y que reflejan la época de la explosión del turismo masivo (Haulot, 1991).

Por su parte, las llamadas “migraciones por calidad de vida” corresponden a una migración aparentemente voluntaria, duradera aunque pueda ser interrumpida por eventos específicos, de personas que buscan una mejor calidad de vida aunque no constituye una necesidad para la supervivencia como en el caso de las migraciones por razones económicas y políticas. Sin embargo, resulta necesario contrastar en un estudio comparativo, las migraciones por motivos laborales con aquellas que resulten de una potencial libertad de la persona en busca de determinadas condiciones de vida.

En ambos casos, –el turismo residencial o la migración por calidad de vida– el lugar se vuelve entonces un referente estable, en el cual se puede llegar a escribir una historia familiar, por ejemplo a través de la cría de los hijos o volver a escribir una trayectoria personal, lo que han señalado los mismos residentes foráneos. Esto es particularmente cierto en el caso de las casas de campo, segundas residencias usadas mayoritariamente en los fines de semana, donde se ha podido verificar que los residentes desarrollan una suerte de imaginario de vida familiar que las contingencias de la vida laboral entre semana no les permite desarrollar (Hiernaux 2010).

También para quienes compran una residencia distante, la segunda residencia se vuelve el lugar de anclaje de su imaginario de calidad vivencial o de “buena vida” como se lo suele conocer actualmente. La esperanza de alcanzar, aunque sea temporalmente, una vida mejor se condensa o cristaliza en ese espacio distante, espacio de sueño y, en cierta forma, utópico e inalcanzable durante una parte del año. Como lo señalan Akerlund y Sandberg, las personas que se desplazan de esta manera construyen un imaginario del lugares asociados con su pertenencia y sentido del lugar así como con sus compromisos hacia el mismo (Akerlund y Sandberg, 2014).

La posibilidad de dejar atrás la residencia anterior y de movilizar la persona o el grupo familiar hacia el espacio visto como distante, implica la reconstrucción mental del mismo como espacio real, fuera de la proyección imaginaria que se había construido anteriormente del mismo. Las contingencias de la vida local implican así la transformación del espacio imaginario en un nuevo espacio cotidiano, que preserva ciertas características del sueño elaborado en torno al mismo y las asocia a otras que derivan de la realidad del espacio de elección. A ese respecto, se puede mencionar cuestiones críticas como la movilidad diaria, el aislamiento de las personas, las dificultades para realizar las compras por falta de estructuras adecuadas in situ, etc.

En ocasiones, esas limitaciones observables en el espacio real pueden provocar que el candidato a inmigrante definitivo aplase temporal o definitivamente su inserción permanente en el nuevo espacio residencial y mantenga una relación más fuerte que prevista con su lugar de origen. En unas entrevistas realizadas recientemente con población estadounidense en Querétaro, Méxi-

co, se ha podido observar cómo influye por ejemplo la falta de relaciones con los descendientes (hijos y nietos) en el caso de personas extranjeras mayores y solas emigradas a Querétaro, incidiendo en el regreso por largas temporadas de los residentes a su lugar de origen. En sentido inverso, la existencia de redes sociales de “expats” como ellos mismos se presentan, puede ser un paliativo parcial a cierto grado de soledad<sup>4</sup>.

Martina Low, en su obra *La sociología del espacio*, publicada en alemán en 2012 y traducida al francés en 2015, remite a un concepto de socialización ‘insularizada’ (Low, 2015: 257) con relación a la primera infancia de los niños, que bien se pudiera aplicar al mundo del turismo residencial. En efecto, el residente de ocio que sea ya inmigrante o visitante de temporadas largas, encuentra en su ubicación en conjuntos habitacionales nuevos, una isla donde ejerce una socialización parcial que entrelaza nuevas prácticas asociadas con la población local con la cual entra en contacto, con otra más tradicional que integra estrategias y tácticas de la vida cotidiana que suele trasladar desde sus lugares de origen. Por ende, la isla residencial se torna en una suerte de espacio de negociación permanente que generará probablemente y a la larga, nuevos patrones o modelos de cotidianidad.

Es evidente que esos procesos mencionados antes no son exclusivos del caso español ni siquiera del europeo. La creciente migración residencial de estadounidenses y canadienses a México muestra similitudes con el caso español. No hay que olvidar o menospreciar que una variable central que la estimula es la búsqueda de nuevos mercados para la actividad inmobiliaria y la existencia de fondos importantes que buscan valorizar grandes grupos económicos con fuertes ganancias y reservas financieras como las aseguradoras o los fondos de pensiones que buscan ávidamente nuevos espacios de acumulación rápida.

A ello falta agregar que en época de crisis económica, de carencia de certezas políticas y de consumismo acelerado, una parte de la población prefiere movilizarse a otros lugares impulsados por la creencia que pueden mejorar su situación a largo plazo. La crisis del sistema de pensiones es uno de esos estimulantes a la movilidad; también el racismo en aumento, la declinante calidad de vida en las grandes ciudades, entre otros factores que contribuyen a lo mismo. Lo anterior pone en evidencia que no es válida una explicación de las migraciones por calidad de vida de manera exclusiva en la decisión individual ya que las estructuras muestran gran capacidad de conducir el comportamiento (al respecto ver la interesante discusión del tema en Benson y Olsbaldiston, 2016).

---

4 En el reporte del Dr. Llopis se observa que la “demanda” de vivienda por turistas que optan por quedarse es de 75,000 personas que conforman 45,000 hogares, lo que implica aproximadamente 1,6 personas por hogar, cifra particularmente baja.

Un tema que habrá de considerar con más atención es el de la hibridación de identidades resultante de semejantes procesos<sup>5</sup>: como ya se señaló, la construcción de la cotidianidad de los turistas residenciales y más fuertemente de los migrantes por calidad de vida, está marcada por la confrontación de las prácticas cotidianas que vehicula el turista o el migrante con aquellas que son de uso común en el entorno de recepción. No hay duda que en algunos casos pueda existir una cerrazón del turista/migrante a realizar algún cambio: desde el uso del idioma local, las costumbres alimenticias, de vestimenta, de ocio o inclusive lo más elemental del encuentro frente a frente entre personas (la forma de saludar por ejemplo) el residente tradicional puede tener que enfrentarse a un turista/migrante que no acepta sus costumbres o formas de convivencia. En la mayoría de los casos no es así sino que se puede observar una adaptación resultado de una negociación permanente entre residentes y foráneos. De hecho un buen porcentaje de los últimos está dispuesto a modelar sus comportamientos

A la vez, el residente negocia su identidad con el turista/migrante. Desde el aprendizaje de unas palabras en el idioma del otro, la adecuación a las solicitudes de productos en el comercio, en síntesis en diversas situaciones concretas donde se establece la relación como por ejemplo en el trabajo doméstico, el recurso a trabajadores de la construcción y los servicios, en el comercio, la administración pública, etc. En cierta manera, esa relación de aprendizaje bidireccional edifica paso a paso un nuevo modelo híbrido que se alimenta de ambas partes aunque de manera desigual. Esta hibridación cultural tiene, como todo, su filo doble. Por una parte, una mejoría en el conocimiento mutuo, garantía de buena convivencia y paz, por la otra, la posibilidad de la no aceptación del contacto o el sentimiento de imposición que puede ser resentido por algunos sectores de la sociedad receptora. Se regresará a este tema posteriormente.

## 2. RETOS Y LIMITACIONES DEL TURISMO RESIDENCIAL

Hasta ahora se puede afirmar que el turismo residencial y las migraciones por calidad de vida son procesos susceptibles de aportar beneficios a las comunidades receptoras. Es el sentido del reporte realizado por El Observatorio del Turismo Residencial en la Costa Blanca, emitido en 2017 (Llopis, 2017). No hay duda que las mediciones económicas aportan una luz positiva sobre lo que está ocurriendo en el espacio regional mencionado, y que tales resultados pueden extenderse a otros espacios distantes. Desde América Latina, los ejemplos de México y Costa Rica son claros al respecto: un crecimiento local

---

5 Las afirmaciones a continuación provienen de observaciones cualitativas realizadas en diversos destinos de México donde se concentran las migraciones por calidad de vida.

en espacios sin muchas posibilidades de insertar en otro tipo de economía (la ribera del Lago Chalapa, Jalisco, o San Miguel de Allende en Guanajuato, ambos en México) o algunos espacios impulsados por el Programa de Pueblos Mágicos como Álamos en Sonora, son testigos de ello; los indicadores de empleo, de inversión, particularmente en el ámbito inmobiliario, de modernización de infraestructuras son unos factores puestos en evidencia para apuntalar una imagen positiva de la actividad del turismo residencial y su corolario, la migración por calidad de vida.

El objeto de esta parte del ensayo es reflexionar sobre lo que se puede llamar las debilidades e inclusive las amenazas que enfrentan los procesos de turismo residencial y la migración por calidad de vida.

En primer lugar, habrá que recordar que a la posibilidad de realizar semejante desplazamiento de residencia, sea temporal o definitiva, solo pueden aplicar personas que han podido realizar un ahorro bancario o inmobiliario, es decir no a personas jóvenes, sino en una fase avanzada de su vida activa y también, en buena medida, en su etapa madura. Sin duda es lo que reflejan las estadísticas del turismo residencial. Varios trabajos de investigación muestran, además, la predominancia de los grupos “blancos”, de clase media y con condiciones económicas favorables como sujetos migrantes.

La perennidad de este modelo no es evidente: por una parte los actuales fondos de pensiones son canibalizados por el capital financiero y pueden llegar a extinguirse o a imponer una reducción de las derramas, en claro una reducción de las pensiones o su desaparición. No cabe duda que las poblaciones occidentales envejecen pero pierden capacidad de inversión y de disfrute de la jubilación, cada vez más retrasada.

Además de una reducción de los recursos para realizar este traslado residencial temporal o definitivo, otro tema central es el cambio de imaginarios de las generaciones más jóvenes con relación a la estabilidad/movilidad. Los más jóvenes no parecen seguir las huellas de sus mayores. Adictos a la movilidad, al hiperconsumo con variedad, no parecería a primera vista que sean los sucesores de aquellos que han instaurado el turismo residencial como modelo. De por sí, la experiencia mexicana muestra que la transmisión de las casas de campo a la generación siguiente no es un proceso fácil. Muchos factores entran en juego como las mudanzas a otra parte del país, y sobre todo el desinterés por anclarse en una casa o departamento que implica una inmovilización de recursos sobre el largo plazo.

Por otra parte, parecería que los imaginarios han cambiado y el tema de la casa de campo cercana o la segunda residencia distante (en playa por ejemplo) no entra en juego frente al interés por viajar lejos, hacia espacios exóticos o ligados a ciertos estilos de vida que la segunda residencia no cumple. Vale recordar que los llamados *millenials* por sí solo representan 30 por ciento del

mercado turístico. La forma de ofrecer el producto turístico, la disponibilidad del acceso en línea al mismo para reservar, el aseguramiento de la calidad o la disposición de otras actividades se modela a su demanda más que a las de otros grupos etarios que parecerían aun conservar formas de relacionar al producto turístico de manera más tradicional (por agencias de viaje por ejemplo).

La pregunta es entonces ¿está asegurada la continuidad del crecimiento del mercado de viviendas turísticas en la Costa Blanca o por doquier? Más aun, ¿existirá en el futuro una demanda suficiente de las viviendas turísticas actuales para garantizar que no se queden desocupadas?

Otro tema que parece crucial es la participación de las instancias locales en la dotación de las infraestructuras, así como su operación y mantenimiento requeridos en los conjuntos turísticos residencias o para migrantes de calidad de vida. Como bien se sabe, se puede observar una reconcentración de recursos sobre las administraciones centrales para cofinanciar con el capital privado las infraestructuras mayores requeridas para competir a nivel internacional: aeropuertos, autopistas, puertos, grandes operaciones culturales, infraestructuras en ciudades en competencia mundial, etc. Las dotaciones a las administraciones locales caen a pique en muchos países dejando de lado las necesidades de aquellos sectores no prioritarios como la salud de las mayorías, las universidades públicas, entre otros.

La segunda pregunta es ¿de dónde saldrán en el futuro los recursos imprescindibles para mantener el nivel de calidad de las infraestructuras de las comunidades locales y, además, dotar de los equipamientos que requiere la expansión de la residencia turística, tema que no parece ser prioritario a escala nacional?

Los cambios políticos no parecen favorables a la hibridación cultural. No cabe la menor duda que el rechazo al “otro” es esencialmente dirigido al inmigrante pobre, aquel “que roba el trabajo del local y viola sus mujeres” como lo vociferan las masas de extrema derecha que ya controlan varios espacios regionales y nacionales en la Unión Europea. Sin embargo, empiezan a darse manifestaciones de *turismofobia* en algunos países donde el foráneo, el “otro” comienza a ser rechazado en bloque, independientemente de su capacidad económica y su voluntad o no de quedarse en el país. En este contexto, haber asociado la llegada de extranjeros al turismo residencial pudiera hacerlos presa de esas manifestaciones adversas.

La tercera pregunta es entonces ¿serán siempre bienvenidos los turistas residenciales o los inmigrantes de calidad de vida?

Finalmente, se insinúa la pregunta de saber si los residentes permanentes de esos lugares / destinos estarán dispuestos a esta convivencia en medio de penurias de recursos: los sistemas de salud, de por sí, saturados e insatisfactorios, deben responder a la demanda de propios y extraños. Las dotaciones

de agua son insuficientes y los sistemas de transporte no ofrecen un servicio adecuado para las poblaciones locales.

Además, la oferta de vivienda parece destinarse más a los foráneos que a los locales, particularmente cuando por añadidura, se asiste a una transformación de la vivienda para residente en vivienda turística, por gracia y milagro de la “AirBnBzación” que canibaliza las ciudades como lo demuestra Ian Brossat (2018). Vale recordar que la penuria de viviendas, en esos casos, no es por falta absoluta de vivienda sino por unas distorsiones del mercado inmobiliario provocadas por la irrupción de un uso preferencial (turístico) que crea rentas diferenciales muy superiores a las que puede pagar un residente tradicional; ese proceso ha sido promovido por los empresarios inmobiliarios que se han apropiado de la expresión “turismo residencial” para justificar su persistencia en producir viviendas después de la burbuja inmobiliaria (en el caso español pero parece que se empieza a observar procesos similares en México y otros países latinoamericanos).

¿Qué respuestas políticas pueden esperarse a mediano y largo plazo sobre esos temas?

### 3. REPENSAR EL TURISMO DESDE LA RESIDENCIA

Algunos autores se han propuesto descriptar el turismo de manera radical, como Jean-Paul Loubes en su *Turismo, arma de destrucción masiva* (2015) o el ya citado Ian Brossat en *AirBnB la ciudad uberizada* (2018). Sus análisis son demoledores para el turismo masivo pero suelen carecer de matices regionales y no se ajustan siempre a modalidades de turismo tan heterógenas como las que se conocen en la actualidad. A las críticas que pronuncian, habrá que agregar e insistir en el tema de la afectación al medio ambiente, como en el caso de los cruceros que provocan una contaminación atmosférica impresionante en sus puertos de escala, sin contar con las descargas en alta mar de sus desechos o la limpieza de sus tanques de combustibles. Sin embargo, parece extrema la posición sostenida por ambos autores y quienes asumen la posición de que el turismo en sí es una calamidad, promoviendo una turismofobia que no tiene nada de positivo.

Repensar el turismo a partir del proceso residencial implica por lo menos diversos abordajes: por lo visto el que parece esencial es la revisión de conceptos surgidos en un momento dado (como la gentrificación en otro contexto) y que se adoptaron sin mayor discusión, pero que no dejan de modelar nuestra forma de analizar procesos que quizás ya tenían sentido y validez desde antes. Así se debería hacer para los temas analizados en este trabajo, como “turismo residencial” y “migración por amenidades”. Partir de las experiencias de campo parece ser el enfoque más pertinente para evitar generalizaciones abusivas



que extienden el uso de esos “conceptos-máscaras” en cualquier contexto geográfico, económico y social.

Es evidente que el concepto de turismo residencial pretende incluir los comportamientos de personas que no se sienten turistas, como es el caso las personas que adoptan la multiresidencia en su estilo de vida (para fines de semanas y en ocasión de vacaciones cortas por ejemplo).

En segundo lugar, como ya se señaló, es importante realizar un análisis conjunto de las migraciones laborales y de aquellas guiadas por el ocio. Cuales son sus similitudes y divergencias, por ejemplo reflexionando sobre el hecho de la mencionada migración por calidad de vida de las personas jubiladas está íntimamente ligada a la manera como se desarrolló su proceso de trabajo y las condiciones que las estructuras del mundo laboral definieron para su vida post-trabajo. Lo anterior es solo una advertencia en cuanto a la relación estructura-agencia presente en el turismo: si bien se puede tener la impresión de que el individuo ha ganado poder, lo que es en parte cierto, no cabe duda que las estructuras siguen pesando de manera poco útil aunque enmascaradas sobre las decisiones “personales”, en particular porque la imaginaria turística promovida por las empresas es particularmente hábil para enmascarar sus intenciones y dejar crear al consumidor que es quien toma la decisión (Hiernaux, 2015).

También la fuerte expansión del modelo Airbnb y sus numerosas derivaciones afecta la migración por amenidades o calidad de vida como se quiera llamar, a partir del momento en que la puede inducir por la posible ganancia que surge de la puesta en alquiler de la vivienda principal en ese modelo y de la migración como solución alterna para la residencia del dueño.

Desde perspectivas menos conceptuales o académicas, es evidente que los fenómenos conocidos como turismo residencial, requieren de intervenciones directas para orientar un crecimiento desbocado, deficiencias locales y complejos entramados culturales entre locales y foráneos. Desde intervenciones públicas de microurbanismo para “humanizar” hasta donde sea posible las urbanizaciones desalmadas que han pululado por doquier, generar políticas que propicien la ocupación constante de las viviendas, la integración cultural de los residentes temporales y residentes / migrantes y, sobretodo, poner un freno a un crecimiento que afecta el ambiente y deteriora el paisaje geográfico pero a la vez el social.

## BIBLIOGRAFÍA

- AKERLUND, Ulrika y Linda SANDBERG, 2014. Stories of lifestyle mobility: representing self and place in the search for the ‘good life’, *Social and Cultural Geography*, 16-3, pp. 351-370.



- BANTMAN-MASUM, Eve, 2015. Lifestyle transmigrations: Understanding an hypermobile minority in Mérida, Mexico. *Journal of Latin American Geography*, 14-1, pp. 101-117.
- BENSON, Michaela y Nick OSBALDISTON, 2016. Towards a critical sociology of lifestyle migrations: Reconceptualizing migration and the search for a better way of life. En *The Sociological Review*, 64, pp. 407-423.
- BROSSAT, Ian, 2018. *Airbnb, la ville ubérisée*. Paris: éditions la ville brûle.
- CROUCH, David, editor, 1999. *Leisure / Tourism Geographies: practices and geographical knowledge*. Londres: Routledge.
- HAN, Byun-Chul, 2014. En *el enjambre*. Barcelona: Herder Ediciones.
- HAULOT, Arthur, 1991. *Turismo social*. México: Trillas.
- HIERNAUX, Daniel, 2015. Fantasías, sueños e imaginarios del turismo contemporáneo. En Daniel Hiernaux, editor. *Turismo, Sociedad y Territorio: una lectura crítica. Libro en homenaje a Manuel Rodríguez Woog*. Querétaro, México: Universidad Autónoma de Querétaro, pp. 65-94.
- HIERNAUX, Daniel, editor 2010. *Las segundas residencias en México: un balance*. México: Plaza y Valdés y Universidad del Caribe, México.
- HUETE, Raquel y Alejandro MANTECÓN, 2010. Los límites entre el turismo y la migración residencial. En *Papers*, 95 (3), pp. 781-810.
- HUETE, Raquel, 2009. *Turistas que llegan para quedarse: Una explicación sociológica sobre la movilidad residencial*, Alicante: publicaciones de la Universidad de Alicante.
- LLOPIS VAÑO, Francisco, 2017. *Impacto económico del turismo residencial de extranjeros en la provincia de Alicante*. Alicante: Observatorio del Turismo Residencial de la Costa Blanca.
- LOUBES, Jean-Paul, 2015. *Le tourisme arme de destruction massive*. Paris: éditions du Sextant.
- LÖW, Martina. 2015. *Sociologie de l'espace*, Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- MANTECÓN, Alejandro, 2017. El turismo residencial no existe. Revisión de un concepto y crítica de su función ideológica. En *Cuadernos de Turismo*, 40, pp. 405-422.
- MAZÓN, Tomás y Antonio ALEDO, editores, 2005. *Turismo residencial y cambio social: perspectivas teóricas y empíricas*, Alicante: Aguaclara.
- MAZÓN, Tomás; Raquel HUETE y Alejandro MANTECÓN, editores, 2011. *Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial*. Barcelona: Icaria.
- MAZÓN, Tomás; Raquel HUETE y Alejandro MANTECÓN, editores, 2015. *Construir una nueva vida: Los espacios del turismo y la migración residencial*. Santander: Milrazones.

- SHELLER, Mimi y John URRY 2017. Mobilizing the new mobilities paradigm.  
En *Applied Mobilities*, 1 (1), 10-25.
- TREMBLAY, Rémy et Olivier DEHORNE, editores 2018. *Entre tourisme et migrations*. Paris: L'Harmattan.
- URRY, John, 2007. *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.

# DE TURISTAS A RESIDENTES: LOS INMIGRANTES NO LABORALES EN LAS ISLAS BALEARES

*Pere A. Salvà Tomàs*  
Universitat de les Illes Balears<sup>1</sup>

*Summertime and the levin' is easy*<sup>2</sup>

## RESUMEN

La concepción del término de turismo residencial conduce a un debate que se establece entre una percepción de movilidad (turismo) y la acepción de un adjetivo (residencial) que sugiere permanencia. En el proceso de decisión de migrar y de elección de los destinos residenciales en las diferentes etapas del ciclo de vida tiene un importante papel la experiencia y satisfacción turística adquirida previamente por los turistas. Las Islas Baleares continúan siendo un destino preferido para los migrantes residenciales no laborales de origen extranjero, pero van cambiando sus pautas de comportamiento en relación a épocas anteriores. En el siglo XXI se detecta una tipología de migración residencial que va superando la vivienda única dando lugar a personas que se transforman en migrantes permanentes que alternan entre varias residencias lo que implica el surgimiento de fenómenos de tipo multiresidencial y/o multilocalidad. Todo ello repercute sobre los procesos de creación de resorts residenciales e inversiones inmobiliarias.

Palabras clave: Turismo y migración, Migración Internacional de Retiro, Movilidad Residencial, Calidad de vida, Turista migrante, Islas Baleares.

---

1 Email: [psalva@uib.es](mailto:psalva@uib.es)

2 Aria de la ópera americana *Porgy and Bess* compuesta por los hermanos George e Ira Gershwin. Versión interpretada por Ella Fitzgerald en 1968.

**ABSTRACT**

The conception of the term of residential tourism leads to a discussion between a perception of mobility (tourism) and the meaning of an adjective (residential) which suggests permanence. In the process of decision to migrate and choice of residential destinations in the different stages of the life cycle has an important role the tourist experience and satisfaction previously acquired by tourists. The Balearic Islands continue to be a preferred destination for residential migrants non-laboural from abroad, but are changing their patterns of behaviour in relation to former times. In the 21st century is detected a typology of residential migration which goes beyond single housing resulting in people who become permanent migrants who alternate between several residences which implies the emergence of phenomena multiresidential and/or multilocality. All of this has an impact on the processes of creation of residential resorts and real state investments.

Key words: Tourism and migration, Retirement International Migration, Residential Mobility, Tourist migrant, Balearic Islands

**1. INTRODUCCIÓN**

El término turismo residencial plantea una serie de problemas ligados a las definiciones tradicionales del turismo, definido por su característica de movilidad humana, mientras que el adjetivo residencial impone una percepción de instalación, permanencia continuada y establecimiento. Esta hipotética contradicción conlleva a problemáticas definitorias en relación a la presencia de la migración internacional de retirados de vocación residencial no laboral (MIR, IMR). Este hecho impone que en el siglo XXI deben revisarse conceptos y definiciones referidas a estos colectivos que en diversas ocasiones se han presentado bajo el interrogante de turistas de larga duración o migrantes de lujo. Ahora pretendemos simplemente denominarlos migrantes turistas o migrantes residenciales. Estos colectivos conforman un tipo de movilidad humana en el marco de la mundialización.

En este campo las Islas Baleares se han convertido desde los años 70 del siglo XX en un territorio con una alta atracción para una población europea de poder económico medio y alto que ha elegido el territorio balear como lugar de residencia permanente y/o parcial en la búsqueda de espacios residenciales y de ocio sin carácter laboral. Representan un perfil definido por desde jubilados hasta diferentes tipologías de rentistas.

## 2. EL DEBATE TURISTA RESIDENCIAL VS. MIGRANTE TURISTA/MIGRANTE RESIDENCIAL

El análisis de la población inmigrante extranjera de finalidad no laboral plantea una serie de problemas de definición. Sin querer ser exhaustivos en un debate que posiblemente implicaría analizar una literatura académica mucho más amplia creemos que un punto de partida del debate puede establecerse en la aportación de Alejandro Mantecón (Mantecón, 2017) en la que se establece un intento de revisión respecto a la existencia o no del concepto de turismo residencial. Este autor realiza un excelente trabajo de revisión y crítica de concepto de turismo residencial. Opina que esta expresión de turismo residencial alude a realidades contradictorias ya que el concepto turismo implica movilidad mientras que el adjetivo residencial sugiere permanencia. En muchos casos la apropiación del concepto aparece más ligada al factor inmobiliario, muy especialmente dirigido a la creación de resorts residenciales. Esta incidencia en el crecimiento de las residencias secundarias es clara en el mercado español (Barke, 2008). Aspecto que ya intuyó Fernando Vera (Vera, 2005) cuando afirma el papel del turismo en la oferta residencial destacando el desarrollo del mercado de la segunda residencia en el Mediterráneo.

De acuerdo con Raquel Huete y Alejandro Mantecón (Huete; Mantecón, 2010) el concepto de turismo residencial tendría que relacionarse más con un modelo de la práctica turística. Su principal característica aparece ligada a una estancia en alojamientos no dinámicos como hoteles y apartamentos turísticos. El turista del tercer milenio busca otras opciones eligiendo otras tipologías ligadas al alquiler de largo plazo o a propiedades privadas donde los turistas pueden ser o no propietarios de residencias secundarias.

En este ámbito otros autores han realizado estudios que muestran estas nuevas tendencias en la práctica turística. Domínguez, Rubiales y Bayona (Domínguez; Rubiales; Bayona, 2018) en su análisis comparativo de la inmigración de calidad de vida y “*partial exit*” (migrantes con la idea del retorno como son directivos o empresarios) entre Mérida (México) y Barcelona (España) destacan un conjunto de problemáticas ligadas a esta inmigración de movilidad no laboral, muy especialmente su posible incidencia en procesos de gentrificación. Su análisis es más amplio que el proceso de la inmigración internacional de retirados ya que también abarca los migrantes ligados al trabajo a distancia on line y aspectos relativos a una segregación residencial.

La contraposición del concepto de turismo residencial se inicia a partir de la característica por la que en la definición del turismo se supone que el turista cuando viaja deja su rutina cotidiana optando por una residencia secundaria. Ello implica que en su nueva estancia el turista inicia una nueva rutina complementaria a la precedente. En esta fase su rutina precedente de producción se transforma en una rutina de consumo.

Por otra parte, y más concretamente en el análisis de los estilos de vida y patrones de comportamiento de la migración internacional de retirados destaca la aportación de Joaquín Rodes García y Vicente Rodríguez Rodríguez (Rodes García; Rodríguez Rodríguez, 2018) en la que a partir de encuestas a migrantes de retiro de más de 55 años analizan aspectos de calidad de vida en la que destacan el papel de la vivienda de su país de origen como claro factor para explicar el estilo de vida de los migrantes y su integración. En su estudio destaca la evolución de estos migrantes en muchos hacia situaciones de pluriresidencialidad y/o multilocalidad, que implica vivir simultáneamente en varios lugares. Esta multilocalidad aparece asociada a perfiles sociodemográficos y estilos de vida que diferencian nacionalidades y/o capacidad económica. Esta situación da lugar a comportamientos de migración permanente. Estos migrantes turistas o migrantes residentes viajan a diferentes destinos aprovechando las condiciones favorables del clima u otros factores de satisfacción y calidad de cada momento.

De todas maneras, el migrante de opción residencial conforma un grupo muy heterogéneo constituido por personas que forman parte de un tipo de movilidad cuyo despegue es reciente y totalmente voluntario que debe relacionarse con las migraciones de recreación (lifestyle migration). Estos ciudadanos se desplazan de manera estacional con el fin de adquirir una nueva casa, formar una nueva red social y disfrutar de un nuevo modo de vida en una etapa no productiva de su vida. Contrariamente al turismo de sol y playa, el turismo residencial se basa primero y sobre todo en la búsqueda de una estimulación de un lugar de residencia que sirva de casa, ¿nos planteamos si esto es suficiente para definirlo como turismo?. Se siente como en casa en cualquier lugar pero busca territorios en los que coincidan otros migrantes relacionados con sus raíces originales.

David Bowen y Alexander F. Schouten (Bowen; Schouten, 2008) en su análisis sobre la satisfacción turística en el caso de los turistas migrantes en Mallorca son partidarios del concepto de “migrante turista” (Tourist Migrant), un migrante que se asocia con dos importantes factores ligados a la experiencia y la satisfacción turística para buscar y establecerse en un destino identificable. Para ellos los migrantes turísticos son migrantes cuya motivación principal se localiza y se adapta a la experiencia turística o a un conjunto de experiencias. La satisfacción turística incide en la creación de un cambio en el estilo de vida que provoca emigración en forma de movilidad turística.

Las migraciones contemporáneas registran una gran intensificación al mismo tiempo que experimentan una gran diversificación de la movilidad. Este hecho puede observarse claramente en el modelo evolutivo de las relaciones turismo-migración de Allan Williams y Michael Hall (Williams; Hall, 2002; Salvà, 2005) (ver figura 1). El comportamiento heterogéneo de las migraciones

ha sido estudiado en diversos ámbitos entre los que destacamos el caso de Andalucía (Nielsen, 2014) o en un ámbito más amplio y general (Williams, 2009) en el que se destaca el desarrollo término de la movilidad del post empleo detectados como servicios de apoyo (Post-employment mobility) que muestra como uno de los factores ligados a la intensificación y su incremento internacional de la movilidad de retiro. Asimismo, todo ello incide en un incremento de la movilidad VFR (Visiting Friends and relations mobility).

Muy interesante es la influencia en el proceso de la decisión de establecer la residencia en función de los atractivos climáticos basado en el significativo papel que puede representar el número de días de sol al año. A ello se refieren los investigadores Tina Ho y Andrew Noymer (Ho, Noymer, 2018) que parodiando la canción *Summertime* se preguntan si vivir todo el año al sol constituye el secreto de una vida más larga. De esta manera la decisión de fijar sus residencias en destinos soleados desde una mirada relativa a retrasar la muerte incide en distintos territorios como las Islas Baleares o Florida con el objetivo de vivir más tiempo.

Por todo ello nos permite establecer la importancia que tiene el desarrollo del turismo en el proceso de toma de decisiones para elegir un destino. Puede observarse una evolución secuencial en el proceso de decisión residencial del turista migrante (ver figura 2) (Salva, 2013) en su paso de turistas a residentes. En el proceso de decisión de la elección de un nuevo estilo de vida, el turista, considerado como una especie migratoria del siglo XXI, incide toda una secuencia que se inicia en su primera etapa con la experiencia turística. La búsqueda de nuevos elementos de satisfacción turística implica una decisión en alojamientos de tipo residencial transformándose en turistas migrantes en alojamientos no dinámicos ligados a la promoción inmobiliaria (burbuja inmobiliaria). El deseo de un cambio de estilo de vida en la práctica turística crea la necesidad de una movilidad turística que en nuestro caso se transforma en una inmigración residencial no laboral, en la búsqueda de ocio y placer, en la que influye una búsqueda de mejora material y de bienestar que incide en una mayor movilidad y una búsqueda de nuevos destinos.

### 3. LA INMIGRACIÓN DE EXTRANJEROS EN LAS ISLAS BALEARES: ¿MIGRANTES TURISTAS, TURISTAS DE PRÁCTICAS RESIDENCIALES O TURISTAS DE LARGA DURACIÓN?

El caso de las Islas Baleares es un claro ejemplo de regiones con un alto índice de atracción turística. Asimismo, existe una importante oferta de apartamentos residenciales de uso turístico no dinámico y/o viviendas unifamiliares que, junto a otros atractivos ligados a los niveles de calidad de vida, básicamente definidos por una climatología con un alto número de días de sol, una alta accesibilidad y elevado número de vuelos aéreos, así como atractivos de tipo paisajístico, entre

otros. Todo ello incide tanto en la demanda de ambientes interiores (especialmente ligados a la atracción de tipo folk, neorurales) como litorales, en los que existe un importante desarrollo de urbanizaciones residenciales cercanas a la costa. Es la respuesta de estrategias de producción residencial.

En 2017 se superaron en las Islas Baleares los 14 millones de turistas. Pero se detecta un cambio de comportamiento en la práctica turística respecto a épocas anteriores. Se registra un progresivo incremento de las modalidades turísticas que utilizan alojamientos no dinámicos y/o de alquiler turístico. Paralelamente al desarrollo de la demanda del turismo convencional, las Islas Baleares también se han convertido en un destino preferente para personas procedentes del Norte y Centro de Europa que plantean su retiro migrando de una forma más o menos permanente en el territorio balear. Conforman un conjunto de retirados y rentistas, que en un alto porcentaje han adquirido sus residencias, por lo que se consideran más como propietarios que como turistas. Corresponden a un segmento de residentes europeos que integran el grupo de la Migración Internacional de Retiro (MIR) (IRM-International Retirement Migration). Globalmente es un grupo de europeos de medio y/o alto poder adquisitivo, cuyo ideario en el proceso de decisión de migrar intervienen factores relativo a un imaginario sinónimo de calidad de vida en los que cuales también puede incidir otros aspectos relativos ligados al diferencial en los costes de vida.

Desde finales de los años 70 del pasado siglo XX, las Baleares experimentan una alta intensificación en la llegada de extranjeros residentes en las islas. En las primeras etapas esta modalidad estaba compuesta básicamente por una inmigración de tipo residencial no laboral, que definimos como modelo migratorio de *Nueva Florida*. Este modelo residencial estaba compuesto por residentes de edades maduras y viejas e integrado básicamente por retirados y/o rentistas cuya motivación básica era la búsqueda de espacios residenciales de ocio y descanso. Representaba un modelo residencial basado en el consumo y no en la producción.

Entre 1995 y 2010 las Islas Baleares experimentan cambios en los perfiles de los residentes extranjeros. Las Baleares se convierten en la tierra prometida para un elevado número de extranjeros que vienen de diferentes países y continentes, respondiendo a un importante efecto llamada. Simultáneamente se registra un resurgimiento de una nueva etapa migratoria desde otras comunidades autónomas españolas al que se agrega una creciente presencia de colectivos inmigratorios de origen extranjero. El modelo de *Nueva Florida* da paso a un nuevo modelo migratorio más complejo que denominamos *Nueva California*. Esta nueva situación migratoria implica la coexistencia de una inmigración extranjera residencial no laboral (Flujo Norte-Sur), una migración laboral cualificada (Flujo Norte-Sur) y nuevos tipos de flujos migratorios de



tipo económico laboral (Flujos Sur-Norte). Esta transformación en el modelo de Nueva California es consecuencia de la incidencia que sobre la movilidad humana tiene un territorio caracterizado, antes de la crisis que se inicia en el bienio 2008-2009, por un espacio de crecimiento económico y de incremento de la ocupación con un alto dinamismo de las inversiones. Estos factores incidentes en el consumo, los servicios complementarios y la construcción provocaron una alta demanda de ocupaciones cualificadas tanto técnicos como ejecutivos y de empresarios (*Servicing Mobility* según Williams, 2009) y al mismo tiempo conforman a las Islas como un territorio con un alto déficit de mano de obra para ocupaciones menos cualificadas. Se implanta de esta manera un modelo basado en la producción. Estas circunstancias implican un incremento de la llegada de extranjeros en el primer decenio del siglo XXI, que consolida la tendencia iniciada a medianos de los años noventa del siglo XX, que puede ser definida como la década del mito del paraíso.

A partir de 2010 el número de extranjeros empadronados se estabiliza y desde 2012 experimenta un importante descenso.

En esta comunicación hemos analizado la evolución entre 2009 y 2018 de la presencia de las diez nacionalidades europeas más representativas empadronadas en las Islas Baleares (Padrón continuo de Población. INE). Nueve de ellas proceden de países que integran la U.E. (alemanes, británicos, italianos, franceses, holandeses, belgas, suecos, austriacos y daneses) y la restante es de origen extracomunitario (suizos) (ver tabla 1).

Tabla 1. EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES NACIONALIDADES EUROPEAS EMPADRONADAS EN LAS ISLAS BALEARES (2009-2018)

Nacionalidad	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Alemanes	34972	36003	36681	36759	30049	23666	22285	20451	19209	18827
Británicos	23116	23561	23698	23804	21934	18454	17516	16134	14981	14726
Italianos	15715	16800	17589	18835	17458	16398	16452	16636	16877	18034
Franceses	8250	8610	8741	8976	7978	6859	6641	6358	6108	5998
Países Bajos	3102	3184	3313	3393	3109	2764	2723	2639	2618	2686
Belgas	1781	1816	1872	1913	1724	1463	1348	1298	1306	1273
Suecos	1850	1934	2016	2049	1690	1450	1452	1359	1348	1415
Suizos	1497	1583	1650	1709	1515	1295	1244	1199	1143	1158
Austriacos	1463	1505	1554	1585	1312	1164	11103	1018	975	1010
Daneses	739	763	776	788	687	571	561	525	480	447
TOTAL UE-28	122176	127063	130775	133819	118853	103264	99952	95785	92733	92378
TOTAL EUROPA	127556	132700	136721	139985	125002	109146	105916	102106	99185	99084
TOTAL EXTRANJEROS	237562	242256	242812	242570	224406	203112	192518	188896	186933	192412

Fuente: Padrones de Población. INE.

Figura 1. RELACIONES TURISMO-MIGRACIÓN: UN IDEALIZADO MODELO EVOLUTIVO DE AGREGADOS (WILLIAMS-HALL, 2003)

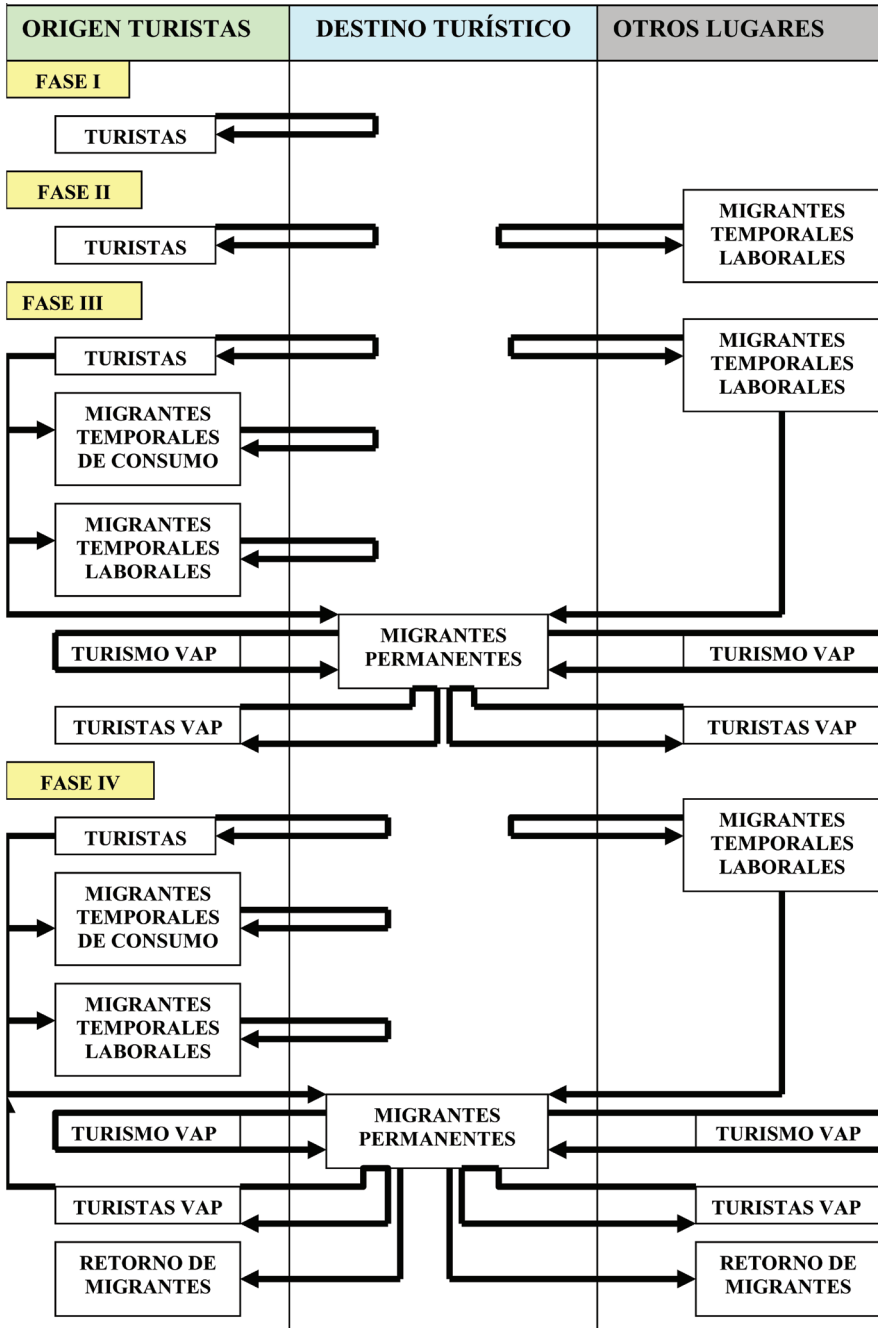


Figura 2. PAUTAS DE TOMA DE DECISIONES EN EL PROCESO RESIDENCIAL DEL TURISTA MIGRANTE

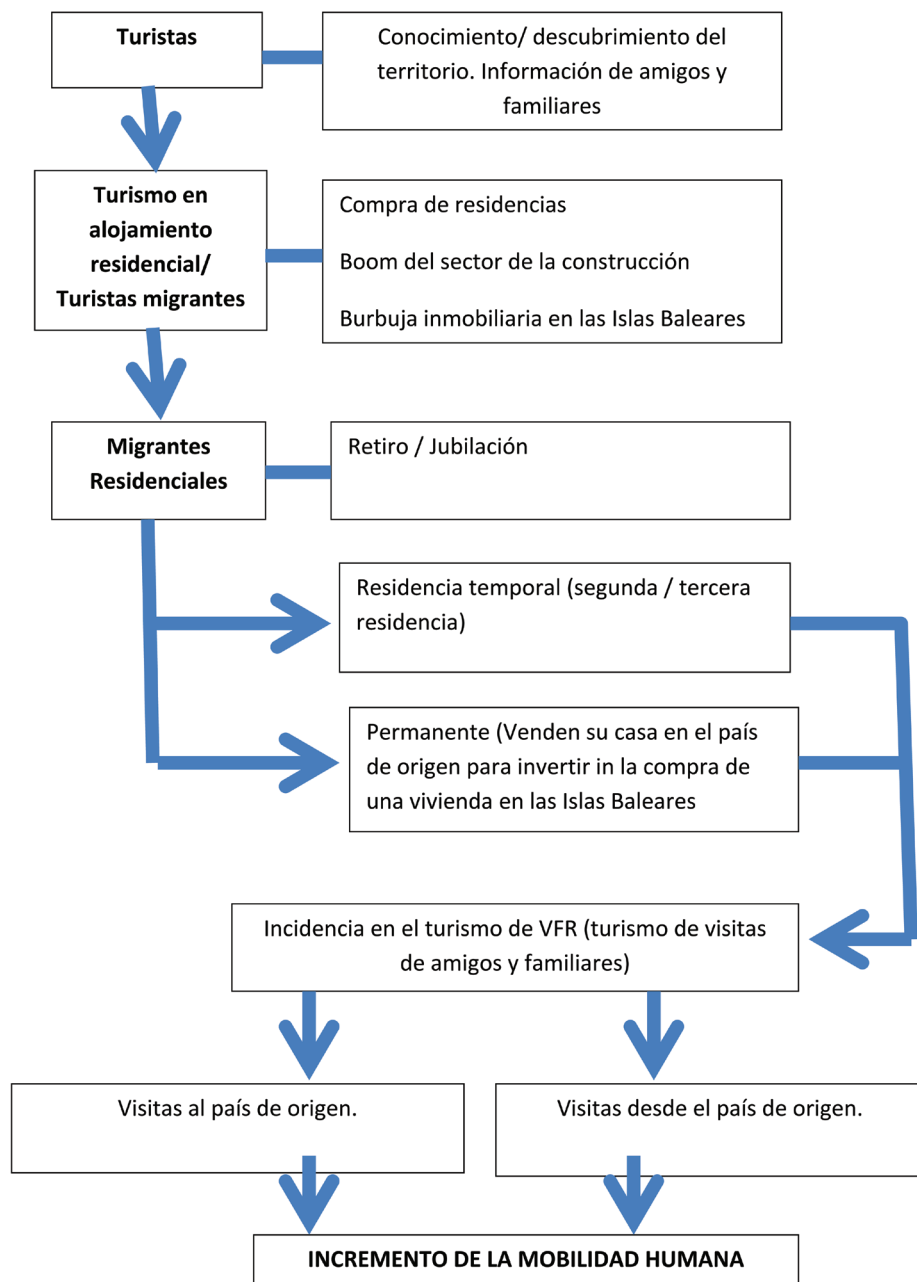
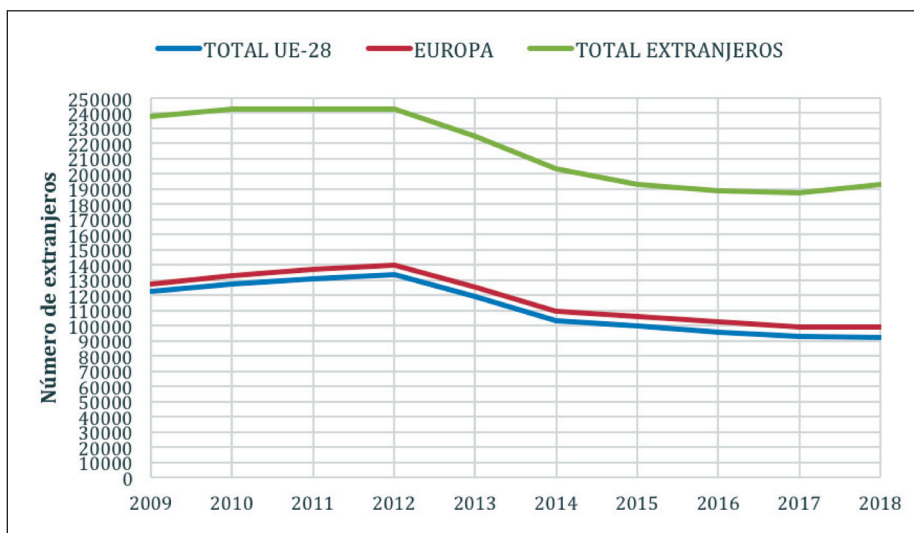


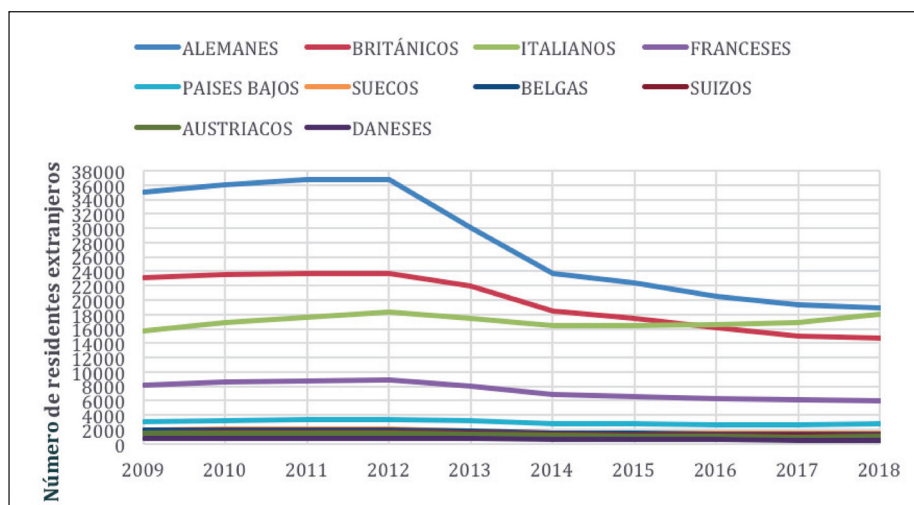
Figura 3. EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EXTRANJEROS EN LAS ISLAS BALEARES. 2009-2018



El número de extranjeros empadronados conforme a los datos provisionales del Padrón de Población de 1 de enero de 2018 era de 192.412 personas, lo que representaba una pérdida de unos 30.000 residentes extranjeros en relación a 2009. Hoy la presencia de personas de nacionalidad extranjera representa el 17,06 por ciento del total de la población balear (ver gráfico 1)

Curiosamente gran parte de la pérdida de residentes extranjeros corresponde a migrantes europeos de origen comunitario y extracomunitario, muchos de ellos de tipo residencial, sin una relación coherente con la crisis. Guarda una relación con la aplicación de la Ley 7/2012 de 29 de octubre por la cual los extranjeros residentes en España deben declarar todos sus bienes y derechos, no solo en el territorio español, sino en todo el mundo. Esta circunstancia anima a miles de extranjeros, generalmente pensionistas o rentistas ricos, a abandonar Baleares en la búsqueda de otros territorios con menos presión fiscal. Puede haber otros retornos ligados a aspectos geopolíticos como el hipotético impacto del *Brexit*, que implica una situación de cierta inseguridad especialmente en el caso de los jubilados británicos, hecho que puede provocar algunos retornos.

Figura 4. EVOLUCIÓN DE LOS RESIDENTES EXTRANJEROS.  
PRINCIPALES NACIONALIDADES EUROPEAS.  
ISLAS BALEARES. 2009-2018



En el proceso de decisión de establecer su residencia temporal o permanente en las Islas Baleares juegan un alto número de razones entre las que destacamos:

- La atracción del clima cálido y el elevado número de días de sol, razón que manifiesta como factor de toma de decisión del 80 por ciento de los encuestados.
- La atracción del estilo mediterráneo que se basa en el imaginario de un estilo de vida espacial y temporal equilibrado y tranquilo, aspecto que declara como influente en el 65 por ciento de las encuestas realizadas. En este ámbito inciden otros factores entre los que destacamos los tipos de vivienda, el tipo de complejos residenciales en áreas no turísticas y aspectos como la calidad relativa a la seguridad, servicios básicos e infraestructuras generales.
- Alta accesibilidad de las Islas Baleares ligada a la abundancia de disponibilidad de vuelos por su alta especialización turística, aspecto que declara un 15 por ciento como elemento significativo en la decisión de la elección de Baleares como lugar de residencia.
- La calidad del paisaje y los atractivos “naturales” del territorio balear que aparece como razón para migrar en el 30 por ciento de las respuestas.

Además de las anteriores razones en el proceso de decisión de los migrantes residenciales no laborales a las Islas Baleares tiene un papel muy importante la calidad de la experiencia y satisfacción turística cuyas pautas pueden seguirse a través de la figura 2. En el proceso de decisión para establecer su residencia temporal o permanente en las Islas Baleares juega un papel decisivo sus visitas anteriores como turistas. Un 80 por ciento de los encuestados habían visitado las Islas como turistas y entre ellos más del 60 por ciento en más de cinco ocasiones.

La adquisición de viviendas implica un desarrollo de la segunda residencia (*Retirement and seasonal migrants* según Williams-Hall, 2003) que posteriormente se transformarán conforme al estadio de su jubilación en su ciclo de vida en viviendas usadas por la MIR. Este hecho provoca un incremento de la movilidad humana desde sus países de origen y hacia las Islas Baleares a través de la movilidad de amigos y familiares (VFR).

Un 30 por ciento de los encuestados declara que reside en las Islas entre tres y seis meses, mientras que el 8 por ciento lo hace entre seis y 9 meses y el 64 por ciento declara vivir en Baleares más de nueve meses. Ello nos da una idea del nivel de consolidación permanente de este colectivo de residentes. Un 70 por ciento declara ser propietario de sus viviendas si bien existen diferencias entre los usuarios de una sola residencia y los migrantes pluriresidenciales. En el caso de los británicos domina el modelo uniresidencial ya que previamente vendieron su vivienda en el país de origen para invertir en la compra en las Islas Baleares. En el caso de los alemanes es significativo el nivel de residentes con varias residencias (fenómeno de multiresidencia) que implica una mayor movilidad en diferentes épocas del año. Muestran una cierta actitud “*antituristic*” al asimilar el turista al turismo de masas (Salvà, 2011).

#### 4. A MODO DE CONCLUSIÓN: DE TURISTAS MIGRANTES A RESIDENTES MIGRANTES Y MIGRANTES MULTIRESIDENCIALES

Las Islas Baleares continúan siendo un destino preferido por los inmigrantes residenciales no laborales, pero están cambiando las pautas de comportamiento respecto a épocas precedentes.

Globalmente se constata que los turistas que visitan las Baleares que no utilizan alojamientos dinámicos (hoteles y apartamentos turísticos) se incrementan, mientras que el número de extranjeros residentes empadronados (la legislación española obliga a inscribirse en el Padrón de Población toda persona que reside más de 180 días en el territorio español) ha decrecido en los últimos diez años. Se calcula que más de cuatro millones de turistas utilizan un tipo de alojamiento no dinámico superando los 50 millones de pernoctaciones.

Todo ello supone la existencia de colectivos de personas de motivación residencial no laboral que realizan largas estancias cuya duración temporal es inferior a los seis meses a los que se agrega otros residentes extranjeros permanentes cuya estancia supera los seis meses y por lo tanto tienen obligación de registrarse en el Padrón de Población. Tres cuartas partes de estos residentes empadronados constituyen los integrantes de la Migración Internacional de Retirados.

Este incremento de turistas migrantes representa una de las pautas más significativas en las tendencias y comportamientos en el siglo XXI en los cuales se va superando la fijación espacial en una sola residencia, siendo substituida por pautas ligadas a la multiresidencialidad y/o multilocalidad, lo que incide en nuevos procesos de urbanización e inversión inmobiliaria. Surge una especie de movilidad representada por personas en movimiento o en migración permanente.

Las Islas Baleares representan un claro ejemplo de la incidencia del turismo a través de la experiencia turística en el proceso de decisión de la elección de su territorio como destino residencial (ver fig. 2). La Migración Internacional de Retirados es consecuencia de la generación de los *baby boomers* que iniciaron sus primeras experiencias en el turismo de masas de los años 60 y 70 del siglo XX. Se convierten desde los años 80 en turistas de práctica residencial para transformarse en migrantes permanentes o temporales en la última etapa, eligiendo a las Islas Baleares como residencia secundaria o principal. Pasan de turistas migrantes a migrantes residenciales.

## REFERENCIAS

- BARKE, Michael (2008). "Secor Homes in the Spanish Housing Market: One Market or Two?". *Journal of Housing and the Built Environment* 23: 277-295 (DOI 10.1007/S 10901-008-9121-1)
- BOWEN, David (2008). "Tourist Satisfaction and Beyond: Tourist Migrants in Mallorca" *Int.J.Tourisms Res* 10, 141-153 Wilwy (DOI 10 1002/jtr 647)
- CASADO, M.A; CASADO, A.B.; CASADO, JM. (2014) Linking tourism retirement migration and social capital". *Tourism Geographies* 16(1) 124-140
- DOMÍNGUEZ, M.; RUBIALES-PÉREZ, M; BAYONA I CARRASCO, J. (2018). "Inmigración de "calidad de vida" y partial exit: Un estudio a partir de los caso de Mérida (México) y Barcelona(España)". *Rev.Colomb.Soc.* 41(1), 177-202 (doi 1015446/res.v41n1.61708)
- HO, Tina; NOYMER, Andrew (2018). "Summertime, and the livin' is easy ... and longer" Published on N-IUSSP.ORG February 26, 2018.
- HUETE, R.; MANTECÓN, A. (2010). "Los límites entre el turismo y la migración residencial.Una tipología". En *Papers. Revista de Sociología* vol. 95, nº 3 pp. 781-801.

- LEONTIDOU, L.; MARMARAS, E. (2001). "From tourist to migrants. Residential tourism and "littoralisation". In APOSTOLOPOULOS, LOUKISSAS and LENTIDOU (eds.). "Mediterranean tourism: Facets of socioeconomic development and cultural change" London, Routledge, pp 257-267.
- MANTECÓN, Alejandro (2008). "La experiencia del turismo. Un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial". Barcelona, Icaria, 298 pp.
- MANTECÓN, Alejandro (2017). "El turismo residencial no existe. Revisión de un concepto y crítica de su función ideológica". Cuadernos de Turismo nº 40, pp. 405-422- (DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.40.310041>)
- NIELSEN, Karina (2014). Approaches to "seniors" tourist behaviour" Tourism Review vol 69 (2) 111-121 (Doi: [dx.doi.org/10.1108/TR-05-2013-0021](http://dx.doi.org/10.1108/TR-05-2013-0021))
- RODES GARCÍA, Joaquín; RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Vicente (2018). Migrantes de retiro en España: Estilos de vida multilocales y patrones de integración Migraciones Internaciones vol 10 nº 1 193-220.
- RODRIGUEZ, V. (2001). Tourism as a recreating post for retirement migration Tourism Geographies 3(1) 52-83.
- SALVÀ TOMÀS, Pere A. (2005). "Procesos, pautas y tendencias del turismo residencial en las Islas Baleares ¿Inmigrantes de lujo o turistas de larga duración?. En MAZÓN, Tomàs y ALEDO, Antonio (eds.). "Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas". Alicante, Universidad de Alicante, pp. 281-301.
- SALVÀ TOMÀS, Pere A. (2011). "El Turismo Residencial ¿Una neva manifestación de nuevos turismos y nuevos comportamientos turísticos en el siglo XXI" En Cuadernos de Turismo nº 27, pp. 823-836.
- SALVÀ TOMÀS, Pere A. (2013). "Tourism and International Retirement Migration in Spain: Relationship between tourism, mobility and residential tourism". In IV EUGEO CONGRESS. Rome, Powepoint 30 pp.
- VERA REBOLLO, José Fernando (2005). "El auge de la función residencial en destinos turísticos del litoral mediterráneo: entre el crecimiento y la renovación. ICTR.
- WILLIAMS, Allan M. (2009). International Migration, uneven development and polarisation: An introduction" European Urban and Regional Studies 16(3) 3009-322.
- WILLIAMS, A.M.; HALL, M. (2002). "Tourism, migration, circulation and mobility: the contingences of time and place" In HALL, C.M.; WILLIAMS, A.M. (eds). Tourism and Migration. New Relationships between Production and consumption. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers, pp. 1-52.
- ZECHNER, Minna (Transnational habitus at the time retirement". *Identities: Global Studies in Culture and Power*; 2017, vol. 24. nº 5, pp. 573-589. Routledge (<https://doi.org/10.1080/1070289X.2017.1345543>)



## DE TURISTAS A RESIDENTES. LOS INMIGRANTES NO LABORABLES

*Ann Elisabeth Laksfoss Cardozo*  
Universidad de Stavanger. Noruega

Mi presentación hoy se basa en mi tesis doctoral titulada (en la traducción del noruego): “Más que sol y calor: Migrantes noruegos transnacionales en Alicante desde 1965 hasta 2014”, que defendí el 19 de marzo 2018 en la Universidad de Stavanger, Noruega. Este trabajo investiga cómo los migrantes noruegos en Alicante (1965-2014) han mantenido redes transnacionales en ambos países. Uno de los argumentos centrales de este estudio histórico, es que los procesos europeos de integración han facilitado la migración de retirados y trabajadores de Noruega a Alicante. A través del análisis de entrevistas y documentos de varios archivos, la tesis arguye que el fenómeno de migración principalmente consiste en exportar (*out-source*) una etapa de la vida, mayoritariamente por motivos económicos y de salud relacionados al clima más benévolo de Alicante. La migración está ligada al precio internacional del petróleo, que desde los años 1970s ha influenciado los salarios y el presupuesto de bienestar de Noruega. Como los salarios y las pensiones son más altas que el promedio de Alicante, los noruegos sienten que su calidad de vida en Alicante es mejor, entre otras cosas, porque su salud mejora y su capacidad de compra aumenta.

Palabras claves: Migración de retirados/salud, noruegos, Alicante, familia, economía.

Obviamente el buen clima de Alicante influye en la salud y la calidad de vida, en comparación con los inviernos duros de Noruega. El clima también puede interpretarse como algo simbólico refiriéndose a las relaciones sociales y una discriminación y tendencia de segregación a los retirados (*ageism*). Al mudarse a una zona donde viven muchos retirados del norte de Europa y de España se sienten rejuvenecidos y están a gusto entre gente similar a ellos por edad y economía.

La migración estacional depende en gran medida de la existencia del turismo en Alicante. Primero hubo turismo y luego migración –y por el otro lado el turismo se ha hecho dependiente de la migración para desestacionalizar la demanda turística. Según Hall y Williams (2002) las etapas de turismo y el desarrollo de la migración no es algo específico para el caso de Alicante, sino que es algo que ocurre en muchos destinos turísticos que por su naturaleza combina diferentes modos de comportamiento, sea producción, consumo o una combinación de ambos.

Un segundo argumento es que el contexto lingüístico en Alicante es muy complejo entre los habitantes y los migrantes. Aunque obviamente la comunicación a veces falla, el contexto lingüístico incluye casos en los que los noruegos (y otros extranjeros) aprenden español o valenciano (este último es más raro). Por otro lado, también hay casos en los que españoles aprenden noruego, porque este lenguaje ofrece oportunidades de empleo local. En todas partes el inglés funciona como *lingua franca*. Además, hay migrantes de países hispanohablantes que han vivido unos años en Noruega u otros países nórdicos, que luego deciden mudarse a Alicante para trabajar en la comunidad noruega que principalmente consiste de retirados.

No todos los migrantes noruegos a Alicante son retirados, una buena parte trabajan. Incluso hay retirados que trabajan. Y no todo el trabajo es remunerado. Los que trabajan a tiempo completo y van con ese propósito a Alicante son principalmente personal de salud o de servicios. No obstante, hay más variedad entre los migrantes noruegos en términos de profesión, recursos financieros (o ausencia de los mismos) y edad, de lo que se creía anteriormente.

La exportación de servicios de bienestar y la existencia de personal de salud de habla noruega en Alicante ha incrementado la movilidad de los noruegos en Alicante, y ha facilitado tanto la migración estacional como la más permanente. La liberalización global del espacio aéreo, de las telecomunicaciones, y la posibilidad de exportar capital han facilitado y democratizado la movilidad de los noruegos a Alicante.

Concluyendo, esta movilidad se ha convertido en un símbolo de capital financiero en términos Veblenianos (Torstein Veblen: sociólogo y economista noruego-americano creador de la expresión *conspicuous consumption* - un consumo ostentoso). Los noruegos que se mueven se han convertido en representantes de una clase “de tiempo libre”. En la tesis se explica cómo esta migración cambia en el transcurso de 50 años dividida en una cronología de tres etapas.

La gran mayoría de los noruegos que residen en España más de tres meses al año son retirados que sufren de alguna enfermedad crónica. Mis informantes hablaron de traumas de guerra (campos de concentración), traumas relacionados al trabajo en plataformas de petróleo, problemas de corazón,

artritis y reumatismo, alergias, cáncer y Parkinson entre otros. Además, hay personas con movilidad reducida por problemas de rodillas, caderas, y personas que usan sillas de rueda. Incluso hay personas que por depresiones (falta de luz/sol o soledad) prefieren residir parte o todo el año en Alicante. Casi todos mis informantes, incluso los que trabajan en las iglesias noruegas y los clubes nórdicos, mencionan el elemento de salud como algo fundamental. Los que tienen casa, apartamento o alquilan en Alicante son personas cuya vida realmente se mejora allí por la ausencia del frío, del viento, del hielo y de la oscuridad. Los que están muy sanos prefieren viajar a diferentes destinos.

Ahora exploro algunas preguntas que se relacionan con algunos mitos sobre los nórdicos en España. Después volveré al futuro de los mismos retirados o sea lo que hacen ellos una vez son más dependientes y necesitan ayuda.

¿Es verdad que los retirados noruegos prefieren jugar golf y tomar cócteles en Alicante, en lugar de ser buenos abuelos en contacto con sus nietos?

En la prensa noruega, igual que en la prensa inglesa, hay un tópico repetitivo sobre el noruego borracho en los bares alicantinos. Existen bares donde se encuentran noruegos, pero este no es mi tema de investigación. Entre mis informantes, los que mencionaron la problemática del alcohol fueron los policías, los trabajadores sociales y el director de la residencia de Casa Verde en Pilar de La Horadada. Este último relató que a veces aparecen mayores en muy mal estado después de unas estadias en Alicante y luego las aerolíneas no los dejan subirse al avión para volver a su país de origen. En esos casos algunos se quedan en la residencia una semana o dos para desembriagarse.

Los informantes retirados mencionaron que en muchos contextos sociales es costumbre tomar vino, pero que los que abusan del alcohol no aguantan mucho tiempo en Alicante. O dejan el alcohol, o se mueren, o se devuelven a Noruega. Muchos se sienten muy molestos con esa etiqueta de “borracho” que la prensa noruega les ha designado. Los que escriben sobre noruegos en Alicante a menudo van allá en verano y se mezclan los grupos de turistas con residentes.

Mis informantes cuentan que es normal tomar más alcohol en España que en Noruega por varias razones. Una es el bajo costo del alcohol, y otra es para socializar mejor entre personas que no se conocen. Todos los informantes subrayan que solamente un pequeño número de personas abusan del alcohol y que el resto goza del alcohol de forma controlada. He entrevistado a dos policías de Benidorm y Alfaz del Pi y me contaron que el control social de los mayores españoles es más estricto; por lo tanto, los familiares aseguran que los abuelos españoles no salgan borrachos ni se caen por la calle (lo que sí puede ocurrir con algunos mayores extranjeros).

No existen datos que confirmen que la mayoría noruega retirada que viven parte del año en España consumen excesivamente alcohol. De hecho, hay

pocos datos sobre el tema. Las iglesias noruegas tienen diáconos contratados, sus salarios se justifican con datos (número de visitas anuales, etc.). Estos diáconos documentan que hay noruegos mayores que sufren de demencia, soledad y abusos de alcohol. Pero si se cree que hay 50.000 noruegos en España durante los inviernos (datos estimados de la embajada, la iglesia noruega y las escuelas noruegas) hay aproximadamente 200 casos sociales en Alicante anuales (datos: 2017) donde están registrados 7-8.000 noruegos. Estos casos no están distribuidos por igual, en la zona sur ocurren más casos (Torrevieja 145, Albir 59) que en la zona este/norte.

El AA tiene reuniones en varias lenguas nórdicas en Torrevieja, pero el pequeño grupo de AA que hubo por un breve periodo en Altea cerró por falta de interés. Contacté al grupo Alcohólicos Anónimos en Torrevieja para saber un poco más sobre este tema. Ellos me informaron que hay reuniones en noruego/sueco varias veces por semana y también reuniones en finlandés allí. Mi informante lleva más de 25 años viviendo en Alicante y vino en los años 1990 con su marido. Tanto él como ella eran alcohólicos. Se divorciaron y ella decidió dejar el alcohol y ayudar a otros en la misma situación. Me contó que algunos noruegos acaban muriéndose, otros vuelven a Noruega rápidamente porque no aguantan una existencia sin rutinas.

La mayoría de los retirados buscan actividades para socializar y tener una ocupación que dé sentido de vida en Alicante. Esto explica la alta actividad de voluntarios y el alto grado de organizaciones de todo tipo entre los noruegos. Los clubes, las iglesias y las urbanizaciones donde hay muchas personas de la misma nacionalidad hacen que la gran mayoría no se sienta sola, aunque estén físicamente alejados de sus familiares durante periodos del año.

Además, se les critica a los retirados noruegos de abandonar a sus nietos y de no gastar su pensión noruega en Noruega. En cuanto al contacto con familiares, varios de mis informantes (40-50) tienen familiares (hijos, hermanos, suegros, padres, cuñados) en la misma provincia en incluso a menudo en el mismo municipio. Muchos hablaron sobre el amplio contacto que tienen con sus hijos y nietos, incluso si ellos viven en Noruega.

En las vacaciones ha sido costumbre desde los años 1960 que los familiares visiten a los que viven en España. Esto significa que las familias se encuentran. Otra costumbre es que los padres y los hijos mayores intercambian casas en verano, o que los hijos mayores utilicen la vivienda de los padres en Alicante mientras que los padres pasean en Noruega durante el verano. También muchos de mis informantes explicaron que los nietos iban a verlos a menudo. Algunos vivían con sus abuelos por temporadas.

Antes de abrir el aeropuerto de El Altet, los noruegos iban a España en bus o conduciendo sus propios coches. Algunos viajaban en avión con escala en Bélgica o Ginebra, pero esto era muy costoso. Los vuelos tipo *charters*

(vuelo y hotel incluido, de duración de 1 o 2 semanas) tenían muchas restricciones en cuanto a fechas, y que el vuelo saliera de Noruega y no de España, etc. A finales de los 1970s y en los 1980s, el club noruego de Alfaz (DnKCB) organizó varios vuelos para transportar a Noruega los retirados para poder celebrar la Navidad allí, pero fue arriesgado para el club ya que tenía que vender todos los asientos del avión para no perder dinero. Por esto la liberalización del espacio aéreo europeo en los 1990s fue significativa en facilitar y economizar los viajes a España. La llegada de la compañía Norwegian con vuelos directos a Alicante a partir de 2002 desde varias ciudades medianas, ha significado para los migrantes la posibilidad de poder viajar más a menudo y por menos costo.

¿Cuáles son los retirados que migran a España todo o parte del año?

El grupo de retirados noruegos que migran a España ha cambiado a lo largo de los últimos 50 años. Al principio, la mayoría eran líderes, empresarios, propietarios de fábricas y barcos, transportadores, militares y policías retirados. Al mismo tiempo también había algunos retirados con menos fondos. Estos últimos alquilaban viviendas, o trabajaban para otros retirados con acceso a vivienda, por ejemplo, trabajando como voluntarios en la iglesia noruega. Recientemente ha habido más variedad en cuanto a recursos culturales y económicos.

¿Qué pasa cuándo se incrementa la dependencia de los retirados por edad o retos de salud?

La mayoría prefiere devolverse a Noruega al sentirse más dependientes y con necesidad de ayuda. A veces las viudas se ven obligadas a volver a Noruega tras la muerte de su marido por los costos y la pérdida de una pensión, ya que la gran mayoría de los noruegos prefiere circular entre dos países según la época del año. Otras se sienten más vulnerables como mujeres solas y prefieren volver a Noruega para estar más cerca a sus familiares. También confían o esperan que el estado de bienestar les ayude cuando haga falta. Un cura noruego que entrevisté, había observado que normalmente compraban una vivienda a partir de los 50s y luego al aproximarse a los 80 vendían y seguían viajando. Lo de alquilar lo hacían con el fin de facilitar una vuelta posterior.

Por lo tanto, aunque sí es verdad que por la costa de Alicante y Málaga hay muchos retirados europeos no se ha plasmado el escenario horroroso que temía el sociólogo Francisco Jurdao en su libro *España, asilo de Europa*, de 1990.

## REFERENCIAS

- CARDOZO, Ann Elisabeth LAKSFOSS (2018a). “Mer enn sol og varme. Transnasjonale norske migranter i de Alicante 1965-2014” [Más que sol y calor. Migrantes noruegos transnacionales en Alicante 1965-2014] Universidad Stavanger, Noruega, tesis doctoral.

- “Los migrantes noruegos en Alicante ¿Hablan español?” Actas del congreso VI de la Asociación noruega de profesores de español, Oslo, 2017 (por publicarse en RedELE ANPE6)
- GUSTAFSON, Per y Cardozo AEL (2017). “Language Use and Social Inclusion in International Retirement Migration” *Social Inclusion* 5 (4): 69-77.
- HALL, C Michael y Allan M. WILLIAMS eds. (2002). *Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption*. Dordrecht: Kluwer Academic.
- HAUG, Bente et al. (2007). ”Little Norway in Spain: From Tourism to Migration.” *Annals of Tourism Research* 34.1: 202-22.
- HELSET, Anne et al. (2005). “Jubilados noruegos en España: Perspectivas de una cuarta edad para personas de la tercera edad.” *La migración de europeos retirados en España*. Vicente Rodríguez Rodríguez ed. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- JACOBSEN, Jens Kristian Steen et al. (2009) .“Introverts abroad? Long-term visitors’ adaptations to the multicultural tourism context of Costa Blanca, Spain.” 7. 3: 190-202. <http://www.tourism-culture.com>.
- JURDAO, Francisco (1990). *España, asilo de Europa*. Barcelona: Planeta.
- MAZÓN, Tomás, Raquel HUETE y Alejandro MANTECÓN eds. (2009). *Turismo, urbanización y estilos de vida. Las nuevas formas de movilidad residencial*. Barcelona: Icaria.
- VALERO ESCANDELL, José Ramón. “La inmigración en la provincia de Alicante 1960-1986.” PhD, Alicante: Universidad de Alicante, 1989. <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/7581> obtenido el 22.02.2013.

# **AJIJIC, JALISCO ¿TURISTAS RESIDENCIALES O RESIDENTES? UN ANÁLISIS DESDE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD, COSTOS DE TRANSACCIÓN Y LOS BIENES COMUNES**

*Lucía González Torreros*  
*José Luis Santana Medina*  
*Rosalba Castañeda Castro*  
Universidad de Guadalajara, México

## INTRODUCCIÓN

La inquietud que motiva este trabajo, tras más de 30 años de visitar la localidad con fines recreativos y turísticos, es que hemos atestiguado cambios urbanos, transformaciones sociales, mayor presencia de la función turística y sobre todo, un mayor número de extranjeros para quienes Ajijic se ha convertido en su casa. En este tenor, es que compartimos las inquietudes que aquejan con mayor fuerza a los investigadores de destinos turísticos residenciales.

La presencia de población nacional no local o de extranjeros, tuvo en su primera etapa una motivación recreativa y turística, Chapala (en el estado de Jalisco, México) se situaba a la cabeza de los destinos de élite a finales del siglo XIX; un segundo impulso obedece a un proceso inmobiliario, que posteriormente fue enmascarado como estrategia de desarrollo turístico. De inicio, la lectura que hacemos de Ajijic, nos permite identificar la presencia tanto de un turismo residencial como de un proceso migratorio con fuertes implicaciones culturales y de integración social.

Nuestro trabajo intenta aportar en el análisis del perfil de los distintos grupos que usan el territorio de Ajijic con fines recreativos, turísticos y residenciales (con distintos matices) así como la dinámica multicultural resultante, particularmente motivada por los jubilados y sus viajes de larga estancia

en México.<sup>1</sup> Intentaremos presentar algunas evidencias sobre la situación utilizando el marco teórico que ofrece la Nueva Teoría Institucional, particularmente el tema de Derechos de Propiedad, Costos de Transacción y Bienes Comunes.

#### AJIJC, JALISCO DESDE UNA MIRADA REGIONAL

El Área Metropolitana de Guadalajara (en adelante AMG) se constituye como una de las tres urbes más importantes de México. Como toda gran ciudad, ostenta distintas funciones económicas, sociales y ambientales que afectan su entorno. En términos ambientales, por ejemplo, supone una constante extracción de agua del lago de Chapala, el cual constituye un vaso termorregulador a nivel regional y a nivel económico, el AMG provee de distintas mercancías y servicios especializados a la región que le rodea.<sup>2</sup> La región a su vez, aporta a la ciudad nueva oferta de suelo urbanizable, sea para la función industrial, comercial o para la habitacional y en este caso, para la turística.

La localidad de Ajijic, pertenece al municipio de Chapala, esta entidad municipal es considerada desde el siglo decimonónico uno de los principales destinos turísticos del país, ligado funcional y espacialmente a la dinámica turística del AMG pues se localiza a tan solo 55 kms. En un municipio con poco más de 50.000 habitantes, se calcula la presencia de hasta 20.000 extranjeros cuyas prácticas turísticas se encuentran tipificadas tradicionalmente como de *turismo residencial y/o de segundas residencias* (TR y TSR), afluencia que si bien tiene un origen turístico, en la actualidad tiene una mayor significación como un proceso migratorio.

Los factores geográficos son sin duda algunos de los elementos de mayor valía para la función turística. Aunque de manera más o menos constante a lo largo del año, la afluencia de visitantes y turística de corta estancia, oscila de manera directa con el clima y la salud del lago mismo, es decir, a mayor nivel del vaso lacustre, mayor es la afluencia. Sin embargo, un numeroso grupo de extranjeros de distintos países, permanecen ya como residentes de esta localidad, principalmente en los meses de mayor cordialidad climática.

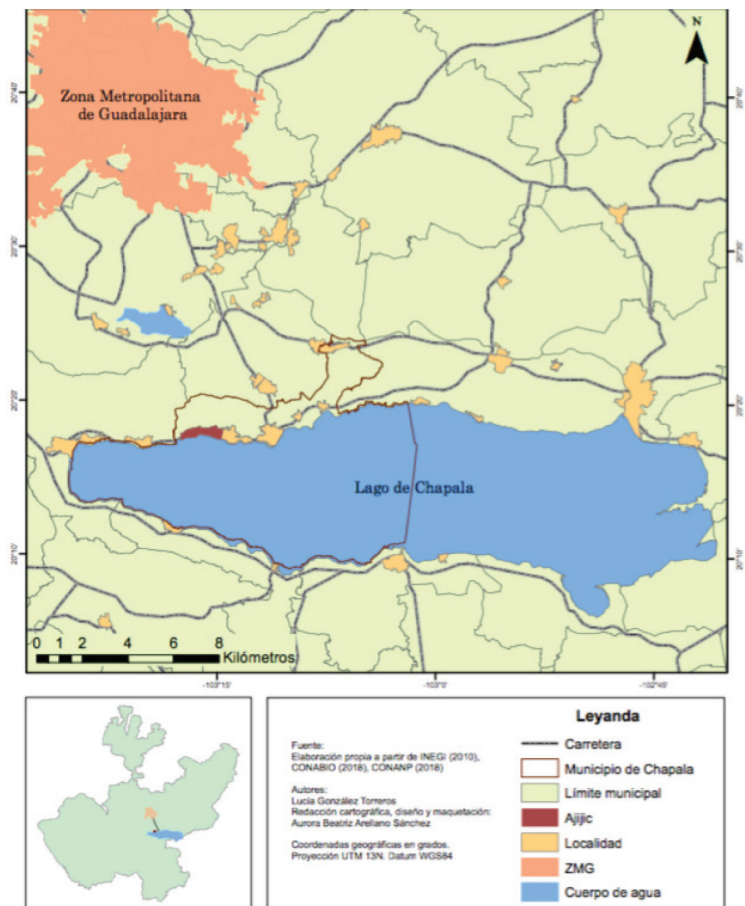
---

1 Aunque no es el objetivo principal de este trabajo, conviene apuntar que la dinámica inmobiliaria da comienzo entre otros, con el fraccionamiento La Floresta acompañado de otras promociones, pero se ha tornado más visible desde la década de los 80, intensificándose de forma muy importante en los últimos años. Este fenómeno se ha acompañado en distintos momentos de despojos de tierras y conflictos por los recursos acuático y paisajístico.

2 Para mayor información se recomienda la lectura de Talavera (1982); Covarrubias, Ojeda y Arceo (2007); Pedroza-Gutiérrez y Catalán-Romero (2017) y Sandoval y Hernández (2017) entre otros.



Figura 1. MAPA DE LOCALIZACIÓN DE AJJIC EN EL CONTEXTO DE CHAPALA Y EL LAGO



Esta dinámica migratoria ha traído en consecuencia cambios sociales, culturales, económicos, ambientales y paisajísticos que repercuten directamente en la población originaria de Ajijic. De esta forma, la estructura económica que hace algunas décadas tenía su sustento en las actividades primarias ligadas con las tareas del campo y la pesca, ha venido terciarizándose; se incorporan servicios médicos especializados en los requerimientos de personas de la tercera edad, nueva oferta de servicios de alimentos, bebidas y centros de entretenimiento; alimentos gourmet y orgánicos, venta de muebles, servicios legales especializados en gestoría y migración, galerías y promoción del arte, así como los servicios turísticos y por supuesto, los inmobiliarios, orientados principalmente al turismo residencial, de segunda residencia y a los potenciales y nuevos habitantes de Ajijic provenientes de otros países.

Figura 2. LAGO DE CHAPALA



Espléndida vista del lago de Chapala. Tras el primer plano arbolado, el poblado de Ajijic. Una cicatriz en la sierra El Travesaño reflejada en el espejo de agua.  
Foto. Cortesía de María Di Paula Blum

La cercanía de México con los Estados Unidos y Canadá, así como el perfil demográfico de estos países (particularmente la etapa de jubilación de los nacidos en la época *babyboomers*) suponen en general, ventajas o pérdidas económicas, socioculturales y ambientales para los territorios que se han posicionado como destinos favoritos, con distintos matices intemedios. Durante los últimos años, la región de la ribera de Chapala y en particular Ajijic, observa la creciente presencia de *snowbirds* y *sunbirds*, como ellos mismos se hacen llamar, al punto de registrar incrementos de 17% en el último año (2017-2018, 90% proceden de Estados Unidos) entre otros, a causa de situaciones derivadas de la gestión del actual presidente.

#### VISITANTES, TURISTAS O RESIDENTES?

Para discutir sobre el asunto, hemos de señalar que la mayoría de los investigadores sitúan en una posición distinta al TR y TSR y muchos de ellos coinciden, y nosotros con ellos, en que es un fenómeno mucho más complejo, abarcando distintas connotaciones de un proceso migratorio. Particularmente, encontramos muy enriquecedora el análisis que realizan Huete y Mantecón quienes se definen el TR como:

Turismo residencial se ha utilizado desde finales de los años setenta para explicar los cambios sociales y ambientales causados por el incremento de formas de movilidad humana intensamente relacionadas con el contexto del mundo mediterráneo: el turismo y la migración. Los usuarios de las llamadas *viviendas turístico – residenciales* constituyen una amalgama social bajo

la que se embuten casuísticas cada vez más diversas. (Huete y Mantecón, 2010:782)

Y a los *migrantes residenciales*:

[los] individuos que deciden mejorar su calidad de vida a través de un traslado residencial vinculado a la construcción de una cotidianidad que se distingue por la vida al aire libre, las experiencias de ocio compartidas y la consecución de relaciones sociales más cercanas. (Huete y Mantecón, 2011: 16)

Estos mismos investigadores, sobre el conjunto de trabajos que incluyen en su compilación (Mazón, Huete y Mantecón, 2011:11), señalan que:

Analizan una forma radicalmente moderna de creación de sociedad: aquella que tienen como actores principales a ciudadanos que “construyen” espacios de convivencia en latitudes a veces muy distanciadas de sus regiones o países de origen, espacios en los que intentan orientar sus trayectorias vitales hacia la búsqueda de la autorrealización personal y la conquista de una mejor calidad de vida, dejando en un segundo plano el desarrollo de las actividades propias del ámbito productivo.

Todo ello obliga a reconsiderar, primero, si en el caso de Ajijic existe un turismo que pueda ligarse con el TR, para lo cual intentaremos establecer un perfil de usuarios temporales y permanentes ligados a la función turístico - recreativa originalmente; una segunda línea es identificar si los extranjeros que viven en la localidad de Ajijic, conservan un status de turistas o si su conducta demuestra que participan como residentes comunes en la estructura social y en las decisiones de la comunidad.

Socialmente, la región de la ribera del lago de Chapala, ha establecido desde hace más de un siglo, la posibilidad de situarse como espacio receptor de distintas corrientes turísticas. Una revisión de los trabajos de Huete y Mantecón (2010) sobre los conceptos y perfiles de usuarios nos ha servido como referencia para elaborar la siguiente lista.

Visitantes de un solo día. Afluencia mayoritaria desde el AMG y su área de influencia.

Turistas de corta estadía. Se refiere a los turistas hospedados en establecimientos hoteleros, de afluencia regional, nacional e internacional.

Turistas de segundas residencias. Se considera a este grupo como una población propietaria de una segunda residencia en el lugar (generalmente de Guadalajara), incluso, algunos de ellos pueden calificarse de múlti-residencialidad. Su permanencia suele ser corta, pero de frecuentación alta y pendular a lo largo del año. Debido al consumo espacial preferimos llamar: Prácticas de segundas residencias, para evitar la contradicción con el turismo. Una carac-

terística es la cercanía con el lugar de residencia principal; de hecho, práctica inicial y por muchos años predominante en toda la ribera de Chapala. Junto con los extranjeros que poseen un bien inmueble, de uso parcial en Ajijic, conforman la oferta para la siguiente tipología.

*Turistas residenciales.* Proponemos la permanencia de esta categoría en función de la siguiente reflexión. Se encuentra relacionado con una afluencia regional (desde el AMG principalmente), nacional e internacional, con una motivación y consumo ligados a un viaje de recreación y turismo, generalmente de corta estancia en el caso de los nacionales. Considera la renta o préstamo de viviendas de terceros e incluye la oferta como la de *Airbnb*, *Homeaway* o *Housesitters (long term houses)* entre otros.<sup>3</sup> Para muchos extranjeros este es el paso inicial, una vez superado el periodo “de prueba”, la tendencia es convertirse en residentes, constituye una condición de *pre-residencialidad*, si se acepta el término.<sup>4</sup> Esta situación se manifiesta con dos condiciones: primero, como ya lo apuntaba Mantecón (2017), un maridaje empresarial entre el sector hotelero y el sector inmobiliario; y segundo, su contribución a un movimiento turismofóbico. Obviamente, el desarrollo inmobiliario, que impulsa la premisa “de invierta en una propiedad y luego réntela, se paga sola” también es visible en Ajijic, a pesar de que los efectos sociales no sean tan fáciles de identificar, aún. Los dueños de propiedades han encontrado el especie de eslabón perdido para optimizar los tiempos de uso de sus unidades, con altos costos en la esfera local. Los mismos extranjeros, ya visualizan el riesgo por la alta llegada de *otros* extranjeros a su comunidad.<sup>5</sup>

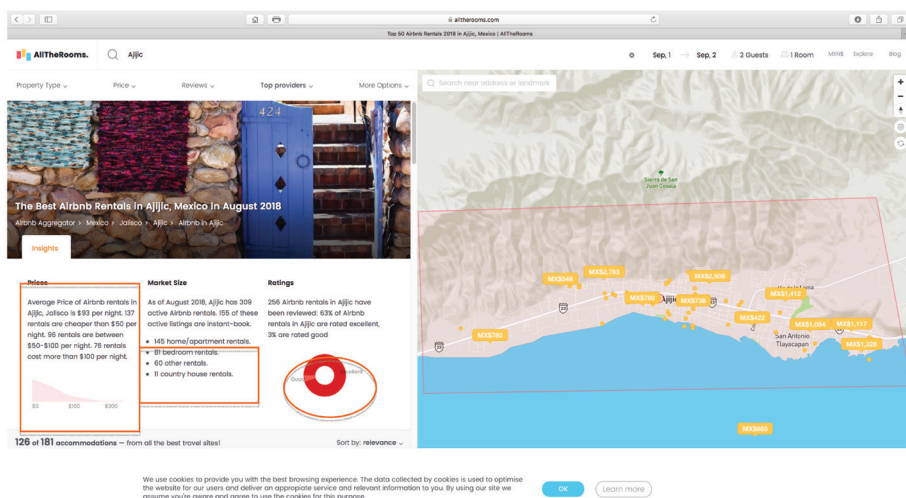
3 Según la página oficial de Airbnb, en la región ribereña que abarca los municipios de Jocotepec (al noroccidente) hasta en municipio de Jamay (noreste), la oferta de propiedades suma más de 300 opciones, sólo para Ajijic y San Luis Soyatlán, la oferta suma 167 locales. [https://www.airbnb.mx/s/Ajijic--Mexico/homes?refinement\\_paths%5B%5D=%2Fhomes&query=Ajijic%2C%20Mexico&allow\\_override%5B%5D=&map\\_toggle=true&ne\\_lat=20.483304343499427&ne\\_lng=103.11524139126901&sw\\_lat=20.061184600524626&sw\\_lng=-103.3885555047941&zoom=11&search\\_by\\_map=true&s\\_tag=3vqNYPy8](https://www.airbnb.mx/s/Ajijic--Mexico/homes?refinement_paths%5B%5D=%2Fhomes&query=Ajijic%2C%20Mexico&allow_override%5B%5D=&map_toggle=true&ne_lat=20.483304343499427&ne_lng=103.11524139126901&sw_lat=20.061184600524626&sw_lng=-103.3885555047941&zoom=11&search_by_map=true&s_tag=3vqNYPy8). Fecha de consulta 12 de julio de 2018. Otro sitio llamado HomeAway ofrece 99 viviendas en la ribera de Chapala, 48 de ellas en Ajijic, muchas ya incluidas en el sitio de Airbnb. <https://www.homeaway.com/results/keywords:Ajijic%2C%20Jalisco%2C%20Mexico/@20.289290590527724,-103.28006771043215,20.32036248771968,-103.24307468369875,15z?petIncluded=false&ssr=true> Fecha de consulta 23 de agosto de julio de 2018.

4 La propuesta surge de la revisión de distintos casos a nivel mundial (Venecia, Barcelona, Reikiavik, Islas Baleares, e incluso destinos de playa mexicanos) en los que se demuestra el gran dinamismo de este tipo de propiedades, sustituyendo en gran medida la oferta hotelera.

5 Estimaciones suponen que cada día se jubilan en Estados Unidos 10.000 personas. En el caso particular de Ajijic, se calcula la presencia de 14-17 mil extranjeros, afluencia que se incrementa en temporada invernal. Proyecciones prevén 20 años más de este fenómeno. Terry Vidal, Director Ejecutivo de *Lake Chapala Society*.

Un argumento sobre esta idea. En el sitio *All the rooms* se muestran las valoraciones de las propiedades en el destino. Los datos que muestran son interesantes, debido a que se agrupan las propiedades por precio y por tipología. Las calificaciones son predominantemente “excelente”.

Figura 3. IMAGEN DE PANTALLA DEL SITIO *ALL THE ROOMS*, EN EL QUE SE MUESTRA EL TOP DE LAS 50 MEJORES PROPIEDADES DE AJJIC Y SU EVALUACIÓN



Fuente: [https://www.alltherooms.com/p/airbnb/mexico/jalisco/ajijic#!?checkInDate=2018-9-1&checkOutDate=2018-9-2&parties=2&providers\\_airbnb](https://www.alltherooms.com/p/airbnb/mexico/jalisco/ajijic#!?checkInDate=2018-9-1&checkOutDate=2018-9-2&parties=2&providers_airbnb) Fecha de consulta 15 de agosto de 2018.

*Residentes temporales o permanentes.* Con intencionalidad de hacer de Ajijic su lugar de residencia primaria, su integración con la comunidad suele ser más fuerte que la de un visitante o un turista, en una primera etapa, desarrollan cierta empatía que motiva el retorno. Cuando el arraigo con la comunidad se fortalece, algunos optan por tramitar la nacionalidad mexicana, otros eligen quedarse toda la eternidad, al adquirir propiedades funerarias, dejando así estipulado en sus testamentos.<sup>6</sup>

6 Como en el caso que señalan Huete y Mantecón (2010) también encontramos jubilados sin actividad económica en México, con actividad económica parcial y con actividad económica completa. Todos pagan el impuesto al valor agregado (IVA) por el consumo de bienes y servicios, el pago por transferencia de propiedades y el impuesto predial. Esto acompaña los derechos de propiedad que adquieren con su vivienda, derecho a servicios públicos, infraestructura, calidad de los espacios públicos, y seguridad, tema que según los mismos extranjeros en Ajijic, es el que tiene una mejor respuesta a sus demandas.

A esta elaboración, le hemos sumado las prácticas cotidianas que van tejiendo fino respecto a la permanencia en el destino y el status (figura 4).

Figura 4. DE TURISTA A RESIDENTE EN AJIJK, JALISCO. PERFILES VISITANTES, TURISTAS Y RESIDENTES EXTRANJEROS



Fuente: Elaboración propia.

Cada uno de estos grupos tiene un comportamiento y consumo del espacio diferente; por ejemplo, los visitantes de un solo día suelen concentrarse los fines de semana y el uso del espacio se limita al restaurante elegido para comer y en el malecón; es decir, en dos o tres cuadras por la vía que los lleva a esta área. Su consumo temporal del espacio, también se concentra en unas cuantas horas, presentando la mayor afluencia entre las 12 del día y las 6 de la tarde, los desplazamientos (de ida y de retorno) son muy visibles en la carretera.

Los turistas de corta estadía, residenciales o de segundas residencias llegan un poco más temprano al destino, su consumo espacio-temporal está más ligado a las instalaciones del hotel y/o de la propiedad que suele actuar como un claustro. Entre ellos habrá que distinguir entre los que vienen del AMG: su estadía suele enmarcarse en los fines de semana, utilizan las nuevas tecnologías para rentar o alquilar una vivienda en la zona, siendo algunos de ellos propietarios. Los que son de lugares más alejados tienen un comportamiento un poco distinto: éstos optan por dejar la comodidad del establecimiento para disfrutar del destino; la permanencia de los extranjeros suele ser más prolongada. La elección de vivienda varía también del lugar de origen: los tapatíos (oriundos de Guadalajara) optan por propiedades que ofrezcan jardines, al-



bercas y vistas, mientras que los extranjeros eligen en función del ambiente cultural que les rodea, incluidas las vistas –el paisaje– o la posibilidad de desplazamientos a pie. Esto suele llevar a que los extranjeros conozcan mejor el lugar y tengan mayor interacción con la población local. En el primer grupo, las relaciones suelen ser muy débiles, incluso nulas.

El Malecón, la calle Colón y la plaza principal (o plaza cívica) desbordados de turistas y visitantes de fin de semana deja de ser un mero escenario turístico los días restantes, el espacio es de nuevo consumido por los pobladores locales y por los residentes, unos de forma recreativa y lúdica, otros de forma comercial (provisión de bienes y servicios), o como una zona de tránsito común para la realización de sus actividades cotidianas. Cabe decir que en el caso especial del malecón, en los fines de semana se observa una importante apropiación de parte de la población local (original) quienes conviven con los visitantes provenientes del AMG, no así con la población de extranjeros quienes parecen resguardarse en casa de la presencia de turistas.

Figuras 5-6. MALECÓN DE AJIJIC



La primera imagen muestra el malecón de Ajijic, entre semana, en la segunda se aprecia la presencia de visitantes de fin de semana. Foto: Archivo de los autores. Mayo y agosto de 2018.

Figura 7. PRESENCIA DE AUTOMÓVILES EN EL MALECÓN DE AJIJIC



Foto: Archivo de los autores. Agosto de 2018.

Figura 8. CARACTERÍSTICAS DEL POBLADO. INCREMENTO DE ORNAMENTACIÓN DE “LO MEXICANO” MEZCLADO CON LETREROS BILINGÜES



Foto: Lucía González Torrerros. Agosto de 2018.

Un eje importante para conectividad y la movilidad es la carretera que une los municipios y localidades ribereños. Las calles del pueblo son angostas con escasa oferta de estacionamiento. Los bordes de la vía, acogen distintas actividades comerciales combinándose provisión de servicios y bienes para el hogar, médicos, lúdicos, turísticos, con la función residencial que tiene mayor presencia conforme se aleja del camino. Saturadas ya entre semana, se rebosan de forma un tanto crítica los fines de semana.

#### *AHEE HEEK*: UNA COMUNIDAD MULTICULTURAL DE RETIRADOS

“¿Cómo supo de la existencia de Ajijic?  
En Estados Unidos, todo mundo sabe de *Ahee heek*”  
Estadounidense residente en Ajijic.  
Julio de 2018

“No somos turistas.  
Constituimos una asociación para la comunidad.”  
Terry Vidal,  
Director Operativo de *Lake Chapala Society*.  
Agosto de 2018



Vivir en Ajijic (o *ahee heek* como distintas páginas y videos indican que se pronuncia el nombre de este lugar), es principalmente el resultado de una promoción de boca en boca, recientemente impulsado por las nuevas tecnologías. Aunque existen distintas organizaciones que se han dado a la tarea de realizar una lista de lugares privilegiados para retirarse, la mejor comunicación resulta de los mismos expatriados. Se observa un movimiento que ha tomado como bandera promover el destino para personas jubiladas, para retirados, en destacar las bondades climáticas y de bajo costo como dos de los más poderosos motivos,<sup>7</sup> aunque por supuesto, una gran parte de la promoción, resulta del empuje inmobiliario.

“Con el plan de buscar alternativas para el retiro, vimos en internet algunos videos de Ajijic.

Vinimos de vacaciones y a mi esposo le cambió completamente el carácter.

No sabíamos lo que era hacer actividades al aire libre.

En nuestro país hace mucho frio, 80% del tiempo debemos tener prendida la calefacción.

Aquí, el invierno más fuerte, no alcanza las temperaturas de nuestro mejor verano.”

Escocesa residente en la ribera de Chapala.

Agosto de 2018.

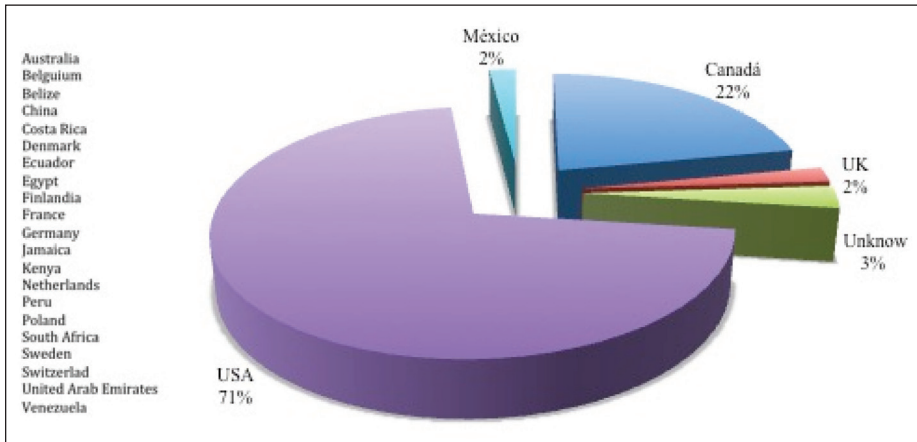
Aunque de origen decimonónico, la presencia organizada de extranjeros en la ribera tiene alrededor de 70 años. Así lo demuestra *The Lake Chapala Society (LCS)*<sup>8</sup> fundada en 1955, hoy con 2.500 socios de más de 26 países, o el *Chapala Country Club* fundado en el mismo año con dos campos de golf disponibles: uno en la localidad de San Nicolás de Ibarra y otro en la localidad de San Antonio Tlayacapan, un club con 98% de miembros extranjeros.

7 <https://www.expatriation.com/cost-of-living/chapala-ajijic?currency=USD> . <https://internationalliving.com/countries/mexico/lake-chapala-mexico/>  
<http://www.lake-chapala.com/ajijic-village/>  
<http://www.escapetoajijic.com/ajijic-climate.htm>  
<http://www.ccchapala.com/CCChapala/AboutTheArea.asp>

8 <http://lakechapalasociety.com/public/index.php>

Figura 9. LCS GLOBAL MEMBERSHIP

26 nations are represented amongst or members.  
The 22 countries listed to the left represent 2% of our membership



Fuente: Lake Chapala Society. Complimentary Directory 2018. [https://issuu.com/lakechapasociety/docs/community\\_directory](https://issuu.com/lakechapasociety/docs/community_directory) Fecha de consulta 21 de julio de 2018

De acuerdo con varios entrevistados, el perfil general del extranjero que reside en Ajijic es: 70 años en promedio, de clase media en su país de origen, educado, de mente abierta, extrovertido, preocupado por el otro, poco clasista, gusta de actividades artísticas, culturales y sobre todo, al aire libre, con espíritu cooperativo, perfil que –dicen– encaja con los demócratas estadounidenses, lo que ayuda a explicar el éxodo al ganar el actual presidente republicano. Por supuesto que existe la excepción que confirma la regla.

De esta forma, se encuentra que la organización social de grupos de extranjeros puede ser más fuerte que la organización de los mismos habitantes locales. Diversas comunicaciones personales demuestran que la llegada de extranjeros a la región, ha supuesto para los pobladores locales un cambio de rumbo en la forma de pensar, actuar y prepararse para el desarrollo dentro de la localidad. Con distintas formas e intenciones de participación, los extranjeros han impulsado cooperativas productivas locales, festivales de arte, programas educativos, fomento a la cultura local, casas hogar para niños, cursos de formación artística y de desarrollo empresarial y personal entre otros.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Cooperativa de Mujeres Mexicanas, el programa de ayuda estudiantil, programa de arte, cursos de inglés y español promovidos por *Lake Chapala Society*, *Needlespushers*, Niños Discapacitados A.C., Orfanato La Ola, Centro de Retiro Ohana, o cursos de emprendimiento y finanzas personales (entre otros) avalados por monitores locales (que vivieron en EU, relacionados con universidades estadounidenses), por mencionar algunas iniciativas impulsadas por extranjeros en la comunidad.

“Los americanos ayudamos a los americanos;  
los canadienses, ayudan a los canadienses...  
pero todos ayudamos a la gente de Ajijic”  
Estadounidense residente en Ajijic.  
Julio de 2018

#### ACERCAMIENTO TEÓRICO A LOS DERECHOS DE PROPIEDAD

La Nueva Teoría Institucional (NTI) permite afirmar que los Derechos de Propiedad (DP) que adquieren los extranjeros al comprar una vivienda en Ajijic, así como sus costos y beneficios, son producto de los acuerdos llevados a cabo por los individuos involucrados en el territorio. A estos arreglos, se les denomina instituciones, entendidas éstas, como las reglas del juego que los actores involucrados han aceptado. Las instituciones pueden ser diseñadas de manera formal o informal y son simbolizadas en normas, ritos, rutinas y principios que operan en estos contextos.

Los arreglos institucionales de acuerdo con Douglas C. North, son tan importantes en el devenir de las comunidades que determinan el desempeño económico y social en el largo plazo. Por tal motivo, es necesario prever los costos en la obtención de información, negociaciones, diseño, vigilancia y cumplimiento de las mismas, a estos se le denomina “costos de transacción” (North, 1971:121). También señala que:

las instituciones no son creadas, necesariamente, con el propósito de que sean socialmente eficientes; en realidad, lo usual es que, por lo menos, las reglas formales se establezcan para servir a los intereses de aquellos que tienen el poder de imponerlas. Como es en el plano político donde se definen y hacen efectivos los derechos de propiedad, no debe sorprender que los mercados económicos en este caso las sociedades exitosas sean tan excepcionales. (en Prado, 1998:26)

En el proceso de satisfacer sus necesidades, tanto los residentes extranjeros de Ajijic como los habitantes locales, tratan de obtener el mayor beneficio de los bienes y servicios que ofrece el territorio de manera limitada, ambos grupos sociales intentan maximizar sus intereses y la lucha por su consumo, puede provocar conflictos. Incluso, en una mayor escala, entre la localidad de Ajijic y la localidad de Chapala.

Es necesario señalar la importancia que reviste el diálogo y la cooperación entre los actores implicados para evitar los posibles conflictos. Este es un asunto que se torna complejo en el nivel local, pues los locales suelen no hablar inglés y para los extranjeros no es necesario hablar español, situación que constituye un parteaguas en las relaciones sociales interculturales y en los

procesos de comunicación. Adicionalmente, las ideas de Ostrom (2015) sobre los bienes comunes adquieren relevancia, su tesis fundamental supone que los propios implicados son los “ideales” para gestionar los recursos comunes, siempre y cuando dispongan de los incentivos y mecanismos de comunicación para hacerlo, con base en un criterio de justicia fundamentado en un reparto equitativo de costos y beneficios. En esta reflexión, Ostrom se cobija en Samuelson (1954), Musgrave (1998) y Buchanan (1964), este último con la propuesta de que los bienes no son estrictamente puros, ni los públicos ni los privados, sino que están sujetos a condiciones de rivalidad y exclusión, lo que provee una lectura de amplias tonalidades (en Ramis, 2013).

Tabla 1. RELACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS: NIVELES DE EXCLUSIÓN Y RIVALIDAD

	<b>Rivalidad baja</b>	<b>Rivalidad alta</b>
	Bienes públicos puros	Bienes públicos impuros o bienes comunes
Exclusión difícil	Condiciones geográficas (Clima, uno de los mejores a nivel mundial, paisaje lacustre, localización y cercanía con el AMG) Trasferencia cultural Ambiente, tejido y capital social Seguridad	Infraestructuras y equipamientos (agua potable, energía eléctrica, sanitaria, de salud, educativa, de transporte y comunicaciones) Empleos disponibles y oportunidades de inversión Áreas públicas –áreas verdes– Programas sociales y artísticos para mexicanos y residentes extranjeros Oferta lúdica y cultural (capacidad de uso y acogida) Agua
	Bienes privados impuros, de club o de peaje	Bienes privados puros
Exclusión fácil	Membresía en clubes náuticos, de golf, spa’s, de extranjeros Publicaciones periódicas en inglés Medios de movilidad y comunicación Autopistas y servicios de aeropuertos Teatros, galerías, arte	Propiedades inmobiliarias y muebles Alimentos y bebidas Bienes de uso y consumo personales Casas rodantes Servicios médicos especializados y de aseguranza Servicios de asistencia privada para personas de la tercera edad Servicios de asesoría legal, contable, financiera o turística

Fuente: Elaboración propia.

Los incentivos que se obtienen al adquirir una vivienda implican en principio DP sobre la finca, pero conllevan diversas externalidades: condiciones geográficas, amenidades de desarrollo, ambiente social y los efectos derivados en materia de impuestos, incremento de plusvalía y costos de vida bajos, altos niveles de organización y capital social (positivas), ello supone en contraparte distintos CT: banalización de elementos culturales, transculturización y cambio del paisaje cultural y natural; despojo de tierras, especulación y cambios del uso del suelo motivados por el negocio inmobiliario (cuyo impulso se sustenta en gran medida en promotores extranjeros que viven en Ajijic, de los cuales, algunos no reportan su actividad laboral ni sus comisiones para efectos de hacienda pública y pago de impuestos respectivos), así como débiles relaciones con la población local (negativas).

Las externalidades positivas que se emprenden desde la comunidad de extranjeros suponen dos intenciones: mejorar la calidad de vida de la comunidad local y la de ellos mismos como resultado, y asegurar su permanencia a largo plazo en el destino, ello significaría un importante contrapeso a los efectos que pudieran estar causando. Encontramos una fuerte conexión con la comunidad local, un proceso de apropiación territorial que se hace visible por el conjunto de instituciones creadas para contribuir a mejorar la calidad de vida de la comunidad. De hecho, en numerosas ocasiones, la voz de los extranjeros suena más fuerte que la de la población local, para llamar la atención sobre problemas locales e incluso, regionales, además de contar con un representante en el cabildo municipal.

“Nosotros nos sentimos atraídos por la calidad ambiental,  
por el paisaje, la cultura y los bajos costos de vida,  
pero decidimos quedarnos por su gente”  
Estadounidense residente en Ajijic.  
Agosto de 2018

La cita previa ayuda a explicar que la población local también genera externalidades positivas en los extranjeros, no solo caracterizado por un contingente laboral, sino que la parte cultural es considerada el factor determinante para su permanencia:

“son personas que gustan del trabajo, hay muchos empresarios activos,  
pero en general son pasivos, que no hablan inglés, pero no hay gente floja,  
en Ajijic, no hay gente pidiendo dinero en las calles;  
por eso vimos la oportunidad de emprender programas educativos.”

Terry Vidal,  
Director Operativo de *Lake Chapala Society*.  
Agosto de 2018

La afluencia masiva de visitantes y turistas, convierte al territorio municipal en una estructura vulnerable y dependiente del turismo, transforma el territorio y los servicios que ofrece. Sin embargo, el TR y las prácticas de segundas residencias en Ajijic, a diferencia del turismo estacional o de fines de semana, tiene una mayor permanencia temporal, importante ajuste a las fluctuaciones de la actividad turística. Una cuestión que contribuye a entender esta permanencia, es que cada vez más, los que iniciaron como turistas residentes, asumen un rol como actores culturales y económicos al involucrarse en actividades y negocios ligados directa o indirectamente con la función turística.

Los recursos comunes del territorio se encuentran disponibles o restringidos dependiendo de la rivalidad que exista en su demanda (uso), su naturaleza, las capacidades de provisión del Estado o la capacidad económica para adquirirlos. A mayor ingreso, mayor posibilidad de adquirir y sustraerlos del mercado aumentando su exclusividad (generalmente corresponde a los extranjeros, con ingreso dólares un tipo de cambio favorecedor); a menor ingreso, la adquisición se torna más difícil (es una gran desventaja para los locales, se observa un proceso de dolarización en marcha, particularmente de las viviendas). En el campo de la disputa por los bienes y servicios públicos comunes, un nivel educativo más alto (de nacionales o extranjeros) se traduce en una mayor participación en las decisiones que afectan su calidad de vida.

## CONCLUSIONES

En el caso analizado encontramos que diversas instituciones eficientes e ineficientes surgen en el territorio de una forma ligada, directa o indirectamente con el turismo y con la recreación. La más antigua es la presencia en Ajijic de un turismo en viviendas particulares, recientemente promovidas entre otros por Airbnb o Homeaway.

Otra institución relevante, es la presencia de una comunidad de extranjeros que residen en Ajijic. Al llegar, los extranjeros tienen muchos prejuicios e imaginarios sobre México, incluso a veces románticos; como dicen Huete y Mantecón (2011:15) es necesario una desprogramación como urbanitas, una resocialización completa, por ello resulta atractiva la cercanía con una ciudad del tamaño de Guadalajara, no están ahí, pero la tienen cerca; han llegado con expectativas fundamentadas en la gran cantidad de videos de youtube y documentales, revistas o experiencias directas de familiares o amigos sobre la buena vida o las oportunidades de Ajijic; por ello, algunos extranjeros, rom-

pen de tajo con el lugar de origen. La *Lake Chapala Society* con su actividad, contribuye a disminuir la incertidumbre que provocan las tomas de decisiones. Ligado a esto, aparece otra institución: los gestores que ayudan a crear certezas en la adquisición de bienes inmuebles, actividades contables y trámites migratorios y notariales, algunos de origen estadounidense o canadiense. Un alto porcentaje de los videos de youtube hablan de las bondades de Ajijic pero con la intención de promover productos inmobiliarios en el lugar.

Una cuarta, es fácil encontrar acciones solidarias y de cooperación de parte de la comunidad de extranjeros con la personas de la localidad, que si bien comienzan como relaciones estrictamente laborales, a la larga alcanzan características de relaciones familiares y de amistad compartidas de doble vía.<sup>10</sup> Estos suponen también DP ligados a la adquisición de la vivienda que se localiza en Ajijic, derechos a veces poco visibles. Ese tejido social constituye simultáneamente, una oferta de bienes públicos comunes con baja exclusividad y prácticamente sin rivalidad, quedan abiertos a quien desee incorporarse; sin duda, el mayor obstáculo, el lenguaje.

De esta manera, comienzan a forjarse rutinas, valores, conductas que son aceptadas por la población local e incluso promovidas por los propios grupos involucrados y con otras intenciones quizá, por los gobiernos locales, quienes pueden llegar a redefinir el espacio bajo premisas de racionalidad y exclusión turística y económica. Esto último, puede constituirse como una institución de gran fortaleza pero de notas negativas: el desarrollo inmobiliario ligado a procesos de compra-venta e incluso, a momentos de injusticias sociales y ambientales de escala regional. A esta institución le acompaña una visión positiva: los presupuestos municipales ya esperan los ingresos por el pago de transferencias de propiedad y el pago de impuesto predial.

Este caso es *sui géneris*, aún estando tan cerca de otras localidades como Chapala, la cabecera municipal, Jocotepec o San Nicolás, no pueden extrapolarse los resultados de este análisis. Estamos seguros que la diferencia se marca en primer lugar por la antigüedad de esta dinámica en Ajijic; en segundo lugar, por el perfil de los extranjeros y en tercero, por los largos periodos que los extranjeros viven en la comunidad (algunos contaron más de 50 años), por lo que han sido capaces de crear un tejido social fuerte, en el que intentan involucrar a la población local, se evidencia un capital social alimentado de distintas fuentes de cooperación, solidaridad y reciprocidad.

La gestión local toma en cuenta al turismo, pero estudios oficiales de largo alcance sobre la presencia y permanencia y efectos de estos grupos en

---

10 Por supuesto que como dice Ostrom (2015: 43) también existen quienes sucumben a la tentación de beneficiarse del esfuerzo ajeno, así como personas que no cooperan, lo que impide resultados óptimos para todos. Si alguien no puede ser excluido de un beneficio colectivo, a la larga dejará de esforzarse por continuar con el suministro del bien.



la comunidad, son nulos. Sin embargo, al saber de su importante contribución a la hacienda local, demandan mejores servicios públicos y seguridad, renegando incluso de la derivación presupuestal que suponen las inversiones para recibir a los visitantes y turistas de corta estancia, particularmente en la vecina localidad de Chapala. Elinor Ostrom (2015) señala que el diálogo y la cooperación entre los interesados debe ser considerada una estrategia básica para fortalecer las instituciones que actúan ya de forma eficiente para modificar las ineficientes y para diseñar nuevas instituciones que a futuro, ayuden a un mejor desarrollo.

Figura 10. CONDO-HOTEL RADISSON



Ejemplo del impulso de oferta inmobiliaria conjunta a oferta hotelera.

Foto: Lucía González Torreros. Junio de 2018

Al crecer la ciudad, se pierde el sentido de comunidad, se incrementa desapego y la vulnerabilidad del destino, condiciones muy fáciles de identificar en las prácticas de SR y en el TR, en los términos explicados con anterioridad. Ya se visualiza esta tendencia: los primeros residentes adquirieron propiedades en el Fraccionamiento La Floresta y en el centro del poblado, los nuevos residentes lo hacen en las afueras del poblado, hacia otras localidades o municipios ribereños o en la nueva oferta localizada en las faldas de la sierra, lo que va significando una pérdida paulatina del sentido de comunidad. El incremento incontrolado del turismo (en todas sus modalidades enunciadas) y la afluencia creciente de nuevos residentes extranjeros, puede convertirse en el



*Leviatán* para Ajjic, por ello es imprescindible la participación del gobierno local a favor de la comunidad, con todas las formas de participación posible en la toma de decisiones, ello reduce la exclusión social de los bienes públicos, favorece un uso sostenible, disminuye los CT y protege los DP.

#### BIBLIOGRAFÍA

- COVARRUBIAS, Francisco, OJEDA, Alejandra y ARCEO, María. (2007). Los condicionantes del desarrollo Turístico del Lago de Chapala y su Ribera. En *Quivera*, vol. 9, núm. 2, Universidad Autónoma del Estado de México, pp.195-229. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40190208>
- GOBIERNO DE CHAPALA. (2018). *Ley de Ingresos del municipio de Chapala, Jalisco para el Ejercicio Fiscal, 2018*.
- HUETE, Raquel y MANTECÓN, Alejandro. (2010). Los límites entre el turismo y la migración residencial. Una tipología. *Papers*, 2010, 95/3 781-801. Disponible en <https://papers.uab.cat/article/view/v95-n3-huete-mantecon>
- HUETE, Raquel y MANTECÓN, Alejandro. (2011). “Introducción sobre la construcción social de los lugares”. En Mazón, Tomás; Huete, Raquel y Mantecón, Alejandro. (Eds.) *Construir una nueva vida, los espacios del turismo y la migración residencial*. Santander: Milrazones. Universidades 3. Pp. 11-19. Disponible en <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/23575/1/1.%20Introducción%20Huete%20y%20Mantecón.pdf>
- HUETE, Raquel y MANTECÓN, Alejandro. (2017). El Turismo Residencial: Revisión y Crítica de un concepto. En Osorio, Maribel y Bringas, Nora. (2017) (Coords.). *Turismo Residencial En México. Comportamientos Socioespaciales*. El Colegio de la Frontera Norte.
- MANTECÓN, Alejandro. (2017). El turismo residencial no existe. Revisión de un concepto y crítica de su función ideológica. *Cuadernos de Turismo*, N° 40, (2017); Universidad de Murcia, Pp. 405-422.
- MAZÓN, Tomás; HUETE, Raquel y MANTECÓN, Alejandro. (2009). (Eds.) *Turismo, urbanización y estilos de vida. Las nuevas formas de movilidad residencial*. Icaria, Política Internacional.
- MAZÓN, Tomás; HUETE, Raquel y MANTECÓN, Alejandro. (2011). (Eds.) *Construir una nueva vida. Los espacios del turismo y la migración residencial*. Santander: Milrazones. Universidades 3. Disponible En [Http://Rua.Ua.Es/Dspace/Handle/10045/23575](http://Rua.Ua.Es/Dspace/Handle/10045/23575)
- NORTH, C. Douglass. *Institutional Change and Economic Growth. The Journal of Economic History*. Vol. No. 1, The Tanks of Economic History. March., 1971, pp. 118-125. Cambridge University Press on behalf of Economic History Association. Stable.

- OSORIO, Maribel y BRINGAS, Nora. (2017) (Coords.). *Turismo residencial en México. Comportamientos socioespaciales*. El Colegio de la Frontera Norte.
- OSTROM, Elinor. (2015). *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*. Fondo de Cultura Económica. Segunda Edición en español, segunda reimpresión.
- PRADO, Gustavo. (1998). El pensamiento económico de Douglas C. North. En *Laissez-Faire*, num. 9, (septiembre), pp. 13-32.
- PEDROZA-GUTIÉRREZ, C., y CATALÁN-ROMERO, J. M. (2017). Evolución histórica y ambiental en los procesos de transformación del lago Chapala. *Ambiente Y Desarrollo*, 21(40), 9-25. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.ayd21-40.ehap>
- REMIS, Álvaro. (2013). El concepto de bienes comunes en la obra de Elinor Ostrom. *Economía Política*. N° 45, pp. 116-121 Disponible en [http://www.ecologiapolitica.info/novaweb2/wpcontent/uploads/2015/12/045\\_Ramis\\_2013.pdf](http://www.ecologiapolitica.info/novaweb2/wpcontent/uploads/2015/12/045_Ramis_2013.pdf)
- SANDOVAL, Adriana y HERNÁNDEZ, Adriana. (2017). Transformación del territorio ribereño y la defensa del Lago de Chapala. *El Cotidiano*, núm. 201, enero-febrero, 2017, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco. México, pp. 45-58. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32549629006>
- TALAVERA, Francisco. (1982). *Lago de Chapala. Turismo residencial y campesinado*. Instituto Nacional de Antropología e Historia. Centro regional de Occidente. 105. Colección Científica, Antropología Social.

# LOS EFECTOS DE LA IMPLANTACIÓN DE ÁREAS COMERCIALES EN ESPACIOS TURÍSTICOS RESIDENCIALES DE EXPANSIÓN INFORMAL. EL CASO DEL CENTRO COMERCIAL LA ZENIA BOULEVARD DE ORIHUELA COSTA

*Eduardo-Gabriel Rodríguez Carmona*  
TAE. Ayuntamiento de Orihuela

## RESUMEN

El desarrollo urbano experimentado en determinados espacios costeros de la provincia de Alicante, y en particular en el frente litoral del flanco más sureño de esta geografía subregional, se ha encontrado inextricablemente asociado a la propia evolución seguida por los incrementos demográficos vinculados con el turismo residencial.

El hecho constatable de la relevancia de esta tipología de industria turística, en el impulso y consolidación de una morfología concreta de ocupación del territorio, dispone de una especificidad remarcable cuando el análisis se enfoca hacia el formato seguido por la progresión incesante de una amplia y diversa panoplia de modalidades de áreas comerciales que han proliferado al socaire de ambos fenómenos.

La importancia de la implantación de una auténtica malla de *malls* distribuidos por un entramado urbano de creación espontánea ha venido a constituir una interesante realidad urbanística que merece la fijación de un diagnóstico básico así como la determinación de unas tendencias igualmente fundamentales de carácter no sólo descriptivo sino especialmente explicativo.

En ese contexto destaca sobremanera el caso del Centro Comercial La Zenia Boulevard, construido “*ex novo*” y localizado en el centro costero de las Playas de Orihuela, y que se ha constituido en un hito arquitectónico neurálgico que ha venido a favorecer la paradójica ordenación de un espacio amorfo derivado de la deficiente aplicación de los estándares mínimos reque-

ridos en la planificación urbanística del litoral suralicantino y en concreto de los municipios costeros de la comarca de la Vega Baja del Segura.

Palabras clave: Áreas comerciales, turismo residencial, desarrollo urbanístico, mall, C.C. Zenia Boulevard, Vega Baja del Segura/Baix Segura.

## I. INTRODUCCIÓN

El análisis de los efectos inducidos que conlleva la actividad turística, y en particular el llamado “turismo residencial”, dispone de una amplitud temática exponencial que para el caso debe ser acotada por evidentes razones.

En concreto el interés de esta comunicación se concentra en verificar una nueva realidad que viene constituyéndose en una vertiente igualmente nueva del propio fenómeno que nos ocupa; de este modo el objeto principal de esta aportación estará motivado por alumbrar tanto las causas como las consecuencias que la implantación de espacios comerciales de cierta envergadura está teniendo sobre el espacio físico de acogida, delimitado por la propia geografía que ha conformado el turismo residencial como fenómeno vinculado tanto con la expansión urbanística de nuevo poblamiento sobrevenido, como con el incremento de las cohortes demográficas asociadas a nuevos residentes de procedencia europea con carácter fundamental.

En este sentido nos vamos a servir de dos conceptualizaciones de “turismo residencial” para fijar el posicionamiento de partida de este trabajo sin renunciar a efectuar una *meta-conceptualización* que vendrá dada por la destilación de sendos conceptos-fuente.

Por tanto, por un lado se asume la definición dada por Tomás Mazón y otros (1996), la cual viene a considerar que “Turismo Residencial” es: “la actividad económica que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas turísticas residenciales que conforman el sector extra-hoteler, formado, a su vez, por el conjunto de viviendas, generalmente de propiedad individual, que son ofrecidas al mercado turístico, casi siempre fuera de los canales oficiales, y que están situadas, en su gran mayoría, en la zona litoral” (Mazón y otros, 1996).

Para el caso se podría añadir la especificidad de la zona litoral del mediterráneo español.

Por otro lado, se comparte el concepto utilizado por la Asociación de Promotores Inmobiliarios de la Provincia de Alicante, que estima lo siguiente, es decir, estaríamos ante: “La venta de una vivienda no principal a un español o extranjero para su uso turístico o vacacional por sí mismo o por terceros, así como la venta de una vivienda principal a un extranjero para su uso residencial por razones distintas a las laborales o profesionales” (Ros Tonda, 2003: 72).

En definitiva, y aquí se situará nuestra aportación, se entiende que la cuestión al respecto es bastante nítida y se podría concretar en la siguiente definición ecléctica y sintética: el sector turístico residencial es aquel que conlleva una componente troncal vinculada estrechamente con el sector inmobiliario, es decir, con la edificación de viviendas de “segunda residencia” primordialmente, localizadas en entornos de nueva planta alejados de los núcleos urbanos matrices, y dedicados casi exclusivamente al acogimiento de comunidades enteras de residentes que terminan por radicarse en el litoral o prelitoral mediterráneo para el disfrute de un clima benigno durante todo el año, y bajo la funcionalidad urbanística del deleite ligado al uso del tiempo de ocio o del periodo vital de las últimas etapas de la vida de los compradores.

Esta definición entronca directamente con el objeto mismo de este artículo en tanto que la construcción de espacios comerciales no deja de ser un tramsunto evolucionado de la edificación residencial propiamente dicha que busca cumplir al menos dos objetivos elementales; por un lado esas áreas forman parte de los equipamientos básicos que cualquier núcleo urbano, por muy reciente que sea, debe de disponer por evidentes razones de suministro de bienes perecederos o de dotación del hogar y vestido, y por otro lado, representan la consecuencia edilicia tangible del éxito de la sociedad de consumo postindustrial consiguientemente alcanzada por el desarrollo mismo del proceso de urbanización postmoderna (Bauman, 2002).

Por ello el planteamiento teórico ya está conformado, así como la estructura del fenómeno propiamente dicho, es decir, nuevo poblamiento de advenimiento espontáneo, incrementos descontrolados de nuevas cohortes de ciudadanos-turistas-residentes, e implantación de los entornos propios de la sociedad del consumo (Lyotard, 1979) como representación formal del fenómeno de la globalización de los intercambios económicos y en definitiva de la terciarización “líquida” de las migraciones, a su vez derivadas de la fase superior del “European welfare state” provocada esta por el turismo y por la conquista del ocio de las clases medias occidentales (Vattimo, 1986).

## II. LA RELEVANCIA DEL TURISMO RESIDENCIAL EN LA PROGRESIÓN DEL SECTOR TERCIARIO DE LA VEGA BAJA DEL SEGURA Y VICEVERSA

Una de las particularidades del sector terciario de la Vega Baja es que precisa más si cabe de los flujos incesantes de turistas, así como de una población flotante de carácter residencial asociada a la ocupación de viviendas secundarias, para sostener la progresión de su sector comercial que se constituye a la postre en el que a su vez soporta el grueso de la base censal de las actividades propiamente terciarias como se puede observar en la tabla 1.

La estructura terciaria de esta comarca está muy influenciada por la aportación de las actividades comerciales y de las actividades ligadas con la ali-

Tabla 1. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL MINORISTA DE LA VEGA BAJA, EN EL PERIODO 1996-2006, POR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS

Municipio	1996	1998	2000	2002	2004	2006	% de Variación
Albatera	132	144	159	175	175	203	34'98
Algorfa	16	17	15	22	31	39	58'97
Almoradí	258	288	292	330	328	416	37'99
Benejúzar	73	72	75	88	104	120	39'16
Benferri	13	12	14	16	17	19	31'58
Benijófar	26	26	25	28	38	48	54'17
Bigastro	75	66	73	74	81	93	19'35
Callosa S <sup>a</sup> .	321	341	328	326	325	377	14'85
Catral	82	86	98	113	118	152	46'05
Cox	102	104	107	121	129	151	32'45
Daya N.	17	14	14	16	20	23	26'08
Dolores	117	130	133	144	149	174	32'75
Formentera	32	31	32	45	48	62	48'38
Granja R <sup>a</sup> .	14	18	25	26	24	28	50'00
Guardamar	223	250	251	304	324	399	44'11
Jacarilla	20	24	22	20	23	27	25'92
L. Montesinos	63	73	69	77	86	107	41'12
Orihuela	858	943	978	1.111	1.180	1.370	37'37
Pilar Horad <sup>a</sup> .	175	271	286	300	305	405	56'79
Rafal	44	41	42	44	44	61	27'86
Redován	102	107	105	112	116	154	33'76
Rojales	125	137	163	161	159	222	43'69
S. Fulgencio	50	65	58	60	78	101	50'49
San Isidro	18	21	18	23	28	37	51'35
S. Miguel S.	47	55	52	65	73	112	58'03
Torrevieja	848	1.033	1.123	1.398	1.527	1.773	52'17
Totales	3.851	4.369	4.557	5.199	5.530	6.673	M: 40'36

Fuente: Elaboración propia a partir de los Anuarios Económicos de La Caixa de 2005, 2010 y 2013.

mentación con especial mención a las propias de la hostelería, la restauración y el alojamiento turístico.

En efecto, con carácter general hasta 2 de cada 3 actividades codificadas en el sector servicios circunscriben su oferta a la asociación de la venta de

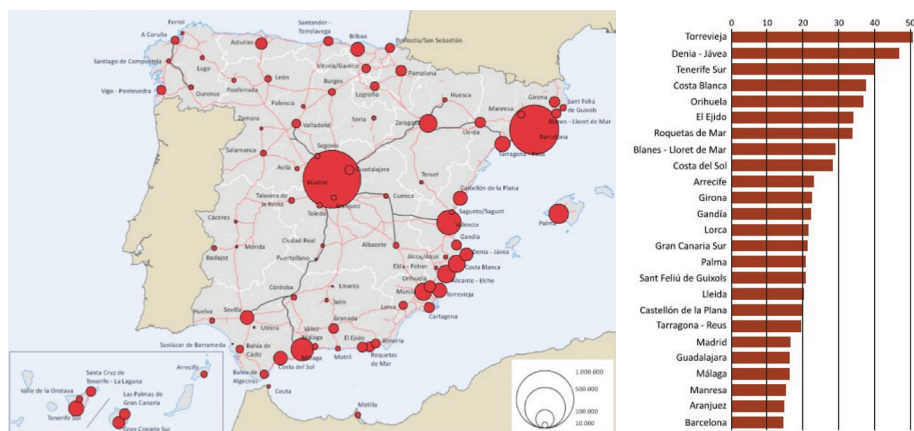
comercio al por menor y con la atención a los servicios de ocio o turísticos en tanto que el 64'66 % del total de su censo se engloba en estos códigos para el caso particular de Orihuela, y nada menos que el 73'09 dispone de esa misma correspondencia en el supuesto del resto del ámbito comarcal.

Con estos datos la vocación turística de la Vega Baja, estrechamente entrelazada a su vez con la satisfacción de las necesidades de una importante población incluida en el arquetipo residencial-flotante, pero también residencial-estacional, es un hecho insoslayable que explica las tendencias venideras y por supuesto la idiosincrasia misma del proceso de terciarización propio de este tipo de economías que ya apunta en esa dirección con fortaleza a finales del siglo pasado.

Además, la consolidación de este sector es una tónica generalizada que alcanza a todos los municipios de la comarca con un incremento medio (M) del 40'36 %, es decir, la dotación comercial de la Vega Baja casi registra la duplicación del censo que presentaba en 1996, justo después de la última crisis económica del siglo pasado, y hasta el inicio de la primera prueba recesiva del presente (tabla 1).

No obstante, y como ha venido ocurriendo en otros ámbitos, el avance se hace más destacado tanto en los municipios con una vocación turística ya asentada, como serían los estrictamente litorales, como también los anexos a esa fachada costera y que también pelean por disfrutar de la cuota del pastel representada por la llegada de nuevos vecinos de origen foráneo y la consiguiente adquisición de bienes inmuebles de carácter residencial.

Figura 1. CONCENTRACIÓN DE POBLACIÓN EXTRANJERA EN LOS MUNICIPIOS DE ORIHUELA Y TORREVEJIA



Fuente: Extraído de Áreas Urbanas + 50. Información Estadística de las Grandes Áreas Urbanas, 2012. Ministerio de Fomento, 2013



En ese sentido y de forma especial hay que subrayar el crecimiento del comercio local en determinados municipios que al comienzo del periodo analizado en la práctica no disponían de un censo relevante y se mantenían en un estadio de latencia propio de entornos urbanos tradicionales y con limitadas aspiraciones en su potencial proyección. En este grupo estarían primordialmente los municipios de segunda línea turística o prelitorales, caso de Algorfa, Benijófar, Los Montesinos, Rojales, San Fulgencio o San Miguel de Salinas.

Todos ellos en la práctica duplican su catálogo de establecimientos comerciales como consecuencia directa de la radicación en estos años de nuevas colonias de residentes extranjeros de procedencia comunitaria. De nuevo el binomio incremento demográfico-crecimiento comercial queda ratificado de pleno.

También es reseñable el salto definitivo que experimenta el comercio local de Pilar de la Horadada, un municipio de vocación litoral pura que se ha consolidado en el pelotón de cabeza del ranking demográfico comarcal así como de la jerarquía urbana y también de la oferta comercial minorista.

La cabecera turística por antonomasia de la Vega Baja, a la sazón, Torrevieja, no deja de crecer situándose en 2006 en la punta de lanza del comercio minorista comarcal y en el núcleo referencial de todo el litoral bajosegureño. Es en este periodo cuando definitivamente consolida su posición de liderazgo a pesar de los significativos avances que experimentan el resto de los municipios costeros y a la espera del salto cualitativo y cuantitativo que más adelante disfrutará la capital comarcal con el desarrollo de su frente litoral y prelitoral.

De hecho Torrevieja registra un censo comercial de tipo minorista que por sí mismo representa el 26'57 % de todo el censo de la Vega Baja en 2006, mientras que al comienzo del periodo, es decir, en 1996, el dato se situaba en el 22'02 % del total censado por entonces.

Por ello, la deducción más razonable que se extrae es que en este importante sector productivo se produce la paulatina traslación de los flujos comerciales de mayor rango en consonancia con el potencial acumulado derivado de los registros demográficos costeros que actúan como motor de ese proceso.

Aquí también el fenómeno de la "litoralización" comarcal se hace presente de modo palmario ya que el desplazamiento del centro de gravedad económico provocado por la terciarización pasa indefectiblemente también por la transferencia de nuevos flujos de intercambios comerciales devenidos por el empuje de una población de nueva radicación que demanda nuevos y más servicios típicos del consumo minorista.

Las dos cabeceras municipales más importantes de la Vega Baja disponen de una estructura comercial variada y suficiente en cuanto a dotación de oferta minorista, es por ello que en buena lógica lideran sus respectivas subáreas de influencia y se muestran proclives a la captación de nuevas inversiones especialmente debido a su vocación turística.



El tejido empresarial específicamente dedicado al sector servicios se sitúa en la comarca en el 77'46 % del total, lo que ratifica la consolidación del proceso terciarizador que se viene analizando. No obstante hay que destacar que la Vega Baja no responde del todo al patrón regional aunque sí lo hace con relación a su entorno provincial.

En efecto, mientras que el sector del comercio, transporte y hostelería acoge al 40'72 de todo el censo y la provincia de Alicante en la práctica se asemeja a ese dato en tanto que registra el 39'42 %, muy similar también al disponible para la Comunidad Valenciana que aporta el 38'63 %; cuando la comparativa se realiza tomando como referencia al resto del sector servicios, es decir, todas las actividades codificadas en el CNAE como pertenecientes al sector terciario que no están dedicadas al comercio y la hostelería, comienza a apreciarse una sensible distinción.

Figura 2. ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LA VEGA BAJA POR SECTORES PRODUCTIVOS A PARTIR DEL NÚMERO DE EMPRESAS CENSADAS EN 2016

DIRCE. Directorio Central de Empresas						
	Comarca		Provincia		Comunidad	
Número total de empresas - 2016 (empresas)	22.871	141	133.124	141	344.556	141
Empresas en el sector Industria - 2016 (%)	5,66	141	7,44	141	6,94	141
Empresas en el sector Construcción - 2016 (%)	16,75	141	13,30	141	12,09	141
Empresas en el sector Comercio, transporte y hostelería - 2016 (%)	40,72	141	39,42	141	38,63	141
Empresas en el sector Servicios - 2016 (%)	36,74	141	39,84	141	42,34	141
Empresas en el sector Servicios. Información y comunicación - 2016 (%)	0,88	141	1,44	141	1,56	141
Empresas en el sector Servicios. Actividades financieras y de seguros - 2016 (%)	1,67	141	2,17	141	2,45	141
Empresas en el sector Servicios. Actividades inmobiliarias - 2016 (%)	7,66	141	6,52	141	5,46	141
Empresas en el sector Servicios. Actividades profesionales y técnicas - 2016 (%)	12,71	141	15,56	141	17,02	141
Empresas en el sector Servicios. Educación, sanidad y servicios - 2016 (%)	4,52	141	6,47	141	7,33	141
Empresas en el sector Servicios. Otros servicios personales - 2016 (%)	7,04	141	7,67	141	8,51	141

Fuente: Banco de Datos Territorial del IVE (Difusión Municipal del Directorio Central de Empresas) y a su vez de la explotación de los datos del INE, 2016.

En la Vega Baja los establecimientos comerciales, hosteleros y del transporte son preponderantes sobre el resto de los servicios mientras que en el entorno regional ocurre justamente lo contrario. De hecho el dato resalta porque mientras que en la comarca los servicios no dedicados al comercio y la hostelería registran un 36'74 %, en la Comunidad Valenciana se sitúa en el 42'34 % (figura 2).

La explicación no resulta dificultosa. La Vega Baja, en una trayectoria que viene siendo habitual, depende mucho más del sector turístico que otros territorios.

La mayor concentración en este tipo de actividades no es perniciosa en sí misma si no fuera porque se precisaría una mayor cualificación de la oferta que orientara la oportuna especialización y diferenciación para hacerla competitiva con relación a otros territorios que también buscan a ese tipo de turismo. En esa lógica se inserta la aparición del Centro Comercial que será objeto del estudio de caso (tabla 2).

Tabla 2. LA PREPONDERANCIA DEL COMERCIO Y LA HOSTELERÍA EN EL SECTOR SERVICIOS DE LA VEGA BAJA SEGÚN EL NÚMERO DE EMPRESAS (2014)

Municipio	Comercio, Transporte y Hostelería 2014	Peso (%) s/total del sector (nivel local)	Otros Servicios 2014	Peso (%) s/total del sector (nivel local)	Nº. Total empresas de servicios 2014	Posición Jerárquica (Ordinal)
Albatera	443	69'33	196	30'67	639	7
Algorfa	71	59'17	49	40'83	120	21
Almoradí	533	55'41	429	44'99	962	3
Benejúzar	171	71'25	69	28'75	240	17
Benferri	31	58'49	22	41'51	53	25
Benijófar	94	58'75	66	41'25	160	18
Bigastro	138	52'27	126	47'73	264	16
Callosa de Segura	439	61'31	277	38'69	716	6
Catral	213	56'50	164	43'50	377	10
Cox	438	79'35	114	20'65	552	9
Daya Nueva	51	67'10	25	32'90	76	24
Dolores	220	61'28	139	38'72	359	11
Formentera Segura	86	58'50	61	41'50	147	20
Granja Rocamora	106	72'11	41	27'90	147	20
Guardamar Segura	434	51'12	415	48'88	849	4
Jacarilla	66	66'67	33	33'33	99	23
Los Montesinos	148	53'05	131	46'95	279	14
Orihuela	1.995	53'56	1.730	46'44	3.725	2
P. Horadada	414	51'62	388	48'38	802	5
Rafal	92	60'93	59	39'07	151	19
Redován	199	64'19	111	35'81	310	12
Rojales	311	53'44	271	46'56	582	8
San Fulgencio	157	56'88	119	43'12	276	15
San Isidro	79	73'15	29	26'85	108	22
San Miguel Salinas	158	55'24	128	44'75	286	13
Torrevecija	2.166	51'60	2.032	48'40	4.198	1
Totales (Medias)	9.253	56'15	7.224	43'85	16.477	-

Fuente: Elaboración propia a partir del Banco de Datos Territorial del IVE (Difusión Municipal del Directorio Central de Empresas) y a su vez de la explotación de los datos del INE, 2015.

### III. EL PROTOTIPO COMERCIAL POSTMODERNO LLEGA A LA VEGA BAJA. LAS NUEVAS PLATAFORMAS TERCIARIAS TIPO “SHOPPING” COMO ENTES ARTICULADORES DE LA VOCACIÓN METROPOLITANA COMARCAL. EL CASO DEL CENTRO COMERCIAL LA ZENIA BOULEVARD

El desarrollo inmobiliario de expansión informal experimentado en determinados puntos geográficos de la costa alicantina ha derivado en nuevos espacios urbanizados de limitada o nula planificación a escala territorial, lo cual, entre otros efectos no deseados, ha provocado la aparición de extensas manchas de edificaciones turístico-residenciales que han obviado las infraestructuras y los equipamientos más básicos favorecedores de la relación social. Este importante ámbito de lo urbano, olvidado por los promotores, consentido por las Administraciones Públicas de turno, y sufrido por los nuevos residentes, ha sido ocupado por la construcción de nuevos “city center” bajo un patrón basado en la apertura de nuevas áreas comerciales constituidas en auténticos centros urbanos con formato de “plaza de pueblo” de renovada impronta.

Un reciente, singular y exitoso caso es el protagonizado por el Centro Comercial “La Zenia Boulevard” de Orihuela-Costa, una fabulosa plataforma terciaria que, por una parte ha alumbrado los efectos nocivos de un territorio literalmente desestructurado y, por otra, se ha constituido en ese inexistente espacio urbano de relación entre la población. En este sentido el nuevo ente comercial ha facilitado tanto la integración urbanística de una conurbación turística amorfa, como la consolidación de un potente polo de desarrollo económico que, a su vez, ha dotado de ventaja competitiva a esta área litoral del sur alicantino.

#### *III.1. La caracterización del Área Comercial de Orihuela-Torreveija*

El Área Comercial de Orihuela-Torreveija (Oficina PATECO, 2008), con una población de derecho de 348.662 habitantes (2017), se corresponde casi con estricta delimitación geográfica tanto con los límites político-administrativos de la comarca del Bajo Segura como con los del Área Funcional de la Vega Baja del Segura (Generalitat Valenciana, 2009). La dicotomía espacial de este territorio conformado por 27 municipios de distinto rango poblacional se ve fortalecida por la evidenciable diferenciación del interior encabezado por la ciudad de Orihuela, en contraposición con el litoral y prelitoral liderado por Torreveija.

Tanto Orihuela como Torreveija se constituyen en subáreas comerciales de un área funcional que engloban a las mismas ciudades estando a su vez remarcada aquélla por el propio espacio físico y poblacional de la Vega Baja del Segura en toda su amplitud. La consideración estable de este arquetipo de mapa comercial ha venido estando sustentada sobre la explicación de la propia estabilidad de sus respectivos *hinterlands* de influencia.



La paradoja que se aprecia reside en el hecho de que la nueva trayectoria ha sido producida por la dinámica constructora misma y su consiguiente incremento poblacional, el cual ha ocasionado esa tendencia de desplazamiento de la jerarquía. En efecto, aunque Torrevieja ha ido fijando su posición como centro neurálgico desde finales del siglo pasado, ahora ese desarrollo inmobiliario residencial ya no precisa concebir a la ciudad de la sal como su centro urbano referencial y, a resultas del creciente y renovado envite turístico-residencial, también se ha desarrollado una nueva red de equipamientos que han desdibujado esa apariencia de centralidad estable y asentada, de lo cual participa plenamente la red de establecimientos comerciales de reciente implantación (Rodríguez, 2015).

La estructura del área funcional comercial Vega Baja (en adelante AFC) ya ha quedado fijada al señalar a los dos municipios de más de 50.000 habitantes como protagonistas de un auténtico duopolio representado tanto por Orihuela (76.097 habitantes) como por Torrevieja (83.252 habitantes).

Pero además dispone de tres nodos de apoyo al sistema rural que se concentran en los municipios de Callosa de Segura, Almoradí y Rojales, así como de dos nodos de apoyo al sector litoral propiamente dicho que orientan su acción en torno a las cabeceras municipales de Guardamar del Segura por el norte del perfil costero, y Pilar de la Horadada por el sur ya con el límite de la región murciana.

En este sentido, y según los datos aportados por la actualización del PATECO de la comarca en 2012, ese dúo representativo del coliderazgo comercial, en su conjunto, concentra hasta el 53'70 % de la oferta comercial total y el 57'56 % de la superficie comercial del área, datos que refuerzan el efecto tractor de ambos sobre el entorno no sólo del área de influencia propiamente dicha de la comarca de origen, sino también sobre una isocrona de 30 minutos que alcanza a ciudades de otras comarcas vecinas.

Por lo que respecta a la actividad comercial propiamente dicha el área dispone de 3.883 comercios minoristas que ocupan una superficie total que alcanza la cifra de 507.585'81 m<sup>2</sup>.

En consideración a los datos incluidos en el Plan de Acción Territorial Sectorial del Comercio de la Comunidad Valenciana (PATSECOVA), es destacable indicar la evolución del comercio en el periodo amplio que transcurre entre 1996 y 2012, es decir, desde el instante que se tiene registrado como el momento en el que Torrevieja comienza a reforzar su propia estrategia de "capitalidad turística". Así resulta que la progresión en materia comercial ha ido correlativa a la propia evolución demográfica y se dispone de 1.498 nuevos puestos de venta que suponen un incremento de nada menos que el 62'81 % del parque de tiendas existente en aquel año base.

La tendencia queda ratificada al expresar el incremento de la superficie comercial misma que en la actualidad disfruta el área y que se concreta en una

planta de 353.389'81 m<sup>2</sup> de nueva oferta que viene a representar el 229'18 % de aumento en el periodo señalado.

Esta apreciación queda ratificada cuando se hace referencia al índice de superficie comercial (m<sup>2</sup> por cada 1.000 habitantes) que en el Bajo Segura se encontraba en 2012 en 1.258'40 m<sup>2</sup> y en la Comunidad Valenciana se estimaba en 1.328'00 m<sup>2</sup>, es decir, todavía inferior a la media aunque tan sólo un 5 % menor. Este último dato da a entender que la superficie media de los comercios del área dispone de mayor tamaño que la propia media de su referente regional.

Finalmente hay que subrayar la composición del parque de centros comerciales que actualmente se localizan en el área en tanto que en el Bajo Segura se localizan 80 supermercados, 2 maxi-supers, 32 discounts, 8 mercados municipales y 3 hipermercados (Generalitat Valenciana, 2013).

### III.2. La caracterización, el formato y la localización del Centro Comercial La Zenia Boulevard

La Zenia-Boulevard es una gran superficie comercial que ocupa 175.000 m<sup>2</sup> de espacio construido total con una superficie efectivamente dedicada a la venta minorista de la mitad de todo el complejo. Con la clasificación utilizada por la Oficina de Comercio y Territorio-PATECO y a partir de la tipología manejada

Figura 4. PLANO CON FOTOCOMPOSICIÓN DE LOS ESPACIOS OCUPADOS POR LA LZB Y SU CONFORMACIÓN PARCELARIA.

Master-Plan del Centro Comercial donde se observa la inserción del nuevo equipamiento en la red de comunicaciones viarias y en los residenciales adyacentes



Fuente: Dirección General de INMOCHAN Internacional.



por la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales (AECC), este equipamiento comercial queda enmarcado en un tipo codificado como “MG” es decir, “Muy Grande” (superior a 79.999 m<sup>2</sup>), y en toda la región únicamente tendría dos referentes de similares características limitados al Centro Bonaire Galería Comercial inaugurado en 2000 en el área metropolitana de Valencia, en Aldaya, y al Nuevo Centro de la capital autonómica inaugurado en 1982 y que se constituye como pionero de estas macrosuperficies (Consejo de Cámaras C.V., 2013).

El nuevo Centro Comercial dispone de 150 locales de diferente tamaño que están liderados por auténticos iconos de la venta de bienes de consumo como Alcampo y Leroy Merlin como hipermercados de alimentación y del hogar (muebles, iluminación y decoración) respectivamente, además de Decathlon en materia de productos deportivos y de ocio, sin olvidar a la sede costera de Media Markt como representante de la venta de electrodomésticos y productos tecnológicos de imagen y sonido muy demandados sobre todo por el usuario extranjero. Por otra parte alberga diversas tiendas de equipamiento personal dedicadas a la venta textil y de calzado como arietes de su oferta y, como punta de lanza de la misma se sitúan otros tantos puntos de venta pertenecientes a los Grupos Inditex y Cortefiel, así como la multinacional irlandesa de la distribución de ropa *low cost* Primark (Zenia-Boulevard, 2015).

El formato elegido ha sido la conformación de un “city center” *ex novo* levantado en un espacio tan desestructurado como densificado como consecuencia de la actividad inmobiliaria residencial aplanificada. Pero además, y con ser este aspecto de primordial interés, también se presenta una referencial oferta anclada sobre una nueva tipología de atracción turística que complementa a la ya existente concentrada en el sector playero clásico (Alonso, 1997).

Con esta experiencia se ha consolidado una oferta de turismo de compras, o “shopping tourism”, que ha dotado al sector de un potente efecto mercadotécnico y un sólido producto que a su vez reporta una actualizada imagen corporativa a las playas oriolanas (Magadán y Rivas (2014). Si hasta la fecha el icono de las playas de la comarca e incluso del sur valenciano, era “Torrevieja”, ahora esta marca está litigando en estrecho margen con “La Zenia” y, más en concreto, con el “Centro Comercial”. *De facto*, y como muestra de este aspecto, se viene observando que hasta las ofertas de compra-venta de viviendas residenciales, indicativa de la actividad inmobiliaria renacida en 2013, deviene en este reclamo como un nuevo envoltorio publicitario de contrastado gancho comercial.

En definitiva, un conjunto de establecimientos minoristas integrados en un único edificio y gestionados unitariamente junto con lo que se entiende tanto como un “Parque Comercial”, este como un conjunto de establecimientos

especializados con presencia de una gran superficie polivalente que actúa de señuelo para la atracción de otros establecimientos satélites, como además un centro sociocultural abierto.

Aquí se halla cuanto menos una de las características que han hecho triunfar el “modelo prototípico” de “Shopping Center” de funcionalidad transversal, es decir, el caso de LZB aún de forma exitosa el consumo minorista, la distracción y el ocio (Lang Lasalle, 2012), así como la promoción de la relación social de los clientes, de los potenciales consumidores y de los visitantes y turistas que se dirigen a estas instalaciones como si de un paseo tipo se tratara, de ahí el formato de diseño arquitectónico elegido al dar a entender que se trata de una “calle” de un “barrio” mediterráneo cualquiera (Zabalbeascoa, 2004) cuando lo que en realidad se ha construido es un trasunto artificial de un centro urbano inexistente.

Figura 5. IMAGEN DEL INTERIOR CON SU EFECTO DE “PUEBLO MEDITERRÁNEO” QUE INDUCE AL PASEO



Fuente: Web oficial del C.C.

De nuevo la iniciativa privada ha tenido que inventar literalmente los equipamientos no contemplados por el sector público, y esto es desde luego destacable desde la perspectiva ideológica para dar a entender la tipología de desarrollo informal que ha prosperado en este territorio costero con excesiva frecuencia.

Esta cuestión reviste gran importancia por cuanto es también un manifiesto reflejo de la trayectoria espontánea seguida por el sector comercial en su devenir reciente (Rovira, Forés y Hernández, 2012).



El fenómeno que subyace en estas tendencias y que orienta a los nuevos procesos socioeconómicos, no sólo a escala comarcal, sino también regional e incluso europea, es el vinculado a la referida *litoralización* de las actividades económicas y a la transferencia poblacional hacia la franja bañada por el Mediterráneo en contraposición a la lenta pero inexorable decadencia de los espacios interiores. Así pues el sector terciario, y por ende el comercial inducido por el desarrollo turístico, no sólo participa de la tendencia reseñada sino que la refuerza y la solidifica (Rodríguez, 2017).

El nicho de mercado que ha venido a ocupar esta iniciativa privada no es el de un centro comercial al uso dedicado a satisfacer una demanda ordinaria de productos de consumo cotidianos, sino que lo destacable es el aprovechamiento de una carencia básica derivada del planeamiento urbano para recrear un “escenario” asimilable a los decorados cinematográficos de cartón-piedra sobre el que desarrollar una actividad comercial mixta y diversificada pero al tiempo concentrada en un núcleo de ventas levantado *ad hoc* para ello.

Figura 6. LOCALIZACIÓN A ESCALA METROPOLITANA EN EL CORAZÓN DE LA CONURBACIÓN LITORAL TORREVIEJA-ORIHUELA COSTA



Fuente: Web oficial del C.C. LZB.

En esencia lo que resulta subrayable es esa reordenación y configuración de un espacio urbano ciertamente caótico que favorece su humanización y la desestacionalización de los flujos turísticos. Ahora a este espacio litoral ya no se viene solamente a disfrutar de un baño soleado en temporada alta. Lo

cierto es que con este complejo de compras se ha consolidado una oferta potente de turistas consumidores que han encontrado un espacio para intensificar el contacto social y que al mismo tiempo han promovido la diversificación comercial.

En consecuencia, los efectos de este puntero núcleo terciario sobre el hinterland comercial de su entorno más inmediato no se han hecho esperar y, tanto el comercio tradicional urbano de la ciudad de Torrevieja, como incluso la anterior malla de hipermercados de ese ámbito geográfico, han visto impactadas sobremanera sus respectivas cuentas de resultados pasando a rearmar su oferta para no verse desplazados en una suerte de estrategia dinamizadora que implica a toda el área afectada.

A la vista de los datos disponibles se puede concretar cuantitativamente ese impacto referido protagonizado por la nueva gran superficie sobre el sistema preexistente en el área. Así hay que recordar que si todo el ámbito funcional albergaba algo más de medio millón de m<sup>2</sup> de superficie comercial útil en 2012, es decir en el mismo año en el que se produce la inauguración, tan sólo La Zenia-Boulevard por sí mismo representa el 15'76 % del total comarcal con sus 80.000 m<sup>2</sup> de superficie bruta útil o alquilable en la terminología especializada (en adelante SBA).

El dato se convierte en más importante si cabe si se le compara con el rango representativo de los establecimientos similares preexistentes de la subárea litoral. Así hay que señalar que el centro comercial Habaneras de Torrevieja dispone de una SBA de 24.000 m<sup>2</sup> y 67 negocios, y el Carrefour-Torrevieja de 8.704 m<sup>2</sup> y 8 negocios, es decir, la nueva oferta ubicada en La Zenia ha duplicado con suficiencia (60 % de incremento) la oferta SBA del área sub-metropolitana del sector de acogida.

En consonancia con ello el nuevo macrocentro también dobla el número de establecimientos del área remarcando su éxito con una superficie ocupada del 96 % y correspondiendo ese impacto con el eslogan publicitario que aparece en su web oficial al destacar su tamaño y anunciarse como “el más grande de la provincia de Alicante”. De hecho su dimensión es de tal magnitud que se encuentra en el ránking de los diez más grandes de España (G-info, 2015). Además y como otra particularidad está la ocupación total de la superficie potencial que registra, que ha sido efectivamente ocupada en el primer año de funcionamiento, lo cual justifica el estudio de mercado realizado y el análisis prospectivo relativo al grado de aceptación de la oferta disponible por parte del cliente demandante.

Con relación a la capacidad de aparcamiento como dato igualmente referencial, y dado su marcado carácter metropolitano como ya se ha dicho, dispone de una planta nada menos que de 5.000 plazas de estacionamiento por las 900 de Habaneras y las 1.363 de Carrefour-Torrevieja.

Figura 7. DETALLE DE LA DISTRIBUCIÓN DE LOS ESPACIOS EXTERIORES DEL COMPLEJO



Fuente: Extraído del proyecto de construcción de la LZB.

### *III.3. El impacto de la población residente, flotante y turística*

La significativa importancia que el turismo residencial reviste para este sector del espacio comarcal se da por descontado, y aunque en particular en Orihuela-Costa ya se ha consolidado un censo de habitantes de pleno derecho cercano a las 34.000 personas, no es menos cierto que su relevancia queda acentuada cuando se considera también la capacidad de atracción de población flotante y potencial consumidora de los productos que ofrece el comercio minorista que por otro lado constituye la oferta central de LZB.

Una de las cuestiones de recurrente atención que tradicionalmente vincula el estudio del sector servicios como sector económico, pero también como reflejo de una determinada composición social, es aquel que asocia la escena comercial con el desarrollo turístico mismo. Esta línea de análisis genérico debe imbricarse con el estudio específico de las nuevas expectativas y emociones que arrastran al consumidor a perfilar una elección u otra en materia de infraestructura comercial (Munuera, 2006) pero, sobre todo, al estratégico aprovechamiento que de esos impulsos básicos de satisfacción de una determinada demanda puede hacerse para compensar determinados déficits en materia de cohesión y relación sociocultural, así como de los efectos más negativos de un manifiesto desequilibrio territorial dado y de su falta de reconocimiento por parte de autoridades, instituciones y planificadores del desarrollo económico.

La demanda de bienes y servicios reclamada por una población flotante (Consejo de Cámaras C.V., 2009) que en temporada alta crece exponencialmente con relación a la población residente y, a su vez, la propia satisfacción de unas necesidades de compra estructural solicitadas por una creciente

población de derecho que se localiza en los espacios costeros del sureste español como tendencia consolidada preferentemente en las dos últimas décadas, fortalece la oportunidad del análisis de unos procesos cuanto menos dicotómicos que se han venido intensificando sobremanera en un relativo corto espacio temporal y en una bien delimitada parcela del espacio físico territorial.

En el caso tratado se tiene constancia de puntas de población flotante que en la temporada estival llegan a triplicar a la población total de un municipio, tal es el caso de Orihuela que dispone de registros de hasta 250.000 personas durante los meses de julio y agosto o de Torre Vieja que llega a datos cercanos al medio millón de personas teniendo en cuenta las previsiones recogidas en sus respectivos PATECO.

Que la idea empresarial que pergeñó la oportunidad de negocio del Centro Comercial se centró primordialmente en cubrir la demanda de la población estrictamente turística no resulta especialmente sorprendente, pero es precisamente este grupo de gasto el que ha actuado de fuerza motriz en el hinterland comercial de Orihuela-Costa, y, por evidentes razones y como consecuencia de ello, en el gasto final efectivamente realizado en LZB sin obviar que el grueso del gasto está concentrado en la población residente. Este razonamiento se vincula en particular con el gasto de los turistas de segunda residencia que en su mayor parte son los que han elegido esta opción de radicación en este territorio.

En este sentido el aspecto reseñado resulta de prioritario interés ya que según datos del INE y de la Agencia Valenciana de Turismo, hasta el 95'3 % del alojamiento turístico se realiza en la denominada "segunda residencia", la cual es también la seña de identidad del modelo urbanístico extensivo que predomina no sólo en la fachada marítima del Bajo Segura, sino en el espacio abigarrado que ha sido ocupado por este tipo de construcción residencial al otro lado del eje de la N-332 profundizando en una franja territorial que de media alcanza los 5 kilómetros hacia el interior (Rodríguez, 2017).

Para cuantificar esa específica demanda se explotarán los datos ofrecidos por el Anuario Estadístico de La Caixa (AEE-LC) en lo que respecta expresamente a los índices de "mercado potencial local" y "mercado potencial turístico" (La Caixa, 2013).

Si se contabiliza estrictamente el mercado potencial local en el ámbito esencialmente turístico de los límites comarcales, hay que asumir que la población directa afectada en el ámbito funcional costero alcanzaría a un total de 216.447 habitantes pertenecientes a la población de derecho censada en 2011 en los municipios cuya "gravitación comercial directa" gira en torno a la subárea de Torre Vieja por su situación litoral. Así pues considerando la clasificación utilizada por el Anuario Económico de España, este ámbito se

extendería por la propia cabecera referida, además de Benijófar, Guardamar del Segura, Los Montesinos, Pilar de la Horadada, Rojales y San Miguel de Salinas.

Por lo que respecta a la contabilización del “mercado potencial turístico” la población afectada debería incrementarse como mínimo en 44.740 personas, a razón de una media estimada de 123’57 personas/día de nuevos aportes derivados del cálculo estándar que se utiliza para determinar la media de población vinculada no residente (en un día medio del año) en la Comunidad Valenciana, que alcanza al 20’67 % de toda la población de la región y por estadística asimilable también de un municipio turístico tipo.

No obstante, el cálculo anterior lo sería con el escenario más prudente y como consecuencia de la aplicación de una metodología específica reconocida, ya que el escenario real se antoja mucho más impactante en su cuantificación si en el cálculo queda incluido el tramo costero de un municipio tipo turístico como es el caso de Orihuela. En efecto, al adoptar la relevante variable del consumo de agua potable en tanto que dato acreditativo de la presencia de personas tenemos que en todo el municipio y durante 2012 el consumo efectivamente registrado, según la información municipal disponible, alcanzó un total de 8.902.220 m<sup>3</sup>, correspondiendo un consumo específico a Orihuela-Costa, donde se concentra la población turística, de 4.877.232 m<sup>3</sup>, es decir, el 54’78 % del consumo total. El resultado es claro si se considera que en esta parte del territorio municipal se tiene constatado un censo de derecho, es decir, de población residente, de 32.687 habitantes en 2012 que representan en términos absolutos el 36’28 % del censo total municipal. Por tanto, formulando una simple correlación de población y consumo entre los dos espacios de referencia se aprecia, en términos absolutos, que ese censo costero de la población total del municipio disfruta de consumos cercanos al 55 % del volumen total y, por el contrario, el resto de la población (63’72 %) registra consumos del 45’22 % restante.

De la explotación de estos datos se deduce que, sin entrar en detalles de tipo de actividad o hábitos desagregados por territorio, es decir, en términos absolutos, mientras el consumo estimado en Orihuela-Costa se sitúa en 149 m<sup>3</sup> por persona/año, en el resto del municipio se registra un consumo de 70 m<sup>3</sup> p/p/año. La deducción es sencilla, en el sector costero la población residente duplica cuanto menos sus efectivos por término medio durante todo el año, y si nos atenemos a los datos disponibles mensuales de los propios consumos registrados, durante los meses de verano, es decir, los tradicionales de temporada alta, además de los meses de septiembre y octubre que siguen registrando cifras de consumo que doblan y triplican los consumos del resto del año, se alcanzan datos de población “flotante” que llegan a triplicar a la población residente censada.

La conclusión se hace evidente al comparar ambos espacios poblados y se entiende con ello que la fachada de vocación turístico-residencial oriolana, donde se ubica La Zenia-Boulevard, concentra el grueso de la población flotante estimada sobre la población de derecho, o lo que es lo mismo, en términos absolutos en torno a un 35 % de población flotante se constituye en un mercado potencial comercial, y de ella hasta un 36 % corresponde *estricto sensu* con población turística, siguiendo igualmente con el indicador estimado por el AEE-LC para el ámbito autonómico comercial.

Si se extrapola este cálculo a toda la población del subárea el resultado sería que existe una población flotante que alcanzaría una media anual con tendencia comercial de al menos 75.000 personas para todo el territorio del subárea de Torrevieja y, por ende, territorio de influencia directo del macrocentro analizado.

#### IV. CONCLUSIONES

La aparición de La Zenia Boulevard ha modificado sustancialmente el mapa comercial, la ordenación urbanística, los itinerarios de ocio de los residentes y turistas e incluso la relación social de una población diversa con una extraordinaria complejidad de usos y costumbres. Este último acontecimiento es sociológicamente el más interesante ya que este espacio se ha convertido en el centro urbano que los propios urbanizadores de los aislados planes parciales y las autoridades municipales obviaron por igual.

En tan sólo un quinquenio transcurrido desde su inauguración ha provocado importantes cambios en los hábitos de compra de los consumidores y en los flujos seguidos hasta ese instante no sólo en el sector o área de influencia costera, sino también en una isocrona que alcanza hasta Elche por el interior y en derredor suyo en un amplio espacio de 50 kilómetros que alcanza a la ciudad de Cartagena por el sur y a la ciudad de Santa Pola hacia el norte.

Por tanto la dinámica de cambio que se observa se vincula con el inicio de una nueva tendencia que está por ver si termina consolidándose y que no es otra que la paulatina traslación del centro de gravedad comercial desde la ciudad de Torrevieja como núcleo costero que ostentaba un liderazgo indiscutible, hacia la nueva gran superficie y por ende al territorio de acogida en el sector litoral del municipio de Orihuela.

La Zenia-Boulevard está rompiendo moldes y cánones preestablecidos, está constituyéndose en un revulsivo de consecuencias muy interesantes en lo relativo a la modernización y el impulso de un espacio económico nuevo que requiere y exige nuevas soluciones y alternativas de progreso.

Con la aparición de este nuevo polo de desarrollo, que tercia de forma decisiva en el equilibrio inestable que de hecho han disfrutado durante al



menos dos décadas las dos subáreas comerciales de la Vega Baja, se refuerza no sólo la centralidad del área litoral, sino sobre todo su vocación turístico-residencial.

Definitivamente este complejo de compras ha reorientado la vista de los clientes hacia las denominadas “Playas de Orihuela” y ha conformado una auténtica reconfiguración del entorno económico litoral de Orihuela Costa, del nudo de comunicaciones localizado en La Zenia como centro neurálgico del viario costero surestino, tanto en la conexión tradicional del litoral por la N-332 y la reciente autopista AP-7, como sobre todo en su arquitectura perpendicular al favorecer la vertebración y la conectividad perdida del interior comarcal con la línea de costa propiamente playera.

Si cabe, la consecuencia directa más destacable es que este *mall* ha posicionado a la costa oriolana, y por extensión a todo el litoral adyacente, entre los destinos referenciales del “shopping tourism” del sureste español.

Singularidad, especialización, diversificación y *desestacionalización* de la oferta para mejorar las ventajas competitivas de la misma. Esta suerte de deseo secuenciado inunda cualquier objetivo de carácter estratégico que sea formalizado cuando el fenómeno analizado trata del sector turístico, ya sea a nivel nacional, regional o local.

Desde luego que esa ejecutoria no puede hacerse más necesaria si el objeto tratado hace una referencia concreta al turismo que viene siendo el habitual en el territorio comarcal.

Ya ha quedado verificada la casi absoluta influencia que sobre el sector terciario de la Vega Baja tiene la afluencia de turistas primordialmente petionarios de la excelente oferta de sol y playa.

La extrema vinculación que a su vez tiene el sector turístico sobre el comercial, y sobre el específicamente minorista, es un hecho recurrentemente demostrado.

La tendencia observada motiva una inferencia lógica y al tiempo paradójica, mientras la comarca mantenga su posicionamiento-dependencia del turismo residencial tendrá garantizado el desarrollo o cuanto menos la permanencia de un comercio minorista adaptado a la satisfacción de las necesidades de consumo de esa población, ya sea de carácter permanente o flotante.

No obstante, el gran desafío para la supervivencia de ese tejido comercial se encuentra precisamente en hacer sostenible esa tipología de turismo inmobiliario ligado estrechamente con el clásico de rango playero y por extensión con el turismo residencial. En este sentido el debate sigue permanentemente abierto.

## V. BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, L.E. (1997). La irresistible atracción del centro comercial. *Revista Distribución y Consumo*, año 8, nº 37, pp. 158-216.
- ANTÓN CLAVÉ, S. (2005). “De los procesos de diversificación y cualificación a los productos turísticos emergentes. Cambios y oportunidades en la dinámica reciente del turismo litoral”, en *Papeles de Economía Española*, Fundación de las Cajas de Ahorros, nº 102, pp. 316-332.
- ARGOS, PORTAL DE INFORMACIÓN GENERALITAT VALENCIANA (2018). *Datos Generales/ El Baix Segura/La Vega Baja-ARGOS*. Disponible en: [www.argos.gva.es/](http://www.argos.gva.es/)
- BAUMAN, Z. (2002): *La globalización: consecuencias humanas*. México, FCE.
- CONSEJO DE CÁMARAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2009). *Atlas Socio-Comercial de la Comunitat Valenciana, 2009. Resumen*. Oficina Comercio y Territorio y Plan de Innovación Comercial de la Consellería d’Indústria, Comerç i Innovació de la Generalitat Valenciana, 823 pp.
- CONSEJO DE CÁMARAS OFICIALES DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2013). *Informe Anual de la Distribución Comercial. Comunitat Valenciana, 2012*. Oficina Comercio y Territorio - PATECO. Consejo de Cámaras de la Comunidad Valenciana y Consellería d’Economía, Indústria, Turisme i Ocupació de la Generalitat Valenciana, 115 pp.
- CONSEJO DE CÁMARAS DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (2014). *Los centros comerciales de la Comunitat Valenciana. Año 2013*, Ediciones de la Oficina de Comercio y Territorio-PATECO, 8 pp.
- ESCUADERO GÓMEZ, L.A. (2008). *Los centros comerciales, espacios postmodernos de ocio y consumo. Un estudio geográfico*. (Monografías nº 56), Ediciones de la Universidad de Castilla-Las Mancha, Cuenca, 249 pp. ISBN: 978-84-8427-625-8.
- FAYÓS SOLÁ, E. (2004). “Política turística en la era de la globalización”, en *Mediterráneo Económico*, nº 5, pp. 215-232.
- FUERZAEMPLEO. Cómo buscar empleo (2012). Zenia Boulevard-Nuevo Centro Comercial en Alicante. Network-Bloc digital; Sección Búsqueda de empleo, 26-4-2012, artículo firmado por Luigi, 1 p. <http://fuerzaempleo.es/zenia-boulevard-nuevo-centro-comercial-alicante/>
- G-info (2015). *Los 10 Centros Comerciales más grandes de España*. 3 pp. <http://www.galapagar-info.net/compras/>
- GARCÍA-ANDREU, H. (2005). “Un acercamiento al concepto de turismo residencial”, en *Turismo residencial y cambio social: nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, Mazón, T. y Aledo, A., pp. 55-70. Ed. Aguaclara. Alicante. ISBN: 84-8018-264-4.



- GARCÍA PASCUAL, F. (2017). “Tres décadas de cambios en el turismo mundial: el impacto de la globalización en los flujos turísticos”, en Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, nº 75, pp. 127-149. ISSN: 0212-9426.
- GENERALITAT VALENCIANA (2013). *Acta de Conclusiones del Taller PATSECOVA del Área Comercial Vega Baja*. 8 pp. Disponible en [www.patsecova.es/index.php?option...id...vega-baja](http://www.patsecova.es/index.php?option...id...vega-baja)
- GONZÁLEZ, R.C. Y MENDIETA, M.D. (2009). “Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad del destino turístico”, en *Cuadernos de Turismo*, nº 23, pp. 111-128.
- JONES LANG LASALLE (2012). Centros Comerciales en España. Situación actual y expectativas 2013. *On.point*, Mayo 2012, *Informe del Mercado de Retail/Retail Market Report*, 20 pp.
- LA CAIXA (2013). *Anuario Económico de España. Servicio de Estudios y Análisis Económico*. Disponible en [www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com/](http://www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com/)
- LYOTARD, J.F. (1979). *La condición postmoderna*, Ed. Planeta-Agostini, Colección Obras Maestras del Pensamiento Contemporáneo, nº 18, Barcelona, 138 pp. ISBN: 84-395-2186-3.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2007). “Las repercusiones espaciales de los grandes equipamientos públicos y privados”, en *Espacios públicos, espacios privados: un debate sobre el territorio: XIX Congreso de Geógrafos Españoles*, Santander, pp. 187-208.
- MAGADÁN DÍAZ, M. y RIVAS GARCÍA, J. (2014). *Turismo de Shopping*. Editorial Septem Ediciones, Colección Rústica, 1ª Edición. 250 pp., ISBN13:9788416053155.
- MAZÓN T. y otros (1996). *El turismo inmobiliario en la provincia de Alicante: análisis y propuestas*. Alicante, Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca, Diputación de Alicante.
- MINISTERIO DE FOMENTO (2013). *Áreas Urbanas + 50. Información Estadística de las Grandes Áreas Urbanas*, 2012.
- MUNUERA ALEMÁN, J.L. y CUESTAS DÍAZ, P.J. (2006). Factores de atracción de los centros comerciales en España. *Tendencias de la Distribución Comercial en el Ámbito Internacional ICE*, Enero-Febrero, 2006, nº 828, pp. 99-116.
- NAVARRO JURADO, E. (2006). “Proceso de crecimiento e intensificación de usos en los destinos turísticos consolidados”, en Lacosta Aragüés, A. (2006): *Turismo y cambio territorial: ¿eclosión, aceleración, desbordamiento?*, Actas del VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, pp. 319-350.
- OFICINA PATECO (2008b). *Actualización del Plan de Acción Comercial de Orihuela*. Disponible en [www.pateco.es/](http://www.pateco.es/)

- OFICINA PATECO (2012). *Actualización del Plan de Acción Comercial de Torrevieja*. Disponible en [www.pateco.es/](http://www.pateco.es/)
- OFICINA PATECO (2016). “Las buenas perspectivas turísticas se reflejarán en el comercio minorista valenciano”, *Nota Técnica nº 13 de la Oficina Comercio y Territorio* de 12 de julio de 2016; 2 pp. Disponible en [www.pateco.es/](http://www.pateco.es/)
- OFICINA PATECO (2016). “Afluencia de compradores a los centros comerciales”, en *Nota Técnica nº 18 de la Oficina Comercio y Territorio* de 7 de octubre de 2016; 2 pp. Disponible en [www.pateco.es/](http://www.pateco.es/)
- OFICINA PATECO (2017). “Gasto de los turistas extranjeros en el comercio minorista”, en *Nota Técnica nº 6 de la Oficina Comercio y Territorio* de 22 de junio de 2017; 2 pp. Disponible en [www.pateco.es/](http://www.pateco.es/)
- RODRÍGUEZ CARMONA, E.G. (2015). “Cities Centers de nueva planta comercial como configuradores de espacios turístico-residenciales desestructurados. El caso del C.C. La Zenia-Boulevard de Orihuela Costa”, en *Actas del VII Congreso de Geografía de los Servicios AGE*; Alicante.
- RODRÍGUEZ CARMONA, E.G. (2017). *Economía y sociedad en el Bajo Segura, 1975-2015. La trayectoria contemporánea de un área funcional metropolitana de pulsión informal*. Tesis Doctoral inédita. Universidad de Alicante.
- ROVIRA LARA, A. (2012). *Comercio y ciudad. Principales conclusiones del Plan de Acción Comercial de Orihuela*. Ponencia presentada en el Foro Estratégico Orihuela 2030.
- ROVIRA LARA, A., FORÉS MARZÁ, D. y HERNÁNDEZ SAMPER, C. (2012). *Gestión innovadora de los centros comerciales urbanos. Modelos y Experiencias*. Ediciones Trea, S.L. ISBN: 978-84-9704-651-0.
- ROS TONDA, J. (2003). “Aproximación al turismo residencial español”, en *Estudios Turísticos*, nº 155-156, pp. 71-85.
- TERUEL A. (2017). “La Marina Alta y la Vega Baja tienen los riesgos de pobreza más elevados de la provincia”, en *Diario Información, Edición Elche-Vega Baja*. Lunes, 20 de febrero de 2017.
- VATTIMO VIGO, G. (1986). *El fin de la modernidad. Nihilismo y hermenéutica en la cultura postmoderna*. Barcelona, Editorial Gedisa.
- VERA, J.F. y BAÑOS, C.J. (2010). “Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 53, pp. 329-353.
- ZABALBEASCOA, A. (2004). Los centros de ocio son la plaza del pueblo del siglo XXI, *Suplemento Babelia del Diario El País*, 21 de febrero, p. 20.

# RETOS ACTUALES DEL COMERCIO TRADICIONAL DE TORREVIEJA

*Nathalie de Souza Bello*

Gerente General de NAMM LOUNGE de Torrevieja.  
Estudiante del Grado en Turismo de la Universidad de Alicante

## INTRODUCCIÓN

El comercio tradicional de Torrevieja se enfrenta a un conjunto de retos que, ciertamente, son comunes a los de cualquier destino turístico de la costa levantina que haya seguido un modelo de desarrollo basado en el turismo residencial. Este modelo, según la opinión de diversos analistas, está basado en la atracción generada por las segundas residencias hacia los habitantes de otras zonas de España y Europa, y desde el punto de vista comercial u hostelero no genera en un principio unas transformaciones destacadas.

## EVOLUCIÓN DEL COMERCIO DE TORREVIEJA

La ciudad de Torrevieja comienza a adoptar su actual carácter desde finales del siglo XVIII, momento en el que la explotación salinera impulsa un crecimiento poblacional alrededor del muelle comercial y las Eras de la Sal. En 1803 se le denomina Torrevieja a esta franja costera de playas de arenas blancas y calas rocosas de más de 13 kilómetros, cuya actividad económica se basa en la sal y la pesca. Un pueblo costero que crece a un ritmo moderado hasta la década de 1960, periodo en el que aparecen los primeros turistas del norte de Europa en busca de sol, playa y temperaturas cálidas durante gran parte del año. Sin embargo, la eclosión del turismo en Torrevieja, tan importante en aspectos como la economía, el urbanismo, la inmigración, los cambios sociales o el medio ambiente, no estuvo presente en la mente de los legisladores. Era imposible conocer el alcance y las consecuencias que el turismo comenzó a tener poco tiempo después (Mazón, 2014).

A partir de los años 1970 comienza una nueva etapa en la que Torrevieja se convierte en un destino turístico de referencia, duplicando en poco

tiempo su población y consolidando un modelo de crecimiento que a finales de siglo XX hace duplicar la población, alcanzando los 70.000 habitantes censados, motivado por fuertes oleadas migratorias desde el centro y norte de Europa. Las características propias de la ciudad se van formando a través de la evolución demográfica (Tabla 1), que va a definir la identidad actual del municipio y condicionará en buena medida el desarrollo de la actividad comercial.

Tabla 1. EVOLUCIÓN DEMOGRÁFICA DE TORREVIEJA (1900-1991)

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Variación absoluta</b>	<b>Variación (%)</b>
<b>1900</b>	7.706		
<b>1910</b>	8.961	1.255	16,29
<b>1920</b>	8.885	-76	-0,85
<b>1930</b>	8.754	-131	-1,47
<b>1940</b>	9.274	520	5,94
<b>1950</b>	8.935	-339	-3,66
<b>1960</b>	9.234	299	3,35
<b>1970</b>	9.726	492	5,33
<b>1981</b>	12.314	2.588	26,61
<b>1991</b>	25.891	13.577	110,26
<b>2001</b>	50.953	25.062	96,80
<b>2011</b>	90.097	39.144	76,82
<b>2017</b>	83.252	-6.845	-7,60

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Elaboración propia.

En 2018 Torre Vieja cuenta con una población de 84.959 habitantes de 145 nacionalidades diferentes. Con estos datos se puede comprobar un notable descenso de la población extranjera, especialmente de ciudadanos procedentes del Reino Unido, que hace apenas un lustro –en el año 2012– superaban con creces los 13.000 habitantes empadronados, siendo ahora su número de tan solo 4.777 censados, aunque continúan a la cabeza de los extranjeros que residen en nuestra ciudad. Además, la presencia de residentes procedentes de Alemania y Francia también ha disminuido considerablemente, así como de algunos países de América Latina, que debido a la grave crisis económica que ha sufrido España han decidido, en muchos casos, regresar a sus países de origen. Por el contrario, los datos del Padrón Municipal de enero de 2018 reflejan una realidad palpable desde hace unos años en Torre Vieja, el impresionante

aumento de los residentes procedentes de Rusia, que se sitúa como el segundo país con mayor número de censados en la localidad (4.341)<sup>1</sup>.

Torrevieja se posiciona como uno de los principales destinos turísticos de segunda residencia en el litoral Mediterráneo. Aquí los visitantes o turistas son habitualmente propietarios de viviendas, lo cual dificulta la cuantificación de la población estacional o flotante, ya que muchas de estas personas no se empadronan, aunque residan largas temporadas. Según las estimaciones realizadas a principios de la década de los 2000 existe una población flotante de unos 100.000 habitantes sumados a los 80.000 censados. En el período estival se pueden alcanzar los 400.00 habitantes de hecho.

Turismo y urbanización es un binomio fuertemente entrelazado en el caso de Torrevieja. Según Mazón (2014), se podría afirmar que en Torrevieja desde el mismo despegue del turismo de masas se quería construir mucho para especular mucho, y al mismo tiempo hubo una total confusión entre el desarrollo turístico y el inmobiliario, ligado a generalizadas prácticas especulativas por parte de los agentes sociales implicados en el proceso urbano. Lo que parece evidente es que este fenómeno viene acompañado de una expansión de la zona comercial, así como la necesidad de proporcionar diferentes y renovados servicios entre una población creciente en términos cuantitativos, vinculada a una expansión urbanizadora sin precedentes. De este modo, subsectores comerciales como el de equipamiento del hogar acapara un amplio porcentaje en el municipio (27,6%), frente al que se computa en su área comercial (17%) o en la Comunidad Valenciana (20%) (PATECO, 2003-2004).

Torrevieja empieza a posicionarse a nivel comercial con una amplia oferta de comercios y servicios compitiendo con Orihuela, que ha ejercido tradicionalmente como referente comercial de la Vega Baja. Pese a ello, el tejido empresarial se encuentra poco desarrollado comparado con otros municipios valencianos. Las actividades de comercio representan un 35% del total y el comercio minorista un 31,68%, pero Orihuela va a ir perdiendo peso paulatinamente frente a Torrevieja motivado por el crecimiento demográfico de esta última ciudad, lo que favorece las sinergias comerciales entre ambos municipios dada su cercanía. El tejido comercial de Torrevieja comprende 801 establecimientos comerciales minoristas que representan el 24% de la dotación computada para el área comercial de Orihuela-Torrevieja, situando al municipio en una posición de igualdad frente a Orihuela, que acoge el 25,5% de los comercios minoristas de dicha área (PATECO, 2003-2004).

Además, Torrevieja pasa a ser objetivo de grandes superficies que desean establecerse en la zona y aumentar su oferta comercial. La primera gran cade-

---

1 *Periódico Hoy Torrevieja* (12/01/2018): “La ciudad de Torrevieja comienza el año 2018 con un total de 84.959 habitantes empadronados”.

na en hacerlo es Continente (actual Carrefour) en 1993, con una superficie de 8.704 m<sup>2</sup> y 17 establecimientos convencionales en su interior. En la primavera del 2005 abre sus puertas el centro comercial Habaneras, con 24.000 m<sup>2</sup>, con 75 locales comerciales y 900 plazas de aparcamiento, situado en la periferia del casco urbano, junto a Carrefour, complementando la oferta comercial y conciliando la oferta de ocio con el Centro Ozone, que ofrece nuevos cines para la ciudad, bolera y varios locales de restauración.

Torreveija se posiciona como cabeza en el área comercial consolidándose la oferta principalmente entre el casco urbano y el centro comercial Habaneras. La implantación de esta nueva zona coincide con el momento en que el consistorio acomete la remodelación urbanística de los principales ejes comerciales del centro urbano, lo que provoca con el paso del tiempo el cierre de numerosos locales tradicionales que no pueden hacer frente a la situación (normalmente de pequeñas empresas familiares que se ven perjudicadas por los problemas de accesibilidad al centro urbano). El Mercado Municipal La Plasa también se vería afectado. Inaugurado en 1995 y ubicado en el centro urbano, contaba con más de 40 locales comerciales en su planta baja, cines en la parte superior y otras tres plantas en reserva. En la actualidad el mercado solo consigue mantener apenas la mitad de los comercios de la planta baja.

En su contexto territorial amplio, Torreveija experimenta un gran crecimiento motivado por la atracción de turistas y residentes, sobre todo extranjeros, con una expansión urbanístico-residencial sin precedentes acompañada de la intensificación comercial de su zona de influencia. Durante la década de los 2000 aparecen nuevas superficies comerciales como Ikea (2006), Nueva Condomina (2006) o Thader (2006) en Murcia, o El Aljub (2003) y el Corte Inglés (2007) en Elche.

En la primavera del 2012 se inaugura en Orihuela Costa el centro comercial La Zenia Boulevard, con 150 tiendas y restaurantes en una superficie de 162.000 m<sup>2</sup>. Unos meses después el comercio tradicional comienza a percibir una competencia importante y la pérdida paulatina de consumidores procedentes del entorno comarcal próximo. Este hecho ayuda a reestructurar la oferta comercial de Torreveija, cuya oferta (en cifras orientativas) aparece reflejada en la tabla 2.

En la actualidad no se puede entender la situación del comercio tradicional de Torreveija sin la evolución derivada de la edificación masiva y las transformaciones inmobiliarias, que en pocos casos tomaron en consideración los diferentes aspectos que caracterizan la ciudad, y en muy pocos casos plantearon un modelo beneficioso para Torreveija desde la perspectiva del comercio tradicional. La prioridad siempre ha sido generar una riqueza a través del empleo que, sin embargo, tuvo unos impactos sociales y ambientales hasta entonces poco conocidos.

Tabla 2. TIPOLOGÍA DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES EN TORREVIEJA

<b>ALIMENTACIÓN</b>	<b>184</b>
Comercio Tradicional	159
Supermercados	25
<b>NO ALIMENTACIÓN</b>	<b>1.004</b>
Vestido y Calzado	195
Hogar	231
Resto no alimentación	578
<b>Comercio Mixto y otros</b>	
Grandes almacenes	
Hipermercados	1
Almacenes populares	
Otro comercio mixto	
Centros Comerciales	2
Mercados	1
Mercados no sedentarios	3

Fuente: Ayuntamiento de Torrevieja, Portal del Comerciante.

#### SITUACIÓN ACTUAL DEL COMERCIO

Según la perspectiva de los consumidores existen problemas a resolver que afectan directamente a la actividad comercial, que son propios del municipio y, por lo tanto, afectan a la ciudad en su conjunto. Otros problemas no son exclusivos de Torrevieja, pero son igualmente preocupantes.

El turismo residencial ha creado en la ciudad un nuevo perfil de consumidor al que podría denominarse *turisvejense* (unión de las palabras turista y torrevejense), es decir, no se trata de un turista que llega a pasar unos días y se conforma con lo que la ciudad tiene para ofrecer, sino que es un turista que ha invertido en el municipio, que pretende volver cada vez que su situación personal se lo permita y que considera que al pasar largas temporadas su nivel de bienestar debe ser el adecuado. Se trata entonces de turista sumamente exigente. cuyas prioridades se sintetizan en la tabla 3.

Tabla 3. SÍNTESIS DE LAS PERCEPCIONES Y EXPECTATIVAS RESPECTO AL COMERCIO TRADICIONAL EN TORREVIEJA

<p><b>Percepciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Aparcamiento insuficiente</li> <li>-Señalización escasa, inexistente o en mal estado (nombres de calles, números, pasos de peatones, etc.)</li> <li>-Accesos al casco urbano mejorables</li> <li>-Limpieza descuidada</li> <li>-Puntos de información e indicadores no accesibles o inexistentes</li> <li>-Transporte público poco fiable, ni suficiente</li> <li>-No existen controles firmes de velocidad</li> </ul>
<p><b>Expectativas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Renovación y actualización de los locales comerciales cada cierto periodo de tiempo</li> <li>-Ampliación de variedad en marcas y productos</li> <li>-Establecimiento o atracción de grandes firmas que ejerzan de motores comerciales</li> <li>-Unificación, extensión y adaptación según el periodo estacional de los horarios de apertura</li> <li>-Capacitación del personal en diferentes idiomas, como puede ser inglés, alemán, ruso, sueco, noruego, francés, o flamenco además del español</li> <li>-Modernización de las empresas y actualización de todos los servicios incluyendo la venta <i>on-line</i></li> <li>-Fomento del <i>green commerce</i> o comercio sostenible</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

Es evidente que los hábitos de los consumidores van cambiando cíclicamente porque se buscan siempre nuevas experiencias a la hora de comprar, lo que explica el éxito de las grandes superficies, la gran aceptación de los comercios *outlet*, así como distintas ferias o mercados tematizados, acompañados siempre del sentimiento experiencial asociado a los procesos de marketing en el sector comercial. En Torrevieja también debe tenerse en cuenta la actividad comercial que se genera en las urbanizaciones, creando pequeños núcleos comerciales que surgen poco a poco y que se caracterizan por contar con productos demandados por las nacionalidades predominantes que allí residen. De hecho, son en su mayoría regentados por extranjeros, que conocen bien el producto y se adaptan a los horarios y el idioma del país de procedencia.

Por otra parte, es importante destacar la problemática que presenta el comercio tradicional respecto a las grandes superficies, teniendo en cuenta que



estas últimas se han convertido en elección prioritaria de los consumidores extranjeros. En primer lugar, cabe destacar la escasa planificación a la hora de integrar el centro histórico al crecimiento urbanístico en sus alrededores, obviando aspectos como los accesos a la zona comercial urbana, la previsión de zonas de aparcamiento público, o el fomento del transporte público para facilitar una dinamización del casco urbano. Por su parte, las grandes superficies cuentan con accesos adecuados, conexión con el transporte público y grandes zonas de aparcamiento gratuito, que resulta mucho más cómodo para el consumidor.

En segundo lugar, la información es algo muy importante, y el comercio tradicional lamentablemente está más limitado en cuanto a recursos para realizar campañas de publicidad donde se informe acerca de su oferta comercial, localización de sus establecimientos, así como de las actividades de ocio que se realizan en la zona. Una de las dificultades añadidas para el consumidor es encontrar fácilmente lo que busca en el comercio tradicional, pero ello no representa una dificultad en una gran superficie.

En tercer lugar, el modelo de comercio de las grandes superficies favorece el acceso a los productos ofrecidos, y esto facilita a los consumidores extranjeros que no hablan el idioma el fácil acceso a lo que necesitan, a diferencia del comercio tradicional, donde el dependiente atiende al consumidor y le facilita el producto ofreciéndole además el asesoramiento adecuado, función que carece de valor si no pueden comunicarse en un idioma común a ambos.

En cuarto lugar, el horario es otro aspecto en el cual es difícil de competir para el comercio familiar. La apertura de las grandes superficies tiene un horario mucho más extenso, continuo de lunes a sábado, así como los domingos y festivos acordados. En este sentido, el comercio tradicional presenta un importante impedimento a la hora de ampliar horarios mediante la contratación de personal, ya que las posibilidades son mucho más limitadas respecto a las grandes superficies.

Por último, la implantación masiva de grandes cadenas nacionales e internacionales se produce fundamentalmente en los centros comerciales, ofreciendo mayor diversidad y opciones al consumidor, y desincentivando con ello el interés hacia el centro urbano tradicional cuya oferta es más limitada.

A esta situación se deben sumar los avances tecnológicos que atraen un tipo de negocios y reduce la magnitud de otros (quioscos de prensa, centros de revelado fotográfico, locutorios, etc.). El crecimiento vertiginoso del comercio electrónico no entiende de distancias ni fronteras, lo que permite acceder a productos de lugares recónditos del planeta con relativa facilidad y en escaso tiempo.

Frente a ello, la cuestión que se suscita es: ¿cómo un sector empresarial relativamente joven, donde las empresas son en su mayoría familiares y el

oficio se aprende generación tras generación, puede adaptarse a las nuevas tendencias comerciales?

En el Plan de Acción Comercial de Torrevieja (PATECO, 2003-2004) ya reclamaba acciones interesantes para la dinamización del comercio tradicional mediante la creación de un centro comercial urbano, en el que el tejido empresarial se une (en principio delimitado por su situación geográfica) en base a sus características y necesidades comunes, mediante una gerencia que sería la encargada de dinamizar la actividad comercial proponiendo unos planes a corto y largo plazo de promoción y marketing de la zona. El centro comercial urbano reuniría al sector empresarial y el público con el fin de crear unas directrices para establecer una uniformidad, al igual que ventajas a la hora de conseguir unos propósitos comunes y ofrecer una imagen comercial mucho más sólida. El objetivo primordial es la puesta en valor del comercio tradicional que más allá de que los productos puedan guardar similitudes con los de otros comercios, el trato personalizado, la confianza generada mediante garantías y, sobre todo, la cercanía del profesional a la hora de asesorar al cliente.

El comercio debe atraer al turista residencial consumidor por producto, por precio, por variedad o exclusividad, pero debe tener además algún tipo de aliciente. En el caso de Torrevieja, por sus circunstancias determinadas, debe centrar su máxima atención en retomar el camino identitario que perdió en alguna parte del proceso de desarrollo. Pero eso no es un problema, ya que ha evolucionado y tiene otras cualidades que conforman su carácter, siempre y cuando se identifique con una realidad y se exhiba con orgullo. Desgraciadamente en algunas ocasiones es el propio turista nacional el que ha debilitado la imagen y marca de Torrevieja, asociado a un retrato de turismo de masas y de baja calidad desde hace décadas. Sin embargo, en el exterior es todo mucho más fácil, ya que la ciudad es conocida en gran parte de los países emisores dado el perfil de sol, playa y tranquilidad que ha proyectado la ciudad de Torrevieja fronteras afuera.

#### VALORACIONES FINALES

El comercio tradicional de Torrevieja requiere de un mayor compromiso entre actores públicos y privados, basado en la complementariedad, el intercambio de conocimientos y la corresponsabilidad. Resulta además imprescindible la adaptación a las nuevas tecnologías, así como la comprensión de las nuevas prácticas de consumo. Es sumamente importante conocer a los potenciales clientes y sus necesidades, teniendo en cuenta a los residentes y turistas nacionales y extranjeros.

Las asociaciones de pequeños y medianos comerciantes vienen luchando desde hace varios años en contra de la libertad horaria en centros comerciales. Por ello parece preciso establecer sinergias entre la oferta comercial, aunque

marcando una diferencia, ya que el comercio tradicional de Torrevieja cuenta con unas características e idiosincrasia propias, asociado a las calles peatonales, el patrimonio arquitectónico, el paseo marítimo y el carácter marinero y salinero de la ciudad.

Además, el compromiso público debería ser de tipo normativo, atrayendo empresas y emprendedores a través de unos parámetros de alquiler favorable a la apertura de locales comerciales más atractivos y competitivos. Junto a ello, las distintas oficinas de turismo deberían favorecer la creación de diferentes campañas que desestacionalicen el turismo y promocionen campañas comerciales mediante ferias y congresos.

Por último, es necesario también el compromiso ciudadano, individual y colectivo, que favorezca el respeto y la responsabilidad hacia las infraestructuras públicas y colectivas, básicas para el sostenimiento de un centro urbano atractivo desde el punto de vista urbanístico y comercial.

#### REFERENCIAS CITADAS

- MAZÓN, T. (2014). *El Turismo: Lo bueno, lo feo y lo malo*. Alicante: Ed. Compás.
- PATECO (2003-2004). *Plan de Acción Comercial de Torrevieja*. Valencia: PATECO.

#### BIBLIOGRAFIA

- MAZÓN, T. (2014). *El Turismo: Lo bueno, lo feo y lo malo*. Alicante:  
<http://www.pateco.es/pacs/pac.php?idPac=33>  
<http://www.pateco.es/pacs/pac.php?idPac=85>  
<https://www.diarioinformacion.com/vega-baja/2012/09/.../zenia.../1297715.html>  
<https://zeniaboulevard.es/resources/extra1-3-1.pdf>  
<http://www.altea.es/wp-content/uploads/2017/08/PRESENTACION-PLAN-DE-DINAMIZACION-COMERCIAL-ALTEA-v3.pdf>  
<http://www.agecu.es/actualidad/>  
<http://www.agecu.es/category/actualidad/experiencias-cgu/>  
<http://www.hoytorrevieja.es/actualidad/article/la-ciudad-de-torrevieja-comienza-el-ano-2018-con-un-total-de-84-959-habitantes>  
<http://www.torrevieja.es/sal/ayuntamiento/censo/censo%20y%20estadistica/>  
<http://atractividadtorrevieja.portaldelcomerciante.com> <https://torrevieja.portaldelcomerciante.com/>  
<https://globalkamconsultoresretail.com/el-futuro-del-pequeno-comercio/>  
[https://www.eldiario.es/zonacritica/BID-Areas\\_comerciales\\_urbanas-Ministerio\\_de\\_Economia\\_y\\_Competitividadcomercio\\_minorista\\_6\\_297530251.html](https://www.eldiario.es/zonacritica/BID-Areas_comerciales_urbanas-Ministerio_de_Economia_y_Competitividadcomercio_minorista_6_297530251.html)

[www.pateco.org/trabajo/ResumenEstudioCCUsEsp.pdf](http://www.pateco.org/trabajo/ResumenEstudioCCUsEsp.pdf)

<http://ecosistemaurbano.org/ecosistema-urbano/reinventarse-o-morir-transformacion-de-centros-comerciales-bajo-el-nuevo-paradigma-economicourbano/>

<http://revistas.um.es/turismo/article/download/310041/220101>

# UNA APROXIMACIÓN AL TURISMO RESIDENCIAL EN CARTAGENA: OPINIÓN Y VALORACIONES

*María Dolores Escudero Vera*  
Profesora Tutora de la UNED en Cartagena

## 1. INTRODUCCIÓN

El trabajo que se presenta es una aproximación al conocimiento del Turismo Residencial en Cartagena, pretende acercarse a la identificación de las claves que puedan posicionarla como destino turístico de reclamo. En los últimos años, se ha hecho notorio que el sector del turismo está en auge en el municipio portuario, basta pasearse por sus calles para contemplar una estampa inimaginable hace no tanto tiempo, la de un paisaje urbano cosmopolita en el que cartageneros y cartageneras pasean entre cientos de turistas que con cámara en mano, colman de multilingüismo las vías más céntricas. Son especialmente los días en que llegan cruceros, cuando la presencia de gente de fuera se hace más que evidente, convirtiéndose en una llamada de atención que lleva a considerar el sector como una potencial fuente de ingresos.

Los turistas de la zona conforman una diversa tipología, centrándose estas páginas en los residenciales, animando a instituciones y otras entidades públicas o privadas a continuar con esta línea de investigación. Sólo con el análisis del área, se podrán identificar cuáles son las claves para conseguir un posicionamiento residencial como destino de primer orden.

Resulta conveniente antes de seguir avanzando, dar una definición del fenómeno que nos ocupa y sobre el que versa el objeto de estudio. Puede considerarse como turismo residencial a quienes se desplazan del sitio donde viven, para pasar una estancia más o menos larga en un espacio distinto al de su lugar de origen, con una motivación diferente al desarrollo de una actividad laboral. Dicha estancia puede extenderse desde un día a varios meses.

Es difícil que se escape la relación de este tipo de turismo con el desarrollo urbanístico e inmobiliario; que se hace evidente cuando se adquiere una vivienda. como apunta Serrano Martínez “el desarrollo turístico e inmo-

biliario, a menudo aparece solapado, desde luego sus consecuencias resultan claramente interrelacionadas, de tal suerte que no siempre es sencilla su diferenciación”<sup>1</sup>.

Hecha esta anotación en la que no nos adentramos para evitar dispersiones, entenderemos por turista residencial a la persona que procede de fuera y que pernocta en CT al menos una noche, siendo la motivación de su estancia una causa ajena al trabajo. El hecho de considerar que los viajeros/as estén tan sólo un día, apunta siguiendo a Chias<sup>2</sup> a que la estancia vacacional tiende a reducirse y los días de vacaciones a fragmentarse: “dos tendencias que marcarán el futuro del sector turístico”. Si bien, claro está, ha de apostarse por ser foco de atracción para que la visita se alargue lo máximo posible.

Otra aportación considerable acerca del significado del turismo residencial es la de Perles Ribes, Rodríguez y Sevilla Jiménez<sup>3</sup> que entiende por tal “tanto el fenómeno estacional que suponen los visitantes que cada temporada acuden al litoral por motivos de ocio y se albergan en alojamiento privado, como el fenómeno que componen aquellos residentes, normalmente jubilados, extranjeros que adquieren viviendas en estas zonas turísticas para permanecer la mayor parte del año, salvo un corto periodo al que regresan a su país”.

Si el turismo residencial continuase en alza podría llegar a convertirse para el Municipio en una verdadera fuente de empleo e ingresos, como argumenta Félix desde sus negocios de restauración en CT (Columbus y una Heladería de la calle Mayor) detallándose en el tercer apartado de este texto. Para hacer realidad esta idea que late en el imaginario de la población cartagenera en el momento actual, hay que conocer las claves del sector turístico que desvelarán en qué condiciones debe competir con sus rivales. En este sentido, es importantísimo llegar al parecer de los turistas y de la población endógena, bien a través de encuestas periódicas u otras técnicas cualitativas que por sí mismas o como enfoque complementario permitan avanzar en los hallazgos. Cabe apuntar, que la valoración de CT como destino turístico es por lo general positiva, habida cuenta de los resultados del estudio realizado y que en este documento se informa. Asimismo, la recepción de los anfitriones es también muy favorable, creyéndose que se está ante un sector en auge que puede traer grandes beneficios.

Para muchos la esperanza de llegar a convertirse en “puerto home”, un puerto de llegada y salida de cruceros es un proyecto que puede hacerse realidad. De conseguirse estaría garantizado el incremento de huéspedes en los

1 SERRANO MARTÍNEZ, José María (2007) “El turismo residencial en la región de Murcia frente a los nuevos retos”. *Cuadernos de Turismo* N° 19.

2 Chias, J(2005) El turismo de ciudad. Desarrollo y marketing turístico de ciudades. Barcelona.

3 <http://encuentros.alde.es/anteriores/xieea/trabajos/pdf/94.pdf>

hoteles, el consumo en restauración, la inversión en actividades de ocio... Una propuesta que por el momento está sobre la mesa, pero que está ahí y que hay que mover sin olvidarla.

Si se tiene en cuenta que no hace tanto tiempo era tremendamente difícil imaginar la ciudad con la llegada de cruceros, el conseguir la denominación de “puerto home” sería un paso más en la ruta hacia la consolidación como destino para los turistas que vienen vía marítima. Cuando en 1999 se iniciaron las obras de construcción de la terminal de cruceros, gran parte de la población endógena no creía en el proyecto, hoy se ha dado un giro radical al respecto y se piensa que se puede hasta llegar a ser un gran referente. A partir del 2001 empezaron a llegar grandes embarcaciones<sup>4</sup>.

Sin detenernos más en la apasionante cuestión de los cruceros, ya que se sale de nuestro objeto de estudio pues de momento no pernoctan en el puerto, sí que se ha querido hacer al menos una mención aunque sea en forma de breve paréntesis ineludible.

Con la intención de conocer las variables que pueden ser determinantes para el nivel de confort apreciado por quien viene de fuera, se diseñó un cuestionario estructurado en tres grandes bloques, que ha permitido valorar:

Motivos para visitar Cartagena.

Grado de satisfacción con la visita.

Prácticas y hábitos.

Para la selección de los encuestados se hizo previamente una observación sistemática que llevó a escoger puntos de mayor paso de turistas extranjeros, eligiéndose de forma aleatoria zonas estratégicas en la ciudad en torno a la Plaza del Ayuntamiento, calle Mayor y Puerta de Murcia. El requisito para ser encuestado era el ser extranjero/a y pasar al menos una noche en el municipio.

Observamos entre estos turistas originarios de otros países, que una proporción considerable pertenecía al cohorte poblacional de tercera edad. Hay que tener en cuenta, que entre la población empadronada se registran habitantes de procedencia foránea que pasan en el campo, costa y cada vez más en el área urbana unos cuantos meses del año. Son personas ya jubiladas que eligen la tres veces milenaria para su retiro<sup>5</sup>.

4 El 2 de mayo de 2001 desembarcan Topaz y Emerald, los primeros cruceros en las nuevas instalaciones de la terminal.

5 Los datos del Padrón a 1 de enero de 2018 apuntan que la población alcanza un total de 214.722 habitantes de los cuales 23.536 son de origen extranjero. De estos últimos, 2026 son del Reino Unido entre ellos 1.050 hombres y 976 mujeres. Alemanes hay 324, 170 varones y 154 mujeres. Franceses 261, 135 hombres y 126 mujeres. Italianos 209, 135 hombres y 74 mujeres.

La ficha técnica de la encuesta remite a una  $n$  de 255 unidades, un  $e\pm 6/7\%$  para un  $nc$  del 95,5, siendo  $p=q$ . Los datos recogidos en el trabajo de campo que se extendió de mayo a julio, indican que la experiencia suele ser satisfactoria, siendo alto o medio alto el nivel de satisfacción. A continuación pasamos a detallar los resultados de este análisis sociológico, que en forma de ensayo para una investigación posterior más amplia sugiere la necesidad de investigar a fondo el mercado turístico, teniendo en cuenta el variopinto sociológico que lo conforma. Hay que señalar, que la *perspectiva de género* es una premisa que marca este análisis, proposición que no podemos obviar en aras de un turismo sostenible de cara entre otras cuestiones a dar respuesta a la Agenda 2030, que incluye el cumplimiento de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) adoptados en la Asamblea General de Naciones Unidas.

En ese recorrido hacia la sostenibilidad se apunta la necesidad de poner en práctica políticas encaminadas a crear puestos de trabajo, promoviendo la cultura y productos locales. Estamos en un momento crucial para que las empresas turísticas impulsen o afiancen un turismo sostenible, que respete el medio ambiente, y fomente valores como la igualdad de género o el trabajo decente. La Tendencia marcada por los ODS es la de un Modelo Turístico que debe ante todo cuidar las prácticas que se lleven a cabo, así como la imagen y la calidad que se proyecte. Tiene que ser así, no solo porque hay que competir con otros destinos, también por las exigencias impuestas por Naciones Unidas para el 2030 como metas a cumplir.

Retomando a Chias<sup>6</sup> “los destinos no compiten ya con aquellos más cercanos, sino que lo hacen con otros a nivel global, se debe trabajar para que tanto su atracción como las experiencias vividas sean iguales o superiores a los de sus competidores”.

Hecha esta breve introducción pasamos a interpretar los datos obtenidos con la investigación empírica, de la cual se desprenden una serie de conclusiones que pueden acercarnos a un mejor conocimiento de las expectativas y vivencias de los turistas residenciales en Cartagena; poniendo un pequeño granito de arena para incentivar una indagación más amplia.

## 2. OPINIÓN Y PERCEPCIONES DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS RESIDENTES EN CARTAGENA

### 2.A) *Motivos para visitar Cartagena*

*El mar y la playa* siguen siendo dos grandes motivaciones para elegir destino, lo dice el 75%. En función al género, a esta variable le dan más importancia las mujeres que los hombres, 78% y 73% respectivamente.

6 Chias, José (2005) *El turismo de ciudad. Desarrollo y marketing turístico de ciudades*, 2005.



Se ratifica este segmento como uno de los más relevantes de la comarca, aún a pesar del escenario deteriorado que presenta el Mar Menor. Todavía estamos ante un producto con grandes potencialidades para reclamo de turistas, en el que conviene comprender por muy clásica que parezca esta modalidad, las nuevas tendencias que están surgiendo como la desestacionalización.

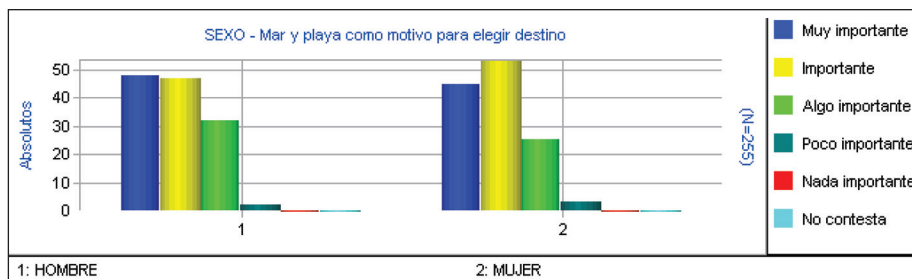
“El sol y playa es el motor principal de la actividad turística de la Región”<sup>7</sup>. Aún así sigue siendo limitado “el número de plazas hoteleras que, junto con la alta ocupación en temporada alta hace prácticamente imposible el crecimiento en los meses de julio y agosto”. Pese a ello, en el periodo estival continua habiendo una gran demanda, por lo que se precisa diversificar los productos a ofrecer, complementándolos con deportes náuticos u otras prácticas saludables como senderismo que puedan ofertarse a lo largo del año.

#### MAR Y PLAYA COMO MOTIVO PARA ELEGIR DESTINO



Balance turístico de la Región de Murcia 2017 (2018) Colección Plan Estratégico de la Región de Murcia.

#### MAR Y PLAYA COMO MOTIVO PARA ELEGIR DESTINO SEGÚN SEXO



7 Recuperado de: [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=17419&IDTIPO=246&RASTRO=c1095\\$m11170,11530](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=17419&IDTIPO=246&RASTRO=c1095$m11170,11530)

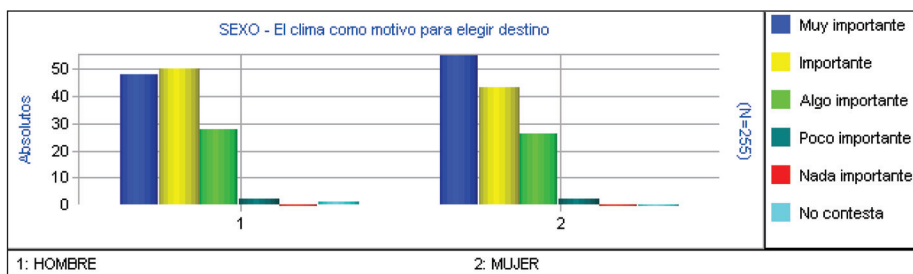
*El clima* es otro de los motivos principales para ir de turismo a CT, valorado por el 76% como importante. Lo dice así el 78% de las mujeres y el 75% de los hombres.

Las condiciones climáticas que se dan en nuestro espacio geográfico son idóneas para desestacionalizar la oferta turística. El sol luce prácticamente todos los meses, incluso en el invierno, y este motivo bien proyectado con estrategias de marketing adecuadas puede ser foco de atracción de enero a diciembre.

Las virtudes del sol no suponen solo poder tomarlo para alcanzar una piel morena, también facilita otras actividades como salir a pasear, sentarse en una terraza, consumir al aire libre manjares gastronómicos propios de la localidad, etc.



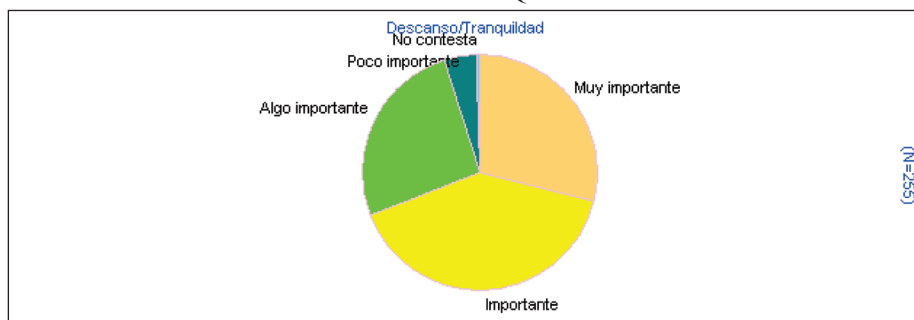
#### EL CLIMA COMO MOTIVO PARA ELEGIR DESTINO POR SEXO



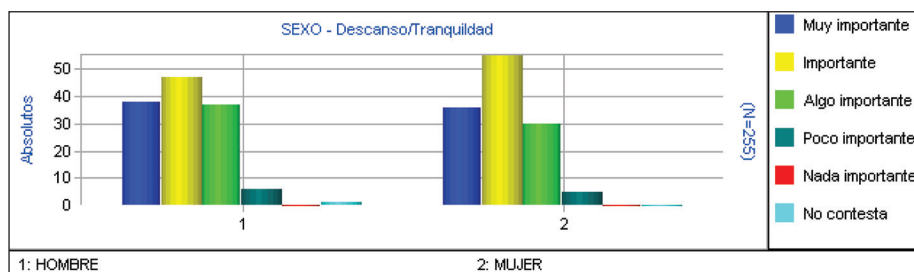
*Descansar y encontrar tranquilidad* son dos variables de carácter importante para el 69%. Lo dice el 63% de los hombres y el 73% de las mujeres.

Se aprecian diferencias de edad en las valoraciones, teniendo mayor consideración a medida que se avanza en años, siendo importante o muy importante para el 77% de quienes han cumplido los 65, el 68% de la cohorte 56-64. El 62% de los que se encuentran entre 41-55 Sin embargo, entre quienes no pasan de los 40 únicamente el 44% manifiesta buscar tranquilidad.

### DESCANSO/TRANQUILIDAD



### DESCANSO/TRANQUILIDAD SEGÚN SEXO



Dejarse llevar por *los comentarios* de la gente sobre el lugar de destino adquiere el grado de importancia para el 70%. Así lo declara el 66% de los hombres y el 72 % de las mujeres.

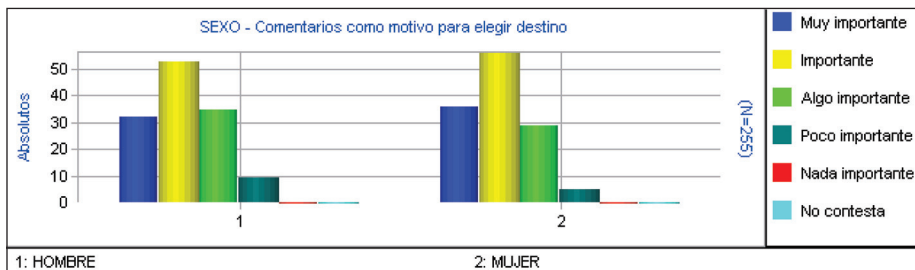
Hoy día entre las fuentes de información a comercializar no deben pasar desapercibidos los recursos informáticos. Suponen un medio de consulta masivo, donde además la gente interactúa intercambiándose los datos.

Además la publicidad boca a boca, funciona a gran velocidad no solo por la cantidad de gente que se ve implicada en ella, también por la rapidez con la que se transmite pudiéndose informar casi al momento de cualquier acontecimiento ya sea desde un punto de vista positivo o negativo.

### COMENTARIOS COMO MOTIVO PARA ELEGIR DESTINO



## COMENTARIOS COMO MOTIVO PARA ELEGIR DESTINO SEGÚN SEXO



En cuanto a la búsqueda de *diversión* es importante para el 66%, lo manifiesta así el 64% de los varones y el 66% de las mujeres.

El concepto de *diversión* no es el mismo para todas las personas, apreciándose diferencias de edad en la idea que puede hacerse sobre la misma. Por ello este ítem habría que estudiarlo más a fondo para conocer su segmentación y adaptar a la misma cualquier planificación de marketing que quiera diseñarse.

“El consumidor de ocio de nuestros días es complejo. A diferencia del consumidor del pasado, de actitud paciente, pasiva y expectante, el consumidor de hoy: (...) · Exige desarrollos creativos en el diseño de las atracciones”<sup>8</sup> Requiere por tanto la aportación de los consumidores/as de ocio para saber qué tipo de *diversión* es la más oportuna.

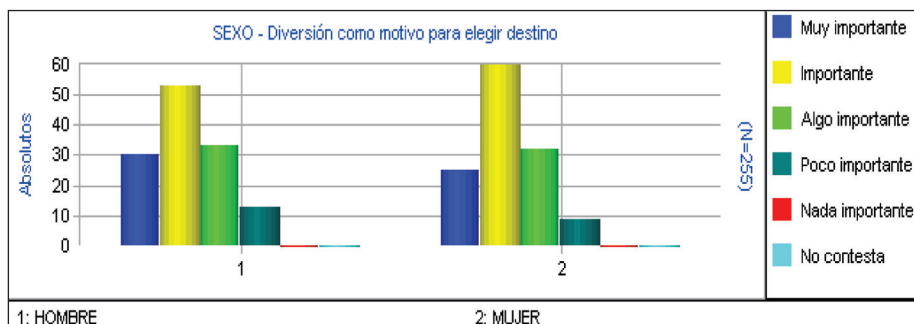
La opción de plantear *otros motivos* para seleccionar un lugar de destino, obtuvo 53 respuestas que hicieron referencia a precios asequibles; 112 a la cordialidad en el trato y 99 a la oferta de ocio.

## DIVERSIÓN COMO MOTIVO PARA ELEGIR DESTINO

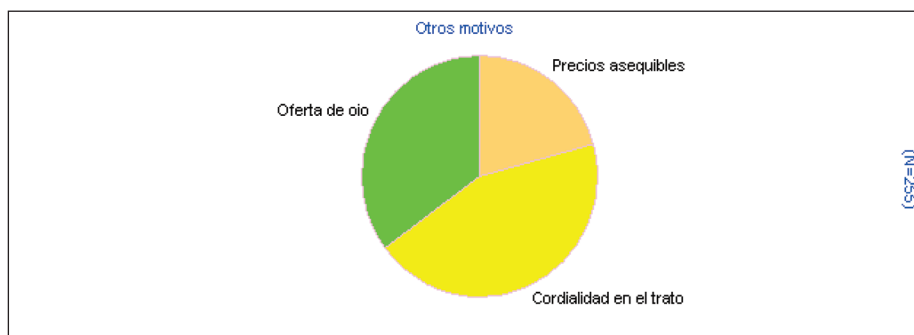


8 Recuperado de: <http://www.estudio-arqueologia.es/pdfs/publicaciones/gutierrezdecalderon.pdf>

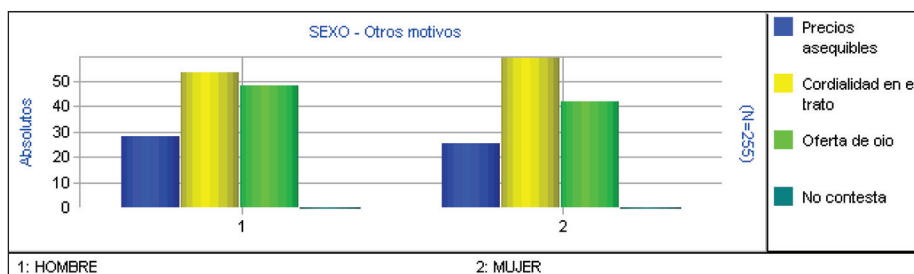
DIVERSIÓN COMO MOTIVO PARA ELEGIR DESTINO SEGÚN SEXO



OTROS MOTIVOS



OTROS MOTIVOS SEGÚN SEXO



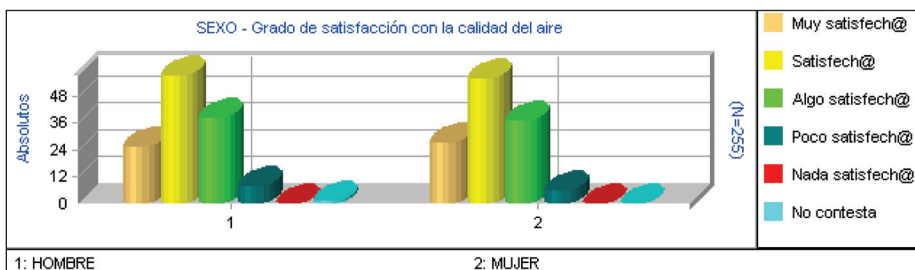
2.B) Grado de satisfacción con la visita

La conciencia del impacto que la contaminación del aire puede tener en la salud afecta a la elección del sitio donde pernoctar, nadie va a querer ir a espacios con altos índices de polución. El 64 % muestra su grado de satisfacción con la *calidad del aire* percibida, según sexo muestra lo dicho el 63% de los varones y el 65% de las mujeres.

## GRADO DE SATISFACCIÓN CON LA CALIDAD DEL AIRE

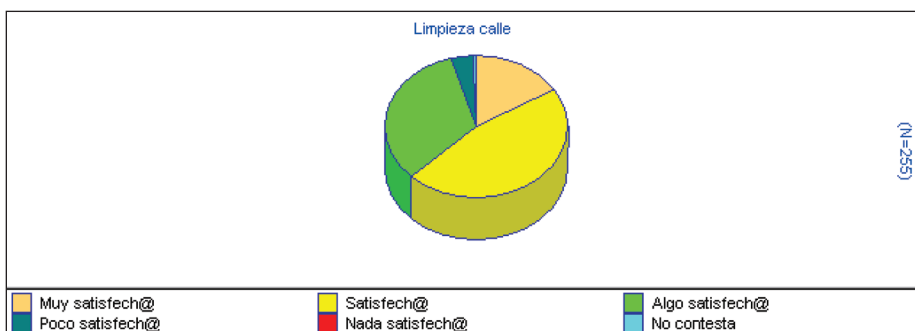


## GRADO DE SATISFACCIÓN CON LA CALIDAD DEL AIRE SEGÚN SEXO

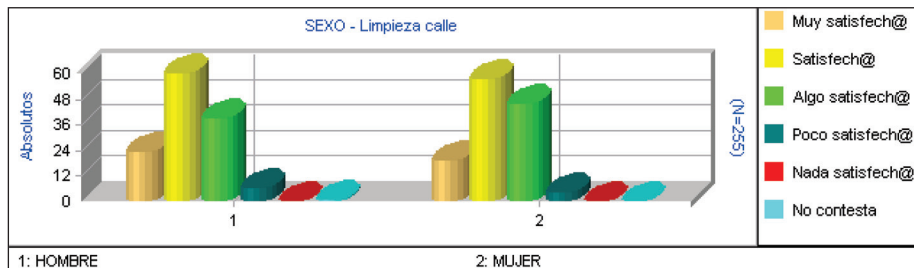


Con respecto a la *limpieza de las calles*, el 62% muestra su satisfacción. En este aspecto las mujeres son más críticas que los varones, únicamente un 60% de las primeras se siente satisfecha con el estado que presentan las vías, opinión que asciende al 64 % cuando hablan los varones.

## LIMPIEZA CALLE

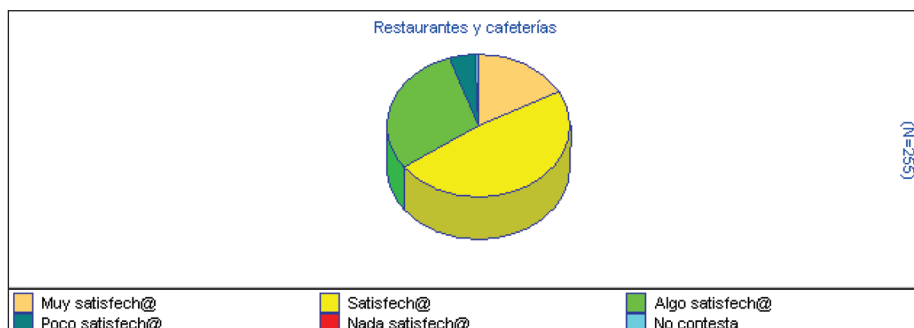


### LIMPIEZA CALLE SEGÚN SEXO

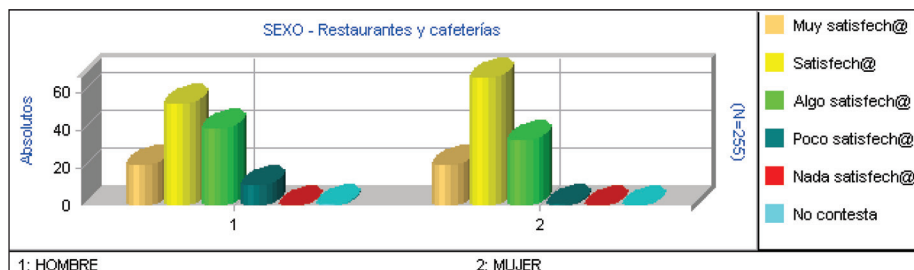


El servicio en *restaurantes y cafeterías* es satisfactorio para el 65%, 59% de los varones y el 71% de las mujeres. Puede considerarse la gastronomía como un ingrediente clave durante el viaje, por lo que la oferta gastronómica debe cumplir con requisitos de calidad gustativa y servicios. No sólo se recordarán los sabores también la forma en que se sirvieron los alimentos.

### RESTAURANTES Y CAFETERÍAS



### RESTAURANTES Y CAFETERÍAS SEGÚN SEXO

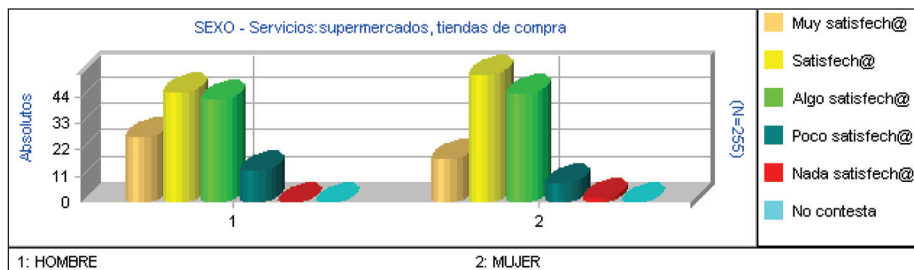


La *percepción de la seguridad* es un aspecto que puede tener una gran repercusión en la valoración del viaje. El 52% del turismo residencial percibe



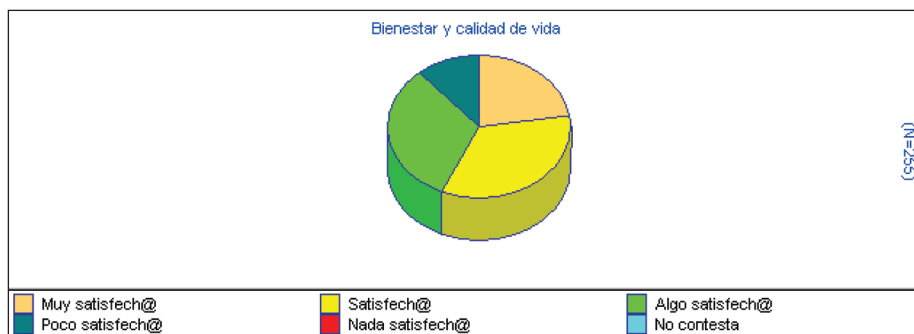


SERVICIOS: SUPERMERCADOS, TIENDAS DE COMPRA SEGÚN SEXO

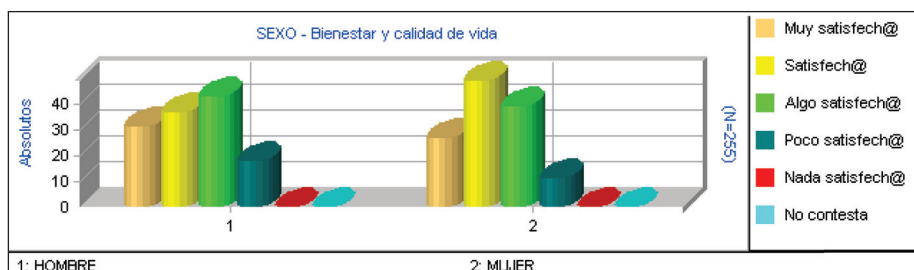


La búsqueda de *bienestar* y *calidad de vida* son elementos que un sector creciente del turismo, tiene cada vez más en cuenta. En CT este ítem es valorado como satisfactorio por el 57%, siendo mayor el número de mujeres (60%) que de hombres (53%) que lo considera así.

BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA SEGÚN SEXO



BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA SEGÚN SEXO



## 2.B) Prácticas y hábitos

Entre las actividades más practicadas por los turistas podemos destacar en primer lugar *pasear y caminar*, compartido por el 60% del total, siendo las mujeres las que presentan mayor frecuencia cuando se trata de ejercer dicha acción. Lo dice el 59% de los hombres y el 61% de las mujeres.

*Comer en restaurantes* es lo que dice hacer el 55% que come fuera todos los días o con frecuencia. Por género, lo manifiesta el 51% de los varones y el 57% de las mujeres. En Cartagena existe una gran variedad de bares y restaurantes de precios variados, dándose las cualidades que pueden hacer posible rutas gastronómicas.

*Hacer deporte* todos los días o con frecuencia es el hábito del 51%; lo piensa un 49% de los hombres y un 53% de las mujeres.

En cuanto a la práctica deportiva se aprecian diferencias de edad, siendo los jóvenes quienes la realizan con más frecuencia. Así lo argumenta el 79% de las personas entrevistadas que no pasa de los 40 años, el 58% de quienes están entre 41-55; bajando la proporción a menos del 50% para los entados en los 56 y más.

El 53% suele *ir de compras* según dice el 49% de los hombres y el 55% de las mujeres.

Para el 49% *ir a bailar* es una actividad que se realiza con frecuencia, lo dice el 50% de los varones y 47% de las mujeres.

*Reunirse con amigos* es una actividad diaria o frecuente para el 48% , lo manifiesta el 44% de los hombres y el 53% de las mujeres.

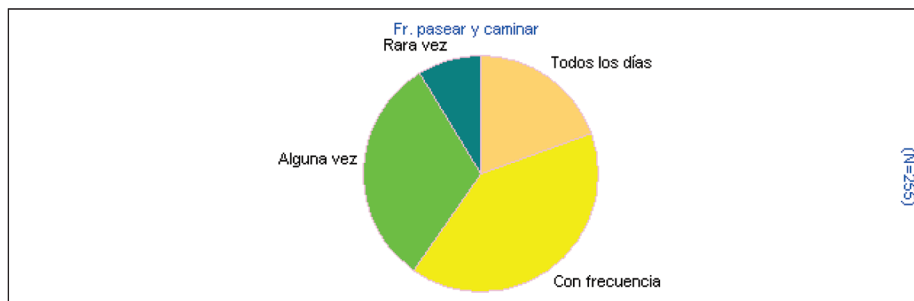
El 47% ejercita el *descanso y estar tranquilo/a*. Eso declara el 48% de los hombres y el 47% de las mujeres.

El 45% de los turistas residenciales dice realizar *actividades culturales* como visitar museos frecuentemente. Lo declara así el 45% de los varones y el 47% de las mujeres.

El 43% asiste con asiduidad a *espectáculos* y el 40% algunas veces. Es frecuente para el 40% de los varones y el 45% de las mujeres.

En función a la edad, más del 54% de los menores de 56 años asiste frecuentemente a espectáculos, sin embargo no pasa del 41% cuando se han cumplido los 56.

### FR. PASEAR Y CAMINAR



### COMER EN RESTAURANTES



### HACER DEPORTE



### IR A BAILAR



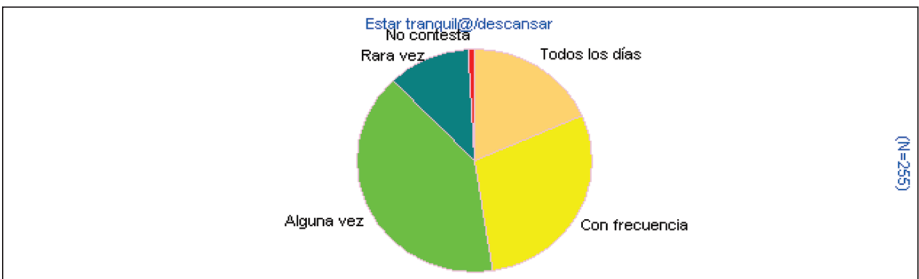
### IR DE COMPRAS



### REUNIÓN CON AMIG@S



### ESTAR TRANQUILO/DESCANSAR



### ACTIVIDADES CULTURALES (MUSEOS...)

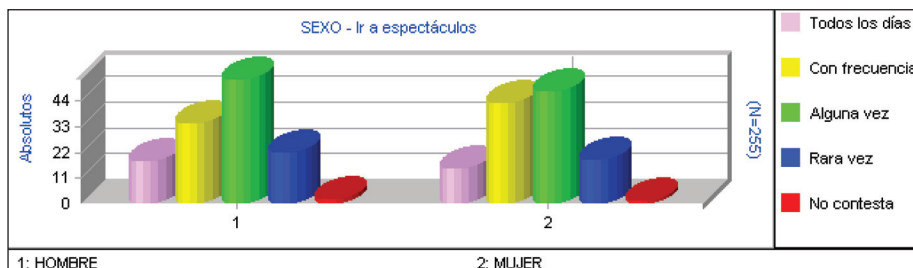


### IR A ESPECTÁCULOS

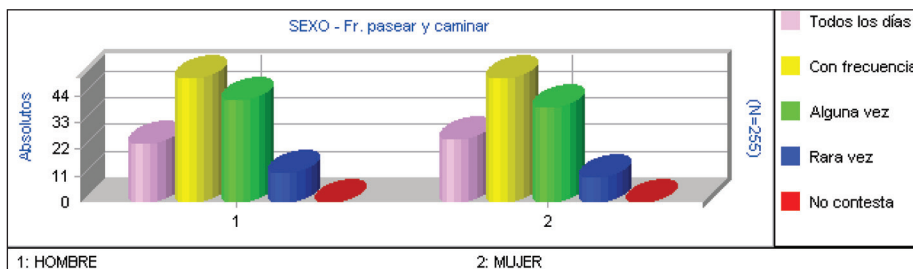


Gráficos: Practicar actividades según sexo.

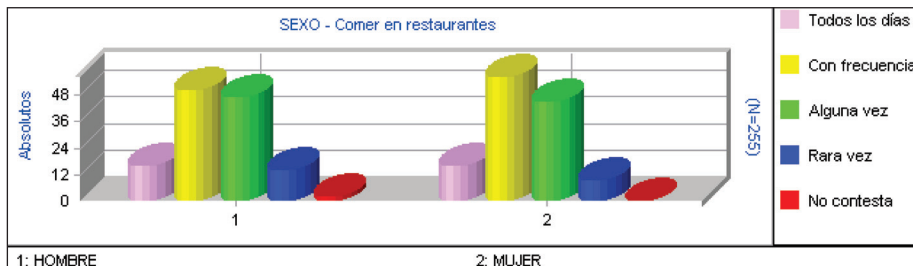
### IR A ESPECTÁCULOS SEGÚN SEXO



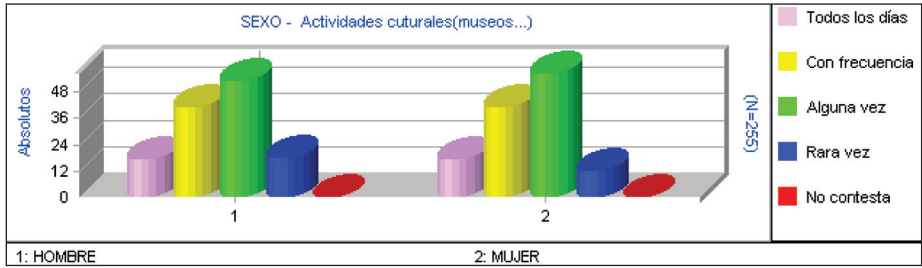
### PASEAR Y CAMINAR SEGÚN SEXO



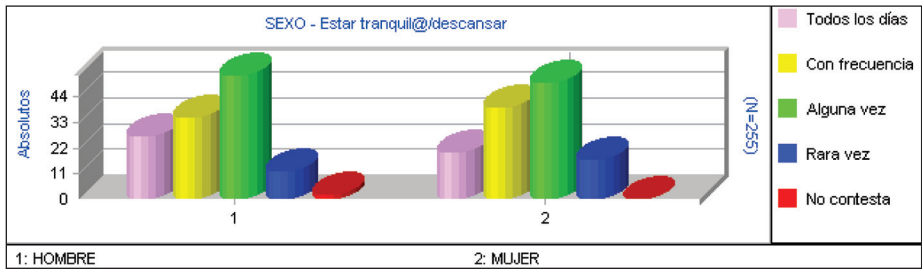
### COMER EN RESTAURANTES SEGÚN SEXO



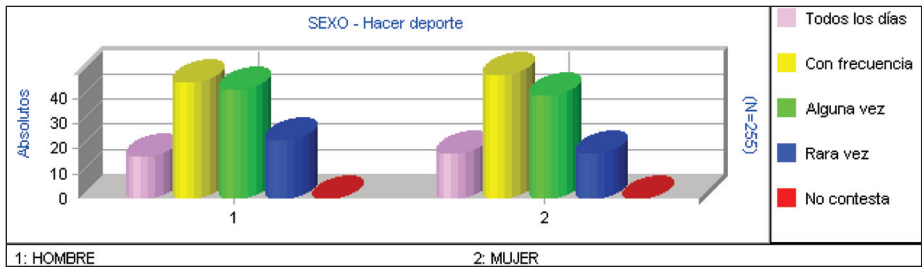
ACTIVIDADES CULTURALES(MUSEOS...) SEGÚN SEXO



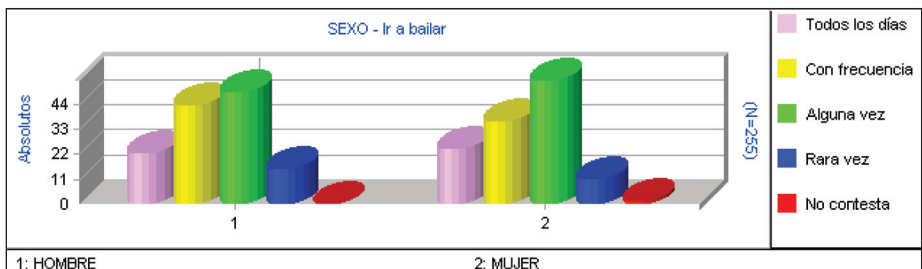
ESTAR TRANQUILO/DESCANSAR SEGÚN SEXO



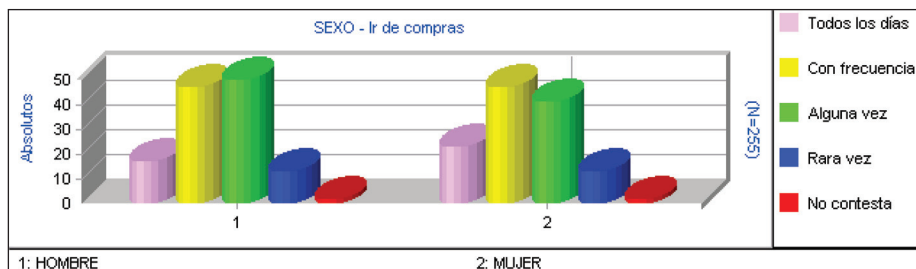
HACER DEPORTE SEGÚN SEXO



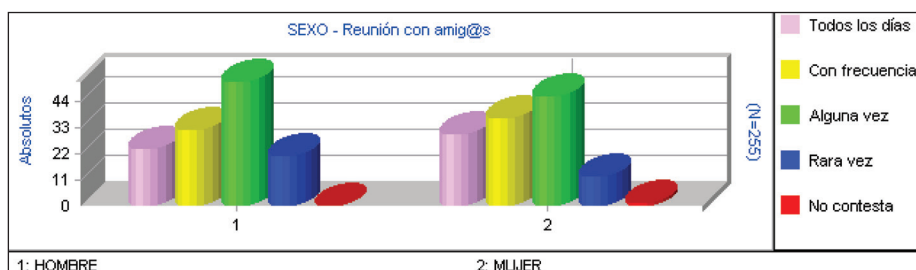
IR A BAILAR SEGÚN SEXO



## IR DE COMPRAS SEGÚN SEXO



## REUNIÓN CON AMIGOS SEGÚN SEXO



## 3. LA POBLACIÓN CARTAGENERA ANTE EL SECTOR TURÍSTICO

La población cartagenera está a la expectativa ante el sector turístico, como se recoge de las entrevistas realizadas. Se cree que se puede seguir avanzando e incrementándose el número de turistas que llegan a Cartagena; sin embargo no en todos los sectores se obtiene el beneficio que cabría esperar. Para profundizar en las opiniones, se está llevando a cabo una serie de entrevistas que pretenden adentrarse en la actitud y comportamientos de los cartageneros ante el fenómeno turístico. Dicha línea de investigación basada en técnicas cualitativas se está desarrollando en la actualidad, vamos a utilizar los contenidos de tres de las entrevistas para acercarnos al sentir de la sociedad cartagenera de las que se desprenden ideas muy significativas.

Comenzamos por la aportación de Félix Sánchez Fructuoso quien cuenta su experiencia en el sector de la Hostelería. Tiene en Cartagena en la calle Mayor, un Restaurante y una Heladería sobre los que explica que: “heredé el restaurante de mi jefe Pedro Díaz Manresa, abierto desde el año 1931, yo vine a trabajar aquí con él en 1964 fui dependiente suyo cerca de 20 años y cuando él se jubiló quiso que yo lo siguiera. La heladería la tenemos abierta desde los años 90, esto antiguamente fue una tienda de máquinas Singer de coser, luego fue zapatería y después pusimos la heladería, creo que acertamos porque funciona muy bien, total cincuenta y tantos años en la calle Mayor.”

“Al restaurante y a la heladería vienen gracias a Dios mucho extranjero” Al indagar el secreto, dice “El secreto es que abrimos muy temprano, que cerramos muy tarde tanto mi mujer como mi hijo o yo, estamos muy pendientes de los negocios lo tenemos muy bien puesto, y que medio nos entendemos con los extranjeros. El sitio es muy importante, en plena calle Mayor al lado del puerto, es importantísimo el sitio y la constancia”.

Con respecto a la publicidad se opta por el boca a boca que hace eco de la labor de diario. Dice: “A mí me da mucha alegría cuando vemos a un extranjero con un papel en mano buscándonos, bien por que alguien se lo dijo en su país o por que vuelve. Algunos vienen por vez primera otros vuelven”.

La heladería tiene su temporada se cierra en octubre, pero el bar está siempre abierto.

“Por aquí vienen extranjeros que residen y otros que están de paso sólo unos días, vienen los dos tipos. Los que residen aquí, una vez que se acomodan se cocinan y a veces salen pero de vez en cuando, como los españoles hacemos, todos los días no. Creo que en su mayoría los que vienen por Columbus son gente que está pasando una temporada en hoteles o en casas particulares, pero que están de paso”.

Félix cree que el turismo no solo tiene futuro, si no que ha salvado a Cartagena. “Tuvimos unos bajones terribles. Vivíamos de los militares, de Bazán, de la Refinería, de las grandes empresas. Desde que se apostó por el turismo yo creo que nos ha ido bien, pero lo que viene va a ser todavía mejor”. De momento piensa que el turismo ha mejorado CT, “por el instante la ha puesto en el mapa. Desde que se apostó por el turismo, CT ha mejorado”.

Sobre el turismo de crucero opina que fue un invento estupendo, una maravilla. “Yo, al estar tan cerca del puerto, tener buena terraza, y salón, pues puede ser que sea de los que mejor le va. Faltaría que hicieran noche, vienen por la mañana se van a media tarde pero todo se andará. De momento supone un día de trabajo importante. Ha sido una lluvia que ha caído sobre Cartagena, ya no solo para los bares afecta a todo, a los taxis a los sitios de visita, a las excursiones por los alrededores, ha favorecido muchísimo a todo el mundo”.

Piensa que a los turistas habría que tratarlos como a uno le gustaría que lo trataran, con mucha educación y esmero. Aprender idiomas es una asignatura para todos, “que si preguntan por farmacia, por sitios de comida o lo que sea que se le sepa explicar. Hay que ser atentos, educados con eso vales, no quieren nada del otro mundo, con eso ya hacemos una labor importantísima”.

Vuelve la vista atrás para retraernos a 1964, año en que llega a CT y en el que los americanos estaban en Tentegorra no había turismo pero todas las semanas había barcos americanos. “Aquí estaba Ramón, un camarero, hombre que no sabía idiomas pero con un arte especial que era capaz de ir a los esca-



parates de Casaú que era lo primero que veían los marinos, aquello tenía los típicos escaparates con cabezas de toro, guitarras y Ramón se iba allí y se los traía y yo aprendí muchísimo de él”. Se dio cuenta entonces de la necesidad de aprender inglés y se apuntó a la Academia Noales que estaba en El Lago, lo dejó al marchar a la mili “pero la verdad es que hablarlo no pero manejarme bien sí, si lo que quieren es comida, helados, ir a la iglesia etc. lo chapurreo nada más pero los entiendo y me entienden. Si Shakespeare levantara la cabeza nos daba una paliza con eso yo salgo del paso y mi hijo también. Tengo diccionarios centrados en el tema de comidas, bebidas y se sale del paso”. Sin embargo puntualiza, lo bien que habla inglés la gente joven, hay jóvenes que hablan a la perfección “yo tengo un chico y una chica de camareros que los hablan muy bien. Los demás chapurreamos”.

Para terminar, Félix lanza un mensaje que puede aplicarse a todos los sitios donde hay turismo, extrapolable a cualquiera no sólo al gremio de hostelería: “Tratemos de acogerlos con amabilidad y si nos preguntan debemos intentar ayudarlos. Por aquí muchos vuelven, me enseñan fotos que hicieron hace unos años. Yo procuro atenderlos como a todo el mundo lo mejor que puedo. Ten en cuenta que son muchos años y mucha experiencia acumulada”. El secreto para atraer y mantener clientela es que lo hacemos lo mejor que sabemos.

“Les gusta la paella, cenar temprano por la tarde, también les gusta la tortilla, el jamón ibérico que lo han descubierto. Pero la paella es el buque insignia, y por la noche más”.

Cómo vemos, Félix también se detiene en reflexionar sobre el perfil de los clientes extranjeros, se nota que le gusta lo que hace.

Otra de las entrevistas que se quiere resaltar está protagonizada por la dueña de una tienda de ropa situada en una de las calles colindantes al eje calle Mayor y Puerta de Murcia, pero prefiere mantener el anonimato. Su punto de vista es más inconforme, cree que aunque los turistas estén en Cartagena no dejan dinero, en todo caso en las calles centrales que dan continuidad a la Plaza del Ayuntamiento. Dice: “aquí no llega casi nadie, si entran algo se llevan pero es que es muy difícil que vengan, pasan de largo, pasean en vertical y siguen la línea. Como mucho llegan a la Plaza de España y si la atraviesan se van al Corte Inglés y pare usted de contar”.

Nuestra entrevistada desconoce totalmente el inglés, aprendió en la escuela algo de francés pero ya lo tiene casi olvidado. “Digo yo que esto es Spain ¿no? pues que se esfuercen en hablar español, es como si yo me voy fuera ¿quién me va a hablar en mi idioma? Pues no, seguro que no, y aquí lo mismo hay que hacer, el que venga es el que tiene que aprender sólo me faltaba a mí ir a clases de inglés ,no tengo tiempo ni para ir al gimnasio”.

Como puede apreciarse la actitud es totalmente contraria a la del entrevistado anterior. Veamos ahora cuál es la postura en otro restaurante situado en

la Plaza del Rey, dónde se entrevista a uno de los camareros que nos atiende y contesta a nuestra petición de entrevistarle bajo petición de permanecer anónimo. Es un chico joven, formado en la Escuela de Hostelería, controla inglés a nivel coloquial y entiende francés que chapurrea igual que algo de italiano. Manifiesta que hay días en que la terraza se pone a rebosar, llegan los extranjeros dispuestos a comer y comer mucho. Se distribuyen la clientela entre su restaurante y el que hay justo al lado principalmente.

“Aquí no se hace publicidad ni nada, en cambio en el que hay junto a nosotros sí. La gente viene porque han oído hablar de nosotros, de nuestras tapas que abren el apetito, para algo más. Se supone que somos competencia, pero yo creo que el esfuerzo de uno repercute en el otro y así vamos. Al lado reparten folletos publicitarios con el menú por la calle Mayor y así captan a extranjeros que cuando llegan, si no tienen sitio o si les gustamos más se sientan con nosotros y ya otro día vuelven para ir aquí al lado”.

Piensa que a los turistas cuando se les habla en un idioma que entienden parece que los anima a pedir, se relajan y además a veces piden información sobre algo, un museo, una calle etc. Puede resaltarse que en este establecimiento la amabilidad en el trato y la profesionalidad son sus distintivos, sirviéndoles de gancho para cautivar clientela y abrir segmentos de mercado todos los días.

Con respecto a la ciudadanía en general ya nadie pone en duda que el turismo es un sector presente en Cartagena, se evidencia paseando sus calles. Las esperanzas en que pueda llegar a ser una fuente de ingresos son bastantes grandes y hay mucha gente concienciada para recibir a los turistas. Puede decirse que la predisposición de la sociedad cartagenera es muy receptiva a la llegada de turistas.

#### 4. CONCLUSIONES

La percepción de la población cartagenera es muy positiva hacia el sector turístico, si bien hay cuestiones que matizar y en las que profundizar para llegar a entenderlas. Cabe señalar, que tanto la percepción como las opiniones y comportamientos de los anfitriones es algo más que importante para que ese complejo sistema que conforma el sector turístico tenga ciertas garantías de éxito. Puede decirse que en cierto modo forman parte de la propia oferta turística, es por ello que conviene trabajar algunos aspectos que favorezcan una buena predisposición a la recepción de visitantes extranjeros. Mediante campañas de marketing y publicidad se ha de sensibilizar de que el turismo es un potencial de beneficios económicos y culturales para todos.

Es obvio que algo pasa cuando en una misma calle hay bares y establecimientos que acaparan la clientela foránea, mientras otros permanecen vacíos. Es posible que en este itinerario hacia la consolidación como destino turístico,

se haga necesario ofertar formación y recursos para el trato adecuado que sirva de reclamo a los extranjeros.

Se cree que el turismo puede ser para CT un recurso capaz de generar actividad económica. A lo que hay que añadir en función a la aportación de Bigné (2000) que puede favorecer también a los alrededores, lo que se da cuando “el turista se hospeda en una ciudad que visitará y desde donde se desplazará a otros lugares”. Por otro lado, también podría hacerse factible siguiendo con el mismo autor, que CT fuera incluida dentro de un circuito que abarcara diferentes sitios dentro de la región. Se puede considerar circuito “cuando el turista va a visitar distintos lugares cercanos pero se hospedará en cada uno de ellos”. Pasando noche en cada uno de los destinos, no sólo en uno.

En la imagen que queremos transmitir de nuestro destino, se ha de tener en cuenta la idiosincrasia del lugar, sus gentes, su cultura, sus recursos naturales... para venderlos como motivos por los que venir.

Cartagena tiene como una de sus grandes fortalezas el hecho de reunir muchas de las motivaciones que los turistas buscan: sol, playa, museos, lugares de descanso, sitios de diversión. Todas estas virtudes, bien envueltas en estrategias que proyecten imagen y calidad supondrán un atractivo para venir desde fuera, quedarse y volver.

Es necesario para una perspectiva de futuro, coordinar las acciones relacionadas con el sector turístico aunando intereses y objetivos de los diferentes agentes implicados, entiéndase ciudadanía en general, empresas de restauración, comercio, hospedaje etc. e instituciones así como otras entidades públicas o privadas.

Hay que seguir valorando aquellos recursos que aún esperan su puesta en valor, entre otros los culturales habida cuenta que a gran parte de los turistas les gusta verlos.

Resulta fundamental conocer sistemáticamente la opinión de la comunidad local y los niveles de satisfacción del turista, para detectar políticas de intervención adecuadas, procediendo a las correcciones que se vayan detectando como necesarias y manteniendo o fortaleciendo los aspectos más positivos.

Cartagena debe aspirar a consolidar mecanismos de observación fiable y científica sobre el bienestar en la estancia del turismo, sirviéndole de base para interpretarla e ir diseñando un proyecto organizado y racional en la recepción de turistas. En ese proyecto la población cartagenera tiene que sentirse protagonista.

Para terminar, puede finalizarse con una frase que recoge los ingredientes que le hacen falta a Cartagena para consolidar el proyecto de ser un destino

---

9 Bigné A. Enrique, Font A. Xavier, Andreu S. Luisa (2000). *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*, Madrid, ESIC Editorial, 2000.

turístico de reclamo. Los elementos que componen esta especie de receta para atraer al turismo, se inspiran directamente en los datos obtenidos a través de los cuestionarios realizados y las entrevistas: “El turismo se atrae con amabilidad, la explotación de los recursos propios, el lenguaje más apropiado, mucha información y una sonrisa”.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ALEDO, A. y CAÑADA, E. (2012). *El turismo residencial en tiempos de crisis. ¿Fin de un modelo?* Icaria Editorial.  
Recuperado de :<http://www.albasud.org/publ/docs/57.pdf>
- BIGNÉ, A.E; FONT, A.X; ANDREU, S. Luisa. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*, Madrid, ESIC Editorial.
- CHIAS, J. (2006). *El turismo de ciudad. Desarrollo y marketing turístico de ciudades*. Centro Iberoamericano de Desarrollo Estratégico Urbano. Recuperado de: [https://books.google.es/books/about/El\\_turismo\\_de\\_ciudad.html?id=4trotgAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.es/books/about/El_turismo_de_ciudad.html?id=4trotgAACAAJ&redir_esc=y)
- HUETE NIEVES, Raquel; MANTECÓN TERÁN, Alejandro y MAZÓN MARTÍNEZ; Tomás (2008). *¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial?* Cuadernos de Turismo, nº 22.
- SERRANO MARTÍNEZ, José María (2007). *El turismo residencial en la región de Murcia frente a los nuevos retos*. Cuadernos de Turismo Nº 19.

# **EL CUIDADO EN LAS COMUNIDADES DE ANCIANOS EXTRANJEROS RESIDENTES: OTRA FACETA DEL TURISMO RESIDENCIAL DE SALUD**

*Eva María Gabaldón Bravo*

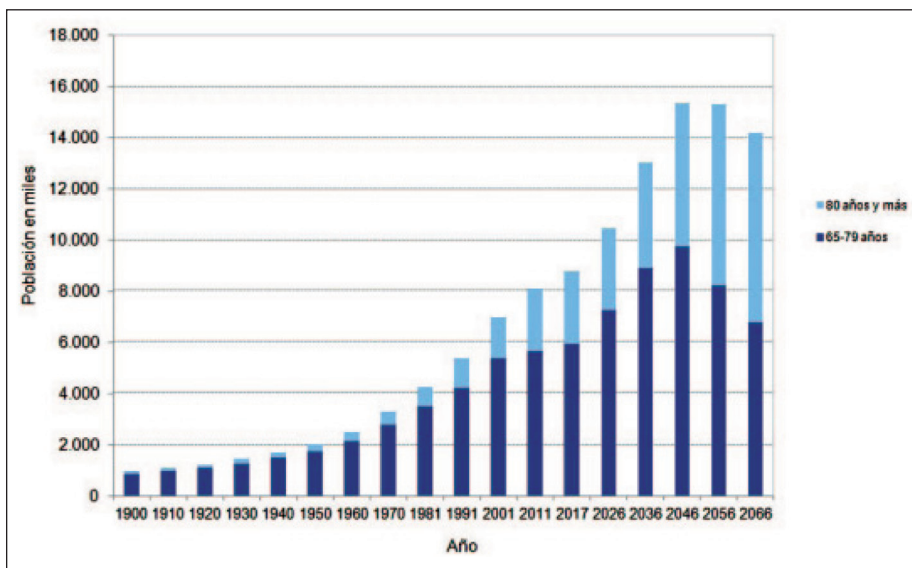
Departamento de Enfermería. Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de Alicante

Dentro de lo que conocemos como turismo residencial, existe un grupo social que comparte unas características de base, independientemente del lugar de origen de las personas que lo componen; es el grupo formado por aquellas personas que habiendo acabado su ciclo productivo, inician la etapa de la jubilación y, ya sea coincidiendo con el inicio de la misma o un poco más adelante, deciden emigrar a otro país, generalmente con mejor clima, con determinadas condiciones sociales que lo hacen muy atractivo para aprovechar los años de vida que quedan con mayor bienestar. Dentro de este fenómeno, mi intervención se va a centrar en lo que denominamos migración de europeos retirados en España (Rodríguez Rodríguez, Casado Díaz, Huber, 2005).

Este tipo de emigración puede ser tratada como una particularidad del turismo de salud (García-Altés, 2005), que no sanitario, al menos en su inicio. Un turismo de salud que supone estancias en nuestro país de años y que supone un fenómeno social y económico que requiere ser abordado desde la visión de distintas disciplinas, entre ellas dada su relevancia, desde las ciencias de la salud, concretamente por aquella disciplina que tiene como foco el cuidado de las personas, la enfermería.

Como todos sabemos, España, y concretamente nuestra comunidad, acoge un gran número de jubilados que provienen de los países del norte de Europa y que pasan a ser residentes en nuestros pueblos y ciudades. En concreto suponen el 25% de las personas de más de 65 años en nuestra provincia. Suelen ser personas que nos han conocido con anterioridad, han pasado sus vacaciones en nuestras costas y nos han elegido como opción de calidad para sus últimos años. En su gran mayoría, vienen en pareja, compran una propiedad y se establecen en la comunidad.

Figura 1. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE 65 O MÁS AÑOS, DE 1900 A 2066 EN ESPAÑA



Fuente: “Un perfil de las personas mayores en España, 2018. Indicadores estadísticos básicos”. Abellán García et al., 2018.

Su estancia en ese hogar se prolonga hasta el fallecimiento de uno de los componentes de la pareja, o hasta el momento en el que la dependencia de uno de ellos debe ser atendida en residencias geriátricas, u optan por regresar a sus países de origen para ser cuidados por sus familiares cercanos. Si bien han abandonado su lugar de origen, no abandonan en absoluto su cultura, su forma de vida y su comprensión del concepto de bienestar (JD Mujica, 2014).

Son varios los estudios que a nivel internacional han abordado este fenómeno (Oliveira, 2018) (Calzada, 2018) (Åkerlund, 2013). Las razones por las que elegir una determinada ubicación donde vivir los últimos años de vida fuera de tu país, basándonos en ellos, son las siguientes:

Aumento de la capacidad adquisitiva.

Mejora de las condiciones medio ambientales: clima.

Percepción de estabilidad social o socio/política.

Lugares que permitan la continuidad del arraigo cultural; vecindad de la misma procedencia y servicios sociales (de salud, alimentación, ocio, etc.) accesibles por el idioma. Ahora bien, un estudio del 2010 (Huete, 2010) sobre los extranjeros del norte de Europa residentes en San Miguel de Salinas (suponen más del 65% de la población) indica que “cuanto más integrado en

la sociedad de acogida se siente un residente europeo, más satisfecho está con los servicios y con el estilo de vida español.”

Este “pack” hace ya tiempo que las multinacionales promotoras de urbanizaciones lo han tenido en cuenta y así vemos cómo éstas se convierten en colonias de residentes norte europeas, cada vez más envejecidas y demandantes de asistencia sanitaria debido a la normal aparición de enfermedades crónicas, fragilidad y dependencia.

Este aspecto parece no tenerse demasiado en cuenta en el momento de planificar esta etapa de la vida en otra sociedad y el desarraigo que esto supone. Hall y Hardill, en su estudio del 2016, examinan las redes y agencias formales e informales de apoyo de los ingleses jubilados residentes en España, de forma más concreta indagan sobre los recursos y estrategias para acceder a la atención social y sanitaria (Hall & Hardill, 2016). Utilizan para ello un marco de prestación de asistencia desarrollado por Glucksmann y Lyons (Glucksmann & D., 2006), e identifican cuatro modos generales de provisión para la atención a la tercera edad utilizados por británicos mayores en España:

- Estado / público
- Familia / comunidad
- Voluntario / sin fines de lucro
- Mercado / con fines de lucro

Estos autores concluyen, coincidiendo con otros, que existen barreras lingüísticas, culturales, espaciales y financieras para acceder a la asistencia en España. Se preguntan si se debería hacer más para apoyar a esta población, cuando acaba pasando por estas circunstancias de vulnerabilidad.

El sistema informal de cuidados que abarcaría a la familia y amigos, en el caso de estos residentes se reduce a la pareja y a los vecinos de la misma procedencia generalmente. Cuando se produce la claudicación de esta red, aparece la demanda de cuidados profesionales, dentro del sistema formal.

Los equipos de salud deben afrontar los cuidados de este tipo de pacientes, que generalmente, tal como hemos comentado, presentan dificultad para su abordaje de tipo cultural. Ya son varias las multinacionales aseguradoras que, desde sus países de origen, han establecido residencias geriátricas en nuestra zona para acoger a sus residentes y ofertarles cuidados en su idioma natal, ambientes inspirados en la cultura de origen, alimentación adaptada a sus gustos, etc.

No es una cuestión que en la mayoría de los casos se presente de súbito, ni de forma excepcional; es pronosticable, planificable y abordable. Aunque eso sí, en todas las culturas norte europeas, y también en las del arco europeo del mediterráneo supone tabú hablar de la muerte y de la dependencia; esto

no vende. No es correcto para promocionar un posible mercado de turismo hablar de atención en la cuarta edad, ni siquiera en el ámbito del turismo residencial de salud.

Este tipo de turismo se promociona por medio de hacer visibles a sus posibles clientes los beneficios de determinado clima, tratamientos tipo wellness, de belleza, etc. Pero siempre dando una visión de personas sanas y activas; no en vano, se habla de envejecimiento activo y salud, esto es lo deseable todo el tiempo posible, pensar en el declive de nuestra autonomía y el deterioro, e incluso del evento muerte, no vende. Y sin embargo, está ahí. Ese es el lado oscuro de este fenómeno de atracción de población anciana que, por otro lado, supone un reto asistencial por sus características ya mencionadas.

Me he referido al inicio de mi exposición, a que dentro del equipo de salud, es el profesional de enfermería el que ha de gestionar y en su caso implementar los cuidados de las personas y su núcleo social; es nuestra área de conocimiento. Desde esta área, destacar la aportación muy significativa sobre esta cuestión que realiza Madelein Leininger, la Teoría de los Cuidados Transculturales de Salud. Ya en 1961, uniéndose a la corriente sociológica y antropológica del cuidado, comienza a publicar lo que serían las bases de la Enfermería Transcultural.

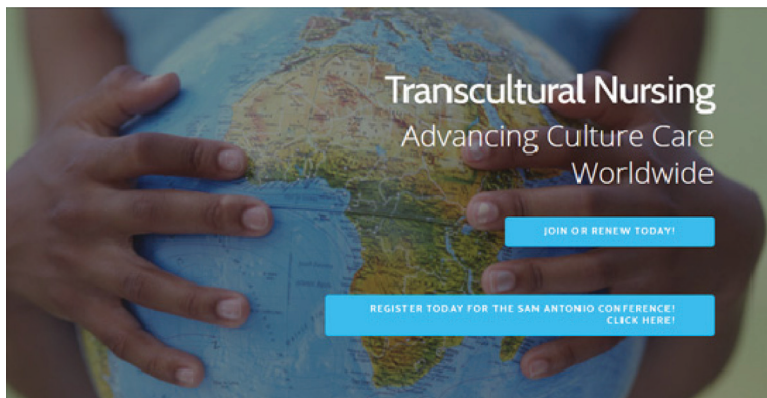
Actualmente es una de las ramas del cuidado que está presente en la formación, la investigación y la asistencia de enfermería. Tal como podemos ver en la web de la Transcultural Nursing society (TNS, 2018), la Enfermería Transcultural es una disciplina humanística basada en la teoría, diseñada para el cuidado efectivo a individuos, organizaciones, comunidades y sociedades. El cuidado humano se define dentro del contexto de la cultura. El cuidado culturalmente competente solo puede ocurrir cuando se conocen los valores de cuidado cultural y sirven como base para una atención significativa. Uno de los objetivos que plantea la TNS, por lo tanto, es que nuestros profesionales sean culturalmente competentes.

Si un enfermero o enfermera se encuentra trabajando en un centro de salud, por ejemplo, en La Nucía, en Torrevieja, o en Moraira, para poder abordar el cuidado de forma eficaz, atendiendo a parámetros de eficacia y bienestar, ha de ser capaz de aproximarse a las características culturales de los pacientes residentes en dichos municipios, de su núcleo social más cercano, de su red de apoyo, a sus tradiciones y su idioma.

Hasta ahora he abordado las barreras a esta atención en la dependencia percibidas por la propia población residente anciana, pero como todo acto de comunicación y comprensión entre personas, también hay que tener en cuenta al otro, en este caso al equipo de salud y las barreras o dificultades que éste puede presentar (Román-López; Palanca-Cruz, 2015). La barrera lingüística es para los profesionales del equipo de atención sociosanitaria el principal



Figura 2. IMAGEN WEB HOME TRANSCULTURAL NURSING



En: <https://tcns.org/>. Visitado el día 10/09/2018.

motivo de mala comunicación con los pacientes de este tipo, pero no solo es el idioma lo que perciben como problemático (Vázquez Navarrete, et al. 2009).

En el estudio de Vazquez Navarra et al. sobre las necesidades del equipo de salud en el abordaje de la atención de las poblaciones inmigrantes, vemos que éstos requieren formación centrada en aspectos culturales y de carácter práctico con aplicación inmediata. E inciden en adaptar los recursos a la nueva situación, destacando la necesidad de introducir cambios en el sistema sanitario que den visibilidad a esta nueva demanda social y de salud.

Estos autores focalizan el estudio sobre los inmigrantes de países desfavorecidos, cuyas características son muy diferentes a las características que presentan en su llegada los residentes ancianos a los que estamos haciendo referencia en todo momento. Pero tal como indico, su demanda de atención, de cuidados a la dependencia, de inserción en nuestro sistema de atención a la vejez y proceso de muerte (cuidados paliativos) es real y creciente, por lo que ha de ser estudiada y atendida de la misma forma, haciendo que sea posible capacitar a los equipos de salud de recursos que eliminen la barrera idiomática y que faciliten el cuidado culturalmente competente. Esto puede hacer que continuemos siendo competitivos en este tipo de turismo de salud, mejorando nuestra imagen en este campo asistencial.

#### BIBLIOGRAFÍA

ABELLÁN GARCÍA, A., AYALA GARCÍA, A., PÉREZ DÍAZ, J., PUJOL RODRÍGUEZ, R. (2018). Un perfil de las personas mayores en España. Indicadores estadísticos básicos. *Informes Envejecimiento en red*, nº 17, 34 p.

- ÅKERLUND, U. (2013). *The Best of Both Worlds : Aspirations, Drivers and Practices of Swedish Lifestyle Movers in Malta.*: PhD Disertation.
- CALZADA, I. (2018). Social Protection without Borders? The Use of Social Services by Retirement Migrants living in Spain. . *Journal of Social Policy*, 47(1), 21-37.
- CRISTINA OLIVEIRA, A. B. (2018). Seniors in international residential tourism: looking for quality of life,. *Anatolia*, 29:1, 11-23.
- GARCÍA-ALTÉS, A. (2005). The development of health tourism services. *Annals of tourism research*, Vol.32 No.1 pp.262-266 ref.7.
- GLUCKSMANN, M., & D., L. (2006). Configurations of Care Work: Paid and Unpaid Elder Care in Italy and the Netherlands. *Sociological Research, on-line*, Volume 11, Issue 2, obtenido de: <http://www.socresonline.org.uk/11/2/glucksmann.html>. Visitado el 10 de septiembre de 2018
- HALL, K., & HARDILL, I. (2016). Retirement migration, the ‘other’ story: caring for frail elderly British citizens in Spain. *Ageing and Society*, Volume 36, Issue 3, pp. 562-585.
- JD MUJICA, J. C. (2014). Trabajadores y retirados. La flexible condición de los migrantes del oeste y norte de Europa en los destinos turísticos de España. *Boletín de la asociación de geógrafos españoles*, nº 64 65-80.
- NIEVES, R. H. (2010). Resultados de la encuesta sobre la extensión y naturaleza de la integración de los residentes europeos en la sociedad de San Miguel de Salinas. San Miguel de Salinas: Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, Universidad de Alicante.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, V., CASADO DÍAZ, M. A., & HUBER, A. (2005). *La migración de europeos retirados en España*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Unidad de Políticas Comparadas.
- ROMÁN-LÓPEZ, P., & M., P.-C. M. (2015). Barreras comunicativas en la atención sanitaria a la población inmigrante. *Revista Española de Comunicación en Salud*. , ISSN: 1989-9882 <http://www.aecs.es>.
- TNS. *Transcultural Nursing Society*. Obtenido de <https://tns.org/>. Visitado el 10 de septiembre de 2018
- VÁZQUEZ NAVARRETEA, M. L., TERRAZA NÚÑEZA, R., VARGAS LORENZO, I., & T., L. A. (2009). Necesidades de los profesionales de salud en la atención a la población inmigrante. *Gaceta Sanitaria*, 23:396-402 - Vol. 23 Núm. 5.

# **LA SALUD COMO PRODUCTO TURÍSTICO: IMPORTANCIA DE LA ALIMENTACIÓN EN LA MEJORA DE LA SALUD Y LA CALIDAD DE VIDA EN EL TURISMO RESIDENCIAL**

*Isabel Sospedra López*

Departamento de Enfermería. Facultad de Ciencias de la Salud. Universidad de Alicante

Aunque el término Turismo Residencial ha estado sometido a debate desde hace más de 30 años y podemos encontrar varias definiciones que hacen referencia a dicho concepto, algunos trabajos recientes centrados en la costa mediterránea, han definido el concepto de turismo residencial como la “actividad económica que se dedica a la urbanización, construcción y venta de viviendas que conforman el sector extra-hoteler, cuyos usuarios las utilizan como alojamiento para veranear o residir, de forma permanente o semipermanente, fuera de sus lugares de residencia habitual, y que responden a nuevas fórmulas de movilidad y residencialidad de las sociedades avanzadas” (Mazón, 2005).

El envejecimiento de la población y la mayor esperanza de vida han propiciado este modelo de turismo, que implica estancias prolongadas e incluso permanentes de la población turista. El perfil general de la población que compone el turismo residencial son personas que, habiendo acabado su ciclo productivo, inician la etapa de la jubilación y, ya sea coincidiendo con el inicio de la misma o un poco más adelante, deciden emigrar a otro país, generalmente con mejores características climatológicas, geográficas o con determinadas condiciones sociales que lo hacen atractivo para aprovechar y disfrutar los siguientes años de vida con mayor bienestar (Rodríguez Rodríguez, 2005).

Este grupo poblacional presenta unas características y unas demandas comunes. Como consecuencia del aumento del tiempo libre y de ocio, así como de las nuevas pautas de consumo y bienestar personal, aumenta la búsqueda de una mejor calidad de vida, lo que conlleva también una demanda de mayor atención a la salud y al cuidado personal (Huete, 2007).

Aunque el turismo de salud es un campo creciente en el que, hasta el momento, España no ha destacado, la salud sí es un servicio cada vez más demandado por los turistas y, de acuerdo con ellos, numerosos países han apostado por políticas de apoyo a esta industria. El turismo de salud se define como el proceso por el cual una persona viaja para recibir servicios de salud en un país diferente a aquel en el que reside. El motivo del viaje es la búsqueda de estos servicios de salud, en un sentido amplio. Dicha definición no se ajustaría al perfil del turista residencial, sin embargo, el hecho de permanecer largos periodos de tiempo alejados de su país de origen, así como la media de edad de este tipo de población, sí los convierte en usuarios de los servicios de salud de los países donde se ubican. Además, el término de turismo de salud engloba conceptos más amplios, incluyendo en su definición el turismo de bienestar o *wellness* (EOI, 2013). Dentro de este turismo de salud tiene cabida, por tanto, no solo el tratamiento de afecciones o enfermedades, sino la búsqueda del bienestar físico, mental y social (WHO, 2007).

La población perteneciente al turismo residencial, no está al margen de dicha tendencia y sus demandas también se orientan hacia una oferta de salud en todas sus vertientes. Dentro de los diferentes ámbitos en los que se puede desarrollar la oferta de salud para el turista, se encuentra también el campo de la alimentación. Los servicios de nutrición y dietética se encuentran entre los principales servicios habitualmente se incluyen en el turismo de salud (EOI, 2013).

Los aspectos relacionados con la alimentación suponen ya, por sí mismos un atractivo turístico. La comida típica de una población o región captura la esencia típica de un lugar y es un elemento icónico en prácticamente todas las regiones del planeta. En la zona mediterránea cabe destacar la Dieta Mediterránea como modelo de alimentación, como patrón alimentario que consigue mostrar, no solo los rasgos geográficos, y por tanto agrícolas de la región, sino que también incorpora dimensiones culturales y sociales. Sin lugar a dudas la comida típica de una zona es un ejemplo de autenticidad para los turistas, quienes, por lo tanto, se sentirán interesados y atraídos por esta.

Además de esta perspectiva de integración del turista en las tradiciones del lugar visitado, la Dieta Mediterránea ofrece un concepto más amplio relacionado íntimamente con la salud. Los patrones de dieta mediterránea, concebidos como un estilo de vida, han sido objeto de estudio en numerosas ocasiones, poniendo de manifiesto los beneficios para la salud del consumo continuados de algunos de los alimentos más significativos que la componen. Por tanto, podría considerarse también como un activo en salud con capacidad de atraer y cubrir las demandas del turismo residencial.

Sin embargo, una de las características que encontramos en el turismo residencial y que se han definido como uno de los principales motivos para

la selección de una determinada ubicación, es la existencia de lugares que permitan dar continuidad a su arraigo cultural; comunidades donde la mayor parte de los vecinos sean de la misma procedencia y que les permita el acceso a servicios sociales (de salud, alimentación, ocio, etc.) manteniendo su idioma de origen. Teniendo esto en cuenta, es necesario plantearse si la disponibilidad de alimentos de alta calidad o de un patrón alimentario calificado como beneficioso para la salud, como es la Dieta Mediterránea es suficiente para el turista residencial.

El patrón mediterráneo de alimentación puede resultar, como ya se ha comentado anteriormente, un gran atractivo turístico general, pero en el caso del turismo residencial, donde las estancias pueden ser semi-permanentes o permanentes, resultaría de gran interés ofertar asesoramiento nutricional que permitiera mantener los patrones alimentarios más comunes entre los perfiles del turista residencial, sin que esto supusiera una pérdida del efecto “salud” proporcionado por la dieta mediterránea.

Pese a tradición de diversidad cultural de la cuenca mediterránea, estudios recientes indican que la alimentación es uno de los aspectos culturales que más se resiste a cambiar la población inmigrante. Se tiende a conservar la tradición alimentaria como forma de identidad cultural. La dieta tradicional no es sustituida por la de la nueva cultura; el consumo de nuevos alimentos sucede de manera independiente de los hábitos alimentarios tradicionales (Ngo de la Cruz, 2012).

En línea con la afirmación anterior, podemos observar que muchas de las colonias de residentes establecidas en la provincia de Alicante están organizadas en comunidades donde mantienen sus costumbres, cultura, idioma, etc. Están formadas por población cada vez más envejecida y demandante de asistencia sanitaria.

De manera general, la población comprendida en rangos de edad superiores a los 65 años, comienza a sufrir cambios fisiológicos, muchos de ellos relacionados con la disminución de la actividad o aumento de la dificultad para la realización de ciertas actividades cotidianas, incluyendo la alimentación. Un buen asesoramiento nutricional en estas edades previene o retrasa los síntomas físicos propios del envejecimiento, mejorando con ello el estado psicológico y, por tanto, la calidad de vida. Además, en edades avanzadas, la prevalencia de enfermedades crónicas con implicación nutricional es cada vez mayor, destacando entre ellas el sobrepeso, la hipertensión arterial, hiperlipemia, insuficiencia venosa y las dislipemias (Chatterji S, 2015). Por consiguiente, es indispensable que los profesionales de salud entiendan los diferentes contextos socioculturales y perfiles alimentarios del turismo residencial, así como que conozcan sus los hábitos alimentarios, para adecuar el consejo alimentario-nutricional que realiza.

Los últimos informes sobre turismo en salud indican que los servicios relacionados con la salud nutricional y la pérdida de peso suponen gran parte del valor estimado de la industria del turismo en salud (EOI, 2013). Considerando estos datos y teniendo presente la media de edad del turismo residencial, puede resultar de gran interés incorporar servicios de nutrición, que no se destinen únicamente a la elaboración de menús generalizados, sino que impliquen una atención y asesoramiento personalizados. El dotar a estas comunidades de servicios nutricionales donde poder adaptar tanto sus patrones dietéticos de origen, como los de su lugar actual de residencia, sería una estrategia turística necesaria para mejorar el estado de bienestar de estas poblaciones.

#### BIBLIOGRAFÍA

- CHATTERJI, S, B. J. (2015). Health, functioning, and disability in older adults-present status and future implications. *Lancet*, 385(9967):563-75.
- EOI. (2013). *Turismo de salud en España*.
- HUETE, R. (2007). “El desarrollo turístico residencial: propuestas desde la experiencia mediterránea”. *VII Jornadas de Sociología. Pasado, presente y futuro*. Universidad de Buenos Aires, Argentina.
- J., N. D. (2012). Alimentación en otras culturas y dietas no convencionales. *Curso de Actualización Pediatría 2012* (págs. 355-67). Madrid: Exlibris Ediciones.
- MAZÓN, T, A. A. (2005). El dilema del turismo residencial: ¿turismo o desarrollo inmobiliario? En *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas* (págs. 13-30). Aguaclara, Alicante: Mazón A, Aledo, A. Eds.
- NGO DE LA CRUZ, J. (2012). Alimentación en otras culturas y dietas no convencionales. *Curso de Actualización Pediatría 2012* (págs. 355-67). Madrid: En AEPap ed. Exlibris Ediciones.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, V. C. (2005). La migración de europeos retirados en España. *Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Unidad de Políticas Comparadas*.
- WHO, W. H. (2007). *Wastes from Health-Care Activities Fact Sheet*.

# INFLUENCIA DEL TURISMO Y DE LAS ACTIVIDADES DE OCIO EN LA PROMOCIÓN DEL ENVEJECIMIENTO ACTIVO Y SALUDABLE

*Manuel Fernández-Alcántara*

Departamento de Psicología de la Salud. Universidad de Alicante

## RESUMEN

Existen diferentes aspectos que caracterizan un proceso de envejecimiento activo y saludable, entre los que destacan los componentes psicosociales tales como la vinculación con otros, la independencia o la disponibilidad de múltiples roles sociales. Es importante promover la realización de actividades agradables y de ocio durante el envejecimiento, puesto que van a estar asociadas a un mayor bienestar y a una mejor calidad de vida relacionada con la salud. En la presente comunicación repasaremos las diferentes investigaciones que muestran los efectos beneficiosos del turismo en las personas mayores. Estudios recientes sugieren que el turismo es una importante alternativa para esta población, ya que permite realizar un gran número de actividades sociales y en interacción con otros. Además, visitar lugares nuevos ha mostrado una alta relación con la salud percibida, la felicidad o la calidad de vida en esta población. Finalmente, revisaremos las aportaciones realizadas desde la Universidad de Alicante en investigación e intervención para la mejora calidad de vida y la salud de las personas mayores enmarcadas dentro del Máster Universitario en Envejecimiento Activo y Salud.

Palabras clave: envejecimiento activo, turismo, calidad de vida, ocio, actividades.

## 1. EL ENVEJECIMIENTO EN ESPAÑA

El aumento de la esperanza de vida, así como el descenso de la natalidad, conllevan un envejecimiento progresivo de la población a nivel mundial. Este hecho que caracteriza a las sociedades avanzadas, plantea nuevos retos



que han de ser abordados con la finalidad de aumentar la calidad de vida de nuestros mayores y su bienestar, de forma sostenible y responsable (Fernández-Ballesteros, Caprara, Iñiguez, & García, 2005; Reyes Torres & Castillo Herrera, 2011).

A nivel poblacional, Europa es el continente más envejecido, contando en 2004 con 75 millones de personas mayores de 65 años. Las previsiones de cara al futuro sitúan en 2050 la cifra en 300 millones de personas mayores. Los datos en España en 2016 mostraron unas cifras de 8.701.380 personas mayores de 65, correspondiendo con el 18.74% del total de la población (INE, a 01/01/2016). La proyección prevista para el año 2050 es de 16.448.451 de personas mayores (37.61% del total). Por su parte, los datos de la provincia de Alicante indican que el 19.3% de sus habitantes supera los 65 años (año 2013), dato vinculado a la fuerte inmigración de personas mayores procedentes de países de la UE (Valero-Escandell, 2014).

## 2. ENVEJECIMIENTO ACTIVO Y CALIDAD DE VIDA EN LAS PERSONAS MAYORES

La Organización Mundial de la Salud (OMS), en la celebración del Día Mundial de la Salud 2012 presentó el lema: “la buena salud añade vida a los años”, lo que indica que es en el proceso del envejecimiento donde convergen todos aquellos aspectos que promueven la salud, y que añaden vida a los años. Se han planteado distintas estrategias políticas y sociales a nivel internacional, para fomentar el envejecimiento activo y saludable, desde una perspectiva biopsicosocial que mejore el bienestar y la calidad de vida de las personas mayores.

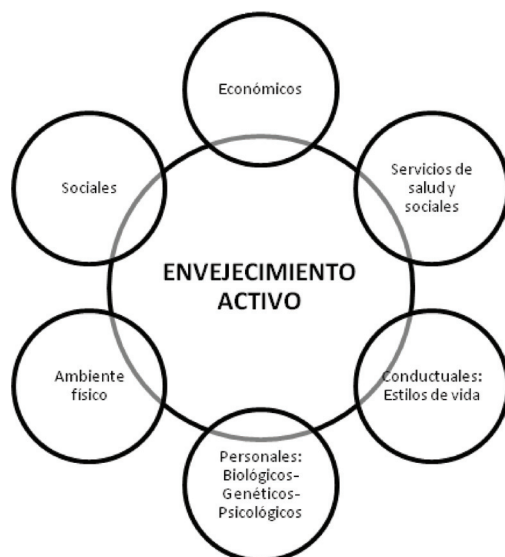
Existen diferentes conceptos y modelos para dar cuenta de las posibles trayectorias asociadas al proceso de envejecimiento (ver Cosco, Wister, Brayne & Howse, 2018) para una reciente revis acuñado por la OMS pone de relevancia las tres dimensiones esenciales del envejecimiento (física, mental y social) y la importancia de la participación en diferentes actividades.

Uno de los primeros planteamientos fue el de envejecimiento exitoso, que se planteó como una alternativa a los modelos clásicos tales como la teoría de la desvinculación de Cumming y Henry. Este modelo considera que una persona ha envejecido con éxito cuando se ha dado una prevención de dolencias y enfermedades, cuando la persona mantiene altos niveles de capacidad física y cognitiva, y cuándo existe una vinculación con otros (Cosco et al., 2018). Especialmente relevantes son los aspectos psicosociales que parecen estar asociados al envejecimiento exitoso, tales como las relaciones afectivas con otras personas, la independencia, el sentido vital, la espiritualidad o la asunción de diferentes sociales.

Asociado al envejecimiento exitoso, también se ha hablado de envejecimiento activo, entendido como el proceso de optimización de oportunidades



Figura 1. PRINCIPALES FACTORES QUE INFLUYEN Y CONTRIBUYEN AL ENVEJECIMIENTO ACTIVO



en salud, participación y seguridad para mejorar la calidad de vida de la población (ver Figura 1).

Muy relacionados con estos dos procesos se encuentra el concepto de calidad de vida, definida por la OMS como “la percepción que un individuo tiene de su lugar en la existencia, en el contexto de la cultura y del sistema de valores en los que vive y en relación con sus objetivos, sus expectativas, sus normas, sus inquietudes”.

La calidad de vida relacionada con la salud (CVRS) también se define como la percepción subjetiva, influenciada por el estado de salud actual, de la capacidad para realizar aquellas actividades importantes para el individuo (Urzúa, 2010). En definitiva, el impacto de la salud percibida en la capacidad del individuo para llevar una vida satisfactoria. Es un concepto multidimensional y complejo que incluye aspectos personales como salud, autonomía, independencia, satisfacción con la vida y aspectos ambientales como redes de apoyo y servicios sociales, entre otros (Alonso, 2000). Así, la CVRS incluye, no solo el estado de salud de la persona sino también la economía, la educación, el medio ambiente, la legislación, o el sistema de salud. Uno de los modelos clásicos de es el de Lawton, el cual entiende la calidad de vida como la valoración multidimensional de criterios, interpersonales y socio-normativos, del sistema persona-ambiente de un individuo (Yanguas, 2006). En dicho modelo destacan cuatro componentes principales:

Competencia conductual: la salud, la salud funcional, el estado cognitivo, la utilización del tiempo y la conducta social.

Percepción de la calidad de vida: evaluación subjetiva de cualquiera de las dimensiones de las competencias conductuales (por ejemplo, salud percibida o el dolor).

Ambiente objetivo: pretende facilitar la realización de una determinada conducta.

Bienestar psicológico: se encontraría determinado por los tres primeros.

Finalmente, autores como Fernández-Ballesteros (2009) señalan cómo, en el caso de las personas mayores, la CVRS es un concepto altamente complejo y multidimensional compuesto por factores socio-ambientales, personales y su interacción. Estos factores deben de ser evaluados tanto en sus dimensiones objetivas como subjetivas.

### 3. TURISMO, OCIO Y ACTIVIDADES AGRADABLES EN EL ENVEJECIMIENTO

El nivel de ocupación de las personas mayores, es decir, la realización de diferentes tipos de actividades, va a estar muy relacionado con un proceso de envejecimiento exitoso. Existen diferentes tipos de actividades tales como: (a) la interacción social con familiares y/o amigos; (b) las actividades formales, incluyendo la participación en voluntariado y asociaciones y (c) actividades realizadas en soledad (Duarte-Torres, 2015).

Lo importante, más allá del tipo de actividad que se lleve a cabo, es que éstas favorezcan el desarrollo físico, psicológico, emocional y social de la persona mayor, que sean libremente elegidas, que se encuentren adaptadas a los intereses y gustos y que estén en consonancia con sus capacidades físicas, psicológicas, emocionales y sensoriales (Duarte-Torres, 2015).

Diversos estudios están poniendo de relevancia como el turismo es, cada vez más, una de las actividades de ocio preferidas entre las personas mayores, favoreciendo la socialización con otros. El disfrute por viajar va a estar relacionado con la historia ocupacional de la persona y con sus aficiones previas. Además, el turismo se ha correlacionado con mejores niveles de salud, más felicidad y relajación. La calidad de vida parece ser también un buen predictor del desarrollo turístico (Rodrigues, Pocinho & Belo, 2016).

Al revisar diferentes investigaciones realizadas en torno a la participación en actividades de ocio de personas mayores, Fernández-Mayoralas et al. (2015) destacan cómo el ocio es una de las dimensiones más relacionadas con la calidad de vida. Analizan en profundidad los perfiles de actividades de ocio de una muestra amplia de personas mayores no institucionalizadas, encontrando un total de cuatro perfiles: (a) personas inactivas, que realizaban muy pocas actividades; (b) personas que realizaban actividades de carácter

físico y relacionadas con la participación social; (c) personas que utilizaban su tiempo libre en actividades culturales o de carácter más pasivo (sin involucrar tanto el componente físico) y (d) personas muy activas y turistas, que presentaban altos valores en la mayor parte de las actividades, incluyendo la realización de viajes. Al centrarse en este último grupo (y en comparación con el grupo de personas inactivas) se identificaron cuatro factores explicativos para pertenecer al mismo: (a) dos directamente relacionados con el nivel de salud, incluyendo una menor presencia de depresión y una mayor salud percibida; (b) un mayor nivel de renta y (c) una mejor accesibilidad a servicios municipales (Fernández-Mayoralas et al., 2015). Así, cómo señalan los autores “unas buenas condiciones en salud, unidas a unos mayores recursos económicos, son clave para definir a las personas muy activas y que realizan viajes y turismo” (Fernández-Mayoralas et al., 2015, pp. 59).

Finalmente, se identificaron diferencias de género, siendo las mujeres (en entornos no institucionalizados) las que realizaban menores actividades de ocio. Esto podría explicarse por una mayor participación en las actividades domésticas, lo que limitaba la realización de actividades de ocio (Fernández-Mayoralas et al., 2015).

El estudio descriptivo de Rodrigues et al. (2016) analizó la opinión de 1.000 participantes, divididos en tres grupos diferentes de edad (jóvenes, adultos y personas mayores) con respecto a las actividades de turismo llevadas a cabo por las personas mayores. Los resultados parecen sugerir que el turismo hace que las personas mayores tengan menos sentimientos de soledad, menores síntomas de ansiedad y depresión, así como unos mayores niveles de felicidad, esperanza para el futuro, bienestar, motivación y calidad de vida.

Finalmente, Ferri-Sanz, Durá-Ferrandis y Garcés-Ferrer (2015) realizaron un estudio con 189 personas mayores comparando las puntuaciones de aquellos que viajaban y aquellos que no en variables tales como CVRS, actividades instrumentales de la vida diaria (AIVD), satisfacción vital y apoyo social. Los resultados indicaron que las personas mayores que viajan presentaron una mejor CVRS, evaluada a través de los indicadores de salud física y mental del cuestionario SF-12. Además, mostraron una mayor capacidad para desarrollar las AIVD. Sin embargo, no se observaron diferencias estadísticamente significativas en los niveles de satisfacción vital, ni en su integración social. Por último, las personas mayores que no viajaban realizaron un mayor número de pruebas médicas, y mostraron un mayor uso de los servicios de urgencias y de apoyo domiciliario, en comparación con aquellas personas mayores que viajaban.

#### 4. MÁSTER UNIVERSITARIO EN ENVEJECIMIENTO ACTIVO Y SALUDABLE

Desde la Universidad de Alicante y la Facultad de Ciencias de la Salud, se viene apoyando el desarrollo de líneas de investigación que permitan estudiar los factores que favorecen el envejecimiento activo y exitoso. Dichas líneas giran en torno al Máster Universitario en Envejecimiento Activo y Salud (MUEAS). Tiene una carga de 60 créditos y su modalidad es semi-presencial. Existen diferentes competencias profesionales que se abordan durante el mismo, entre las que se incluyen:

Diseñar, evaluar e implementar programas de intervención para la consecución de un envejecimiento activo y saludable.

Identificar qué factores biológicos, psicológicos y sociales favorecen un envejecimiento saludable.

Capacidad de distinguir los procesos propios del envejecimiento y los patológicos de las personas mayores, en función del conocimiento adquirido sobre los procesos de cambio evolutivo durante la vejez.

Capacidad para realizar contribuciones para la mejora de la calidad de vida relacionada con la salud mediante el conocimiento y la comprensión de las características biopsicosociales de las personas mayores.

Conocer los conceptos científicos y principios propios de la Psicología y de las intervenciones psicológicas en contextos clínicos y de la salud para contribuir a la mejora de la calidad de vida y el envejecimiento activo y saludable de las personas mayores.

Habilidad para seleccionar y aplicar técnicas de intervención para el retraso en la aparición del deterioro cognitivo y la prevención de la dependencia en las personas mayores.

Conocimiento sobre los distintos servicios asistenciales para personas mayores en el medio en el que habitan.

Capacidad de intervenir en la promoción de la salud, prevención de la enfermedad y atención a la dependencia y la fragilidad en la población de personas mayores en base a los descubrimientos más actuales de investigación.

La distribución de los créditos, así como la estructura de asignaturas del MUEAS se describe en las Tablas 1 y 2. Este plan de estudios se ha diseñado atendiendo a la necesidad de formar investigadores en el área del envejecimiento y la salud, y por ello, se han incluido asignaturas como Metodología de la Investigación en Envejecimiento o el Trabajo fin de Máster (TFM). El plan de estudios aborda las nuevas tecnologías aplicadas a la promoción de la salud y la gestión de recursos estratégicos para la optimización del envejecimiento, de forma que se adquieran competencias profesionales que favorezcan la calidad de vida en todas las situaciones de vida, especialmente en la vejez (estilos de vida saludables, promoción de la autonomía y la gestión del cuidado). Cuenta con una asignatura obligatoria de Prácticas Externas, de

6 ECTS, a realizar en las instituciones, tanto públicas como privadas cuya finalidad es experimentar la aplicabilidad de los conocimientos adquiridos en las asignaturas teóricas. Finalmente, la asignatura TFM (12 ECTS) está planteada para que el alumno adquiriera la capacidad de diseñar y llevar a cabo un proyecto de investigación, desde su fase conceptual hasta la comunicación de los resultados.

Tabla 1. ESTRUCTURA DEL MÁSTER POR CRÉDITOS Y MATERIAS

Tipo de materia	Créditos
Obligatorias (OB)	42
Prácticas Externas (OB)	6
Trabajo Fin de Máster (OB)	12
<b>TOTAL CRÉDITOS</b>	<b>60</b>

Tabla 2. DISTRIBUCIÓN DE ASIGNATURAS POR SEMESTRE

PRIMER SEMESTRE			SEGUNDO SEMESTRE		
ASIGNATURA	TIPO	ECTS	ASIGNATURA	TIPO	ECTS
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN ENVEJECIMIENTO	OB	6	TECNOLOGÍAS E-HEALTH I APLICADAS AL ENVEJECIMIENTO ACTIVO Y SALUDABLE	OB	4
GESTIÓN DE INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL ENVEJECIMIENTO	OB	3	CALIDAD DE VIDA RELACIONADA CON LA SALUD EN LAS PERSONAS MAYORES	OB	4
SALUD Y FISIOPATOLOGÍA DEL ENVEJECIMIENTO	OB	6	ATENCIÓN A LA DEPENDENCIA Y FRAGILIDAD EN LAS PERSONAS MAYORES	OB	4
PSICOLOGÍA DEL ENVEJECIMIENTO	OB	6	PRÁCTICAS EXTERNAS	OB	6
SOCIOLOGÍA DEL ENVEJECIMIENTO	OB	3	TRABAJO FIN DE MÁSTER	OB	12
ESTILOS DE VIDA Y PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES EN LAS PERSONAS MAYORES	OB	6			

## 5. CONCLUSIONES

En conclusión, podemos destacar que el turismo es una de las actividades de ocio en auge en las personas mayores. Realizar actividades turísticas parece tener una influencia positiva en la CVRS y en varias diferentes variables psicológicas y emocionales. Finalmente, es necesario adaptar las actividades a los niveles funcionales, así como al poder adquisitivo de las personas mayores.

## 6. REFERENCIAS

- ALONSO, J. (2000). La medida de la calidad de vida relacionada con la salud en la investigación y la práctica clínica. *Gaceta Sanitaria*, 14(2), 163-167.
- COSCO, T. D., WISTER, A., BRAYNE, C., & HOWSE, K. (2018). Psychosocial aspects of successful ageing and resilience: critique, integration and implications/Aspectos psicológicos del envejecimiento exitoso y la resiliencia: crítica, integración e implicaciones. *Estudios de Psicología*, 1-19.
- DUARTE-TORRES, S. C. (2015). El turismo, una opción de ocupación en la vejez. *Revista Chilena de Terapia Ocupacional*, 15(1), 165-172.
- FERNÁNDEZ-BALLESTEROS, R. (2009). *Envejecimiento activo. Contribuciones desde la psicología*. Madrid: Pirámide.
- FERNÁNDEZ-BALLESTEROS, R., CAPRARA, M. G., IÑIGUEZ, J. Y., & GARCÍA, L. F. (2005). Promoción del envejecimiento activo: efectos del programa «Vivir con vitalidad»®. *Revista española de geriatría y gerontología*, 40(2), 92-103.
- FERNÁNDEZ-MAYORALAS, G., ROJO PÉREZ, F., FORJAZ, M. J., & RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, V. (2015). Envejecimiento activo y participación en actividades de ocio entre adultos mayores residentes en comunidad y en institución.
- FERRI-SANZ, M., DURÁ-FERRANDIS, E., & GARCÉS-FERRER, J. (2015). El turismo como estrategia de envejecimiento activo y saludable: efectos del turismo en la salud de las personas mayores. *Atención Primaria*, 47(8), 547-548.
- REYES TORRES, I., & CASTILLO HERRERA, J. A. (2011). El envejecimiento humano activo y saludable, un reto para el anciano, la familia, la sociedad. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 30(3), 454-459.
- RODRIGUES, J. A., POCINHO, R., & BELO, P. (2016). El turismo mayor como un medio de satisfacción personal. *TURyDES*, 9(20).
- URZÚA, A. (2010). Calidad de vida relacionada con la salud: Elementos conceptuales. *Revista médica de Chile*, 138(3), 358-365.
- VALERO-ESCANDELL, J.R. (2014). *El residencialismo y su importancia en el proceso de envejecimiento del litoral alicantino*. Comunicación en el XIV Congreso Nacional de Población AGE, Sevilla, España.
- YANGUAS, J.J. (2006). *Análisis de la calidad de vida relacionada con la salud en la vejez desde una perspectiva multidimensional*. Madrid: IMSERSO.

# ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DE LOS DESTINOS, ¿DÓNDE ESTÁ LA ORIGINALIDAD?

*Inmaculada Mengual Bernal*  
Periodista y abogada

## RESUMEN

Se analizará la gran paradoja que se da en el ámbito de comunicación de un destino turístico, a saber, cómo se están uniformando estándares de publicidad de tal forma que se repiten unos criterios similares de promoción en todos los destinos, y ello conduce a relegar el verdadero valor añadido de un lugar, lo que tiene de peculiar. Se estudiarán, entre otros, casos concretos como la pérdida del *genius loci* o las ya denominadas “calles franquicia”.

El turismo en la mayoría de las ocasiones se estudia desde la visión subjetiva de los “turistas”, aquellos que se desplazan a otros lugares. Y desde este enfoque se intenta ver qué parámetros de gastos, de preferencias, de pernoctaciones, de largas estancias, etc. Pero, ¿por qué no cambiar la perspectiva y estudiar el fenómeno del turismo desde el lado de los receptores?

Y todo ello porque cuando el rol protagonista pasa a ser asumido por el propio destino, entendido éste no sólo como producto objetivo (territorio, servicios, dotaciones, etc.) sino además, con toda su riqueza de gentes (costumbres, quehaceres, etc.), la experiencia del turista quedaba engrandecida.

Esta visión, novedosa, es de gran utilidad toda vez que aporta un valor añadido tanto a las economías locales como a la sostenibilidad de la industria turística *per se*.

Palabras clave: *Destinos, turismo, residentes, comunicación, publicidad.*

## ABSTRACT

It will analyze the great paradox that occurs in the field of communication of a tourist destination, namely, how advertising standards are being standardized in such a way that similar promotion criteria are repeated in all destinations,

and this leads to relegating the true added value of a place, what is peculiar in it. They will be studied, among others, specific cases such as the loss of the *genius loci* or the so-called “franchise streets”.

In most occasions tourism is studied from the subjective view of “tourists”, those who travel to other places. And from this approach we try to see what parameters of expenses, preferences, overnight stays, long stays, etc. But why not change the perspective and study the tourism phenomenon from the side of the receivers?

And all of this because when the leading role happens to be assumed by the destination itself, understood not only as an objective product (territory, services, endowments, etc.) but also, with all its wealth of people (customs, chores, etc.), the experience of the tourist was enlarged.

This vision, novel, is very useful since it provides added value both to local economies and to the sustainability of the tourism industry per se.

Key words: Destinations, tourism, residents, communication, advertising.

## I. HIPÓTESIS

### 1. *Antecedentes*

El punto de partida surge con motivo de la aparición de algunas alertas que abocan a plantear el dilema de si el modelo del turismo que hoy está en auge, consolidado, expandido por todo el mundo y, aún en vigor y con perspectivas de éxito, debe ser cuestionado. Y todo ello, como se indica, ante algunos fenómenos que constituyen una llamada de atención y que ya cuentan con envergadura y difusión para suscitar en términos dialécticos y prácticos un debate acerca del *modus operandi* del turismo tal y como hoy es concebido. Y que debe ser analizado bajo dos enfoques. El primero vinculado al factor de estrategias de marketing de comunicación de los destinos. El segundo ahonda en una mirada sociológica ante el nuevo perfil del viajero, que está cambiando las reglas de juego. Y ello además, porque ya se han dado algunos pasos en este giro que se apunta. Estos últimos han sido trazados en un contexto vinculado al sector de los grandes operadores (pe. cadenas hoteleras, portales de buscadores, etc.) sí están ya modificando sus estructuras y operatividad de funcionamiento y adaptando sus negocios ante esta situación de cambio.

Los primeros pilares quedaron recogidos someramente en aquellos primeros pasos que se avanzaron en la primera Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura (de la OMT y la Unesco celebrada en el mes de febrero de 2015): “El turismo desempeña un papel protagonista a la hora de ayudar a las personas de diferentes culturas a entenderse entre sí y eliminar las barreras culturales (...) La diversidad cultural ha sido reconocida como un poderoso instrumento



para alcanzar los Objetivos de Desarrollo del Milenio y seguirá siendo un elemento esencial de la agenda de desarrollo de las Naciones Unidas” (Alto Representante de las Naciones Unidas para la Alianza de Civilizaciones, Sr. Nassir Abdulaziz Al-Nasser)

El estado actual de la situación también quedó descrito en la citada Conferencia Mundial: “El turismo, responsable del desplazamiento cada año de más de mil millones de personas a través de las fronteras internacionales, ofrece inmensas posibilidades de desarrollo socioeconómico en los destinos de todo el mundo. El turismo cultural ha demostrado su capacidad de incrementar la competitividad, crear oportunidades de empleo, frenar el éxodo rural, generar ingresos para invertir en conservación y cultivar un sentimiento de orgullo y autoestima entre las comunidades receptoras. Sin embargo, para promover y salvaguardar de manera efectiva el propio patrimonio del que depende el turismo cultural, es crucial formular un enfoque sostenible y a múltiples bandas”.

## *2. El turismo crea grandes paradojas*

Hasta hace apenas unas décadas, el turismo era conocido metafóricamente como “la industria sin chimeneas”, aludiendo a que todo de él irradiaba riqueza y no tenía efectos contaminantes y/o devastadores como cualquier otra industria (que también fuera una fuente de riqueza para el PIB). Pero esta evolución ha girado casi ciento ochenta grados porque sí, el sector turístico indiscutiblemente genera elevados beneficios para un país, pero ahora también ha asomado la otra cara de la moneda, pues genera costes sociales, patrimoniales, medioambientales, etc. que han inclinado la balanza, ¿haciendola peligrar? He aquí la hipótesis de partida. (Redacción, BBC News Mundo, 2018)

Lo explicamos con un ejemplo real para explicar esta controversia de pros y contras. En una declaración de un destino como Patrimonio de la Humanidad, ipso facto surge el binomio «prestigio y turismo». Este refrendo de contar con el sello de calidad que supone estar en el listado de “Patrimonio de la Humanidad” deviene toda una marca, una distinción. Y con ella el sitio de que se trate, pasa a recibir muchísimos más turistas.

A priori todos queremos que acudan turistas a nuestros destinos pero la cosa se complica cuando vienen demasiados. Aquel “nada en exceso” del Oráculo de Delfos postula la máxima de una óptima solución. Pero saber atinar con este justo equilibrio deviene necesario. Ante ello se realizan serias investigaciones sobre “capacidad de carga”; normativas locales de restricciones a la concesión de licencias, etc. Pero, por las reglas de juego de este sector, no siempre son respetados como más adelante se expone.

### 3. *La custodia del Patrimonio ante el turismo de masas*

España es uno de los lugares del mundo con mayor número de lugares declarados Patrimonio de la Humanidad. En el año 2012, –siguiendo con un ejemplo concreto– los Patios de Córdoba, estos pequeños lugares llenos de arte y vegetación donde se mezcla la cercanía de los espacios íntimos de una casa, pero a la vez estar a cielo abierto, recibieron este respaldo de la UNESCO y pasaron a ser declarados “Patrimonio de la Humanidad”. Actualmente están siendo objeto de investigación precisamente la masificación que se da en ellos con motivo del Festival de los Patios. Teniendo en cuenta además, que el espacio de acceso es pequeño y porque lo que podría entenderse como una visita placentera, se estaba ya tornando en hacer colas, pisotones, etc. que indudablemente entorpecían el placer de la visita del turista.

Igual sucede no ya sólo con destinos, sino también con tradiciones. En temas de turismo se habla mucho de la “patrimonialización de la gastronomía”. La gastronomía se transforma en un producto turístico y pasa a convertirse como tal en un recurso económico con el riesgo de su homogeneización. Y al final, irremediabilmente se pierde la autenticidad.

## II. ESTADO DE LA CUESTIÓN: LA PÉRDIDA DEL *GENIUS LOCI*

Si uno de los grandes atractivos del turismo es ver aquello singular, diferente, peculiar, que aporta la apertura de miras y enriquecimiento personal, lúcido, de conocimiento, la tendencia ha sido justamente la inversa. Se ha estandarizado el sector para repetir rutas idénticas, ya diseñadas para que el turista se acoja a una y otra con pocas posibilidades de variación. Y ante esta situación ya consagrada y que responde a una fórmula de éxito, están surgiendo algunas alertas que son las que motivan este estudio.

Se explican tres de ellas.

### a) Una de las más osadas son las ya conocidas como “calles franquicia”

La primera de ellas se explica desde el contexto urbano. A la hora de investigar el fenómeno de las multitudes, es preciso poner el acento en las dicotomías que éstas provocan, en los descontentos que generan. Así lo expone Deyan Sudjic: “Tememos ver cambiar las ciudades de tal modo que nos arrebaten el recuerdo de quiénes fuimos nosotros y aquellos que vinieron antes que nosotros. Cuando la multitud toma una ciudad, ignorarla no es una opción, ya nos identifiquemos con ella o intentemos huir de ella. La multitud se convierte en una experiencia física, en la cual la forma espacial de la ciudad representa un papel significativo. La libertad de acción del individuo se ve restringida por la presión de los cuerpos y la construcción del espacio. Calles congestionadas, llenas de gentes, se convierten en multitud solo cuando esas

personas son conscientes de ello. Es un reflejo en parte del aumento incesante de la población del mundo, en números absolutos, y también de la creciente movilidad de más personas cada vez”.

En las ciudades más turísticas, pensamos a título de ejemplo en Londres o París: “Esas personas no se distribuyen regularmente por toda la ciudad: se concentran en unas pocas zonas específicamente delineadas, en las cuales su presencia tiene un impacto abrumador. Este es el restringido número de hitos que sirven para definir una visita a una ciudad. Tales lugares raramente se han diseñado para soportar densas concentraciones de personas, y su carácter se está viendo erosionado por la presión de las multitudes crecientes. Los turistas se mueven en rebaños cada vez mayores”.

Es conocido el fenómeno acaecido en la ciudad de Venecia (el autor lo cita como botón de muestra): “Su población permanente descendía; Esta ciudad queda así contemplada como víctima de un trágico vaciamiento, la transformación de la cáscara de lo que fue en tiempos uno de los mayores poderes culturales, financieros y políticos en un tristón circuito peatonal, sin espacio ni tiempo para pararse en los puentes”. El mismo fenómeno está amenazando a otras ciudades.

Hoy, son hoy ya muchas las ciudades que tienen un gran eje comercial donde están ubicadas las principales cadenas de franquicias. De suerte tal que si uno viera una de estas calles en una fotografía, sería difícil precisar si es la calle Serrano de Madrid, cuando tal se trate de otra a más de mil kilómetros: Oxford Street en Londres; la Quinta Avenida de Nueva York o, la avenida Chang’an en Pekín, por citar algunas de las más conocidas.

De unos años para acá todas las ciudades se parecen cada vez más entre ellas. Los urbanitas afirman que son consecuencia de la globalización. La mayoría de estos comercios –todos muy luminosos y llamativos–, con grandes puertas abiertas están regidos a través de contratos de franquicia.

Ante esta situación, sí existen algunas soluciones que han sabido conjugar el poder económico de estas calles-franquicias, pero han llegado a un buen entendimiento con la idiosincrasia del destino y respetan la arquitectura propia de cada lugar (que si fachadas, que si rotulación, etc.), a través de ordenanzas en las que han sido llamados a su redacción a especialistas en turismo. Un ejemplo de este respeto a la singularidad de la arquitectura local que constituye un precioso botón de muestra es la histórica calle Triana de Las Palmas de Gran Canaria donde todas las fachadas semejan las antiguas casas, con sus mismas puertas, ventanas, balcones, coloridos, etc. Incluso en el interior, también se han respetado los patios de aquellas antiguas viviendas.

Desde la antropología se da un paso más y se plantea si con estos estándares repetitivos, no les estaremos robando el alma a las ciudades. Estos estudios del contexto urbano parten de la idea de que todas las ciudades tienen

su alma: su “genius loci”, su autenticidad. Pero cuando llega a estas calles el potencial económico de las franquicias (de ropa sobre todo, pero también de alimentación, decoración, cosmética, etc.), entonces aquel espíritu singular termina por desaparecer y se da un giro copernicano: el metro cuadrado pasa a cotizarse con varios dígitos de ceros.

Si nos centramos en el caso de Venecia, que es el paradigma como supuesto de estudio y buscamos su *genius loci*, la conclusión se evidencia preocupante. Pensemos, siguiendo al escritor Tiziano Scarpa en el interés de un turista por adquirir un souvenir (una máscara sería lo más típico en esta ciudad). Aún cuando piense que es una pieza de artesano (y así pague su precio), nada más mirar la etiqueta, comprobará que pecó de ignorante, porque se tratará casi seguro de una fabricación en serie. Luego, una vez que tenemos asumido el “made in China”, toca dar un paso más porque el vendedor de este souvenir será un paquistaní o un chino también. Entonces, la cuestión que se suscita es: ¿Qué hay de auténtico en esa compra, en ese souvenir?

Alicia Fuentes ha estudiado la influencia de lo visual en el ámbito de la comunicación turística y menciona, citando a Justin Crumbaugh como ya se había plasmado una tendencia a estandarizar el mensaje: “la publicidad comercial tienen a parecerse cada vez más y a sintonizarse en un mensaje más o menos armonioso ensalzando un país de sol y alegría”. (Fuentes, 2017).

#### b) Museificación de las ciudades

Ya hay voces autorizadas que hablan de cómo los centros históricos de muchas ciudades (pe. Barcelona, Dubrovnik, Venecia, Praga, etc.) se han convertido en un contexto irreal, en una puesta en escena, en lo que ya se conoce como la «museificación de las ciudades» (también se usa la denominación: “Disneyficación”). Son aquellas en las que la vorágine del turismo ha arrasado con tal fuerza, que ha vaciado de contenido y de su esencia el propio destino, que pasa a convertirse casi es un escenario preconcebido *ad hoc* para atender a los turistas con tiendas de souvenir idénticas en hileras de calles; restaurantes que reproducen lo que se denomina “comida típica” del destino, etc. Se trata de lugares que han quedado de esta manera vaciados de su contenido real, para pasar a ser una suerte de escenario para el paseo del turista. Y donde ya los residentes –como se apunta más adelante–, son casi obligados a cambiar sus domicilios y/o adaptarse con nuevos negocios creados ex profeso con un interés turístico.

#### c) El turismo de masas

Otra alarma actual es lo que ya se está siendo denominado bajo la acepción de «turismofobia». En estos casos, la invasión del turismo ha motivado una

subida de todos los precios del destino, en un grado tal que la población censada comienza a tener problemas para poder continuar con el ritmo normal de su vida cotidiana. Así, el precio y el placer de tomar un café se convierte en un imposible al ver triplicado su precio; o el precio –y la disponibilidad– de los alquileres, priva de poder tener acceso a unas condiciones más ventajosas a los residentes. Es largo el muestrario de ejemplos en los que el turismo, que en origen fue beneficio, cuando el nivel pasa a serlo ya en un grado tal que impide el desarrollo normal de la ciudad, entonces se torna como factor a ponderar.

### III. METODOLOGÍA

Esta investigación parte de un constructo formado por la aportación bibliográfica sobre estudios del turismo específicamente, en la materia sobre estrategias y fundamentos para la comunicación de destinos. Se ha completado con un pormenorizado seguimiento de cómo la información periodística trata estos contenidos realizado en la secuencia temporal de un año natural completo. De esta manera se han podido cotejar los trabajos teóricos de la bibliografía, con la secuencia del estudio periodístico. Se ha completado este análisis con un tercer pilar cual es un trabajo de campo realizado durante dos años mediante la asistencia y participación a reuniones periódicas (mensuales en un ámbito provincial y anuales en el ámbito nacional) en foros y reuniones integrados por propietarios y directores de establecimientos hoteleros de España, Francia y Portugal. En ellos se formulaban problemas y retos vinculados al sector del turismo, de modo específico al entorno hotelero.

### IV. RESULTADOS

#### *1. Los destinos como “marca”. De la hospitalidad a la hostilidad*

El *quid* radica en cómo los destinos pasan a ser concebidos como «marca». Y a fines turísticos ya no son gestionados ni explotados directa y de forma exclusiva por el propio municipio, sino que son grandes operadores quienes deciden desde fuera del destino, cuántos turistas y cómo van a acudir a ese lugar. Para ello, elaboran costosas campañas de promoción con estándares de modo de publicidad (pe. “La perla del Adriático”; “La Venecia del Norte”, etc.). Pasando con estas estrategias de comunicación a focalizar el destino para que sea “vendible”. Y estas campañas, relegan en un segundo y casi tercer lugar a los propios habitantes y gestores públicos locales de la ciudad.

Surge de este modo, otro factor de desconcierto sociológico, de descontento en el sector del turismo, cual es el control por grandes operadores (pe. grandes compañías de buques en el caso de destinos de cruceros, etc.). Con la consecuencia adicional de que estos grandes operadores impiden que otros

pequeños actores puedan intervenir, dejándolos casi excluidos de la tarta, a saber, ubicados en una posición de desventaja al no poder competir con ellos.

Desde los centros de investigación académicos se realizan estudios de carga de los municipios (cuantificando todos los servicios públicos tales como recogida de basuras; ponderando las vías de evacuación en lugares amurallados, etc.) y, más tarde cuando estos operadores eligen un determinado lugar, no siempre tienen en cuenta estas premisas e “invaden” las ciudades con varios cruceros el mismo día. Esto es, el control fáctico es asumido desde fuera, por operadores. Es por ello que se ha transformado este iter en un intervalo de la hospitalidad a la hostilidad, como proclaman voces expertas. Y el destino, y sus habitantes, pierden por completo la competencia de la autogestión.

## *2. El nuevo perfil del turista: El denominado “turista invisible”*

El mensaje publicitario en el ámbito de turismo tenía un potencial tal, que en torno a su eficacia persuasiva ha sido siempre una cuestión muy debatida si el turista, tenía o no capacidad de decisión propia. Este dilema ha sido estudiado por Alicia Fuentes destacando las dos tesis: “Si los turistas simplemente imitan los modelos visuales de la industria o bien vierte una visión propia, subjetiva y creativa del destino visitado. La tesis más extendida, en línea con el prejuicio general que considera al turista como una versión culturalmente degradada del viajero, es la de que este busca reproducir con su cámara las imágenes que ha visto en los catálogos y guías de viaje. Si un clásico como Mar Augé (1998:31) afirmaba que a través de sus fotografías personales el turista simplemente «volvía a ver» las imágenes propuestas por la publicidad, John Urry (1990:138-140) mantenía que cuando el turista toma una instantánea, ésta no es más que una cita visual de dichas imágenes. En el otro extremo se sitúan autores que, como David Crouch y Nina Lübbren (2003: 3-4), abogan por «reincorporar al sujeto como un agente participativo en lugar de como un actor dentro de las estructuras de significado preestablecidas». Un buen ejemplo de este giro serían los trabajos de la fotógrafa chipriota Theopisti Stylianou-Lambert (2012), quien plantea la actividad fotográfica del turista como improvisaciones sobre escenarios cambiantes sobre la base de guiones sociales y visuales más o menos abiertos”.

Siguiendo con este debate de la reiteración del destino, a saber, si el turista es un ser cautivo o no, también desde el ámbito de la imagen, la fotógrafa suiza Corinne Vionnet reflexiona sobre esta idea del mimetismo en los viajes. Y su conclusión tajante es: Todos hacemos la misma foto, estemos ante el Coliseum, la Torre Eiffel o el Big Ben... Su trabajo creativo recopilar las muestras de miles de turistas (a través de internet) y, tras un collage, a modo de “impresionismo fotográfico” crea obras de arte con todas nuestras fotos. Y el resultado denota cómo todas las instantáneas son casi idénticas.

No obstante, en los últimos años ya se está consolidando una solución ante estas contingencias que se resume en la secuencia de «nada de circuitos». Son turistas casi invisibles para la macroeconomía y para la estadística. Buscan los denominados “segundos y terceros lugares” como leitmotiv del viaje. El viajero busca sentirse como uno más de la ciudad y, abandona (huye de) las rutas ya trazadas. Es por ello, que para satisfacer esta demanda, son ya muchos los establecimientos hoteleros que en su oferta incluyen una experiencia personalizada, ajustada a los intereses y gustos personales de cada cliente.

Este salto cualitativo desde un turismo de masas a un turismo personalizado está evolucionando in crescendo por dos factores principalmente. Uno de ellos es la gran ayuda que supone contar con un dispositivo móvil que facilita las tareas de reservas, búsquedas espontáneas, etc. Esta facilidad de acceso con tan sólo un teléfono inteligente motiva que las guías de viajes, folletos, incluso oficinas de turismo, pierdan el protagonismo que antaño tuvieron en cualquier destino. Esta tecnología móvil está desplazando todas las estrategias de comunicación que requiere ahora una personalización para poder tener éxito. El segundo factor de este giro copernicano responde al colectivo “millennials” que quiere ser parte del proceso de toma de decisiones y rechaza todo aquello que le venga impuesto desde fuera. De ahí que los circuitos ya estandarizados no respondan a su perfil y pase a tomar las riendas de cómo recorrer un destino. Por lo que nuevamente, aquellas estrategias de “El Triángulo de India”, “La Ruta Modernista”, etc. ya no sea útiles y las diseñe según sus propios intereses que siempre pasarán por involucrarse directamente con el propio destino.

### *3. El factor territorial: El potencial turístico de los segundos y terceros lugares. Una gran alternativa para la sostenibilidad*

Existen lugares que tienen una idiosincrasia especial que aboca a potenciarlos en este sector. Cuentan con importantes valores añadidos, las denominadas “fortalezas del destino”. Actualmente existe una gran preocupación por el elevado nivel de concentración del turismo en grandes ciudades, en especial, en aquellas que quedan en el radio del grupo de los destinos turísticos de mayor atención mundial (pe. podríamos pensar en París, Roma, Londres, etc.). Ante ello, una alternativa idónea para evitar esta alta concentración, se trata del fomento de denominados «segundos y terceros lugares». Y ello porque ahora los perfiles de los turistas son muy variados. Y entre ellos, hay un nutrido grupo que precisamente –como ad supra quedó mencionado– busca en sus viajes quedar fuera de las rutas ya establecidas e integrarse en la vida local del lugar que visita. Y encuentran precisamente en esta cercanía con «lo local», que se da en estos destinos de menor potencial turístico, el leitmotiv de su viaje.



Y si ésta es su demanda, entonces, se le ha de facilitar la oferta. Estos segundos destinos son aquellos que difícilmente van a aparecer en los listados habituales de los top-ten de los lugares más visitados. Tal vez no tengan una gran infraestructuras de transportes (lo que para nada es un hándicap para el turista, que estará encantado de pasear por sus calles y que no exista metro). Tal vez tampoco tengan grandes monumentos como catedrales o estadios de deportes. Lo que nuevamente no desalienta para nada al turista. Lejos de todo ello, tiene una vida local que sí va a permitir a los turistas, integrarse con suma facilidad en la vida cotidiana. Y actos tan sencillos como ir a un mercado; participar en la recogida de aceite, o pescar en el río, esto es, esta convivencia será el factor que más enriquezca el viaje. Las estrategias de comunicación turística de las Islas Cíes o algunas iniciativas en la ciudad de Jerusalén (experiencia turística: “Mujeres y fábulas”) son testigos de éxito de estos nuevos roles de cambio en la oferta.

Desde los grandes operadores turísticos –aquellos que concentraban un alto volumen del turismo entendido como una gran oportunidad de negocio–, estos segundos destinos están algo olvidados ya que no ofrecen incentivos visuales y fácilmente vendibles. Y es justo aquí dónde surge la oportunidad, pues precisamente esta desatención por parte de los operadores, lo que se traduce en un potencial de negocio para estos pequeños destinos quienes pueden por sí mismos –o través de las fórmulas de la gobernanza– darse a conocer.

Y descendiendo un paso más, igual sucede con los «terceros lugares». Sabido es que todos los destinos tienen ya prefijada una ruta turística con los «must» de un destino. Pero, junto a estos llamémosles hitos turísticos de lugares que sí o sí deben ser visitados por un turistas (pe si seguimos con el ejemplo de París, la Torre Eiffel, el museo del Louvre, etc.) se hallan en esta ruta sine qua non. Pero, el nuevo turista busca otros lugares, los «terceros», y para ello, existen otros recorridos específicos y monográficos; otros enclaves más recónditos que son precisamente los que quieren ser conocidos por estos nuevos turistas. Así por ejemplo, una ruta literaria con un escritor de la zona; un café escondido entre callejuelas; una exposición de arte local, etc. Son ejemplos de estos «terceros lugares» que escapan de los turoperadores y, es precisamente el destino quien los conoce y, por ello, quien está en una posición cualificada para promocionarlos al turista.

## V. CONCLUSIONES

1. Existen alertas con significación específica que requieren cuanto menos cuestionar el modelo turístico, muchas que se irrogan desde la denominada era de la globalización. Otras por la masificación turística que se concentra en algunos lugares.



2. El perfil del viajero también ha cambiado. Quiere ser partícipe del proceso de toma de decisiones (rechaza todo lo que ya venga prediseñado) y busca como leitmotiv del viaje la integración con “lo local”.
3. El turismo crea paradojas. Ya no son únicamente bondades. Y la custodia del medio ambiente y la protección patrimoniales son prioridades irrenunciables.
4. Los destinos pueden asumir un rol protagonista en la comunicación turística, pues son quienes verán las ventajas pero también, quienes sufrirán las consecuencias. Y cuando se diseña sólo y únicamente por operadores desde fuera, aquella inicial hospitalidad se puede tornar en hostilidad. Los casos de Venecia y Barcelona merecen una significación especial en este tránsito.
5. Sí existen claros ejemplos reales que han sabido potenciar la idiosincrasia y autenticidad del destino *ad hoc*. Y existe igualmente un colectivo de destinos, denominados “segundos y terceros lugares” que han de pasar a tener el rol protagonista.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ANTÓN CLAVÉ, S. (2005). *Parques Temáticos. Más allá del ocio*. Ariel.
- ARDEMAGNI, M. (2007). Patrimonio y público. La labor de sensibilización a través de los medios de comunicación. En I. A. Histórico, *Patrimonio cultural y medios de comunicación* (págs. 71-79). Sevilla: Consejería de Cultura.
- BBC News Mundo. Obtenido de: [http://www.bbc.com/mundo/noticias-](http://www.bbc.com/mundo/noticias) Redacción (18 de agosto de 2018).
- BORDAS, E. (2003). Hacia el turismo de la sociedad de ensueño. *Inauguración del primer semestre del curso 2002-2003 de los Estudios de Economía y Empresa*. Bellaterra: UOC.
- BOURDIEU, P., & DARBEL, A. (1969). *El amor al arte. Los museos europeos y su público*. Paris: Ediciones Paidós Ibérica.
- BUENO, G. (2004). *El mito de la cultura. El ensayo de una filiosofía materialista de la cultura*. Barcelona: Pensa Ibérica.
- CUENCA CABEZA, M., & GOYTIA PRAT, A. (Marzo-Abril de 2012). Ocio Experiencial: Antecedentes y características. *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 188, 266-281.
- DEBORD, G. (1967). *La Sociedad del espectáculo*. (J. L. Pardo, Trad.) Madrid.
- FUENTES, A. (2017). *Bienvenido, Mr. Turismo*. (Cátedra). Barcelona.
- HORKHEIMER, M., & THEODOR, A. (1988). *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*. Buenos Aires: Sudamericana.

- LEIRA LANDEIRA, G. (2013). Dream Society and changes in tourist activity. *Rotur: Revista de Ocio y Turismo*(6), 76-90.
- MATEOS RUSILLO, S. M. (2008). *La comunicación global del patrimonio cultural*. Gijón: Trea.
- MATEOS RUSILLO, S. M. (2012). *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Gijón: Trea.
- MIRÓ ALAIX, M. (1997). Interpretación, identidad y territorio. Una reflexión sobre el uso social del patrimonio. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 18(5), 33-37.
- SCARPA, T. (2007). *Venecia es un pez*. Minúscula.
- SUDJIC, D. (2017). *El lenguaje de las ciudades*. Ariel.
- TABERNA, A. (Septiembre de 1998). La realidad inventada: Mitos y delirios de la cultura de masas. *Revista de Occidente*(208).
- VARGAS LLOSA, M. (2012). *La Civilización del espectáculo*. Alfaguara.
- VINSON, I. (Diciembre de 2003). Los usos del patrimonio cultural en la Sociedad de la Información. *Museum Internacional*.

# **RESIDENTIAL TOURISM AS A UNDETECTED PHENOMENON: EXAMPLES OF IMPACTS ON PUBLIC GOVERNANCE AND ON THE ENVIRONMENT**

*Tullio Romita*

Università della Calabria (Italia)  
tullio.romita@unical.it

## **ABSTRACT**

As the scholars of the tourism phenomenon know, the numbers on the basis of which the trend of tourism is studied, in particular those relating to tourist flows, are also useful for establishing the weight of tourism in the different territorial areas crossed by the phenomenon. However, not rarely, the determination of the real situation of a tourist destination on the basis of these numbers is imprecise, that is, the official statistics fail to fully capture the tourist condition of an area or a place, thus negatively influencing the choices of public and private decision-makers. In fact, already through the empirical observation of what happens during the summer periods it is possible to understand tourist territories other than those described on the basis of official statistics. For example, the presence of long queues of cars in the queue along the roads leading to the seaside and mountain resorts, or long queues in restaurants, pizzerias, ice cream parlors or supermarkets, or even the revitalization and the repopulation of the villages located in the inland areas, etc., are just some of the examples of what can be found of very popular tourist destinations, but that the official statistics represent us as tourists with little relevance. Therefore, the context of analysis becomes even more problematic when, and in addition, we are faced with forms of widespread tourism that escape the official surveys of tourism data, and that are practiced through living arrangements that are obviously not registered or not to census.

Our hypothesis is that these forms of tourism have an important weight in tourism and that they are often predominant than the official ones. Moreover,

that among these is prevalent that which is practiced in private homes for rent, or second homes owned, mostly, but less and less, by families and for periods of time generally higher than those of conventional tourism.

Through this work we will try to reason on the validity of the hypothesis just formulated. The general objective that we intend to pursue is, however, to focus attention on the problem of so-called residential tourism as an undetected phenomenon, given the many and important consequences it has on the classification and determination of tourism flows, on the planning of public intervention policies in the tourism field, in the economic and social life of the region.

Keywords: Residential tourism, undetected tourism, smart tourism, public governance.

## 1. THE MEASURING OF THE TOURIST PHENOMENON

In recent decades there has been a renewed international interest in measuring the impact of the tourism phenomenon on the economy, the environment and society, and in doing so the basic data used are those relating to the demand for tourism (ie tourist flows) and the offer of tourist services (mainly receptivity).

The reasons for this growing interest in the numbers of tourism are many and also quite different from each other, we can highlight that already only at the level of empirical observation, observation in the field, anyone upholds the economic and social development of a community it's attracted by the interest that generates the evident consistent flow of people that every year moves driven by vacation motivations around the world.

And indeed, the forecasts on the world tourist flows elaborated in the last twenty years by the World Tourism Organization (from now, also, UNWTO) give back a particularly interesting informational framework and that however shows how relevant the worldwide phenomenon of the tourist mobility has become. The predictions, all basically guessed, indicated the achievement of one billion tourist arrivals by the end of the first decade of the 2000s, then the achievement of one and a half billion at the beginning of the second decade, and a further increase in international arrivals that should touch share 1.8 billion in 2030 (and given the success of the forecasts made previously, it is not clear why these too, should not come true).

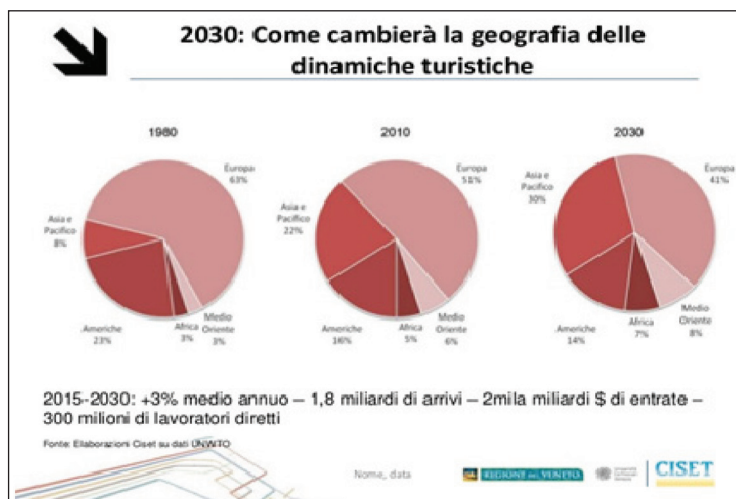
In any case, based on the surveys of the World Tourism Organization, the situation of international arrivals in the world in 2017 appears to be very positive, marking an increase of 6.8% compared to the previous year, growth in line with the expected estimates, and that in absolute values they say that international arrivals are over 1.3 billion tourists.<sup>1</sup>

---

1 See. [http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/stampa/in\\_evidenza/e\\_online\\_il\\_Turismo\\_in\\_Cifre](http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/stampa/in_evidenza/e_online_il_Turismo_in_Cifre)

Therefore, we are faced with a booming tourist market, increasingly confirming a significant source of innovative and diverse possibilities for economic and social growth, which, as the World Tourism Organization highlights, it could be accompanied by a real opportunity for sustainable development, that is able to control and minimize the negative impacts on the environment and on people. In any case, it is not only the numbers on the tourist flows that create extreme interest on the phenomenon of holiday travel around the world, but also the numbers relating to the continuous growth of the market shares acquired by the emerging countries contribute to constitute a clear object of interest (where it is expected that the tourist flows will grow with double percentages compared to the consolidated tourist markets). Just to give an example, again according to UNWTO forecasts, it should be noted that in 2030 over 15% of world arrivals will be registered in Northeast Asia, which will be the most visited sub-region in the world.

Fig. 1. THE GEOGRAPHY OF TOURISM IN 2030



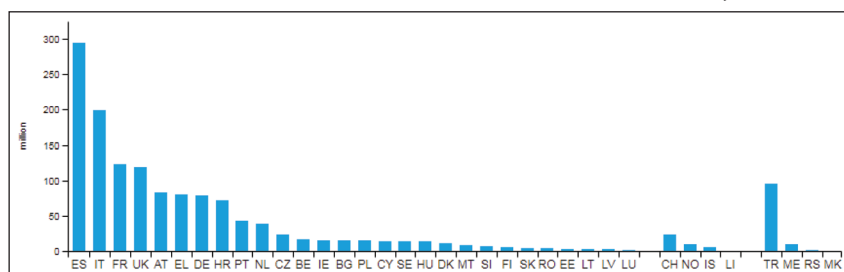
Source: <http://futurismo.confcommercioveneto.it/>, 2015

In one of the most recent statistical summaries elaborated by Eurostat (Statistical Office of the European Community) on the performance of tourism in the EU-28 countries (EU-28), the important role played by tourism in the European Union is emphasized, both at economic and employment level, and also at the level of social and environmental implications. The paper highlights how, in 2014, the tourism industry belonged to over 2 million EU companies, that is at least one company every ten (ie about 10% of the EU-28 production companies), and these companies employed over twelve millions of people

(or more than 20% of those employed in the service sector). Eurostat itself makes clear that tourism statistics are not only used to monitor EU tourism policies, but also its regional and sustainable development policies: more than half (55.7%) of overnight stays spent in 2016 not residents in the EU-28 were in only four countries: Spain, Italy, France and the United Kingdom. Also in the same year, Spain was the most visited tourist destination in the EU-28, with about 300 million overnight stays in accommodation facilities, ie over one fifth of the EU total, and over six out of ten EU citizens went on holiday generating over a billion of trips (see Fig. 1).<sup>2</sup>

Measuring the trend of the tourism phenomenon in greater detail is now an obligation, as well as an increasingly difficult and complex activity, given the constant changes in society which are then certainly turning into tourism. And so, wanting to go into more detail than the information we have just seen above and that affect the EU-28 countries, taking for example the Italian case, which turned out to be the second EU-28 nation for number of overnight stays in accommodations, through the measurements made by Istat (the Italian public statistics institute) we learn that in the course of 2017 Italy occupies the second position as it has totaled over 120 million arrivals and over 420 million presences, with an average increase of the two items (arrivals and presences) of about 5% compared to the previous year. Moreover, this time, however, through the measurements made by the Bank of Italy<sup>3</sup>, we also know that, compared to the previous year, in 2017 foreign tourists' spending increased by 8% (around € 39 billion), with a positive trend both for leisure-oriented demand and for business, and the balance of payments on tourist balances remained strong (+ 6%).<sup>4</sup>

Fig. 2. TOURISM DESTINATIONS - NIGHTS SPENT AT TOURIST ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS BY NON-RESIDENTS, 2016



United Kingdom: estimated using monthly data.

Turkey and Serbia: 2015 data

Source: Eurostat, 2018

- 2 See . [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism\\_statistics](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics)
- 3 Since 1996 the Bank of Italy has been working for over 20 years to study international tourism, in particular by analyzing the flow of travelers at the borders.
- 4 <http://www.turismo.beniculturali.it/media/dati-turismo-2017/>

In short, as at this point of reflection we can conclude, the measurement of tourism presents itself as an indispensable activity in the assessment of the importance of the phenomenon on a comparative level and at the different levels to which data relating to tourist destinations can be aggregated (local, regional, national) , but also because the demand for tourism data by the various parties interested in the phenomenon is increasingly on the increase, and they request timely data and with an increasingly higher territorial detail.

## 2. NATIONAL AND INTERNATIONAL REFERENCES FOR TOURISM MEASURING

There is no doubt, it is certainly true that in today's society the measuring of tourism, as well as its quantitative aspects also in qualitative ones, has become a priority for all nations of the world, certainly for those that for decades have occupied a central place in the world tourist market and today they feel the weight of international competition grow, and we can say that today also countries that the tourism industry for all modernity has considered as destinations unknown to tourism or known only to a very marginal extent start to compete.

Precisely for these reasons, and especially since the modern age, that is when tourism exploded as a social phenomenon linked to mass consumption, all the countries that witnessed the birth and development of the holiday phenomenon, have gradually equipped to search, through the acquisition of data and information, to help public and private decision-makers in the choices, have multiplied the studies and analyzes, have activated and / or supported systems for monitoring and permanent observation of the phenomenon, they have organized their own national statistical system, transforming it when necessary, and adapting it over time, as well as the continuous transformations generated by the social nature of the phenomenon, also to the needs of comparison and international validation. Interest is not, and has not been, at the level of individual countries, but also at the level of supranational or international political entities.

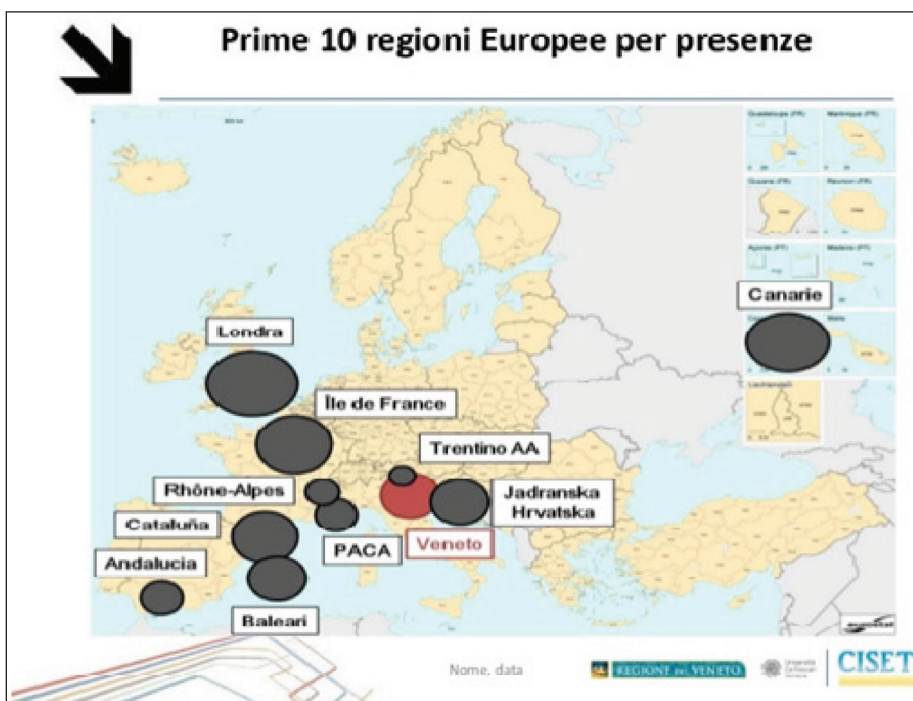
In general terms, the objective of tourism measurement remains to generate not simply statistical information or statistical discussion, but indications capable of deepening the skills that characterize the facts and prescribing useful links. Usually, the operational domains of any national statistical system are those in which quantitative data are mainly found and qualitative surveys are carried out, aimed at examining: the consistency and trends of national tourism demand; the consistency and trends of foreign tourism demand; the movement of Italian and foreign travelers transiting on the borders; the analysis of push factors and tourist attraction; the movement of clients in hotel and non-hotel accommodation facilities; tourist spending, the currency balance and the turnover of tourism.



To the activities listed above, which fall within the institutional set up in the various countries, and in each of these as well as at the national level also at the local level, are added studies, research and analysis, which independently perform the trade associations, private research institutes and, more generally, economic operators in the sector present in single or associated form.

A paradigmatic example of what has just been said, and largely extensible to the majority of the world's most advanced tourist countries, is that of the Italian case, as one of the largest and most important international tourism destinations is known.

Fig. 3. AN EXAMPLE OF A STUDY CARRIED OUT BY NON-STATE BODIES



Source: <http://futurismo.confcommercioveneto.it/it/>, 2015

The path of affirmation of studies and institutional research on tourism began in Italy in the twentieth century, and it is after the middle of this century that it finds its definitive position precisely to search for data and information able to guide the choices of public decision-makers and individuals occupied in reading, understanding and controlling of a phenomenon in evident strong growth. In 1959 the ISTAT, that is the mentioned above Italian institute



for statistics, realized the first survey having as object the holidays and the way of doing holiday of the Italian families (Istat, 1960). Already in the first decades of the twentieth century the Italian National Agency for Tourism (Enit) began to deal with surveys of the movement of customers in accommodation facilities and the number and distribution of accommodation facilities, activities starting from the early 1950s. the ISTAT took charge of it. In any case, the Italian statistical system provides for measuring according to constant criteria and rigorous information on Italian travels and holidays, on international tourism in Italy, on travelers and on the tourism of foreigners. While, on the side of the tourist offer, the information collected concerns the offer and the amount of accommodation and extra-hotel accommodation, and payments in foreign currency. To this information are added the rapid surveys (polls) and multi-purpose (ie investigating fundamental aspects related to the daily lives of individuals and families).

On the basis of the analysis of the international situation on statistics aimed at monitoring the tourism phenomenon we think we can say that, in the majority of cases, we are faced with a situation very similar to that described for the Italian system.

However, with the establishment of the European Union, we have gone towards a statistical system of information that tends to standardize those ones that most characterize the social and economic interests of European countries. Therefore, international references of the Italian statistical system are at least the following: Regulation 692/2011 concerning European statistics on tourism (repealing Council Directive 95/57 / EC)<sup>5</sup>, Methodological manual for tourism statistics (Eurostat, 2014), International Recommendations for tourism Statistics - IRTS 2008 (UNWTO). Worldwide, UNWTO, the United Nations specialized agency based in Madrid (Spain), deals with the structuring of international tourism policies and, at the same time, makes use of statistical information on tourism in all countries. of the world. A summary of the main sources of statistical information on tourism are at least the following: World Tourism Organization ([unwto.org](http://unwto.org)), Eurostat ([ec.europa.eu/eurostat](http://ec.europa.eu/eurostat)), European Travel Commission ([etcc-orporate.org](http://etcc-orporate.org)), Association for Tourism and Leisure Education ([atlas-euro.org](http://atlas-euro.org)), National Statistical Institutes.

---

5 Accepted in the Italian system with D.M. September 1998. The subject can be further examined by consulting Eurostat, 2007. EUROSTAT (2007) Tourism statistics data transmission compendium. Methodologies and working papers, September 2007, European Commission, Luxemburg.

### 3. THE NEED TO MEASURE TOURISM

In recent years, attention has certainly increased on tourism topics and, as a consequence, tourism has become an increasingly present reasoning on the discussion tables concerning the economic and social development of a nation or of a local community. In this regard, we could say that it is perhaps one of the most abused issues, and sometimes, tourism, rather than a concrete opportunity is used as an argument to take time. For example, when the ability to manage, govern or innovate a territory is limited, the tourism hypothesis emerges, almost always, relying on its potentials that if presented as such it is certainly possible to find in a territory, and on the basis of this it's immediate convincing the interlocutors and convince themselves that tourism is a good path to follow. In any case, and in general terms, the need to measure tourism is however very pressing and arises from the enormous development of the international mobility of people. If in general terms what we have just said may have a certain logic, we must say that as the reader can easily imagine the reasoning to do presents aspects of greater complexity.

So, with the intent to deepen the question, the first thing that we have to say is that we can, first of all, say that a factor that makes mandatory the tourism measurement is the evident and constant growth in the years of economic activity linked to tourism. To this we add the undeniable impact on the employment of the phenomenon and finally we can highlight the significant social, environmental and cultural implications produced and activated by tourism. Regarding the economic and employment aspect, the situation is substantially the one described by the numbers contained in the Wttc Economic Impact Report 2017 (World Travel & Tourism Council), the result of a survey carried out in collaboration with Oxford Economics: "10% of work in the world is generated, directly or indirectly, by tourism, which accounts for 10.2% of global GDP, with 7.6 billion dollars in 2016.

The economic impact of tourism grew by 3.3% in 2016 and one in 10 workers in the world is employed in the sector, which employs 292 million people, a number higher than that of the inhabitants of Italy, France, Germany and Great Britain put together."<sup>6</sup>

On the other hand, with regard to social and cultural impacts, those generated by tourism are the consequence of the mobility of people traveling to places and communities different than those in which they usually live, and for this reason, and inevitably, tourism generates a change, in travelers and people who host travelers. This impact should, in theory, mainly produce positive impacts, since the meeting between people should promote knowledge among them and shorten social and cultural distances.

6 [https://www.webitmag.it/wttc-dal-turismo-10-del-pil-delloccupazione-nel-mondo\\_126376/](https://www.webitmag.it/wttc-dal-turismo-10-del-pil-delloccupazione-nel-mondo_126376/)

However, the main negative criticisms of this view of the meeting between host and guest are usually born and are signaled in the presence of a very invasive and intensive tourism, when the host community under the pressure of tourism ends up adapting their lifestyle habits to the needs of tourists, precisely because it has become dependent, with consequences that may lead to partial or total cancellation of their local identity. To these issues, we must add that of the environmental impacts of tourism, a theme that in recent decades has, albeit slowly, become central in the analysis of the consequences of tourism development. It seems evident a tendency to consider the impacts of tourism on the environment as almost inevitably negative, if only for the fact that tourism, as we have seen before, leads each year to move millions of people around the world, with more or less intense crowding of tourist resorts, with an increase in vehicular traffic, with significant anthropogenic pressure, with an increase in noise, waste and water consumption. In cases where environmental pressure is considered to be very relevant, the theme becomes, therefore and obviously, the balanced development of the territory, since it is true that, especially in the past, unsustainable tourism has generated great suffering and a rapid degradation process on coasts, on the mountains, in the same towns, etc ..

#### 4. TOURISM GOVERNANCE PROBLEMS: THE CASE OF UNDETECTED RESIDENTIAL TOURISM

The reading of what has been written and depicted so far makes it easy to think that the system for collecting information relating to the tourist phenomenon, implemented at national and international level, implies the presence of a formalized and complex set of procedures and methodologies, and that the result of all this is the ability to design analyzes, scenarios and trends, which fully help those public and private decision-makers who have the task of making operational and / or political choices concerning the development of tourism.

In fact, this is it. In particular, information on the tourism phenomenon, on the main morphological and behavioral characteristics of tourists and on tourist spending, acquired and elaborated by public statistical and research bodies, are made openly accessible, and today easily accessible online via the Internet also at the level of primary data, with temporal differences (between the date of production of the data and that on of the diffusion of the information produced) which, over the years, are being reduced more and more (in some cases the results of research work or data acquisition are disclosed with times equal to the minimum indispensable ones).

However, the activities under discussion refer to difficult tasks to which official statistics imperfectly meet. In fact, in many places it is pointed out

that to characterize the statistics on tourism is the lack of an adequate level of information “consequently, the gaps and the limits that afflict them, the interpretative dangers that distinguish them and finally the improper use of them. this is done, they make these statistics seem inadequate to be used effectively in the evaluation of tourist phenomena “(De Cantis S., Vaccina F., 2008: 44).

As the scholars of the tourism phenomenon know, the numbers on which the trend of tourism is studied, in particular those relating to tourist flows, are also useful for determining the weight of tourism in the various areas affected by the phenomenon. However, not rarely, the determination of the real situation of a tourist destination on the basis of these numbers is inaccurate, that is, the official statistics fail to fully capture the tourist status of an area or a place. already through the empirical observation of what happens during the summer periods it is possible to perceive tourist territories different from those described on the basis of official statistics, very popular tourist destinations but that official statistics represent us as tourists with little relevance.

In fact, the situation becomes even more problematic when, in addition, the context of analysis presents becomes even more problematic, when, and in addition, we are faced with forms of widespread tourism that escape the official data collection on tourism, and that are practiced through living arrangements that are obviously not registered or uncensored. In these cases, therefore, ie in the presence of studies, analyzes and research, which are struggling to represent the tourism phenomenon in its actual qualitative and quantitative dimensions, the result obtained is that of negatively influencing the choices of public and private decision-makers.

With this premise, starting from the hypothesis that such forms of tourism not only have a significant weight in tourism but, indeed, are often predominant than conventional official ones, and that among these forms there is often as prevalent that which is practiced in private houses for vacation, with the present contribution we set a simple objective, that of placing the focus on the governance of tourism and of the territory the so-called residential tourism as widely “an undetected phenomenon” (Romita, 1999). For this reason, we will use as example the case of the Italian peninsula, that is a European nation leader in tourism, and intensely and always traversed by the tourist phenomenon because it is rich in natural and cultural resources.

First of all, it is worth remembering that in the case of Italian private homes for residential tourism it is possible to find them among the homes that the National Institute of Statistics (Istat) registers as “unoccupied dwellings” and that only in the 1991 census also explicitly listed as “unoccupied dwellings for vacation use”.

The boom of second homes, including those ones for vacation, occurred during the '70s of the twentieth century, when the weight of this type of housing on the total Italian housing has gone from 12% in 1971 to 20% in 1981, remaining slightly above the latter percentage even today. Therefore, compared to over five million unoccupied dwellings, those certainly considered "private homes for vacation use" are at least three million (see Istat, 1991, 2001, 2011), according to some estimates capable of generating between 10 and 20 million beds (compared to 4.6 million beds in conventional accommodation facilities - hotels and non-hotel), and over 400 million overnight stays (compared to just over 60 million conventional overnight stays, see Isnart, 2012).

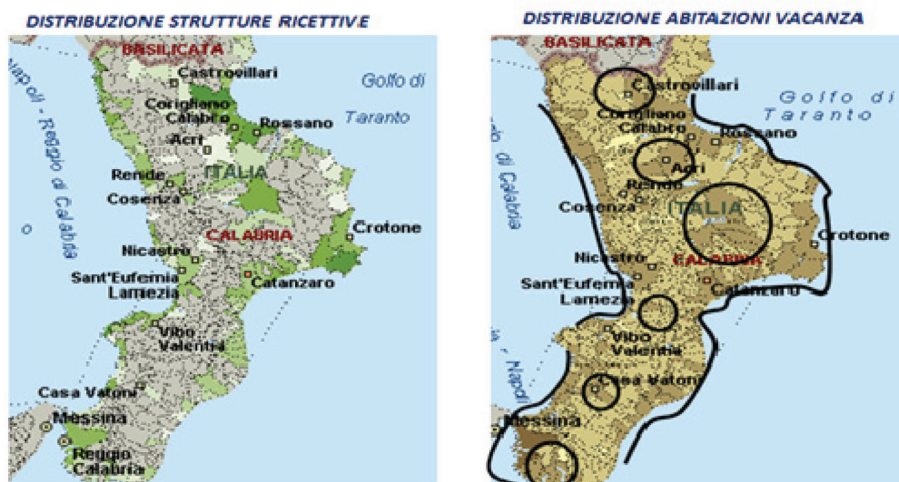
Referring to other works concerning in-depth analysis of the history of residential tourism in Italy, here synthetically we say that, "after the pioneering phase" (late 60s of the twentieth century), some areas and / or Italian tourist destinations have equipped and organized themselves according to the needs of the tourism industry, in this way also converting part of the existing housing stock into other official tourist facilities, other areas and / or tourist destinations have "simply" followed the request for tourism (sometimes providing only services basic, essentially room and board) coming over the years from a spontaneous demand for tourism<sup>7</sup>, favoring the informal tourism economy based on private homes<sup>8</sup>. The consequence was that some areas and / or tourist destinations were mainly oriented towards official tourism, other areas towards the tourism of private homes, in others still, and in a not necessarily balanced way, they coexist both the official tourism and the private homes. In the Italian case in almost all the regions of the South, tourism was mainly built around the tourism of private homes, and it seems clear to us the existence of a correlation between the growth of this type of tourism and some social and economic phenomena such as the emigration and poor industrialization (see Figure 4).

---

7 As MacCannel wrote, although with reference to other cultural contexts: "If the local population develops a territorial self-consciousness that transcends its immediate social situation and cultural structures reflected, tourists come before the entrepreneurs, and a 'tourist industry cottage' ... creates a more direct link between money produced by tourism and local economic development". See D. MacCannel *Il turista. Una nuova teoria della classe ben fissata*, Utet, Torino, 2005, p. 166.

8 Giving way in this way to the so-called and already mentioned "tourism that does not appear"; cfr. T. Romita, 1999, op. cit.

Fig. 4. A COMPARISON BETWEEN THE PRESENCE OF ACCOMMODATION FACILITIES AND HOLIDAY HOMES IN CALABRIA



Source: our elaborations on Istat data: 2011 Census

As a consequence of what we have just said, it is therefore possible to trace many Italian localities that have based their economic and social development policies on what we call tourism in private homes, giving rise to sometimes paradoxical situations. Just to give a few examples: take the case of Falconara Albanese (CS), a Calabrian seaside town very well known locally because it is visited every year by thousands of tourists coming from other Italian regions and staying in more than 3,000 private homes for vacation available, but completely unknown to the official Italian statistics on tourism because in the municipal territory there are no conventional receptive structures; then we take the case of the Piedmontese municipality of Argentera (CN) where, compared to a resident population of only 100 inhabitants, there are over 1,000 houses, 95% of which are substantially used for tourism purposes.

## 5. CONCLUSIONS

Residential tourism is a great opportunity for the economic and social development of the Italian territories that are interested, but also poses significant problems from the point of view of sustainability, as the built (in addition to housing also the spaces occupied for the common areas, the streets, condominium services, appurtenances, etc.) is many times higher than that of conventional accommodation facilities and during periods of maximum tourist inflow (ie the summer) already the only population present



generated by the tourism of holiday homes, therefore not taking considering that produced by official tourism, it can often be higher than the resident one, creating problems for the balanced management of the territory.

It is quite clear, therefore, that the tourism of private homes has found fertile ground not only in those territories that, over time, have registered a tourist demand much higher than that which could be absorbed by conventional accommodation facilities (also because it is concentrated in the time), but also to respond to that part of the question that prefers self-directed holidays and self-management.

In any case, residential tourism is a question that needs to be addressed in a decisive way because, although the phenomenon represents a clear opportunity for economic and social development, it is not a theme present in a structured and coherent way in the great majority of the statistical systems of a public nature dedicated to tourism, consequently it is not even in the agenda of those who, for the purposes of governing a territory and the tourism that is realized on that territory, in making decisions makes use of what they suggest data observed.

#### REFERENCES

- AA. VV. (2009), XVI Rapporto sul Turismo Italiano – Mercury, Angeli, Milano,.
- BATTILANI P. (2001), *Vacanze di pochi vacanze di tutti*, Il Mulino, Bologna.
- CASTOLDI G. (2005), *Turisti*, Hoepli, Milano.
- DE CANTIS S.; VACCINA F. (2008). Il ruolo dello statistico sociale nel turismo: dalle statistiche sul turismo alle statistiche per il turismo. In: *Nuovi profili formativi per professionalità avanzate nel turismo*, Vol. 2008, pp. 42-74), *Formazione e Lavoro, Scienze Economiche, Aziendali e Statistiche*, Università di Palermo, Palermo.
- HALL C.M., MÜLLER D.K., eds. (2004), *Tourism, Mobility and Second Homes: between Elite Landscape and Common Ground*, Channel View Publications, Clevedon.
- HALL C.M., MÜLLER D.K. (2004), Introduction: Second Homes, Curse or Blessing? Revisited, in Hall C.M., Müller D.K., eds., *Tourism, Mobility and Second Homes: between Elite Landscape and Common Ground*, Channel View Publications, Clevedon.
- HUETE R. (2009), *Turistas que llegan para quedarse. Una explicación sociológica sobre la movilidad residencial*, Publicaciones de la Universidad de Alicante, Alicante.
- HUETE R. (2008), “Tendencias del turismo residencial: el caso del Mediterráneo Español. El Periplo Sustentable. Espacio de análisis y reflexión sobre Turismo Sustentable”, *Universidad Autónoma del Estado de México*, 14.

- HUETE R., MANTECON A., MAZON T. (2008), “De que hablamos cuando hablamos de turismo residencial?”, Cuadernos de Turismo, 22.
- ISTAT (1960) Indagine speciale su alcuni aspetti delle vacanze e degli sports della popolazione. Anno 1959, Note e relazioni, n.13.
- ISTAT (2003) Metodologie e organizzazione dell’indagine multiscopo sulla domanda turistica “Viaggi e vacanze”, collana Metodi e norme, n.17, Roma.
- ISTAT (2004) Statistiche del turismo, Anno 2002, collana Informazioni, n.34, Roma;
- ISTAT (2006) I viaggi in Italia e all’estero nel 2004, Indagine multiscopo sulle famiglie “Viaggi e vacanze”, collana Informazioni, n.15, Roma;
- ISTAT (2008) I viaggi in Italia e all’estero nel 2005, Indagine multiscopo sulle famiglie “Viaggi e vacanze”, collana Informazioni, n.153, Roma;
- ISNART (2012), Impresa turismo 2012, Isnart-Unioncamere, Roma.
- McCANNEL D. (1976), *The tourist: a theory of the leisure class*, Schocken, New York (trad. it.: *Il Turista*, Utet, Torino, 2005).
- MILLÁN ESCRICHE M. (2005), “La eclosión del turismo residencial en la región de Murcia como estrategia para la diversificación funcional de su territorio”, in Mazón T., Aledo A., eds., *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, Aguaclara, Alicante.
- MANTECÓN A. (2008), *La experiencia del turismo. Un estudio sociológico sobre el proceso turístico-residencial*, Icaria, Barcelona.
- MARTINENGO M. C., SAVOJA L., (1998), *Sociologia dei fenomeni turistici*, Guerini Studio, Milano.
- MAZÓN T. (2001), *Sociología del Turismo*, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- MAZÓN T. (1997), *Introducción a la planificación urbana*, Aguaclara, Alicante.
- MAZÓN T., Aledo A., eds. (2005), *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, Aguaclara, Alicante.
- MAZÓN T., HUETE R. (2005), “Turismo Residencial en el litoral alicantino: los casos de Dénia, Altea, Benidorm, Santa Pola y Torrevieja”, in Mazón T., Aledo A., eds., *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, Aguaclara, Alicante.
- MAZÓN T., et al. (1996), *El turismo inmobiliario en la provincia de Alicante: análisis y propuestas*, Diputación Provincial, Alicante.
- NOCIFORA E. (2008), *La società turistica*, Scriptaweb, Napoli.
- PIERONI O., ROMITA T. (a cura di) (2003), *Viaggiare, conoscere e rispettare l’ambiente. Verso il turismo sostenibile*, Rubbettino, Soveria Mannelli.
- RIESMAN D. (2009), *La folla solitaria*, Il Mulino, Bologna.
- ROMA G. (2001), *L’economia sommersa*, Editori Laterza, Bari.



- ROMITA T. (1999), *Il turismo che non appare*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli.
- ROMITA T. (2009), “Il turismo c’è ma non si vede”, *Rivista del Turismo del Touring Club Italiano*, 4: 4-11.
- ROMITA T., PERRI A. (2009), *El turista fai-da-te*, in Latiesa Rodriguez M., ed., *El turismo en el mediterraneo: posibilidades de desarrollo y cohesion*, Editorial Universitaria Ramon Areces, Madrid.
- ROMITA T., PERRI A. (2009), *El turista fai-da-te*, in Latiesa Rodriguez M., ed., *El turismo en el mediterraneo: posibilidades de desarrollo y cohesion*, Editorial Universitaria Ramon Areces, Madrid.
- ROMITA T., PERRI A. (2009), *Da emigranti a turisti*, in Romita T., Ercole E., Nocifora E., Palumbo M., Pieroni O., Ruzza C., Savelli A., a cura di, *Atti del III Convegno Nazionale Turismo Sostenibile: ieri, oggi, domani*, Pronovis, Cosenza.
- ROMITA T. (a cura di) (2010). *Il turismo residenziale. Nuovi stili di vita e di residenzialità, governance del territorio e sviluppo sostenibile del turismo in Europa*. p. 5-203, Milano: Franco Angeli.
- ROMITA T. (2011). *From Tourism to the Niche Tourism. Some considerations about the Prospects for Tourism in Postmodern Society*. *Rivista Gran Tour*, vol. 3.
- ROMITA T. (2012). *Sulla governance del turismo residenziale*. In: (a cura di): AA.VV., *Impresa Turismo 2012*. p. 23-36, Roma: Isnart-Unioncamere.
- ROMITA T. (2013). *Lifestyles and Consumption of Do-It-Yourself Residential Tourists in Italy*. In: (a cura di): Zoran Roca, *Second Home Tourism in Europe. Lifestyle Issues and Policy Responses*. p. 263-283, FARNHAM: Ashgate.
- ROMITA T., TOCCI G., PERRI A. (2016), *Turismo: buone e cattive pratiche*, Collana di Studi Sociali: Turismo e Mediterraneo, Aracne, Roma.
- ROMITA T., (2016), *Percorsi di lettura dello sviluppo turistico nell’ottica dell’uso sostenibile delle risorse territoriali. Il racconto di una esperienza di studio e di ricerca*, in *Riscattare l’ambiente. Scritti in memoria di Osvaldo Pieroni*, Collana Energia, Ambiente, Società, Aracne, Roma.
- SAVELLI A. (1989), *Sociologia del Turismo*, Angeli, Milano.



# SMART TECHNOLOGY AND RESIDENTIAL ROOTS TOURISM

*Antonella Perri*

Università della Calabria, antonellaperri@unical.it

## ABSTRACT

The possibilities offered by new media are several how for example being able to communicate in real time, being continuously interconnected and being able to propose environments, sounds and images very similar to real ones. The main tools used are mobile telephony, laptops and the Internet, they make the connection possible today, at a relatively low cost, and in real time between people in all the inhabited areas of the world.

These new tools and technologies play a very important role in strengthening the ties between those who have had to leave their land (emigrants) and family members and / or friends left in their country of origin. In fact, some research carried out, show how the temporary return of the emigrant, has become the desire to return to those places of childhood to spend a holiday, surrounded by the affection of relatives and / or friends. Returning, the emigrant, undertakes a journey to rediscover the roots, no longer feels a citizen of the place of origin but a tourist in the place of origin.

In fact, from the literature on emigration it is evident the tendency of the emigrants to try to keep alive the relationship with their places of origin. Staying here, even for a short period of time, preferably at least once a year, maintains stable relationships and friendship with relatives and locals, while having a house of property is the symbol that most of all represents one's own attachment to the territory and to the community, and the temporariness of living in places different from those of origin.

In conclusion, bearing in mind that many studies show the existence of a close link between root tourism and residential tourism, this work will highlight the role played by new technologies in the development of residential tourism of the roots.

Keywords: Residential tourism, root tourism, tourism, smart technology.

## TRAVELING SOCIETY

The current society can be defined as a “traveling society”, characterized, that is, by a territorial mobility that has reached decidedly significant characters and dimensions and which is determined on the basis of a complex set of motivations, and which today, more than in the past, it does not neglect any part of the world.

In fact, we have always traveled and the “journey” has represented and continues to represent the central factor in the drive to change society, human history and culture, changing individual personalities, mentalities and social relationships (Leed, 1991; ed. 2007: 13) and, therefore, territorial mobility has always been an integral part of the history of humanity.

Today, more than ever, what is most striking is not just the amount of people traveling, but the ease, speed and the different ways in which people move and communicate with each other; for this reason some social scientists propose the new mobility paradigm (Sheller and Urry, 2006) as a key to understanding contemporary society, where territorial mobility, and in particular tourism, has produced continuous transformations that today characterize the culture of the whole society. As Appadurai says “... the world has become a set of large-scale interactions for many centuries, but interactions of a new and new intensity are involved in today’s world” (Appadurai, 2001, p 45).

In contemporary society alongside territorial or physical mobility, a relevant place is also occupied by other types of mobility that are often realized by interacting with each other, among these a very important place is occupied by so-called “virtual mobility”.

While the multiplication of physical (or territorial) travels is due to the great strengthening and improvement of the means of transport of people and things, by land, sea and sky, the explosion of symbolic and virtual mobility is due to the great technological advances applied to the media, to the possibilities of communicating among people, in particular to the rapid growth and opportunities offered by the Internet and mobile telephony.

These technologies, at a relatively low cost, make it possible today, the connection in real time between people in all the inhabited areas of the world. Furthermore, the ability to transfer not only the voice, even images and texts, or to communicate in video mode between two or more people at any time, makes sometimes “useless” the direct personal contact between people.

Furthermore, the Internet, together with the current mobile telephony technologies, make it possible for people to communicate and coordinate instantly and on the move, to hold business meetings by videoconference, to communicate with images and voice at almost no cost and in real time. In short, today, and certainly even more in the near future, virtual mobility occupies a place of great importance for people and is almost normal for the younger generation.

It is from the 90s of the twentieth century that the Internet has stopped being used only for military purposes, thus becoming an instrument of communication and exchange. Moving from an elite tool to a mass instrument in few time, radically changing society and making it increasingly fluid and dynamic.

“Interconnected network”, is the expression from which the word “Internet” is derived, that is interconnected by means of computers, a telephone line, fiber optics or a satellite system.

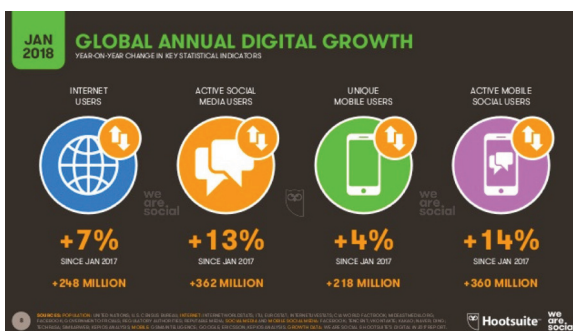
The spread of the Internet is increasingly relevant worldwide. In fact, in January 2018, it appears that more than half of the world’s population (53% of the total population) is connected to the Internet (another 4 billion people) with an increase of 7% compared to January 2017, 68% are users from mobile, 52% of users are active on social media (an increase of 13% compared to last year), while 39% of social media assets turn out to be from a mobile device (Figures 1 and 2).

Figure 1. DIGITAL IN THE WORLD IN JANUARY 2018



Source: <https://wearesocial.com/it/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

Figure 2. GLOBAL ANNUAL DIGITAL GROWTH (JANUARY 2018)



Source: <https://wearesocial.com/it/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

## SMART TECHNOLOGY AND TOURISM

The hotel booking, or the booking of accommodation, restaurant or air flight, or the rental of a car, as well as the purchase of an entrance ticket to a museum, or a concert, as well as having information on the opening and closing times of museums, churches, theaters, etc., or simply information on a certain artistic / cultural asset of a given place, and almost all the other tourist activities, in a broad sense, for which until recently the physical transfer, paper printing or direct contact between people was needed, and today they are virtually possible via the Internet.

More and more tourists are choosing the network as a tool for the dissemination of their tourist offer and exploiting all the potential related to it.

But the network is not only used by tourists but also by public institutions that promote their territory, describing everything that is offered and enhancing their culture and tradition, through images, sounds, videos and various illustrations.

In fact, the post-modern tourist is a subject increasingly informed and responsible who prefers to organize the holiday independently and thanks to new technologies can do it with relative tranquility.

In fact, the tourist, today, increasingly resorts to the use of the internet to compare, select and book tourist services, but also have information on tourist destinations that he intends to visit. And it is from this search for information that the real virtual and symbolic journey begins. It is said that at the end of this research the tourist chooses one of the destinations he had in mind, most likely, given the speed with which he “navigates”, he can be on some site or portal that allows him to discover another place, and that , therefore, attracts him finding himself to book, so, a holiday in a place he had never thought of going. At the same time, it is not unlikely that if you surf the internet without any purpose, you read an advertisement for a holiday and you are attracted by the images and offer so you decide to go there at the moment or waiting until the last moment to buy an air flight without a precise destination, but with the clear intention to escape for a weekend, and then seize an excellent opportunity economically advantageous, without having to bother, in front of a simple PC monitor or a Smartphone.

The tourist consults official institutional sites, those created by tour operators and those in which comments and observations of tourists who have already been there are available. Once this is done, look for the presence of any “webcam” and perform a “satellite” view of the location, and finally acquire all the information on the tourism resources present, on the costs, on the local population and on means of transport. In fact, it speaks of “pre-leaving experience”, ie an anticipation of the tourist experience, a taste of what they find (services offered, events, events, gastronomy, typical products,

etc. ...) (Marchiori, Inversini, From Col, Cantoni, 2011). Once you have made the choice that best meets your needs and expectations, the tourist proceeds to purchase. Also this step will be carried out through online economic transactions, considered safe and reliable today.

In other words, the real journey is preceded, if you ever decide to do it effectively, from a symbolic journey mediated by the media, and the real journey can confirm or not that built and imagined via the web. It is also a form of mobility, in which traveling is not the physical but the mind.

Tourists are always looking for information for their trip (where to go, what to do, what to see, where to eat, etc.) and, at the same time, generate them.

The search for this information, which can be searched on the web, is carried out, as we have already mentioned, in the phase that precedes the "consumption of the holiday". Different technologies are used on the web, and among the most interesting are OTA (On Line Travel Agency) and meta-search.

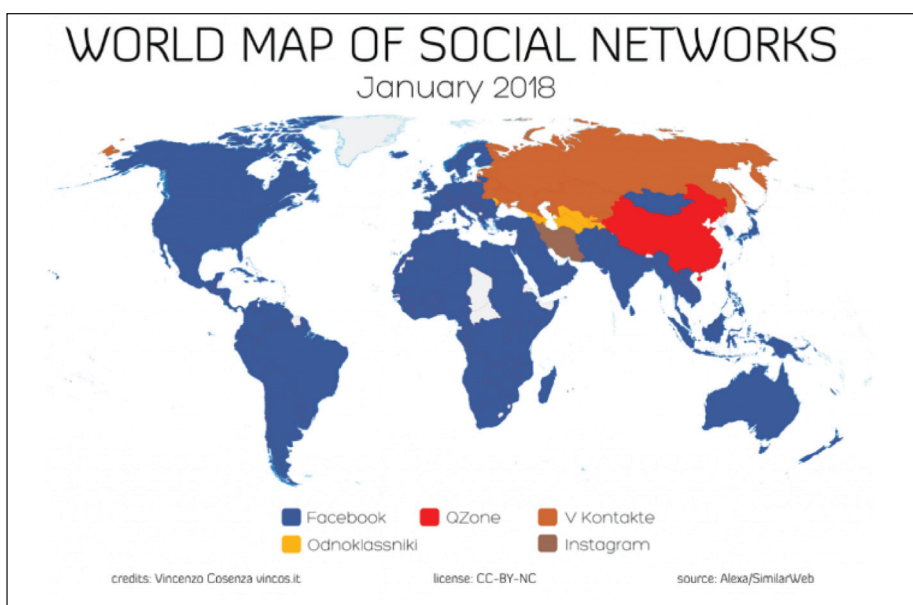
OTAs are increasingly gaining ground, replacing the classic tourist brokerage represented by travel agencies, which have governed tourism for some time, with a brokerage based on the use of a portal through which, the tourist, can compare the different destinations, the different hospitality offers, the different services, etc., and once the choice is made, with a simple click, it is possible to book directly on-line. For this service the tourist has no direct cost. The OTA, in effect, apply a commission to the companies they work with, just as they did with the classic travel agencies. The search for information through meta-search is similar to that of OTAs. The difference is that meta-search groups together in a single platform, and for the tourist's research object, the prices of all, or almost all, OTAs and websites that are on the web. This greatly facilitates the search for tourists who, by connecting on a single portal, get all the information on the service they are looking for, even if the meta-search does not give the possibility to book directly. In fact, they are limited to providing the tourist with the different offers available to compare them, directing them, for booking, on the site that offers the chosen service. On the other hand, in the face of an increasingly varied and constantly evolving demand, the offer can only keep up with the times by providing increasingly complex services, and where technological innovation is the natural way to achieve the expected results.

During the holiday and during the post-holiday, the tourist generates information through the online publication of photos, videos, comments on holidays and reviews, and the latter are those that most influence the choice of future tourists. In fact, one aspect that has always played a fundamental role in tourism, but with new technologies acquires a new meaning, is word

of mouth. In fact, there are several tourist portals that allow you to compare the comments of tourists who have already used a particular service or have visited a given tourist location. Comments that can be both positive and negative, thus conditioning the opinion of the tourist and also influencing the image of the tourist destination or services offered.

In the generation of information, even social networks are a fundamental vehicle, both during the journey and in the post-travel. Among the various social networks on the web, the most widespread in the world is Facebook (Fig. 3).

Fig. 3. WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS (JANUARY 2018)



Source: <http://vincos.it/2018/02/05/la-mappa-dei-social-network-nel-mondo-gennaio-2018/>

In fact, photos, videos and comments of their tourist experience invade the profile of different Facebook users. Being in that place, having visited that place, having participated in that event, and so on, are shown by photos and videos posted on their profile, almost to show off their mobility.

The comments posted on Facebook on the tourist destinations visited, on the accommodations where you stayed, on the restaurants where you have lunch and / or dinner, go around the world in a flash. In this way tourism operators and destinations see diminish their ability to control information (Sfodera, 2012), as the information is not generated and managed by themselves, as happens on its institutional sites, but directly by the tourist.



In fact, Facebook, with the characteristic of generating information, represents the contemporary form of word of mouth. It represents the social process in which, through narratives, information is exchanged and identifications are realized. The tourist experience of others restores security and trust in that service and in that tourist resort (Franchi e Schianchi, 2011).

As we have seen previously, the use of mobile phones always connected to the internet, the so-called smartphones, is becoming more and more widespread. By now this instrument has become an integral part of everyday life, something that can not be done without. Through the new telephone technologies, that is the app, the tourist becomes more and more independent in the definition of their vacation and travel, so, is at hand.

Moreover, being always connected leads to communicate, in real time and with extreme ease and speed, with people in all the inhabited areas of the world.

#### SMART TECHNOLOGY AND RESIDENTIAL ROOTS TOURISM

So far we have seen how smart technology has influenced and influenced tourism, but now we try to understand how they can affect the development of residential roots tourism.

First of all, we must specify what residential roots tourism is, that is “that movement of people who spend tourist stays in places where they themselves, and / or their family members, were born and in which they lived until before emigrating in places that, over time, have become those in which today they live permanently” (Perri, 2010, p. 149) and to do so they use a private house, whether owned by a family or by friends and / or relatives. According to this definition, the residential roots tourists are “both the immigrants who were born and have lived a part of their life in the place of origin, that their children, grandchildren, great-grandchildren and family members, who were born and raised elsewhere, but who feel, however, a strong bond with that land where the roots of their family reside” (Perri, 2013, p. 56). From this, one perceives how important it is for this particular type of tourist the link with the place of origin, but even more so with the people who live in those places. In fact, “all the thousand relationships that are reflected from person to person, momentary or lasting, conscious or unconscious, superficial or rich of effects, bind us in an indissoluble way” (Simmel, 1989, p. 20) and in particular, bind the emigrant to his hometown.

The link is even more highlighted by the investment that the emigrants made in their country of origin, buying a house to use during their return. In fact, the power to buy or renovate a house also represented, from a social point of view, a ransom in the eyes of the community of origin. “The house, therefore, is the symbol of social affirmation, of the temporariness of

emigration, of belonging to a group and of the link to a territory” (Perri, 2013, p. 55) and it is “highly probable that the emigrants have at least one secondary residence in the places from which they left, or, in any case, that in the place of origin they can count on hospitality in the homes of friends and relatives” (Perri, 2010, page 148).

Unlike other types of tourists, the residential roots tourist is not attracted by what a tourist resort offers, therefore, from a tourist element, but from something that finds its foundation in the personal history of the tourist.

In fact, residential roots tourism destinations are mostly small inland municipalities which, in the past, have been involved in the phenomenon of emigration and which, for the most part depopulated, see their “rebirth” only for some weeks a year, perhaps during the summer, thanks to the presence of these particular travelers.

It is, therefore, the attachment to the place of origin that pushes the residential roots tourist to choose it as a holiday destination, “a positive affective bond between an individual and a specific place, the main characteristic of which is the tendency of the individual to maintain closeness to such a place” (Hidalgo y Hernández, 2001, p. 274).

Attachment to the place of origin is not only present in those who have lived or simply visited that place, but also in those who have heard their description in the stories of their parents, grandparents, great-grandparents, uncles, etc., and that made that place emotionally familiar, “mythologizing” it. Moreover, there is a link that Giani Gallino (2007) defines as socio-emotional, and is inherent in the first generation emigrant. It represents nostalgia, the lack of that place full of memories of the past, in which childhood has passed and/or an important part of one’s life, full of people and affections. This state can be satisfied only with the return, even temporary, in the country of origin to meet the loved ones and relive the past emotions, trying to interact with the community and the culture left long ago.

The smart technology allows the residential roots tourist to “relive” virtually the history, traditions, customs and traditions, food and wine, crafts and all that has a particular socio-cultural value, of their country of origin. “Browsing” on the web can visit those “places of memory” “... invested with a” total “meaning, evocative of the sense of belonging of individuals to a particular group” (Fabietti, Matera, 1999, p. 36).

Moreover, the residential roots tourist, especially the first and second generation, usually, always seeks contact with the world of belonging through constant demand for news and maintaining relations with the community (Giovane, 1974, p.108). And it is precisely in this respect that smart technology plays a fundamental role in the development of this particular form of tourism.

Maintaining contacts with the place of origin and with loved ones is facilitated and is increasingly frequent thanks to new electronic media.

The use of Skype in communications with distant people is more and more frequent and the opportunity to see each other, as well as feeling, reinforces the interpersonal ties more and more. As well as the ability to send messages using WhatsApp, Messenger, Telegram, Viber, etc., they allow an ease and a speed of connection between people considerably shortening the distances.

Even the use of Facebook, where everyone “tells” their lives moment by moment, involves and ties more and more the residential roots tourist to those stories, to those places and to those people. The images, videos and news published are nothing more than information that allows the residential roots tourist to always remain connected with their origins.

## CONCLUSIONS

“The decline of modernity has made the cult of the *Genius Loci*, never truly extinct, which, when the opening on the world has become increasingly intertwined with a process of agitated globalization, has re-proposed the values of local identity and the difference” (Vitta 2008, p. 45).

Therefore, in a world where the place affirms its value in contrast with the increasing globalization, the residential roots tourism is of considerable importance.

The journey that addresses the residential roots tourist is linked to the search for its culture of origin, in search of that “complex of ways of life, customs, structures and family organizations, beliefs of the spirit, knowledge and conceptions of values” (Lombardi Satriani, 1974, pp. 40-41), which can only be found in the place where their roots sink.

He Travels “without advertising campaigns or promotional actions necessary, but it is necessary to satisfy him in his needs, to know his return intentions and his tourist behavior” (Perri, 2010, p. 149), is the emotional link that drives him to travel.

New technologies and new media facilitate relations with the community of origin, overcoming the problem of the impossibility of communicating face to face and, above all, problems of space and time.

Contacts with the country of origin are used to maintain and / or rediscover parental and friendly bonds or to create new ones.

Furthermore, smart technologies are used to “continue to know and embrace the traditions, culture and life of the country of origin” (Caselli, 2009, page 62).

Be able to see and talk whenever you want and at any time with your loved ones who live in their places of origin, receive information constantly, admire the typical products and local gastronomy and virtually visit the places

of birth, using smartphones and new technologies, makes residential tourists feel the roots closer to the place and to the community of origin. This urges them, as soon as possible, to return to those places where they feel they belong again, to experience what “virtually” sees and observes.

#### REFERENCES

- APPADURAI A. (1996), *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*, University of Minnesota, Minneapolis, Press. Trad. it. (2001), *Modernità in polvere*, Maltemi, Roma.
- CASELLI M. (2009), *Vite transnazionali? Peruviani e peruviane a Milano*, Franco Angeli, Milano.
- FABIETTI U., MATERA V. (1999), *Memorie e identità*, Meltemi, Roma.
- FRANCHI M., SCHIANCHI A. (2011), *Scegliere nel tempo di Facebook*, Carocci Editore, Roma.
- GIOVANE M. (1974), “La nostalgia degli emigrati per il paese di origine”, *Affari sociali internazionali*, II (5), pp. 101-113.
- HUETE R., MANTECON A., MAZON T. (2008), “De que hablamos cuando hablamos de turismo residencial?”, *Cuadernos de Turismo*, 22.
- HIDALGO M.C., HERNÁNDEZ B. (2001) “Place attachment: conceptual and empirical questions”, *Journal of Environmental Psychology*, n. 21, pp. 273-281.
- LEED E. J. (1991), *The Mind of the Traveler: From Gilgamesh to Global Tourism*, Basic Books, New York, trad. it. (2007), *La mente del viaggiatore. Dall’Odissea al turismo globale*, Il Mulino, Bologna.
- LOMBARDI SATRIANI L. M. (1974), *Antropologia culturale*, Guaraldi editore, Rimini.
- MAZÓN T., ALEDO A., eds. (2005), *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, Aguaclara, Alicante.
- MARCHIORI E., INVERSINI A., DA SOL S., CANTONI L. (2011), “Il passaporto on line sulle destinazioni turistiche: di che cosa parlano i turisti? Il caso del Canton Ticino (Svizzera), in R. Garibaldi, R. Peretta (edited by), *Facebook in tourism. Destinazioni turistiche e Social Network*, Franco Angeli, Milano.
- PERRI A. (2010). “Alcune riflessioni sul turismo residenziale delle radici”, in T. Romita (edited by), *Il Turismo Residenziale. Nuovi stili di vita e di residenzialità, governance del territorio e sviluppo sostenibile del turismo in Europa*, Franco Angeli, Milano.
- PERRI A. (2013), “Residential Roots Tourism in Italy”, in Z. Roca (edited by), *Second home tourism in Europe. Lifestyle issue and policy responses*, Ashgate, Farnham.

- ROMITA T. (edited by) (2010), *Il turismo residenziale. Nuovi stili di vita e di residenzialità, governance del territorio e sviluppo sostenibile del turismo in Europa*, Franco Angeli, Milano.
- ROMITA T. (2013), "Lifestyles and Consumption of Do-It-Yourself Residential Tourists in Italy", in Z. ROCA (edited by), *Second home tourism in Europe. Lifestyle issue and policy responses*, Ashgate, Farnham.
- ROMITA T., TOCCI G., PERRI A. (2016), *Turismo e qualità della vita. Buone e cattive pratiche*, Aracne, Roma.
- SFODERA F. (2012), *Turismi, Destinazioni e Internet. La rilevazione della consumer experience nei portali turistici*, Franco Angeli, Milano.
- SHELLER M., URRY J. (2006), "The new mobilities paradigm", *Environment and Planning A*, 38 (2), pp. 207-226.
- SIMMEL G. (1989), *Sociologia*, Edizioni di Comunità, Milano.
- VITTA M. (2008), *Dell'abitare. Corpi, spazi, oggetti, immagini*, Einaudi, Torino.



# **EVOLUCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO RESIDENCIAL BRITÁNICO EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA Y COSTA DEL SOL (MÁLAGA, ESPAÑA)**

*José Jesús Delgado Peña*

*Juan Francisco Sortino Barrionuevo*

Departamento de Geografía, Universidad de Málaga

Aunque los primeros visitantes en la Costa del Sol llegaron en el Siglo XVIII, producto de la expansión del romanticismo y la búsqueda del exotismo en las clases acomodadas europeas, el verdadero desarrollo tuvo lugar a partir del Siglo XIX con el turismo de playa y contando con Gibraltar como punto de origen de muchos visitantes, principalmente británicos (Barke y France, 1996). En los años 30 del siglo XX ya existía en Torremolinos algunos hoteles donde acudían principalmente pintores ingleses y americanos (Pollard y Domínguez Rodríguez, 1995, según King, Warnes y Williams, 2000). Tras la parada que significaron la II Guerra Mundial y la Guerra Civil, a finales de los 40 y a lo largo de los 50 Marbella y Torremolinos compitieron por convertirse en destinos de alta calidad, atrayendo a estrellas de cine, otros famosos, y a las clases adineradas, pero siempre a una escala más bien moderada. El verdadero boom vendría a partir de los años 60. La progresión fue enorme: se pasaron de 51.000 visitantes en 1958 a 925.000 en 1968 y 2,5 millones en 1975 (Cuadrado Roura y Torres Bernier, 1978, según Barke y France, 1996). En 1995, el 40,4% de los turistas procedían del Reino Unido (Valenzuela, 1998, según King, Warnes y Williams, 2000), lo que fomentaría el posterior turismo residencial. Esta masificación llevó de la mano un fenómeno de urbanización masiva con la construcción de grandes edificios en los años 70. Espacialmente, la urbanización siguió un patrón de segregación espacial que diferenciaba claramente las zonas hoteleras, de las áreas residenciales, las zonas antiguas de población nativa de las nuevas creadas para la mano de obra del sector turístico (Barke y France, 1996: 274).

En relación al turismo residencial, ya en 1963 existen noticias de agentes inmobiliarios ingleses que organizaban vuelos para la búsqueda de propiedades (Barke y France, 1996: 273). Se estimaba un número de 10.000 británicos viviendo en alojamientos residenciales en 1965. El cambio de las leyes alemanas que favorecían fiscalmente las inversiones en España (consideradas como ayudas a países menos desarrollados) produjo un aumento considerable de compra de propiedades en 1968-71. Pronto los núcleos antiguos y las zonas hoteleras de primera línea de playa fueron rodeadas por urbanizaciones. Jurdao y Sánchez (1990), según King, Warnes y Williams (2000), estiman que habían 470 urbanizaciones en la Costa del Sol hacia 1969, la mayoría ocupadas por extranjeros. Una de las más importantes, el complejo Montemar, consistía en 26 bloques de 16 plantas para alojar a 6.000 personas. El bajo precio de todos estos apartamentos en comparación con otras costas como la francesa o la italiana, garantizaron el éxito de su venta.

En la encuesta realizada por Raya et al. (2001), en la distribución de los residentes de nacionalidad inglesa por provincias del litoral andaluz destaca sobremanera Málaga con un 39,8% para la Costa del Sol Occidental y 30,5% para la Costa del Sol Oriental, seguida de Almería (18,6%), Granada (5,9%) y Cádiz (5%). Con respecto a los británicos en la Costa del Sol, según King, Warnes y Williams (2000), el censo cuantifica para 1991, 44.234 residentes europeos en Andalucía, 73% de ellos en Málaga, y de ellos 46,1% británicos. Estos valores suelen estar por debajo de la realidad, de tal modo que el Consulado Británico estima en 50.000 el número de británicos que residen permanentemente en la Costa del Sol. De acuerdo con el censo, 50,9% de los británicos en Málaga tienen 50 años o más y el 33,4% están por encima de los 60 años. Si aplicamos esta estructura de edad a los datos aportados por el Consulado, obtendríamos un número de 16.700 residentes en ese segmento poblacional de edad. Con respecto a segunda residencia, se estima que 8.000-11.000 inmuebles son propiedad de británicos de 65 años y más de edad, lo que refuerza la idea de la Costa del Sol como una de las áreas del sur de Europa con la mayor concentración, si no la que más, de retirados británicos. Es importante analizar, como aparece la distribución de dicha población a lo largo y ancho de la provincia de Málaga, aspecto que trataremos en el cuerpo de dicho trabajo, concentrándonos fundamentalmente en el intervalo temporal entre los años 2002 y 2016.

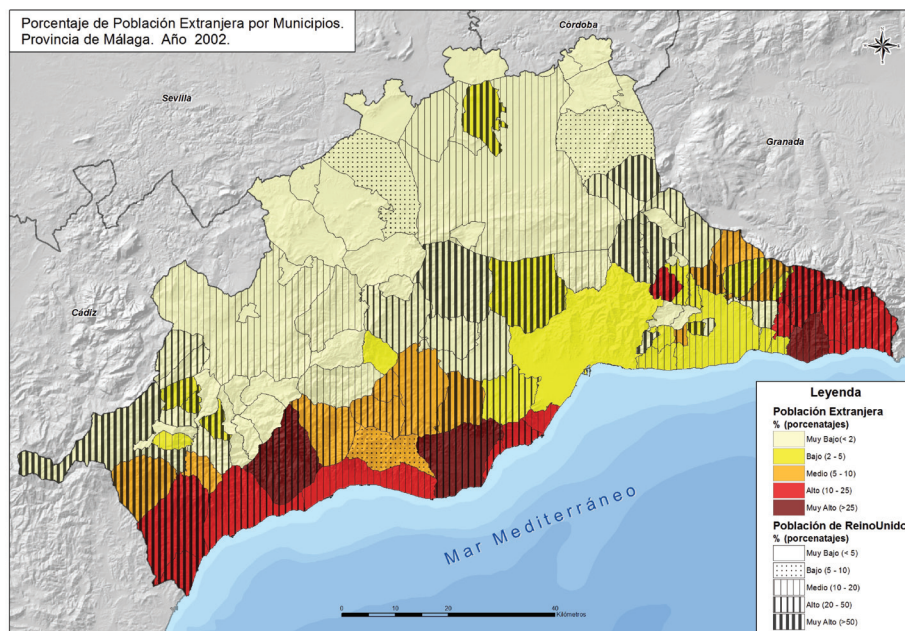


## 1. DISTRIBUCIÓN Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO RESIDENCIAL EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA EN EL PERIODO 2002 - 2016

### 1.1. Distribución del turismo residencial en la provincia de Málaga en los años 2002, 2004, 2007, 2010, 2013 y 2016

A partir de la serie cartográfica realizada en el periodo 2002 - 2016, podemos analizar la evolución de la población extranjera en los diferentes municipios de la provincia de Málaga, prestando además una especial atención a la población procedente del Reino Unido. Los años analizados son 2002, 2004, 2007, 2010, 2013 y 2016.

Imagen 1. DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN EXTRANJERA Y DE REINO UNIDO POR MUNICIPIOS. AÑO 2002

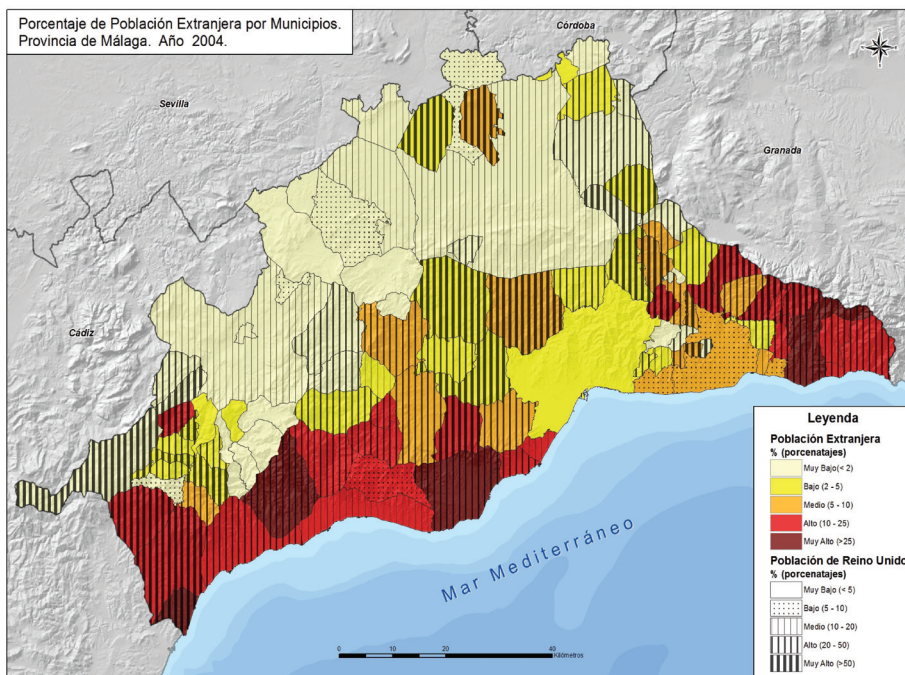


En el año 2002, año de partida, los municipios con mayor proporción de residentes extranjeros corresponden principalmente al litoral malagueño en un continuo con la sola excepción de la franja compuesta por los municipios de Málaga, Rincón de la Victoria, Vélez-Málaga, y Algarrobo. De los demás, destacan con una especial concentración Marbella, en la mitad occidental, y Torrox en la oriental. Un tercer municipio con muy alta presencia de residentes extranjeros sería Benahavís, muy cercano a la costa. En la mitad oriental destacan con valores altos de los municipios cercanos a la costa de Frigiliana, Cómputa, Canillas de Albaida, Árchez y Sayalonga. De manera general se

puede constatar un gradiente de la costa hacia el interior de mayor a menor en lo que respecta a la población extranjera, pudiéndose apreciar unos valores de muy altos a altos en los municipios que conforman la Costa del Sol Occidental y la comarca de la Axarquía (en el extremo suroriental de la provincia).

En lo referente a la población británica, destaca en los municipios del extremo occidental (Manilva, Casares, Gaucín y Cortes de la Frontera), junto con alguno más del valle del Genal como Faraján y Atajate, y Jimera de Líbar, en el valle del Guadiaro). Más hacia el este, destacan Alhaurín el Grande, y Álora y Almogía, algo más hacia el interior, además de numerosos pueblos axárquicos como Totalán, Iznate, Comares, Viñuela, Canillas del Aceituno, Sedella, Salares, Canillas de Albaida, Árchez y Cómpeta. Del interior de la provincia destacan Colmenar, Riógordo y Villanueva del Trabuco, además de un municipio con una proporción de extranjeros baja, pero superior al existente en su entorno, y con, además, una concentración muy alta de británicos: Mollina.

Imagen 2. DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN EXTRANJERA Y DE REINO UNIDO POR MUNICIPIOS. AÑO 2004

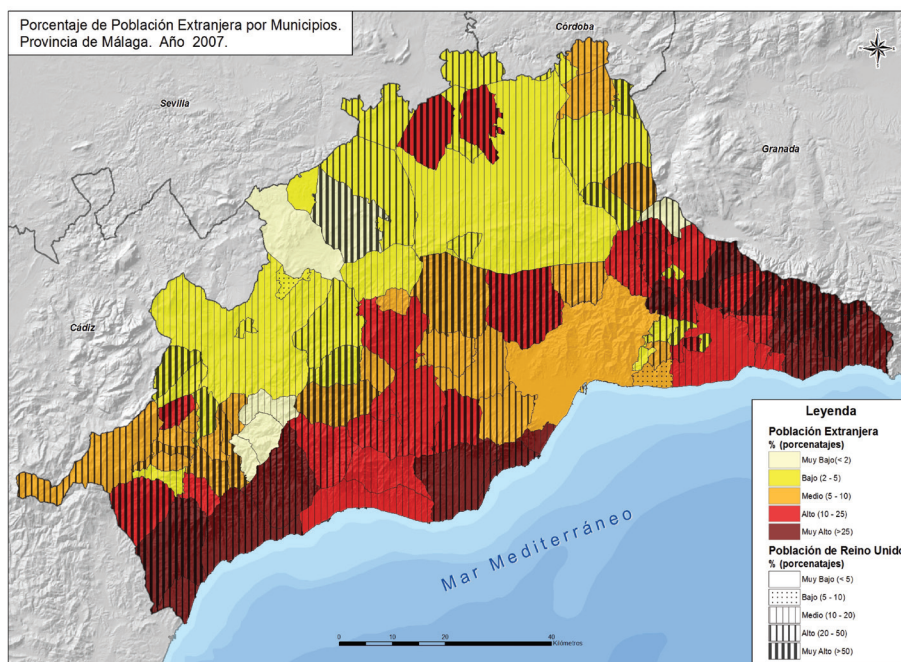


En el 2004, en lo referente a la población extranjera, se repite la distribución anterior, si bien, diversos municipios aledaños pasan a tener valores altos como Gaucín, Istán, Monda, Guaro, Ojén, y Alhaurín el Grande en la mitad

occidental (más Jimera de Líbar más en el interior), y Alcaucín y Viñuela en la mitad oriental. Como nuevos municipios con valores muy altos destacan Manilva y Cómpeta.

En relación a la población británica también aumenta su presencia con valores muy altos en nuevos municipios como Benaoján, Jubrique y Bena-lauría en la zona occidental, Cártama en el centro, Fuente de Piedra al norte, y Villanueva del Rosario, Benamargosa, Benamocarra, y Alcaucín en la parte oriental (aunque en esta zona algunos municipios bajan de valores muy altos a altos como Totalán, Canillas de Aceituno y Cómpeta). En general, aumenta la proporción de británicos en toda la franja de municipios en el extremo oriental de Málaga; en el entorno de Mollina-Fuente de Piedra, al norte, y hinterland de la Costa del Sol Occidental y Genal bajo y medio.

**Imagen 3. DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN EXTRANJERA Y DE REINO UNIDO POR MUNICIPIOS. AÑO 2007**

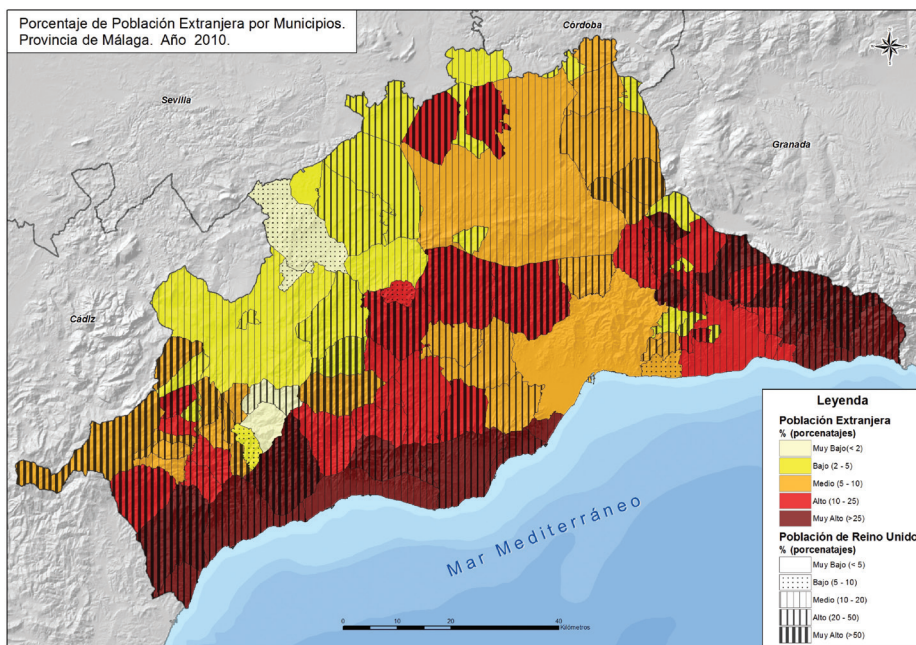


En 2007, la tendencia de crecimiento de la población residente extranjera y británica se agudiza, con numerosos nuevos municipios que pasan a presentar valores en población extranjera altos y muy altos, siempre alrededor de los ya existentes en periodos anteriores. Tan solo cinco municipios presentan densidades muy bajas (Pujerra, Igualeja y Parauta en el Genal, Cañete la Real y Alfarate), mientras que prácticamente se cuadruplican los munipios con



valores altos y muy altos, destacando la Axarquía (donde la mitad de municipios presentan valores muy altos) y los municipios más septentrionales de la Costa del Sol occidental. En proporción, el aumento de la población británica no es tan acusado, pero sigue siendo importante. Se incrementa el número de municipios con muy alto número de británicos como Júzcar o Alpandeire en el Genal, Teba, Yunquera y Tolox en el interior, o Frigiliana, Cómpeeta, Salares, Canillas de Aceituno, Almáchar y Cútar en la Axarquía, o Villanueva de Tapia en el interior. No obstante, en algunos municipios se constata un menor porcentaje de británicos en relación al año 2003 como en Manilva, Cortes de la Frontera, Benaolán o Colmenar.

Imagen 4. DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN EXTRANJERA Y DE REINO UNIDO POR MUNICIPIOS. AÑO 2010

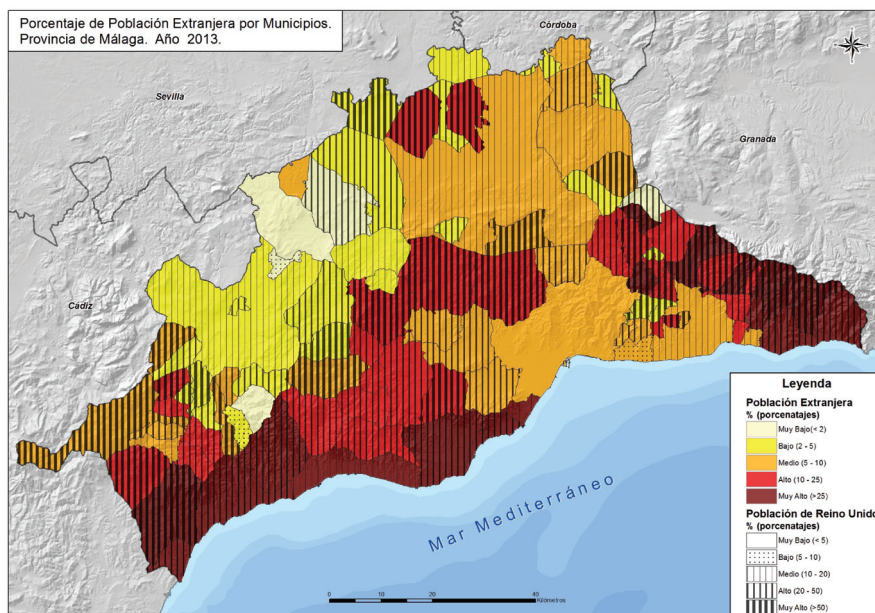


En 2010 se sigue comprobando un aumento del porcentaje de población extranjera en muchos municipios, si bien se percibe una desaceleración del proceso en comparación con periodos anteriores, provocado quizás, por los efectos de la crisis, que habría empezado tres años atrás. Nuevos municipios con porcentajes altos y muy altos son Jubrique y Benadalid en el Genal, o Carratraca y Álora en la parte central. En la Axarquía no hay grandes cambios sólo pasando de un valor alto a muy alto Alfarnatejo. Hay que destacar un aumento generalizado en toda la franja central de la provincia, desde el propio

municipio de Málaga en la costa, al de Antequera, en el interior. con valores medios. Con respecto a la población británica se observa cierto crecimiento, también ralentizado, y que consolida ambos extremos de la provincia de Málaga, el extremo oeste de la Costa del Sol occidental y los municipios más orientales de la Axarquía. En la zona central se consolidan las zonas de Teba y Casarablonela, y con menor fuerza, Molina y Fuente de Piedra, como áreas de mayor concentración de población británica.

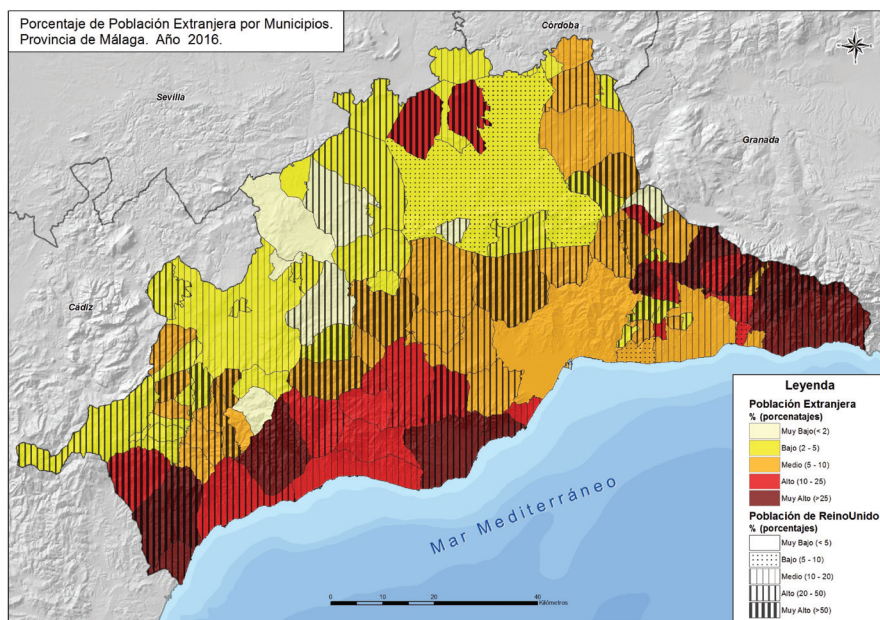
En el año 2013 se comprueba con mucha más fuerza la desaceleración del proceso de aumento demográfico de población extranjera y británica en Málaga, siendo un mapa muy similar al del año 2010. Habría que destacar incluso cierto descenso en municipios de la Axarquía como Vélez-Málaga y Alcaucín. Sigue habiendo un leve crecimiento en el Genal en Parauta, pero un retroceso en Alpandeire. Todo el litoral se mantiene igual, excepto por el descenso de Vélez-Málaga, antes mencionado. La población británica se mantiene estable en las zonas descritas anteriormente, con cierto aumento en municipios como Sierra de Yeguas o El Borge, si bien existen descensos en sus valores relativos en otros como en Cañete la Real, Cuevas de San Marcos, o Archidona. En definitiva, estabilización de la tendencia analizada en periodos anteriores con cierto aumento en algunas zonas y decrecimiento en otras (Comarca de Nororma). Mucha estabilidad en la Costa del Sol occidental, valle del Genal y Guadiario y Axarquía.

Imagen 5. DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN EXTRANJERA Y DE REINO UNIDO POR MUNICIPIOS. AÑO 2013



En el 2016 se puede constatar, por primera vez desde 2003, un descenso generalizado y fácilmente visible del porcentaje de población residente extranjera en la provincia de Málaga. Este proceso es mucho más acusado en las zonas del interior frente a las de litoral habiendo municipios como los de Casarabonela, Álora, Almogía, Antequera, zona más septentrional de la Axarquía (Salares, Periana, Alfarnatejo, Riógordo, Colmenar) o valles del Genal (Benarrabá, Algatocín, Belalauría, Benadalid) o Guadiaro (Cortés de la Frontera y Jimera de Líbar) con un decrecimiento importante. En relación a la población británica, su porcentaje también decrece en dichas zonas, lo que indica que en la población extranjera que ha abandonado dichos municipios en este periodo final la británica tiene un peso importante. En las demás zonas, las que podríamos considerar más tradicionales (Costa del Sol occidental y Axarquía) se mantiene, si bien existe cierto decrecimiento en el entorno de Ojén y Monda, o de Frigiliana, Iznate y Benamocarra.

Imagen 6. DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN EXTRANJERA Y DE REINO UNIDO POR MUNICIPIOS. AÑO 2016



### 1.2. Evolución del turismo residencial en la provincia de Málaga en el periodo 2002-2016

A pesar de la recesión demográfica, fruto probablemente de la crisis económica que castigó a España desde 2007, éste ha sido un periodo de crecimiento

de la proporción de extranjeros en el conjunto de la población provincial de manera continuada, pudiéndose comprobar que se ha triplicado desde 2002 a 2013, tanto a nivel global, como los provenientes de la Unión Europea o del Reino Unido (Tabla 1). Hay que remarcar que justo en el último intervalo, de 2013 a 2016, sufre un marcado descenso. En 2016 contamos con un 80,9% de la población extranjera del 2013, 72,87% de la población de la UE y 66,1% de la población británica, siendo ésta última la que mayor descenso presenta (1 de cada 3 británicos).

Tabla 1. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EXTRANJERA, DE LA UNIÓN EUROPEA Y DEL REINO UNIDO. 2002-2016

Año	Población Total Extranjera	Población UE	Población RU
2002	104.128	64.596 (62,03%)	28.576 (44,23%)
2004	144.462	76.352 (52,85%)	35.723 (46,78%)
2007	219.955	126.065 (57,31%)	56.898 (45,13%)
2010	275.027	162.604 (59,12%)	70.781 (43,52%)
2013	296.337	180.154 (60,79%)	76.931 (42,70%)
2016	239.810	131.284 (54,74%)	50.888 (38,76%)

Se podrían establecer tres zonas originales de alta presencia de población extranjera, habiéndose constatado un crecimiento a partir de las mismas a modo de “mancha de aceite”. Dichas zonas son:

La Costa del Sol occidental, más centrada en los municipios litorales, y donde destacan en importancia Benahavís y Marbella.

La Axarquía (también conocida como Costa del Sol oriental), especialmente sus municipios más orientales, más Comares.

Mollina y Fuente de Piedra, en el interior.

En lo referente a la población británica, y en relación a las zonas anteriores, ésta destaca:

En los municipios más occidentales de la Costa del Sol occidental y municipios aledaños de interior como Gaucín y Cortes de la Frontera.

En diversos municipios a todo lo ancho y largo de la Axarquía, especialmente en Comares, Cómputa, Canillas de Albaida y Árchez, donde la concentración de extranjeros es mayor.

En Mollina.

En la zona al oeste del municipio de Málaga (Valle del Guadalhorce) con Almogía, Álora y Alhaurín el Grande.

Finalmente, y de manera complementaria, también hemos hecho un análisis de la población según el idioma materno, sacando las siguientes conclu-



siones. Los idiomas más presentes entre la población residente extranjera son: Inglés (donde hemos incluido a británicos e irlandeses), francés (que incluye franceses y un 40% de la población belga), alemán (con Alemania y Austria), escandinavo (sumando daneses, suecos y noruegos), italiano y finlandés. Podemos establecer unas zonas donde la concentración de los residentes comunitarios es mayor, y que son:

El valle del Genal, con un mayor porcentaje en Casares, Benarrabá, Benalauría, Jubrique, Benadalid, y Cartajima. En todos ellos destaca el inglés como la lengua más hablada.

El valle del Guadiaro (Montejaque y Benaoján), con un porcentaje de angloparlantes muy elevado, cercano al 75%.

En la Costa del Sol Occidental destaca Benahavís con un algo porcentaje de residentes extranjeros de lengua inglesa.

En la Serranía de las Nieves destacan Tolox, Yunquera y Casarabonela, donde casi tres cuartas partes de la población residente extranjera habla inglés (cerca de un 75%).

En el interior destaca Mollina, seguido de zonas alledañas también con valores elevados como Alameda, Humilladero, Fuente de Piedra y Sierra de Yeguas. En el conjunto de municipios destaca, y con diferencia, el inglés, especialmente en Mollina y Fuente de Piedra, donde conforman una enorme mayoría.

Áhora es otro municipio a destacar, donde siguiendo la tónica, destaca la población de habla inglesa.

En la parte oriental destaca la población extranjera residente a lodo lo ancho y largo de la comarca de la Axarquía, si bien los municipios que presentan una mayor proporción de residentes de la UE son: Alfarnatejo, Ríogordo, Almáchar, El Borge, Comares, Cútar, Benamargosa, Viñuela, Alcaucín, Canilla de Aceituno, Sedella, Salares, Canillas de Albaida, Cómpea, Frigiliana, Árchez, Sayalonga, Arenas e Iznate. El idioma principal de estos residentes es el inglés en todos los municipios excepto en Arenas y Sayalonga.

Este análisis según idiomas era de interés para el proyecto en el que dicho trabajo se inserta, puesto que se basa, entre otros fines, en el estudio de los medios de comunicación extranjeros en la Costa del Sol.

## CONCLUSIONES

Dentro de la población residente extranjera en la provincia de Málaga, podemos comprobar como al final del periodo analizado, el año 2016, la población procedente de la UE prefiere en mayor grado municipios del interior frente a los del litoral en comparación con residentes procedentes de otros lugares del mundo.



En 14 años (2002-2016) la proporción de población extranjera ha aumentado, especialmente en el valle del Guadiaro y valle del Genal, en la parte septentrional, hinterland de la Costa del Sol occidental, uniéndose con la zona del Guadalhorce (Coín), toda la Axarquía en una expansión desde el litoral hacia el interior, y la zona de Mollina y Fuente de Piedra. Este patrón de crecimiento coincide en líneas generales con el crecimiento del porcentaje de población británica, consolidándose las zonas que ya aparecían en 2002:

La Costa del Sol occidental, más centrada en los municipios litorales, pero con una importante expansión hacia el interior (valles del Guadiaro y el Genal).

La zona al este del municipio de Málaga (valle del Guadalhorce) con Alhaurín el Grande, Casarabonela y Almogía.

La Axarquía (también conocida como Costa del Sol oriental), en toda su extensión.

Mollina, en el interior, habiéndose añadido los municipios de Fuente de Piedra y con menor porcentaje Sierra de Yeguas.

En definitiva, se ha podido constatar la importancia del porcentaje de población extranjera residente en general, y de la británica, en particular, en la provincia de Málaga, con especial atención a la Costa del Sol. Sin duda alguna, su relevancia y forma de distribución influirá en los aspectos socioeconómicos y culturales, como es el caso de los medios de comunicación, que marcarán la evolución de dicho territorio en las próximas décadas, abriéndose un abanico de posibilidades para estudios en este ámbito, pretendiendo dicho trabajo presentarse como un punto de partida geográfico que limite y enmarque territorialmente dicho fenómeno.

#### AGRADECIMIENTOS

Esta comunicación se ha llevado a cabo en el seno del proyecto I+D+I del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación orientada a los Retos de la Sociedad “Medios de Comunicación y construcción europea: estudio sociocomunicativo de los residentes comunitarios en el sur de España y de Portugal” (Ref. CSO2015-65837-R).

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARKE, M. Y FRANCE, L. A. (1996): “The Costa del Sol”. En BARKE, M. et al. (Eds.): *Tourism in Spain. Critical issues*. CAB International. Guildford, 265-308.
- KING, R., WARNES, T. Y WILLIAMS, A. (2000): *Sunset lives. British Retirement Migration to the Mediterranean*. Berg. King's Lynn.
- RAYA MELLADO, P. et al. (2001): *Turismo residencial en Andalucía*. Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía. Sevilla.



# **DE TURISTAS A RESIDENTES. RELACIONES Y PERCEPCIONES DE LOS EXTRANJEROS EUROPEOS EN LAS ÁREAS RURALES DEL INTERIOR DE MALLORCA DE 1996 A 2008**

*Joan Miralles Plantalamor*

Doctor en Sociología por la Universidad de Alicante  
joanmiralles@hotmail.com

## RESUMEN

Desde mediados de siglo XX hasta la década de los noventa existían dos Mallorcas muy diferentes. Por un lado la del litoral, caracterizada por centrar toda su actividad económica en el turismo y el turista. Por otra, el interior que hasta entonces había vivido de espaldas al turismo manteniendo su carácter eminentemente agrícola. El turista, tenía así una visión sesgada de la realidad mallorquina basada en los tópicos comercializados por la agencias de viajes. Sin embargo, la residencialización de una parte del turismo mediante la compra de segundas o primeras residencias en el interior de la isla conllevará una nueva visión de Mallorca y sus habitantes.

El objetivo es esbozar escuetamente cuál es esta visión desde un punto de vista eminentemente cualitativo. Por ello, se analizan los puntos de vista de diferentes residentes europeos del interior de Mallorca recogidos en la tesis doctoral del autor mediante encuestas y entrevistas semidirigidas entre los años 2001 y 2003, unos años de frenética actividad inmobiliaria. Para asegurar la confidencialidad de los entrevistados, se estableció un sistema de codificación mediante el cual la primera letra se corresponde a la primera letra del nombre, la segunda a la inicial de la nacionalidad y la tercera el sexo (Hombre o Mujer). En caso de repetirse el código, se diferenciaban los entrevistados con un número correlativo.

Palabras Clave: turismo residencial, relaciones, percepciones, extranjeros residentes.

## ABSTRACT

Since the mid-twentieth century to the nineties there were two very different Mallorcas. On the one hand the coast, characterized by focus all their economic activity in tourism and tourist. Furthermore, inside which until then he had lived back to tourism maintaining its predominantly agricultural character. Therefore, the tourist had a skewed view of reality Majorcan based on topical sold by travel agencies. However, residentialisation a part of tourism by buying second or first residences in the interior of the island will bring a new vision of Mallorca and its inhabitants.

The aim is to outline briefly what is this vision from an eminently qualitative point of view. Therefore, the views from different European inland Mallorca residents gathered in the doctoral thesis of the author and semi-structured interviews through surveys between 2001 and 2003, years of frenzied real estate activity are analyzed. To ensure confidentiality of respondents, a coding system whereby the first letter corresponds to the first letter of the name, the second of nationality i the third sex (male or female) to the initial was established. If repeated code, respondents differed with a serial number.

Key words: foreign residents residential tourism, relationships, perceptions.

## I. INTRODUCCIÓN

El establecimiento de extranjeros europeos en el territorio mallorquín va unido desde sus inicios al desarrollo turístico de la isla. El Archiduque Luis Salvador de Austria, Chopín o George Sand son ejemplos claros de ello pudiéndose afirmar que el llamado “turismo residencial” es un fenómeno contemporáneo con raíces tan antiguas como el mismo turismo. Sin embargo, a diferencia del turismo de masas, no empezará a crearse un debate público sobre sus impactos hasta los inicios de los noventa cuando con el tratado de Maastrich se favorecerá la libre circulación de personas y capitales. Sobre todo, a partir de 1996, Mallorca empezará a vivir una residencialización masiva de ciudadanos europeos que hasta el momento habían visitado la isla como meros turistas.

Fruto de esta residencialización del turista, se llamó al “nuevo fenómeno” turismo residencial si bien nunca han quedado del todo claros los límites del fenómeno. Uno de los principales problemas reside en conceptualizar un fenómeno que como bien dice Mateu LLadó (2003) se basa en la confusión precisamente entre el “turista” y el “residente”. Para evitar este problema, la mayor parte de los investigadores han preferido definir el término a partir del análisis de la oferta. Pedro Raya Mellado y José J. Benítez Rochel

(2002), Sin embargo, según aducen, el turismo residencial constituiría una de las parcelas, dentro de la actividad turística, más desconocida, sobre la cual sólo existiría una información puntual, fragmentada y de carácter irregular.

Por otra parte, como apuntan Huete R, Mantecon A, Mazón T. (2008), normalmente los investigadores del turismo residencial lo definen a partir de la caracterización de sus protagonistas diferenciándose por lo general aquellos que se establecen de manera permanente de aquellos que lo hacen de manera temporal. Sin embargo, puesto que la casuística es casi infinita entre los actores que conforman el llamado turismo residencial, los hay que, como Philippe Duhamel (1997), no dudan en afirmar que el concepto turismo residencial no debería existir puesto que se trata de un término inapropiado para un fenómeno que relaciona más directamente con la inmigración que con el turismo.

Pese a existir diferencias entre los diferentes autores a la hora de determinar quién es y quien no es un turista residente, todos hacen hincapié en que la principal diferencia entre un turista y un turista residente es que el primero utiliza los canales y la oferta turística convencional (*Tour* operadores, hoteles etc.) y el segundo se decanta por el alquiler o compra de segundas residencias, haciendo muy difícil en ocasiones su diferenciación respecto a la inmigración. Existen, no obstante, otros aspectos importantes a tener en cuenta y que determinarán la relación con la población local, la percepción y por supuesto el impacto que este tendrá a nivel sociocultural entre los que podemos destacar los lugares e intensidad del contacto con la población local y el grado de residencialización.

El presente trabajo pretende indagar en las percepciones del extranjero residente sea cual sea su estatus entendiendo que, aun existiendo una gran diversidad de perfiles entre los residentes europeos que han establecido en Mallorca su primera o segunda residencia, existen elementos comunes importantes entre el que cabe destacar el cambio en los lugares y espacios de encuentro que, como afirma de Kadt (1991) condicionan sustancialmente las relaciones y percepciones que se producen entre éstos.

Así, como vemos en la tabla siguiente, en el caso del turismo residencial, a los lugares de encuentro típicos del turista, se añaden aquellos propios de la vida cotidiana del residente. Ello se debe a que el turista residente se adentra en espacios que, hasta aquel momento habían sido de uso particular de los nativos y por tanto, como ya hemos enunciado, no acostumbrados ni especializados en el contacto turístico.

Cuadro 1. LOS LUGARES DE ENCUENTRO ENTRE TURISTAS Y RESIDENTES<sup>1</sup>

Contexto del encuentro	Lugar de encuentro del turismo convencional	Lugar de encuentro turismo residencial
<b>Compra de bienes y servicios</b>	Tiendas de <i>souvenirs</i> Restaurantes Hoteles Espectáculos, excursiones, para turistas.	Inmobiliarias Empresas de construcción Banco Comercio especializados Supermercados Tiendas de muebles
<b>Lugares de ocio</b>	En la playa. En un espectáculo nocturno Discotecas y <i>pubs</i> turísticos	Actividades culturales municipales diversas Fiestas folclóricas y populares La calle / el espacio urbano
<b>Necesidad de intercambio de información</b>	Los centros y espacios históricos (asesoramiento / guía). Puntos de información turística Puestos de cambio de divisas Transacciones económicas	Administración Escuelas Asambleas informativas municipales Charlas y conferencias

Siguiendo el esquema del cuadro anterior, vemos que los turistas residentes tendrían una intensidad de contacto con el residente mayor que la de los turistas convencionales. A este hecho se añade, además, la estacionalidad turística, que alarga el contacto en las temporadas bajas del turismo. Ya no existen así, como sucedía antes de los años noventa, espacios de uso exclusivo para los nativos, convirtiéndose la totalidad de la Isla en fuente, directa o indirecta, de atractivo turístico.

Según Salvà (1999), existen también diferencias respecto la intensidad del contacto turista-residente según el grado de temporalidad y/o residencia ya que según este autor mientras que los temporales presentan una nula preocupación los que han decidido quedarse empiezan un proceso de aproximación y/o integración a las pautas culturales insulares debido en gran parte a un mayor contacto e integración en la vida diaria de los residentes. Ejemplo de ello sería la incorporación de sus hijos a escuelas públicas que se traduce frecuentemente a una mayor demanda de aprendizaje de catalán para ayudar a los hijos en los deberes. Un hecho también constatado en diferentes investigaciones sociolingüísticas (A, Iturraspe, J Miralles 2004).

<sup>1</sup> Fuente: Elaboración propia.

## II. DE TURISTAS A RESIDENTES

En la isla de Mallorca, hasta el denominado por Onofre Rullan (1996) *tercer boom* en que una parte significativa del turismo de origen centroeuropeo inicia un proceso de residencialización, existían dos Mallorcas muy diferentes según si vivían por el turismo o de espaldas a él. En las zonas costeras, los nativos actuaban sin problemas, como un asalariado al servicio del cliente, en nuestro caso del turista. Cuando el turista se convirtió en residente y se estableció en las zonas que hasta el momento eran de uso privativo de los nativos, se rompió con el rol preestablecido creándose una situación nueva en que tanto la población local como el extranjero redefinieron sus roles. Así, en aquellos núcleos rurales donde no existía la conciencia de depender del turismo, se iniciaron los contactos con unos nuevos vecinos que tenían más de turistas que de inmigrantes.

Es importante no olvidar que, como apunta Torres Bernier (2004), lo más común es que el nuevo residente haya visitado su nuevo hogar anteriormente como turista. Evidentemente esto comporta una distorsión de la realidad puesto que no tiene nada que ver la vida en una zona turística que la vida en una zona residencial. No son extraños los casos en que uno cree que la experiencia que ha vivido en el verano, una vez instalado, será la misma que se repetirá durante todo el año. En no pocos casos, el nuevo residente espera de los nativos el mismo comportamiento y atenciones observadas durante su estancia turística que, obviamente no siempre se da, produciéndose en estos casos un cierto sentimiento de frustración.

En el caso de Mallorca, a ello se sumó en el periodo estudiado una reacción de animadversión por parte de un sector importante de la sociedad isleña hacia el turista residente al que se percibía como un agente colonizador. Conviene destacar en este sentido que los artículos y obras que comparan el turismo con una colonización encubierta son extensos a nivel internacional (Jurdao, 1990 /Turner; Ash, 1991/ Smith, 1978). En el caso de Mallorca, será precisamente con la compra de segundas residencias en que se relacionará la compra de casas con un proceso encubierto de gentrificación de la población local así como con una colonización cultural marcada por la banalización i folklorización de la cultura local.

Así, en un artículo de Carlos Garrido, publicado ya en el año 1992 en la recopilación de artículos de F. Jurdao *Los mitos del turismo*, ya se hacía hincapié en lo anterior amén de la percepción que tiene la sociedad local sobre su rol de servilismo.

(...) en contra de otras actividades agrícolas o ganaderas que dentro de poco sólo subsistirán como espectáculo para turistas. Show de payés con sus simpáticas gallinas y cabras autóctonas para entretener al rico alemán (...)» (GARRIDO, 1992: 113)



A consecuencia de esta fuerte polémica, la famosa revista *Der Spiegel* publicaba en su número 31 un monográfico sobre la colonización alemana de Mallorca. En una portada donde jóvenes alemanes clavan su bandera en una playa mallorquina se leía el titular “¿A quién pertenece Mallorca?” y en letras más pequeñas “Los españoles contra la germanización”. No fueron estos los únicos titulares relacionados con Mallorca y durante los años 1996, 1997 y 1998 hubo una proliferación de artículos relacionados en la prensa alemana, británica y mallorquina sobre el fenómeno de la venta de casas.

Además, a diferencia del litoral, la relación de dependencia económica era muy diferente puesto que aun obteniendo enormes rentas mediante la venta de casas a los nuevos residentes extranjeros, la percepción de dependencia del turismo y del turista no era la misma del litoral. Este fenómeno dio pie, en algunos casos, a la elaboración de teorías que tratan de sistematizar el rol del servilismo, a partir de la dependencia cultural. En general, podemos decir que la población de interior vivió el fenómeno de la venta de casas con un sentimiento dual y contradictorio. Por una parte recelo ante el sentimiento de que se vendía el patrimonio de los antepasados a gente no autóctona dificultando en el futuro la adquisición de viviendas a las nuevas generaciones. De otro lado, un sentimiento de revalorización de todo lo propio que hasta el momento había sido menospreciado y considerado inferior a todo aquello que venía de fuera.

Este fenómeno produjo una mercantilización de las relaciones que, aún diferentes a las del litoral, se asentaban en la idea que el extranjero era tan sólo una fuente de ingresos a corto plazo. De todos era sabido que durante el boom los extranjeros lo compraban todo, casas en las mejores zonas del pueblo y la isla pero también auténticas ruinas. Por ello, el mallorquín se sentía poseedor de un tesoro y más que ir detrás del extranjero para que comprara una casa se dejaba cortejar por el extranjero aumentando la percepción de que este era el que dependía de él y no al revés.

Así, aunque en la mayoría de los entrevistados manifestaban no sentirse discriminados, sí que se hacía a veces referencia al poco interés de los mallorquines hacia ellos más allá del aspecto económico.

**CMA1:** (refiriéndose a los extranjeros europeos) Ahora no están bien vistos. Está esta visión de que vengan, que dejen su dinero y se vayan. También que, como los extranjeros les compran sus casas, ahora sus hijos no pueden permitirse ninguna vivienda.

Por su parte JHA afirmaba:

**JHA:** Sí,...el dinero siempre es bien recibido. El primer tema, que siempre sale de una manera u otra es el dinero que tenemos los alemanes. (...)

Según varios entrevistados asentados desde hace años en Mallorca, esta realidad se habría acentuado con el boom inmobiliario. Incluso entrevistadas como CMA2 observaron un cambio en la actitud de los mallorquines en menos de una década.

**CMA2:** La gente de Mallorca es la misma pero buscan más el dinero que antes. (...) hacéis todo lo posible para obtener el dinero de los turistas. (...) Antes era más tranquilo y la gente era más amigable.

Sin embargo, a diferencia de los años sesenta en que el mallorquín consideraba el turista como alguien superior y de mayor estatus, durante el boom comprendido entre 1996-2008 la percepción del extranjero era muy diferente. En parte, resulta algo obvio si tenemos en cuenta que la sociedad mallorquina ha cambiado enormemente a lo largo de los últimos 40 años tanto a nivel cultural como económico no existiendo en consecuencia las enormes diferencias culturales de los años sesenta.

Además, incluso en sectores con una dependencia económica directa del turismo residencial como es la construcción, no se marcaron las relaciones por una clara subordinación de los residentes a los deseos del turista residente. Ello se debe a que el rápido desarrollo económico acaecido durante el boom de la construcción que se dio entre 1996 y 2008 produjo una demanda de tal envergadura en el sector de la construcción que, literalmente desbordó de trabajo a los pocos efectivos existentes en el momento. Durante este periodo, surgieron numerosas inmobiliarias y constructoras gestionadas muy frecuentemente por gente sin experiencia o formación adecuada. Pese a ello, en muchas ocasiones era difícil encontrar profesionales cualificados lo cual afectó muy directamente a las relaciones entre turistas residentes y a los mismos residentes.

**CMA2:** Era más tranquilo y la gente era más amigable. Todavía lo son pero, a ver, si necesitas un carpintero este año, él te dice que no, que el año que viene.

Los nuevos ricos eran los trabajadores de la construcción y los promotores inmobiliarios que obtenían rentas superiores a las de sus clientes extranjeros. La población del interior de la isla se enriqueció rápidamente y abandonó definitivamente la agricultura y apostó por trabajar en el emergente sector servicios y en la construcción que aseguraban unas enormes rentas sin apenas cualificación. De este modo, los usos no agrarios del espacio rural, principalmente el residencial y el de ocio, se convirtieron en la base del postproductivismo agrícola. Por ello, Pere Salvà (2002) define el mundo rural del siglo XXI como una confluencia de usos residenciales y de ocio y de agricultura a tiempo parcial.

Se rompía así el mito del extranjero rico y de la formación como requisito para prosperar. Ahora todo el mundo quería participar de la burbuja inmobiliaria, todo el mundo quería ser rico. Por tanto, más que depender los residentes de los extranjeros existía la percepción inversa.

Cabe decir que en las entrevistas existían numerosas quejas de los extranjeros europeos sobre la imposibilidad de encontrar profesionales de la construcción cualificados así como la baja formalidad y profesionalidad del sector en relación a su país de origen. No eran extrañas las listas de espera de meses o años para acceder a las cuadrillas de albañiles, carpinteros, fontaneros y/o electricistas de más renombre dándose el caso de no pocos extranjeros que, ante el desespero y la falta de garantías, acabaron por *importar* mano de obra de su país.

**VMA: (...)** Los contratan porque entienden el idioma y seguramente son especialistas que han aprendido (...) Pero, a veces, los españoles te dicen “voy a venir el lunes” y no vienen.

### III. LOS NUEVOS RESIDENTES FRENTE A LOS IMPACTOS DEL TURISMO

Los nuevos residentes son en no pocas ocasiones conscientes de los impactos generados por el turismo prevaleciendo la conciencia del impacto ecológico a la del impacto sociocultural. Así, cuando se les preguntaba su opinión sobre el impacto en el mercado inmobiliario, la respuesta más frecuente era que si ellos compraban era porque alguien vendía.

Pese a ello, no son pocos los extranjeros turistas residentes que se quejan de la excesiva presencia de sus conciudadanos. Este patrón se ve más claramente en los territorios rurales que en los litorales y urbanos, siendo, en algunos casos, uno de los motivos por el que los turistas residentes de áreas rurales eligen este tipo de territorio. Más claro aún es el rechazo que sienten hacia el turismo de masas y los impactos medioambientales que de él se derivan: exceso de construcción, ruido, falta de autenticidad, suciedad, etc. De hecho, no eran extrañas las críticas a las zonas turísticas tradicionales como la siguiente de un reconocido pintor asentado en Sineu:

**HHH:** Hay algunos sitios en Mallorca que han sido un mal ejemplo para el turismo, como S'Arenal o Magaluf. Los que van a S'Arenal no saben dónde están. No ven Mallorca; salen del hotel, van a la playa, beben, se emborrachan y se vuelven a dormir.

En general se percibía esta realidad como un freno a la llegada de turismo de más calidad ya que según algunos entrevistados, en Alemania, una parte importante de la población continúa teniendo una visión de Mallorca como

isla masificada por el turismo. Una imagen que para MMA2 es culpa de la información distorsionada y sesgada que se da desde los medios de comunicación que tan solo emiten imágenes e información de las zonas más turísticas de la isla.

**MMA2:** (...) Cuando me dijeron de venir a Mallorca yo tenía muy mala imagen, pero no era buena porque cuando estaba en Alemania con frecuencia en la televisión hacían reportajes sobre lo que es la Calle del Jamón y eso.(...)

El nuevo residente del interior de la isla rehúye del turismo y busca la autenticidad y como ya observó Per Gustafson (2002) en una investigación similar a la nuestra, es frecuente que los turistas residentes no se sientan en absoluto identificados con el concepto turista. En el transcurso de las entrevistas, cuando explicábamos el objetivo de la tesis y definíamos el concepto de turismo residencial, la mayoría de veces el entrevistado prefería considerarse un visitante o un residente, negando sobre todo el término de turista considerado como un estatus inferior. No es de extrañar por tanto la opinión de CMA2 quien pese a relacionarse exclusivamente con extranjeros, rechazaba la presencia de turistas convencionales.

**CMA2:** (...) El turismo está creciendo, no tanto en el campo, que se mantiene, pero en los centros turísticos está creciendo y creciendo y esto, a mí, no me gusta mucho.

También en algunos casos, si bien minoritarios, el nuevo residente puede tener conciencia de que existe un impacto cultural y trate por ello de mitigarlo. En general, este fenómeno se da en aquellos nuevos residentes que deciden residir ya de manera definitiva en la isla y que por ello tienen unos lazos con la población local con quienes empatizan en mayor o menor grado. Es el caso del residente en Valldemossa SHC que, consciente del impacto lingüístico del turismo, ha aprendido catalán y ha tratado por todos sus medios de trabajar en pro de la cultura de Mallorca en diferentes asociaciones culturales. Para el:

**SHC:** (...) Es natural que haya cambios en sociedades modernas, pero el cambio de propiedad de manos mallorquinas a extranjeras es muy rápido y no favorece el control cultural en el sentido antropológico de que un pueblo puede controlar su propia vida. (...)

En este sentido es importante destacar que la mayoría de los entrevistados, aun viviendo en pueblos donde la práctica totalidad de la población tiene como lengua materna el catalán, habían elegido el castellano como lengua prioritaria para su integración. En algunos casos, como se puede ver en los diferentes trabajos de A, Iturraspe y J, Miralles (2005) sobre el impacto lin-

güístico del turismo residencial, existía un cierto rechazo hacia esta lengua que era vista como un impedimento para su plena integración ya que la mayor parte de las actividades sociales se hacen en lengua catalana.

El decantarse por Mallorca como segunda residencia, a menudo con perspectivas de que se convierta en residencia temporal, viene determinado por el hecho de que la mayoría ha estado ya en la Isla como turistas. Como decía, esto entraña un cierto peligro puesto que la isla que uno creía conocer en el fondo es una gran desconocida.

Por lo general, la visita a la Isla se realizó en el periodo estival, en una zona turística acondicionada para ello. El clima que vieron fue, por tanto cálido, y el trato con los mallorquines, el típico que se establece entre un turista y un trabajador del ramo. Las relaciones se caracterizan por la fugacidad y por lo tanto poca profundidad en la relación y en el conocimiento mutuo como reconocía en una entrevista MHA:

**MHA:** «(...) Ahora veo más cosas que antes, claro... ¿Eso es normal no? Cuando tú vienes la primera vez de otro país, además de vacaciones, las impresiones son bastante limitadas. Tú ves el paisaje, tienes un contacto superficial con la gente y además no hablas el idioma, no lo entiendes mucho (...)

Los mallorquines han vendido la imagen ya prefabricada y estereotipada que el turista espera. Se recurre así a unos tópicos basados en el gusto de los mallorquines por recibir y acoger gente de fuera, el respeto y admiración de éstos hacia el turista y una tipificación de la cultura local en base a lo que los folletos turísticos resaltan de España: el castellano como lengua, la paella como comida típica, la informalidad y el relax como objetivo de vida, la fiesta como parte de la vida diaria y los toros y sevillanas como muestra folclórica y cultural.

Una vez el turista se dispone a comprar la casa, toma y ejecuta la decisión, a menudo sin conocer profundamente el lugar y la realidad social donde éste se ubica, tiende en muchas ocasiones, a establecer un paralelismo entre lo que ha sido su visita temporal, como turista, con lo que será su nueva visita diaria. Muchas veces, consciente o inconscientemente se tiende a creer que esta corta estancia no será más que la prolongación de la vida diaria. En algunos casos, si bien minoritarios, se produce una frustración cuando se observa que existe una clara diferencia entre la Mallorca turística del verano, con la Mallorca del invierno. En invierno la oferta de ocio es mucho más limitada y el clima mucho más hostil.

Respeto al clima, factor determinante de atracción, aunque la temperatura durante el invierno es mucho más alta que en Alemania, el grado de humedad es tan elevado que la sensación de frío puede llegar a ser más intensa, debido también a la falta de acondicionamiento de las casas mallorquinas tradicio-

nales, a diferencia de los hogares alemanes, no disponer de calefacción, ni aislamiento adecuado. Además, las viviendas en medios rurales se caracterizaban, en general, por tener los techos altos puesto que están diseñadas arquitectónicamente para proteger del calor.

SMF es de origen Finlandés, aunque se trata de uno de los países más fríos de Europa, reconoce que le sorprendió que en Mallorca hiciera tanto frío en invierno:

**SMF:** (...) Esto me sorprendió, el que aquí hiciera tanto frío, dentro de casa tienes que llevar calcetines de lana y fuera te los puedes quitar... en mi país al revés.

Los precios de Mallorca, otro de los factores inicialmente de atracción, con el tiempo convergieron y en la actualidad pueden llegar a ser tan altos como los alemanes. Además, si uno se decanta por una vivienda en el campo, el mantenimiento puede llegar a ser muy costoso y difícil debido a la falta de mano de obra dispuesta a hacer según qué trabajos. Dificultades a las que debe sumarse el aislamiento que supone la vida en una casa aislada del resto del mundo en invierno que no mucha gente soporta.

**VMA** es una psicóloga de origen alemán. A diferencia de otros extranjeros, su origen le ha beneficiado laboralmente en el sentido de que muchos alemanes acuden a ella ante las dificultades de acceder a psicólogos germanoparlantes. Cuando le preguntamos sobre si existían diferencias entre los problemas psicológicos de los alemanes respecto a los mallorquines respondió afirmativamente que:

**VMA:** (...) Muchas veces existen problemas económicos por cosas que no se pensaron antes. El clima, porque quieren vivir en un país con sol y después ven que es bastante duro sobrevivir aquí... y, también el problema de hacer nuevos amigos, contactos, los problemas de integración, la soledad por no tener a tu familia que te pueda ayudar... la red social. También el idioma. (...)

Pese a lo dicho, las visitas de amigos son muy frecuentes. No es extraño ver como las casas tienen habitaciones equipadas y preparadas para los invitados; incluso, en muchos casos, se dispone de una caseta específica para el uso de las amistades. Sin embargo ello a veces supone un problema puesto que muchos de los visitantes no son conscientes que los anfitriones tienen trabajo que hacer y esperan de ellos que ejerzan de guías turísticos. Una situación que muchas veces puede crear un cierto estrés. CMA3 trabaja de fisioterapeuta en zonas turísticas aunque vive en Costitx. Cuando le preguntamos si recibe visitas nos explicó que:

**CMA3:** Sí, tenemos una caseta donde pueden estar. En casa es muy difícil porque tienen vacaciones y nosotros tenemos que trabajar. Y siempre piensan que todos estamos de vacaciones.

Aunque en general se habla de los guetos extranjeros del litoral es importante destacar que incluso en los municipios de interior los turistas residentes tienden a establecer pequeños núcleos entre ellos creando una red general de servicios para la comunidad. No obstante, los elementos culturales del país como libros, prensa, productos gastronómicos, televisión, supermercados, médicos, prensa escrita editada en Mallorca, radio, televisión, etc., son de fácil acceso en toda la isla.

La mayor parte de los entrevistados suelen tener antena parabólica y leer prensa de su país de origen. Se pueden comprar las revistas semanales alemanas o inglesas más importantes en cualquier punto de la Isla, independientemente del tamaño del pueblo. Gracias al turismo, la cadena de distribución de prensa y productos alimentarios extranjeros está fuertemente especializada a la Isla. De este modo, los extranjeros residentes no han tenido que hacer prácticamente ningún esfuerzo por acceder a ésta.

#### IV. PRINCIPALES QUEJAS Y DEMANDAS

Para acabar, es interesante enumerar las principales quejas y demandas expresadas por los 141 extranjeros europeos entrevistados durante el año 2003 para la realización de la tesis doctoral, bastante significativas de la visión existente durante el boom de la construcción y en gran parte extrapolables a la actualidad. Ante la pregunta abierta del cuestionario: *¿Qué es lo que menos te gusta de vivir en Mallorca?*, los encuestados tenían la posibilidad de responder hasta tres cosas que les gustaban de la Isla dejando un espacio en blanco por si querían aportar algo que no saliese especificado en el cuestionario.

Es significativo que en un 25% de los cuestionarios no se haya contestado la pregunta, así como que un 5% haya especificado que nada le disgusta. De los que contestaron, la categoría más recurrente fue la referida al tráfico, ruido y estrés.

Las dos categorías que se disputan el segundo puesto son el carácter de los mallorquines y los servicios públicos. Respecto el segundo, encontramos respuestas referidas a la falta de competencia de algunas autoridades públicas como la policía, los políticos, la falta de ayuda en la administración y la excesiva burocracia, la falta de organización, los sistemas de gestión de correos, telefónica, GESA (compañía eléctrica), seguridad social y el alto precio de las tasas por importación de vehículos.

Seguramente la respuesta más inquietante es la que hace referencia al carácter de los mallorquines. Si bien, ante la pregunta en positivo “¿Qué es



lo que mas te gusta de tu vida en Mallorca?”, un 35% decía que la gente, no es menos cierto que un 14% de los encuestados, afirman que una de las cosas que no les gusta de la Isla es el carácter de los mallorquines. Algunas de ellas expresadas de diferentes maneras, hacían referencia constante al hecho de que los mallorquines son muy cerrados. Para entender más específicamente qué es aquello que les desagrada, podemos transcribir las respuestas escritas que éstos han dado: “Los mallorquines son muy cabeza cuadradas, tratan mal a los turistas, son de trato difícil, se comportan mal con los extranjeros, tengo problemas de integración por su actitud, no aceptan la diferencia, son racistas, son xenófobos, maltratan a los animales y, finalmente, siempre te dicen mañana, son demasiado bromistas y no se comprometen”.

En tercer lugar, los extranjeros se quejaban del exceso de suciedad. En este aspecto las respuestas se referían a la contaminación en mar y en las zonas turísticas, aunque existían respuestas referidas a la falta de este tipo de conciencia entre los mismos nativos. En cuarto lugar se hacía referencia a la saturación turística de la Isla. Se hacían referencias constantes a la gran cantidad de turistas que hay, de la destrucción del territorio y del exceso de carreteras, urbanizaciones; de la poca sensibilidad hacia el medio ambiente, del uso indiscriminado de pesticidas, de la presión constructora y, finalmente, del elevado número de compatriotas.

La quinta categoría hacía referencia al clima. El exceso de viento en invierno y de calor en verano, la demasiada humedad y la imprevisibilidad del tiempo. El desconocimiento que se tiene sobre el clima de la Isla, que en invierno, aunque sea de carácter moderado en cuanto a temperatura, presenta unos índices altísimos de humedad, por lo que la sensación de frío se hace mucho más intensa.

En sexto lugar, muy relacionado con la cuarta categoría, se hace referencia a la falta de infraestructuras, la estrechez de las carreteras, las malas conexiones aéreas con el resto del estado y a la deficiencia de los transportes públicos.

El estatus del catalán, también iría relacionada, de alguna manera, con la segunda categoría, referida al comportamiento de los mallorquines. Como ya hemos visto anteriormente, en general, se percibe la lengua como una barrera para la integración. En este aspecto, los extranjeros manifiestan lo siguiente: es muy difícil aprender la lengua, hay dos lenguas en lugar de una, es complicada la traducción, no me gusta que el mallorquín sea tan importante, la información está siempre en catalán, el sistema público no te atiende en alemán o inglés y la dificultad de comunicación de los alemanes y mallorquines por factores lingüísticos.

Los precios de Mallorca ocupan el octavo lugar con comentarios referidos al incremento de los precios a partir de la entrada del euro, el encarecimiento de la vida, el materialismo de los mallorquines, relacionado con el carácter de



los mallorquines, la dualidad de precios extranjero-mallorquines. Entre aquellas respuestas, catalogadas en otros, destacan: la falta de cerveza alemana, la falta de carril bici, excesiva importancia del dinero, los problemas del agua, el exceso de fumadores y la excesiva tranquilidad.

Finalmente, agrupados en los dos últimos puestos, están aquellos que se quejan de la falta de oferta cultural, de restaurantes de calidad y, sobre todo, de escuelas de educación infantil.

## V. CONCLUSIONES

El establecimiento de extranjeros de origen europeo en el interior de la Isla de Mallorca rompió la dualidad de espacios existente hasta mediados de los años noventa convirtiendo la totalidad de la Isla de Mallorca se ha convertido en una enorme área periurbana. Una prolongación de la ciudad y el litoral para el disfrute turístico. Este proceso, definido por J. Binimelis (1996), como ruralización, ha implicado un cambio de uso de las zonas agrícolas convertidas ahora en zonas residenciales con paisajes agrarios.

Esta nueva realidad, fue vivida con ambigüedad por parte de la población local que aun viviendo en una isla eminentemente turística se había mantenido al margen de esta actividad. Por una parte un sentimiento de rechazo ante los nuevos residentes considerados en ocasiones como colonizadores. Por otra parte un sentimiento de codicia ante la posibilidad de ganar con la venta de casas en ruina o abandonadas el equivalente a una vida de esfuerzo y trabajo.

Casi siempre se ha estudiado la percepción de la población local hacia el turismo o cómo el turismo valora la destinación turística. Sin embargo, pocas veces se ha investigado como han vivido los nuevos residentes europeos su proceso de residencialización. Observamos aquí que pese a que la mayoría se encuentran satisfechos de su elección, existen elementos de fricción con la población local como consecuencia de la percepción estereotipada que se tenía de una isla en el fondo desconocida.

La crisis económica iniciada en el 2008 por el agotamiento del modelo inmobiliario, ha parado por completo la vorágine mercantilista de los últimos años. La presencia de extranjeros europeos ya forma parte del paisaje humano y es de suponer que con el tiempo los elementos de fricción irán puliéndose a medida que los nuevos residentes se asienten y formen parte de la nueva sociedad.

Así, aunque no pocos mallorquines que se resisten a convertirse en el estereotipo que las agencias de viaje y los *tour* operadores dicen que son, otros muchos saben que el futuro económico pasa en gran parte por el sector turístico. Aunque no hay nada escrito podría suceder que paradójicamente, la búsqueda de la autenticidad puede ayudar a convertir el interior de la isla en una prolongación del litoral.

Resulta difícil decir si el turismo residencial es un fenómeno turístico o demográfico porque en el fondo son las dos cosas. Unas migraciones contemporáneas con enormes impactos económicos, medioambientales y socioculturales que determinaran la sociedad mallorquina del futuro. De la capacidad de integración de la sociedad de acogida y de la capacidad de adaptación de estos nuevos residentes se decidirá la cohesión o descohesión social futura.

#### BIBLIOGRAFÍA

- BINIMELIS J (1996). *Caracterització, tipificació i pautes de localització de les àrees rururbanes de l'illa de Mallorca*. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- DE KADT, E. (1991). Turismo: ¿Pasaporte al desarrollo? Madrid: Endymion.
- DUHAMEL, P. (1997). *Lés résidents étrangers européens à Majorque*. París: Université Paris 7.
- GUSTAFSON, P. (2002). «Turismo y movimientos migratorios estacionales de personas jubiladas». *Annals of Tourism Research* (Publicación Semestral de Ciencias Sociales) volumen 4, núm. 2, p. 337-360. Universitat de les Illes Balears.
- HUETE R, MANTECON A, MAZÓN T. (2008). «De que hablamos cuando hablamos de turismo residencia ?». *En cuadernos de turismo Núm 22*. p.101-121. Universidad de Murcia.
- ITURRASPE BELLVER, A.; MIRALLES PLANTALAMOR, J. (2004). «Coneixements, actituds i usos lingüístics dels estrangers europeus residents al Pla de Mallorca». Actualmente inédito.
- JURDAO ARRONES, F. (1990). *España en venta. Compra de suelo por extranjeros*. Madrid: Endymion.
- MATEU I LLADÓ, J. (2003). «Turismo residencial y dispersión urbana en Mallorca (Illes Balears). Un ensayo metodológico en el municipio de Pollença». *Estudios Turísticos* (número monográfico sobre turismo residencial) [Madrid], núm. 155-156, p. 197-218.
- MIRALLES, J. (2004). *Impactos socioculturales del turismo residencial en España*. Tesis doctoral no publicado. Universidad de Alicante.
- MIRALLES, J., ITURRASPE, A. (2005). «L'impacte lingüístic del turisme residencial al Pla de Mallorca» p. 75-83. En *Llengua i ús. Revista tècnica de política lingüística*. Barcelona.
- RAYA MELLADO, P.; BENÍTEZ ROCHEL, J. (2002). «Concepto y estimación del turismo residencial. Aplicación en Andalucía». *Papers de turisme* [Valencia], núm. 31-32, p. 66-89.
- RULLAN, O. (1999): «Crecimiento y política territorial en las Islas Baleares», *Estudios Geográficos*, núm. 236, p. 403-442. Palma de Mallorca.

- SALVÀ, P. (2002). «Les noves funcions no agràries del món rural a les Illes Balears: la seva conversió en espai d'oci per a l'ús de la població urbana». En: PICORNEL POMAR (ed.). *L'espai turístic*. Palma de Mallorca: Institut d'Estudis Ecològics.
- (1999). «La societat illenca en el llindar del segle XXI». El Mirall [Palma de Mallorca]: Obra Cultural Balear, núm. 103, p. 6-8.
  - (2002). «Les noves funcions no agràries del món rural a les Illes Balears: la seva conversió en espai d'oci per a l'ús de la població urbana». En: PICORNEL POMAR (ed.). *L'espai turístic*. Palma de Mallorca: Instituto de Estudios Ecológicos.
- SMITH, V. L. (1978). *Hosts and Guests. The antropology of tourism*. Oxford: Basil Blackwell.
- TURNER, L.; ASH, J. (1991). *La horda dorada. El turismo internacional y la periferia del placer*. Madrid: Endymion.
- TORRES BERNIER, E. (2003): «El turismo residenciado y sus efectos en los destinos turísticos», *Estudios Turísticos*, núm. 155-156, p. 33-48. Madrid.

# FOR A CARTOGRAPHIC REPRESENTATION OF RESIDENTIAL TOURISM: THE CASE OF CALABRIA

*Manuela De Ruggiero*

Università della Calabria (Italia) - manueladeruggiero@gmail.com

*Tullio Romita*

Università della Calabria (Italia) - tullio.romita@unical.it

*Francesca Salvo*

Università della Calabria (Italia) - francesca.salvo@unical.it

## ABSTRACT

The high Tyrrhenian coast of Calabria, in southern Italy, is characterized by a significant diffusion of tourism in private homes, a social phenomenon that is characterized on the one hand by the high incidence of unoccupied properties, on the other by the significant impact on the real estate values, both at purchase and sale prices and rental rates.

In the aforementioned areas, and in some in particular, property prices significantly exceed those of the most inhabited areas of the region and of the provincial capitals themselves, a phenomenon apparently in contrast with data on occupied properties which, conversely, show a low population density.

This circumstance imposes a social and economic reflection, aimed at investigating the phenomenon of residential tourism from a real estate appraisal perspective, through the analysis and comparison of housing census data with those related to real estate values.

In particular, through appropriate cartographic representations of the residential and appraisal phenomena produced in GIS environment (*Geographic Information System*), the work intends to cross social and economic data in order to demonstrate how the real estate valuation can be used as a tool for analysis and understanding of residential tourism dynamics.

## RESEARCH BACKGROUND

Residential tourism is a particular tourist activity that is realized through the use of private homes, rented or for sale. It differs therefore from tourism in conventional accommodation facilities, such as hotels, tourist villages, etc., because users organize their own vacation and leisure time independently.

An appraisal study on residential tourism, a sort of “undetected” tourism that does not appear on conventional touristic circuits, moves from the need to analyze the variables that determine the commercial value of unoccupied properties, providing a detailed report about properties used for “holiday homes”, in order to interpret touristic dynamics in the study area. The study analyses the characteristics that define the variety of real estate quotations with the aim to appraise the value of holiday homes that, in some territorial contexts with a tourist vocation, represents a source of economic and productive well-being for permanent residents.

Specifically in this study, therefore, we are not talking about “empty properties” referring to the real estate assets unused for the whole year, but we try to discriminate properties used in particular periods of the year in areas with a vocation and tourist tradition.

In particular, the study turns its attention to the territory of the so-called Cosenza Tyrrhenian coast, an interesting area of Northwest Calabria, located between Basilicata, the Pollino massif, the high Calabrian Apennines, the Tyrrhenian Catanzaro coast.

It is a shoreline with beaches equipped to the sign of fun, leisure and rest, consisting of rocky coasts alternating with stretches of sand, behind which there are ancient and picturesque villages overlooking the sea with important historical evidence.

It should be noted the presence of many touristic attraction such as thermal station in the Municipality of Guardia Piemontese, placed almost at the gravity center of the area under investigation. The proximity of the territory examined with the two parks of Pollino and Sila allows easy excursions in mountain areas rich in naturalistic suggestions.

There are also some religious attraction, such as the monastic complex of San Francesco di Paola, a strong attraction for the spirituality of the Region, of the country, and beyond.

In addition to the landscape and the historical-archaeological aspects, the territory, from the second half of the 20th century, has seen its tourism economy take off due to important investments in strategic infrastructures such as railways and roads, highways and motorways, but also airports that, although they do not fall within the territory of our research, but in neighboring areas, facilitate extra-regional and foreign tourism.

It remains to be specified the excellent connection of the coastal areas with the city of Cosenza, the provincial capital.

## METHODOLOGY

According to the aim of the present work, the methodology has been set in order to study non residential tourism dynamics from a real estate appraisal point of view, trying to interpret the tourist phenomena through the analysis of real estate property prices and data about occupied/unoccupied properties.

The hypothesis is that the detection of the most attractive tourist location in the not conventional tourist segment may be achieved combining both social and economic information.

We think that, since the data of our interest, both social and economic, have a very specific geographical reference, the most suitable tool to use is the Geographic Information System (GIS). This tool allows on the one side to return thematic maps with a valid popular interest, on the other it allows to query and cross different kind of data in order to identify areas affected by the phenomenon of residential tourism.

Once the logical design of the system has been set up, in order to identify purposes and needs as well as the forms and contents of the different thematic layers, the computerized database containing both the socio-economic and the real estate characteristics was prepared.

First, we have analyzed the different kind of data, producing cartographic representations for the social-economic data, with a particular reference to the issues about occupied/unoccupied properties, and for the appraisals ones, considering quotations and unitary sales prices for residential properties.

Then, we have crossed these data in order to detect the most attractive areas.

We know that an important key role in interpreting the residential phenomena is represented by data of unoccupied properties, because it may show the presence of houses destined to holiday, as it usually happens in tourist locations. We also know, however, that a large number of empty properties can also be found in towns and villages with a low population density and a low tourist vocation, as it happens in many historical centers in the Calabrian territory.

The number of unoccupied properties, therefore, is not enough to identify the tourist areas which present an attraction for unconventional tourism.

We know, however, that the tourist-oriented areas have particularly high market quotations, even higher than those of the provincial capitals.

The idea is to cross these information to identify the most attractive areas by returning an interpretative model based on the relationship between two indicators, that on empty properties and that of unitary prices.

The first indicator may be defined as the ratio between the number of unoccupied properties and that of total residential properties in every single area:

$$s_i = \frac{n^\circ \text{ unoccupied properties}}{n^\circ \text{ total properties}} \quad (1),$$

with values between 0 and 1.

Data about the number of unoccupied/occupied properties may be derived from ISTAT survey.

The second indicator may be derived from a sample of real estate properties recently sold, applying the mono-parametric approach, which operatively allows to reach the unitary property prices through a simple algorithm set on a single comparison parameter, directly correlated to the prices themselves.

The comparison parameter can be represented by units of measurement of physical quantities, usually the surface characteristic (expressed in sqm).

Generally speaking, the single-parametric approach can be schematized through the following steps:

- 1) identification of a sample of properties that are as much similar as possible;
- 2) construction of a scale of known prices based on the size of the parameter;
- 3) in the hypothesis that the distribution of known prices, randomly extracted from the population and genuinely representative of the appraisal values, is approximately Gaussian, determination of the unitary price as:

$$P_{\text{unitary price}} = \frac{\Sigma \text{ Total Sales Prices}}{\Sigma \text{ Commercial Surfaces}} \quad (2)$$

Once the average unitary price is determined in every single Municipality under investigation, the second indicator may be defined as the ratio between the detected unitary price and the maximum unitary price in the sample:

$$p_i = \frac{P_{\text{unitary price}}}{P_{\text{maximum unitary price}}} \quad (3),$$

with values between 0 and 1.

Noted that the most attractive touristic area are characterized both from an high number of unoccupied properties and an high average unitary price, the most requested residential properties for vacation purpose can be located crossing these two indicators, calculating an index of appreciation of residential tourist areas as:

$$t_i = \frac{s_i + p_i}{\text{maximum}(s_i + p_i)} \quad (4),$$

with values between 0 and 1.

As much higher is the  $t$  indicator, greater the attractiveness of the area is.

#### 4. CASE STUDY

##### 4.1. Sample data

For the purposes of this study the results of previous research have been used.

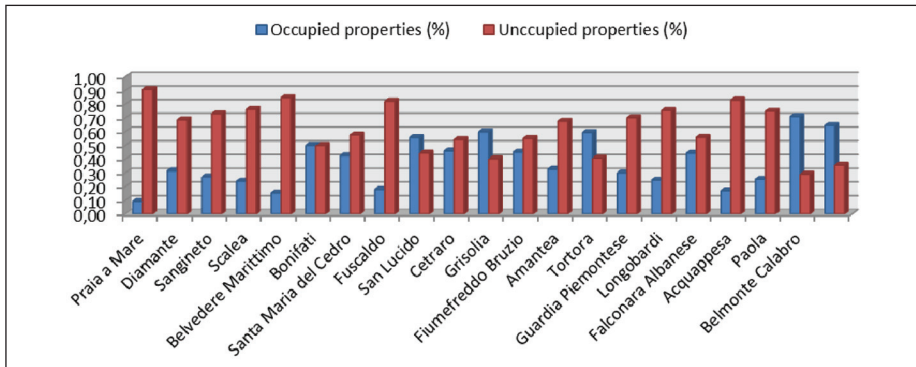
Data on empty rooms were found in the ISTAT Archive and they are useful for identifying the presence of buildings not permanently occupied, the so-called “second homes”, potentially destined to holiday stays.

Table 1. DATA ABOUT UNOCCUPIED/OCCUPIED PROPERTIES

MUNICIPALITY	UNOCCUPIED	OCCUPIED	TOTAL	OCCUPIED PERCENTAGE	NON OCCUPIED PERCENTAGE
Acquappesa	737	2.182	2.919	0,25	0,75
Amantea	3.911	2.680	6.591	0,59	0,41
Belmonte Calabro	1.108	613	1.721	0,64	0,36
Belvedere Marittimo	3.035	3.032	6.067	0,50	0,50
Bonifati	1.399	1.894	3.293	0,42	0,58
Cetraro	3.273	2.194 \	5.467	0,60	0,40
Diamante	1.652	4.464	6.116	0,27	0,73
Falconara Albanese	494	2.413	2.907	0,17	0,83
Fiumefreddo Bruzio	1.127	2.334	3.461	0,33	0,67
Fuscaldo	2.480	1.974	4.454	0,56	0,44
Grisolia	913	1.113	2.026	0,45	0,55
Guardia Piemontese	542	1.655	2.197	0,25	0,75
Longobardi	832	1.050	1.882	0,44	0,56
Paola	5.271	2.156	7.427	0,71	0,29
Praia a Mare	1.871	4.079	5.950	0,31	0,69
Sangineto	508	1.630	2.138	0,24	0,76
San Lucido	1.824	2.150	3.974	0,46	0,54
San Nicola Arcella	411	4.070	4.481	0,09	0,91
Santa Maria del Cedro	1.463	6.699	8.162	0,18	0,82
Scalea	2.776	15.372	18.148	0,15	0,85
Tortora	1.698	3.980	5.678	0,30	0,70



FIGURE 1. DATA ABOUT UNOCCUPIED PROPERTIES (ISTAT)



From the data analysis, it clearly emerges that unoccupied properties on the Tyrrhenian coast of Calabria are significantly higher than those of the occupied ones, with some significant and sharp divergences.

Particularly interesting is the case of Falconara Albanese, San Nicola Arcella, Santa Maria del Cedro and Scalea, with percentage of occupied properties less than 10%.

These are inhabited centers notoriously intended for regional and inter-regional residential tourism. The phenomena of urbanization and anthropization of the territory have been particularly intense in these areas over the last thirty years.

However, we will verify by crossing the data on real estate quotations that not all the aforementioned municipalities actually are preferred destination for residential tourism.

For example, the Municipality of Falconara Albanese has been a residential tourist destination favored by the citizens of Cosenza until the last decade, when the deterioration of sea water conditions and the lack of redevelopment of structures and services have led to a gradual decline in residential tourism demand.

The result is an excess of vacant properties compared to the existing houses, unattractive properties neither in the sale or in the rental segment, as shown by the low market quotations.

On the other hand, the presence of occupied properties in the Municipality of Paola is really more significant, that is because Paola is permanently inhabited during the year.

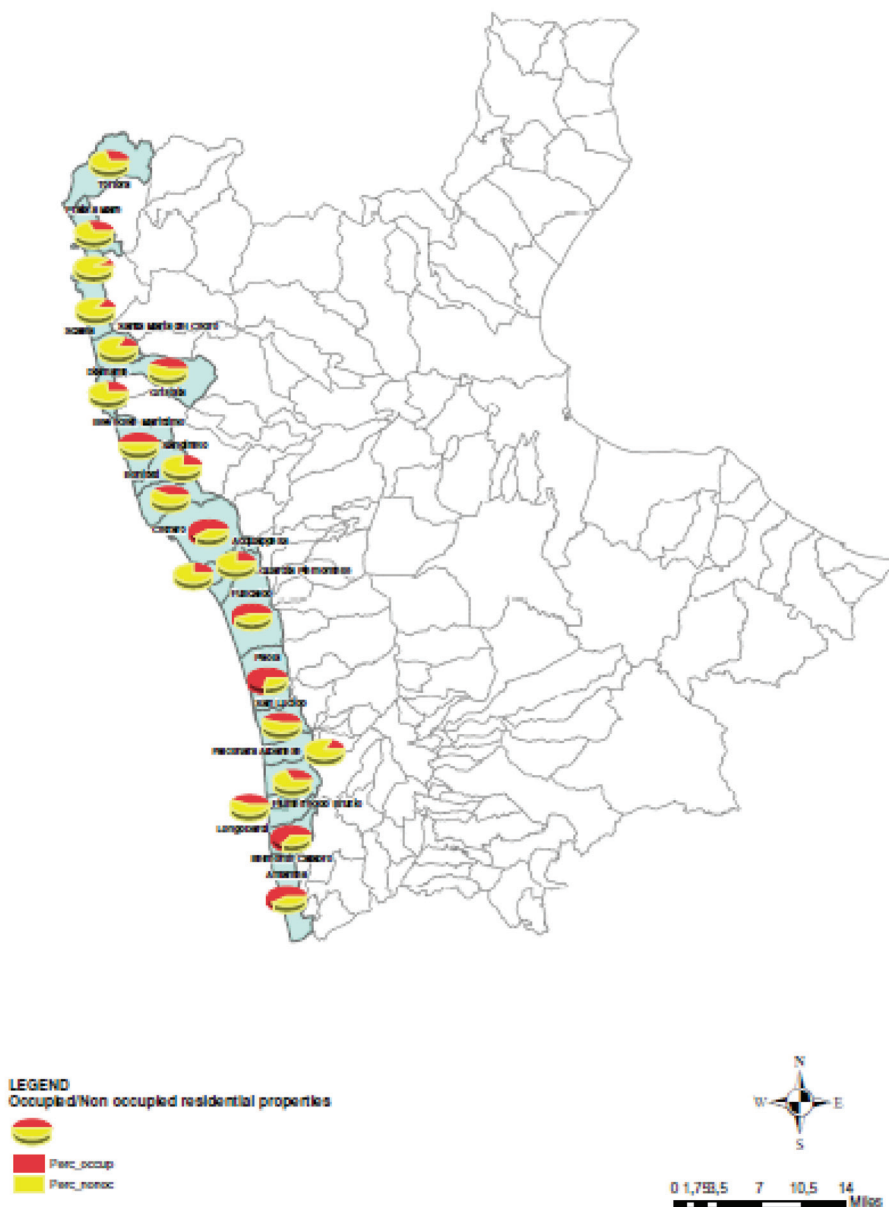
We refer to the attached thematic maps for a better representation of the phenomenon (*Map 1, Map 2 and Map 3*).

For the real estate appraisal purpose, data have been acquired by the Observatory of Real Estate Market (OREM), an observatory of the national real estate market established at the DIATIC Department of the University of Calabria.





Map 3  
**CALABRIA REGION - ITALY**  
 Residential Tourism in the Tyrrhenian Municipalities  
 (Model)



The sample surveyed by OREM database is made up of 247 sales data relating to recent transactions (2014-2018). The real estate typology is that of condominium apartments and single-family and terraced villas. In particular, we have just considered properties located in the coastal and marine areas of the municipalities, omitting those relating to the historical centers and rural areas, which are scarcely significant and potentially misleading for the purposes of this research.

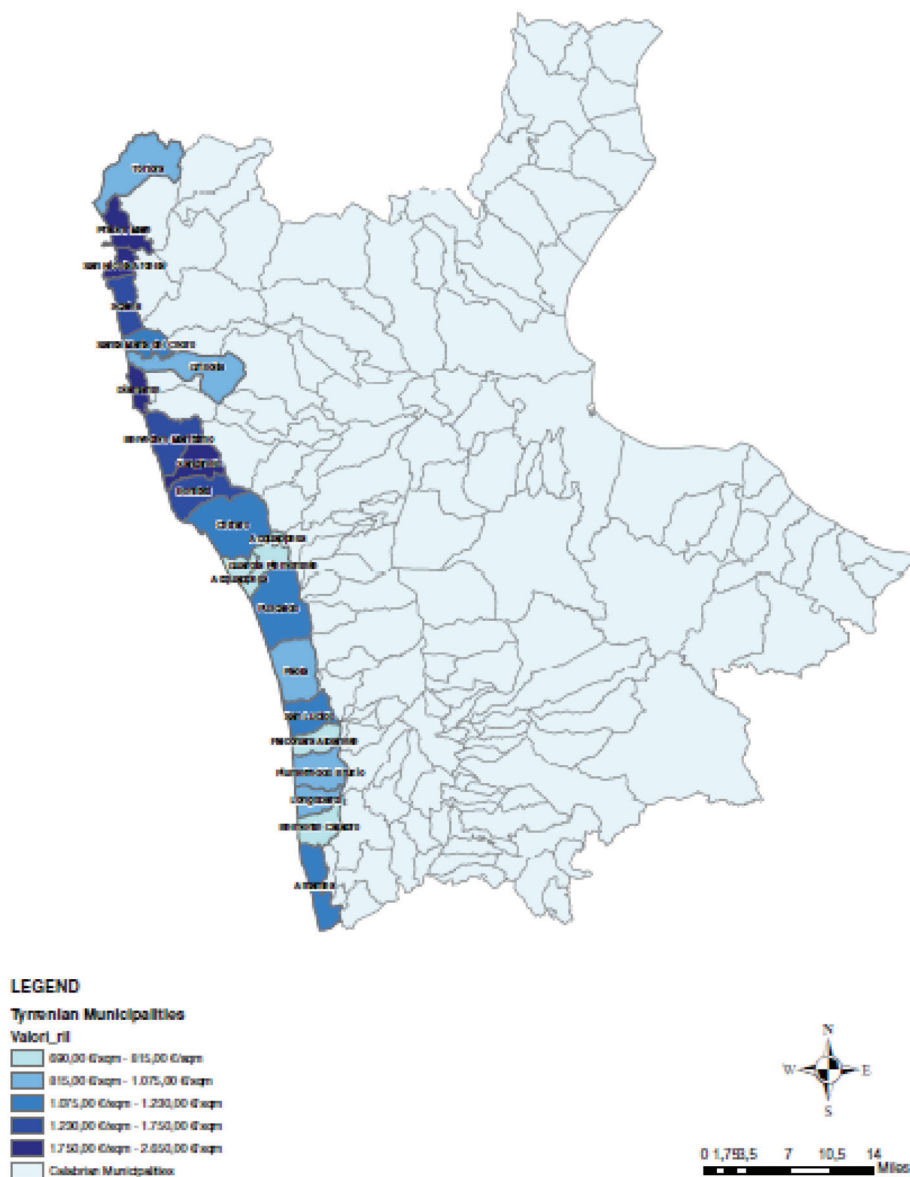
The survey also provided the analysis of real estate quotations provided by the Tax Office (OMI), a useful reference to validate the reliability of the detected prices.

Table 2 shows the quotations of the tax office and the unitary prices calculated with the single-parameter approach applied to the sample of real estate data obtained from the OREM database.

Table 2. OMI QUOTATIONS AND DETECTED UNITARY PRICES (OREM)

MUNICIPALITIES	OMI Quotations (€/sqm)	Detected unitary prices OREM (€/sqm)
Acquappesa	950,00	730,43
Amantea	1.200,00	1.151,80
Belmonte Calabro	875,00	818,80
Belvedere Marittimo	1.300,00	1.748,88
Bonifati	1.275,00	1.645,16
Cetraro	1.132,50	1.234,35
Diamante	1.637,50	2.138,13
Falconara Albanese	937,50	693,33
Fiumefreddo Bruzio	955,00	980,26
Fuscaldo	955,00	1.298,11
Grisolia	1.012,50	1.074,77
Guardia Piemontese	885,00	800,00
Longobardi	900,00	912,28
Paola	1.080,00	1.003,97
Praia a Mare	1.337,50	2.171,81
Sangineto	1.275,00	2.083,33
San Lucido	922,50	1.184,00
San Nicola Arcella	1.437,50	2.619,72
Santa Maria del Cedro	1.012,50	1.239,32
Scalea	1.092,50	1.749,42
Tortora	1.275,00	934,67

Map 4  
**CALABRIA REGION - ITALY**  
**Real Estate Properties Unitary Prices**  
**(Observatory of Real Estate Market DATA)**



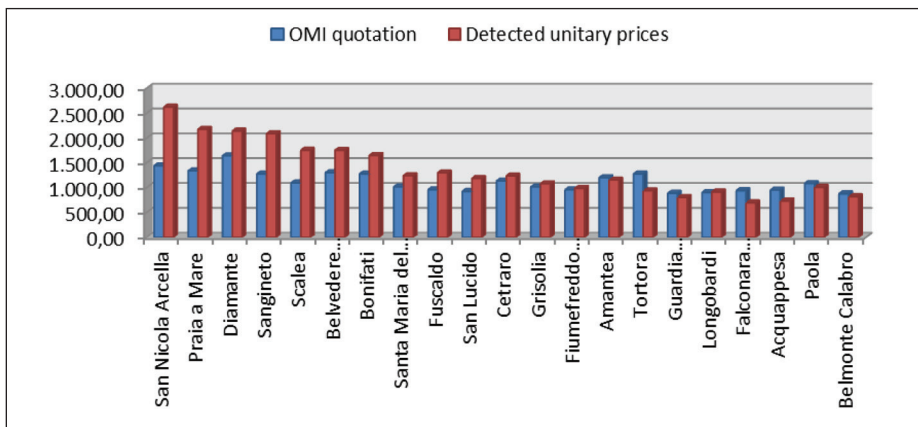
See also attached *Map 4* for a visual representation of real estate unitary prices.

Quotations depend on identifiable variables:

- quality of the sea water, also due to the presence of efficient purifiers;
- presence of naturalistic and landscape beauties;
- quality of services offered to tourists;
- presence of bathing facilities equipped for sports, entertainment, leisure, relaxation, also differentiated by age groups;
- activation of initiatives related to food and wine tourism, presence of festivals, folklore initiatives, traditions and local culture, *genius loci*, enhancement of local crafts, use of works of art, theater, museum and film, etc.;
- historical importance of the site;
- urbanistic quality of the housing context, due to the presence of residences with villas and organized places, with a stable tourism over time, which builds bonds and social bonds over the years;
- quality of the social and institutional life;
- ability to welcome tourists and in the stability and control of the cost of living.

What has been proposed up to now assumes a particular appraisal meaning because, even in the continuity of the coastline, the real estate data show an important heterogeneity that brings out variables to be identified and analyzed and interpreted in propositional and transformative terms. By way of example, just mention the significant difference in the unitary prices of real estate assets in neighboring Municipalities: San Nicola Arcella and Grisolia; Falconara and San Lucido; Guardia Piemontese and Bonifati.

Figure 2. OMI QUOTATIONS AND DETECTED UNITARY PRICES (OREM)





The reading of these data reveals significant fluctuations in the market prices of residential properties, which in a relatively short stretch of coast may also vary by 300%.

These fluctuations depend essentially on the quality of the services offered in terms of leisure and entertainment, considering that the territory is substantially homogeneous in terms of locational characteristics, real estate types and quality of the building.

The prices turn out to be significantly higher as more the buildings approach the coastline, thereby showing that the distance from the sea represents the most significant real estate feature, obviously together with the dimensional factor of the considered property.

This phenomenon is particularly interesting if we observe that the coastal areas are almost uninhabited during the year; nevertheless, the unit prices are decidedly higher than those of the central areas, permanently inhabited, thus highlighting the different nature and the different vocation of the two areas, tourist the first, housing the second.

Moreover, unitary prices are higher for villas than for apartments, suggesting the importance of the residency quality for tourism purposes.

Comparing the unit prices recorded with the OMI quotations, interesting and unexpected divergences can be observed:

in San Nicola Arcella, Praia a Mare and Sangineto real estate unitary prices are significantly higher than OMI quotations, probably showing that real estate transaction contract price is not often really declared in official documents;

in Acquappesa, Falconara Albanese, Tortora, Guardia and Paola, OMI quotations are higher than unitary price, showing that market values are lower than conventional values.

These findings seem to contradict the common feeling.

Despite the presence of the Terme Luigiane thermal station, prices in the Municipality of Guardia Piemontese are lower than those of the neighboring municipalities and OMI ones; a possible explanation is due to the different type of tourism attracted, which to enjoy the services offered by the spa prefers the conventional tourism offered by the numerous hotel facilities present in the municipality, or moves daily from another location to the spa.

Prices properties in the Municipality of Paola are particularly low if we consider that in Paola there are the monastic complex of San Francesco, destination of international religious tourism, and an important railway junction of the high-speed line; the town is also inhabited for the entire year. This circumstance could be explained by the poor quality of the sea water, which in recent years has affected its bathing potential, and by the deterioration and obsolescence of the buildings.



On the other hand, in some municipalities, especially in those of the high Tyrrhenian coast (Praia a Mare, San Nicola Arcella, Diamante), the unitary prices are particularly high, even higher than those of the provincial capital itself.

Once disaggregated data on unoccupied properties and on unitary prices have been examined, the interpretative model presented in this work has the task of cross-referencing information to identify the most attractive areas in the residential tourism market.

The indicators presented in paragraph 3 have been calculated and listed in Table 3.

Table 3. INTERPRETATIVE MODEL RESULT

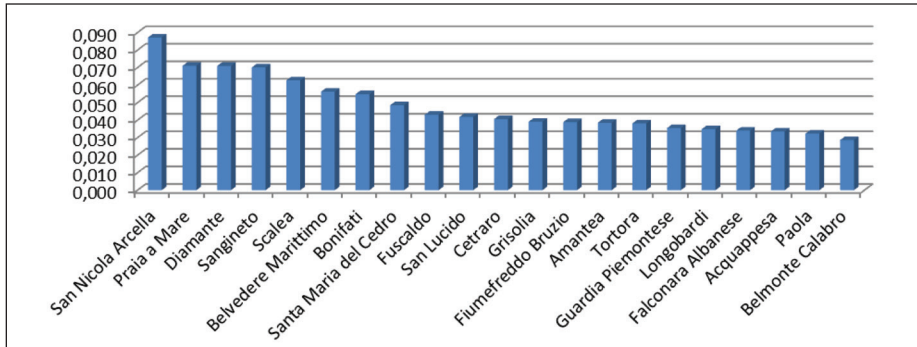
MUNICIPALITIES	$s_i$	$p_i$	$t_i$
<b>Acquappesa</b>	0,748	0,279	0,043
<b>Amantea</b>	0,407	0,440	0,035
<b>Belmonte Calabro</b>	0,356	0,313	0,028
<b>Belvedere Marittimo</b>	0,500	0,668	0,049
<b>Bonifati</b>	0,575	0,628	0,050
<b>Cetraro</b>	0,401	0,471	0,037
<b>Diamante</b>	0,730	0,816	0,065
<b>Falconara Albanese</b>	0,830	0,265	0,046
<b>Fiumefreddo Bruzio</b>	0,674	0,374	0,044
<b>Fuscaldo</b>	0,443	0,496	0,039
<b>Grisolia</b>	0,549	0,410	0,040
<b>Guardia Piemontese</b>	0,753	0,305	0,044
<b>Longobardi</b>	0,558	0,348	0,038
<b>Paola</b>	0,290	0,383	0,028
<b>Praia a Mare</b>	0,686	0,829	0,064
<b>Sanginetto</b>	0,762	0,795	0,065
<b>San Lucido</b>	0,541	0,452	0,042
<b>San Nicola Arcella</b>	0,908	1,000	0,080
<b>Santa Maria del Cedro</b>	0,821	0,473	0,054
<b>Scalea</b>	0,847	0,668	0,064
<b>Tortora</b>	0,701	0,357	0,044



Displaying results in descending order, it can be noticed that the most appreciated areas in residential tourist dynamics are that of the high Tyrrhenian Coast (see also *Map 5*).

The result is not surprising if we consider that the area of the high Tyrrhenian is the destination of an elite tourism, even extra-regional one, recalled by the extraordinary scenic beauty and the high quality of services offered that justify the price level.

Figure 3. INDEX OF APPRECIATION OF RESIDENTIAL TOURIST AREAS



## 5. CONCLUSIONS

The general conclusion that we can draw on the basis of what is highlighted in this paper is definitely final. Within the Calabrian tourism, a primary role is played by residential tourism, which however does not appear through official statistics.

In the broader meaning that we attribute to the term residential tourism we mean a complex phenomenon: of great importance for the Calabrian territory; full of positive values for the economic and social life of the region; which has had negative effects on the environment and on tourism itself; which has significantly interfered with the urban development of the territory; that in many areas of the region has prevailed over official tourism; that for many localities of Calabria it is not only an economic resource but also a possibility of social growth; difficult to include in the logic of industrial management of tourism given the prevailing self-directed character in the organization of travel and stay.

Its identification is really important, because it can provide land planners with the measure of the importance of infrastructural and economic investments, aimed at guaranteeing the efficiency of services and encouraging the increase of tourist flows.

In this perspective, an interdisciplinary approach, such that proposed in this work, can be useful to investigate phenomena on medium and large scale, returning tools able of providing not only thematic maps and representations of phenomena, but also models of interpretation and prediction that, through the use of GIS tools, find an opportunity for realization and development.

## REFERENCES

- CIUNA, M.; DE RUGGIERO, M.; SALVO, F.; SIMONOTTI, M. Automated Procedure Based on Market Comparison Approach in Italy. In *Advances in Automated Valuation Modeling*; KAUKO, T., D'AMATO, M., Eds.; Springer: New York, NY, USA, 2017; Volume 86, pp. 381-400.
- CIUNA, M., DE RUGGIERO, M., MANGANELLI, B., SALVO, F., SIMONOTTI, M., 2017, Automated valuation methods in atypical real estate markets using the mono-parametric approach, *Lecture Notes in Computer Science* (including subseries *Lecture Notes in Artificial Intelligence* and *Lecture Notes in Bioinformatics*)
- ISTAT (1996), *Censimento della popolazione e delle abitazioni*, Roma.
- MAZÓN, T., et al. (1996), *El turismo inmobiliario en la provincia de Alicante: análisis y propuestas*, Diputación Provincial, Alicante.
- MAZÓN, T. (1997), *Introducción a la planificación urbana*, Aguaclara, Alicante.
- MAZÓN, T., HUETE, R. (2005), "Turismo Residencial en el litoral alicantino: los casos de Dénia, Altea, Benidorm, Santa Pola y Torrevieja", in
- MAZÓN T., ALEDO, A., eds., *Turismo residencial y cambio social. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*, Aguaclara, Alicante.
- ROMITA, T. (1999), *Il turismo che non appare*, Rubbettino Editore, Soveria Mannelli.
- ROMITA, T., PERRI, A. (2009), *Da emigranti a turisti*, in ROMITA T., ERCOLE E., NOCIFORA E., PALUMBO M., PIERONI O., RUZZA C., SAVELLI A., a cura di, *Atti del III Convegno Nazionale Turismo Sostenibile: ieri, oggi, domani*, Pronovis, Cosenza.
- ROMITA, T. (a cura di) (2010). *Il turismo residenziale. Nuovi stili di vita e di residenzialità, governance del territorio e sviluppo sostenibile del turismo in Europa*. p. 5-203, Milano: Franco Angeli.



# RESIDENTIAL TOURISM AND “EXPERIENTIAL PRACTICE”. SMART LAND USE AND TOURISTS NEEDS

*Lucia Groe*

CREST – University of Calabria  
lucia.groe@unical.it

## ABSTRACT

The aim of this work is the analysis of a new binomial with surprising implications: residential tourism and experiential practice, where this last one is interpreted as journey, research and learning.

More and more tourism is characterized by its psycho-social aspects and the tourist is increasingly always looking for authenticity and emotions.

The tourist, today, buys a story, a tale, not a product (Dall’Ara, 2002). Stories created links between the guest and the destination. We can say tourist experiences has become a personal experience.

The experience as new way to live the community and the place is becoming a new reading key also for the residential tourism. The DIY tourism (Do it yourself) that distinguishes from mass tourism permits living the destination in full immersion becoming part of it, to choose directly the “What”, “When” and “Where” and finally to create a real relationship with the residents. It permits to know the real reality. Knowing becomes the crucial moment in human interrelation within the tourism phenomenon.

The work proposes the reading of two Italian cases of studies in the South Of Italy (Sicily), both in province of Agrigento, through the smart land use model. Two different cases of residential Tourism, one we can nominate it “pure”, that one of *Ciancianaschire* where the residential tourist has become resident and the other “hybrid” because has elements both of diffuse hotel and residential tourism that is that one of Favara, where the tourist is a creative/artist tourist. The analysis is aimed at illustrating a) the activation of actions / strategies to adapt to the new needs and expectations of tourists, considering

that the holiday is essentially life, is an emerging process, a flow of emotions; b) the processes of (re) valorization and (re) qualification both urban and the territorial offer, using the concept of product experience (Forlani, 2005).

Although smart land use is suitable for large urban areas, it is able to adapt itself to small communities with their own identities and peculiar characteristics that are difficult to homologate. The aim is to make a territory a sustainable, intelligent and inclusive territory, thus fostering its ability to compete and making it able to attract different levels of interest to itself. In this work it will be the unit of measurement that allows to measure both the degree of intelligence that that of sustainability.

Key words: residential tourism, smart land use, product experience, sustainability, tourist needs.

## 1. INTRODUCTION

For tourism scholars the analysis of the phenomenon through the use of binomials is not rare. They permit to focus on relationship between elements and to follow the processes which characterize that particular theme. Usually we read about tourism and environment, tourism and governance, tourism and health, tourism and sports, tourism and disasters, tourism and second homes, but in the last times it is becoming more and more insistent a new and emerging binomial: tourism and experience. The aim of this work is the analysis of this new binomial within the ambit of residential tourism with generates surprising implications. The experience in this contexts refers to experiential practice, where this last one is interpreted as journey, research and learning.

More and more tourism is characterized by its psycho-social aspects and the tourist is increasingly always looking for authenticity and emotions.

The tourist, today, buys a story, a tale, not a product (Dall'Ara, 2002). Stories created ties between the guest and the destination. We can say tourist experiences has become a personal experience.

The figure of this new tourist liven modern (or post-modern) societies up, where the psychological implications mix with elements of marketing and track the path of new trends within tourism. The mind of the tourist and the sensations felt and expected build the frame to the new needs of tourism industry.

That is because the tourism is first of all a social phenomenon even before economic (See Romita, 2010).

The evolution of tourist needs affects the tourist demand and offer, producing forms of travel more and more sophisticated. Pine and Gilmore (1999) write that a true tourist experience must amaze and that the tourist must perceives the service or the product in more theatrical way. For this

reason it must create a lasting memory, differentiate one's product from the competition, involve innovation and be highly unique. An experience is always remembered.

Through the journey the tourist wants to know the reality and interacts with the community. This interaction, this search of reality, this willpower to learn build the experiential practice.

Experiential practice derives from psychotherapeutic dimension and it can be considered as a tool to orientate the client. Orientation is a fundamental factor because implies an interactive processes that involves an individual with everything around him. The goal of the therapy is to maximize people's ability to adapt at changing environment. Bohart (1990) talks about this through the “experiential level of knowing” which involves a “learning from living” (Rombauts and Balen, 1990 :489) in this kind of process emotions has a key role in the change. But if the term experiential focus the attention on role of emotions, feel, images, memories and how they make emerge the experience, the term practice implies a step by step acquisition processes made up of small moments of experiential adjustments or change (ivi:493). So the experiential practice refers to the skill of observing actions and consequences, of assessing the effectiveness of responses, and of increasing flexibility of responses. It's a kind of overarching skill, which takes different forms, and applies to a variety of contexts. (Villatte, 2014). In other words it helps in this case the tourists be more autonomous and more flexible, to learn to be in touch with what matters to them, and to notice moment by moment and over time what works for them. (ibidem).

I use the experience as new way to read the community from tourist's point of view and I'm sure it is becoming a new reading key also for the residential tourism which considers to live the phenomenon in different way respect to conventional tourism.

## 2.METHODOLOGY, THEORIES AND HYPOTHESIS

At the basis of my analysis I consider the systemic approach which highlights the strong and mutual influence between the elements considered: the tourism, the tourists (individuals) and community (territory). At this kind of approach I add the auto-directed nature of residential tourism and the concept of experience as new social relations paradigm. As the residential tourism for its same nature occupies space and affects the land use, I apply to this study the smart land use model. Although smart land use is suitable for large urban areas, it is able to adapt itself to small communities with their own identities and peculiar characteristics that are difficult to homologate. The aim is to make a territory a sustainable, intelligent and inclusive territory, thus fostering its ability to compete and making it able to attract different levels of interest to



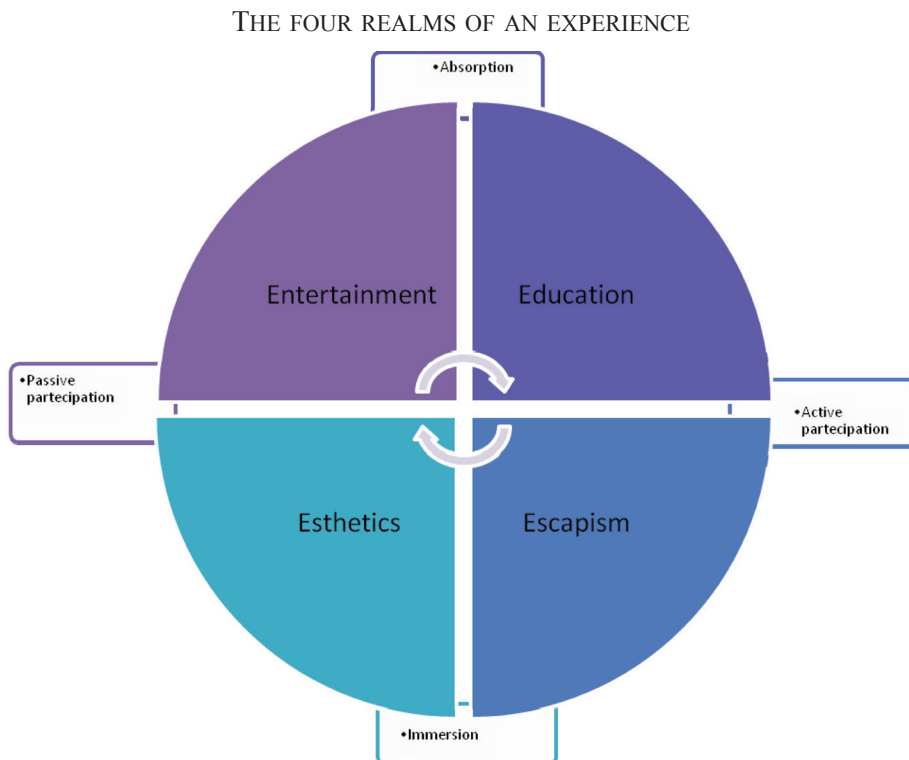
itself. In this work it will be the unit of measurement that allows to measure both the degree of intelligence that that of sustainability.

The residential tourism with the use of second homes for tourist goals has become a sector of particular importance for the tourism market. More than conventional tourism, it moves social relations, it permits meetings between categories (real estate brokerage, owners of second homes, builders, neighborhood, small businesses, etc.) that we usually do not find in conventional tourism. Living the community through these relations put the tourist in condition to search the reality, knowing the place and be involved in the fluid daily. The instituted relation implies a systemic interdependence that respect to the mechanistic-reductionist paradigm considers emergent properties, non-linear processes, largely non-predictable events, "living", complex and first of all involve humans. The nature of residential tourism that is a do-it-yourself tourism permits living the destination in full immersion becoming part of it, to choose directly the "What", "When" and "Where" and finally to create a real relationship with the residents. The tourist who relates with the actors of this kind of tourism. My attention focus on two case studies in the South Of Italy (Sicily), both in province of Agrigent. Two different cases of Residential Tourism, one we can nominate it "pure", that one of Ciancianaschire where the residential tourist has become resident and the other "hybrid" because has elements both of diffuse hotel and residential tourism that is that one of Favara, where the tourist is a creative/artist tourist. The analysis is aimed at illustrating a) the activation of actions / strategies to adapt to the new needs and expectations of tourists, considering that the holiday is essentially life, is an emerging process, a flow of emotions; b) the processes of (re) valorization and (re) qualification both urban and the territorial offer, using the concept of product experience (Forlani, 2005).

### 3. CASE STUDIES

At the base of the cases analyzed studied there is the experience as a product. According to Pine and Gilmore (1999) "Experiences are a third economic proposal that stands out from services and goods, but so far they have been little recognized". As the tourist experience (the tourism product) has a systemic-dynamic character, as it emerges thanks to the services offered by individual tourism companies, to the resources present in the environment, to interactions with the population, etc. In this logic the subjects, which are part of the tourist offer, should not be considered elements independent whose relationships are regulated only by the "market forces", but interconnected units within a complex relational system that emerges from a specific and delimited territory (Forlani, 2005).

In the economy of experiences the guest who can be involved according to the following scheme plays a fundamental role:



Source: Pine and Gilmore, 1999: 30 – My elaboration

These areas are mixed together in different sizes and proportions, depending on the type of experience and the host involved, contributing to create unique, personal and unrepeatabe events.

The degree of final involvement of the client/guest depends both on the person using the experience (high or low propensity to be involved in a given event) and on the organization that organizes it (degree of involvement that requires).

Starting from this premise, I report the analysis of the case studies.

### 3.1. *Ciancianaschire*<sup>1</sup>

Cianciana is a small town in the province of Agrigento and has about 3500 inhabitants, 350 of which are foreigners, and 20 are residents, to all intents and purposes. Among the reasons that have encouraged the flow of foreign tourists there are certainly the lure of its simple natural beauty as the tranquility of the place, the landscape, the weather, the absence of economic development that leaves the little town in a state of backwardness but inviolate, the strategic position because Cianciana is located about 300 m above sea level. Furthermore, what has favored the phenomenon has been the boom of low-cost flights, the self-organization of the holiday thanks to the use of the web, and the advertising strategies and the central role of the real estate agency of the town. Foreign tourists, henceforth called foreign residential tourists (TRs), have bought about 180 houses over the years, 20 of which are rented.

These are mostly typical houses in the historic center, while others are villas in the countryside. Only two families bought condominium apartments.

Most of the TRs go there 4-5 times in a year, initially they were people aged 55 and over, but now there are many young families (under age 30) who bought their homes. They come to Cianciana and use the country as a base to better explore the territory and the whole of Sicily. The municipal administration has welcomed the initiative, also because being a form of livelihood to the local economy can only be happy. The three municipal administrations, which have followed each other over the years have always guaranteed essential services with greater commitment given the presence of tourism: cleaning streets, public green, separate waste to door collection and timely and constant supply of public water keeping a low cost. With regard to taxes, the municipal administration is sure to benefit from the presence of “new citizens” also from a fiscal point of view. The situation has changed in positive: before the utilities in many houses were suspended or cut off and so also the related suspended taxes, since they were vacant houses and in a state of semi abandonment; today all pay taxes. The real estate market is now moving, after the stagnation of the years passed the properties sold with an average of 20,000 euros. Even Homes, located in remote areas, in sparsely populated or narrow streets, are sold equally, the importance that there is a panoramic view or the possibility to make a terrace or even that there is an outdoor space to be able to place a chair and a parasol and be able to read a book.

---

<sup>1</sup> Data and information contained in this paragraph are referred to translated Nicolosi's work (2015) entitled: “The nonconformity of marginality: the case of the Cianciana municipality as an experimental and unconventional model of independence, creativity and self-confidence” within the project: Bivona University Research Center and Santo Stefano Quisquina shared by real estate agency My House in 2018

The sales channels of the real estate pass through both via the Internet and with local/foreign advertising. The cost of typical houses in the historical center of the country is about 10.000-50.000 euros.

Cianciana was a great example of “transformation of marginality into value”. This has permitted to face the economic crisis. The tourist who bought the house, in addition to renovating the house, does small maintenance work, eats, drinks, goes to restaurants, so tourist lives and uses its money in Cianciana. The presence of permanent has created satellite activities as: other real estate agencies, some construction companies have been born. The relationship between tourist and local community is characterized by a good level of integration. Cianciana in history has always been welcoming, certainly more than other countries. Cianciana was a country with sulfur mines for which many workers came from outside, so the hospitality was a natural thing and becomes part of culture of Cianciana to welcome people who come from outside. In addition many Ciancianesi people who run commercial activities were born in England or France, (the result of an emigration of parents of the 60s and 70s) for which the tourist is able to speak a foreign language and be served without problems.

In addition local associations such as the Pro-Loco ( local tourist offices) or Ute (University of Third Age) try to welcome them and give them a hand to integrate. The Pro-Loco has been organizing a party for 5 years called “Giornata dell’Accoglienza” (Day of the hospitality), funded by the Municipality of Cianciana, where all those who have bought a house are invited, a very heartfelt and participated event by tourists. The UTE instead organizes Italian courses for them and also involves the foreigners to lent to volunteer their service as a language teacher.

Given the presence of tourists, their level of integration, the use of second homes to live their tourist experience, Cianciana has taken the nickname of Ciancianashire precisely to emphasize the residency of the experience and the integration with the place. Tourists take on the dual role (now no longer distinct) of foreigners and residents who animate the heart of the town.

A fundamental element for achieving this goal is the involvement and awareness of the entire citizenship including foreign residents. Moreover, by joining the Covenant of Mayors, the Municipality of Cianciana has committed itself to developing the Action Plan for Sustainable Energy (SEAP). This adhesion leads the Municipality to choose an energy planning path aimed at reducing by 20% the CO<sub>2</sub> emissions, produced and consequently released into the air, by 2020.

### 3.2. Favara and the Farm Cultural Park<sup>2</sup>

If Italy and the European context recognize the Ciancianashire case as unique and functional, a pure case of residential tourism, they also recognize that one of Favara as an attractor of energies and talents, a sort of little Paris in the province of Agrigent. Favara is not a small town like Cianciana, it is a city of about 32,000 inhabitants, which became famous for the Farm Cultural Park, the first “cultural tourism park” made in Sicily, a tangible example of “urban regeneration” recognized even by the EU.

More than 20 million euros have been invested. The Farm, and therefore Favara, has become a tourist destination for 120 thousand visitors a year. New economic activities have been created, job opportunities have been created (150 stable employees) beyond the related industries (Giarrusso, 2017).

But why is Favara famous? Because the Farm, which includes among other things a school of architecture for children, exhibition spaces and residences for artists, is not only a place of production, experimentation and use of Culture, it aims to create a new sense of community and with the recovery of the entire historical center to transform the country into a tourist destination to become the second attraction of the province of Agrigento, after the Valley of the Temples. In 2010, the creator Bartoli and his wife transformed Favara from a city of unauthorized development to an independent Cultural Center. There are residences for artists, incubators of social enterprises are hosted and the main purpose of the idea is the recovery of the entire historical center of Favara.

Tourists-artists can use a hybrid tourism channel: a mix between diffuse hotel and residential dimension to stay in the city, so the center can become an alternative form of tourism. The project aims to give a new identity connected to the experimentation of new ways of thinking, reside and living”. A large and sustainable renovation of a historic center (known as the seven courtyards) in degradation has transformed Favara into a place of contemporary hospitality where tourism mixes with art. A place to spend unique moments with the family, including exhibitors of craftsmanship and high quality design. The place is aggregated of seven small courtyards that host small palaces of Arab origin (known as *kasba*). Favara for its characteristics can not be called pure case of residential tourism, but rather hybrid case because it presents aspects of both conventional tourism and those of residential tourism.

---

2 The data of this case study derive from a web search because there are no data reported for the specific case of Favara on official data. See in particular: <https://www.lasicilia.it/news/agrigento/90405/cosi-il-farm-cultural-park-ha-cambiato-favara.html>

#### 4. CONCLUSIONS

In both cases the push comes from the private dimension that then finds support in the public especially for the case of Favara. Both cases are examples of urban regeneration and regeneration that exploit experience as a new form of attraction by combining elements of socio-psychology and marketing together. Tourism is the factor of change that transforms the place from isolation and marginalization into an economic revival. In fact, a fundamental element of the progression of the economic value of Pine and Gilmore is the whole process of managing the experience, both before and after the transformation. Factor of attraction is the community that makes the reception its must. The tourist is a tourist of the residential type in the pure case of Cianciana so as to favor the accommodation of the tourist who becomes even a resident. In the case of Favara the tourist-artist experiences elements of residential and conventional tourism. Both cases exploit the territory in a smart way and with talent and creativity have transformed the marginality in value and the degradation caused by illegal building in a tourist and cultural attraction. Both use in an original way the experience as a new tourist product suitable both for families and for niche tourists such as artists. The two cases represent an opportunity for knowledge: of a different culture, of an isolated place. Social inclusion fosters dialogue between the host community and the tourist. The smart use of tourist tools allows us to respond to the needs of the tourist who in turn produces new lifestyles, new behaviors and new requests. The use of the territory in a smart way has allowed:

- optimize the use of space
- facilitate inclusion and social cohesion
- stimulate a healthy lifestyle and slow times
- improve the urban area
- activate sustainable transition strategies
- activate participatory processes

The co-evolution of tourism and society means that the tourist offer is always able to satisfy a constantly changing tourism demand, on the other hand tourism does not just mean taking a trip to have fun, it is something else, much more.

#### ACKNOWLEDGMENTS

This research was supported by Real Estate Agency My House for sharing data and information about the case study of Cianciana.

## REFERENCES

- BOHART, A. (1990). *A cognitive client-centered perspective on borderline personality*. New York: Harper & Row.
- D'ALLARA, G. (2002). *Le nuove frontiere del marketing applicato al turismo*, Franco Angeli,
- FORLANI, F. (2005). *Marketing, Esperienze e Territorio*, Tesi di laurea in Impresa e Mercato, Università degli Studi di Urbino, Facoltà di Economia, VI Capitolo. Tesi non pubblicata.
- GIARRUSSO, C. (2017). *Così il Farm Cultural Park ha cambiato Favara in* <https://www.lasicilia.it/news/agrigento/90405/cosi-il-farm-cultural-park-ha-cambiato-favara.html>
- NICOLOSI (2015). *Bando Borse nell'ambito del progetto "Polo Universitario di ricerca di Bivona e Santo Stefano Quisquina" Report sullo stato della ricerca relativa al progetto "Trasformare la "marginalità" in Valore" Titolo della ricerca: L'anticonformismo della marginalità: il caso del comune Cianciana come modello sperimentale e non convenzionale di indipendenza, creatività e fiducia in sé stessi.*
- PINE, II B. J., GILMORE, J.H. (1999). *"The Experience Economy,"* Harvard Business School Press.
- ROMBAUTS, J., BALEN, R. (1990). *Client-centered and Experiential Psychotherapy in the Nineties*, Leuven University Press.
- ROMITA, T. (2010). *Il turismo residenziale. Nuovi stili di vita e di residenzialità, governance del territorio e sviluppo sostenibile del turismo in europa.* (a cura di ), Franco Angeli.
- VILLATTE, M. (2014). *"The Meaning of Experiential Practice"*, in <https://www.practiceground.org/blog/2014/08/the-meaning-of-experiential-practice>

# **PRODETUR Y EL CAPITAL INMOBILIARIO EN EL NORDESTE: BAHIA, PERNAMBUCO, RIO GRANDE DEL NORTE Y CEARÁ<sup>1</sup>**

*Marilia Natacha de Freitas Silva  
Eustogio Wanderley Correa Dantas*

## RESUMEN

Las actividades turísticas e inmobiliarias contribuyen a un reordenamiento y recalificación de los espacios y territorios de todo el mundo, pero este proceso no ocurre meramente por fuerza del azar. Los gobiernos y las políticas públicas son elementos importantes para la generación de divisas y para la actual valorización de estos espacios costeros. En Brasil, más concretamente en la región Nordeste, las políticas de turismo creadas en los años 1990 contribuyeron en una mudanza socioespacial de las comunidades de la región. Por lo tanto, el presente artículo tiene como objetivo presentar y analizar las políticas públicas de turismo (PRODETUR) y el capital inmobiliario asociado a producción de segundas residencias en los estados de Bahía, Pernambuco, Rio Grande do Norte y Ceará. Para su elaboración fueron necesarias dos etapas: obtención de datos sobre las políticas públicas de turismo y de las inversiones inmobiliarias y la elaboración de cartografías para espacializar las inversiones públicas y privadas a lo largo de los territorios.

Palabras claves: Estado y planificación territorial turística; capital privado; producción del espacio; Nordeste.

## INTRODUCCIÓN

En la segunda mitad del siglo XX el mundo estuvo marcado por importantes cambios sociopolíticos. Entre las diversas alteraciones en los modos de producción y en las relaciones de trabajo destaca el sector terciario, donde el turismo

---

<sup>1</sup> Investigación realizada con apoyo del CAPES y observatorio de las metrópolis (Fortaleza).



tuvo su mayor auge. En poco tiempo el turismo se situó como una actividad de negocio dentro de la economía internacional y en una megaindustria global (Jafari, 2005). Por ello, para muchos autores y gestores públicos y privados<sup>2</sup>, el fenómeno del turismo pasa a ser fundamental en el proceso de desarrollo y/o modernización de las diferentes comunidades a partir de la década de los 1950.

En este contexto, los países de Asia, África y América Latina adquieren el turismo como el posible “milagro” y “motor” de sus economías y recurren a financiaciones para impulsar el turismo en pro del desarrollo (Tosun y Jekins, 1998). En Brasil, concretamente en la región Nordeste –una región estructuralmente subdesarrollada– las expectativas de un crecimiento inducido a través del turismo fueron particularmente altas, por tanto los poderes públicos no dudaron en liberar incentivos excepcionales para la inclusión de esta región en el escenario turístico internacional (Cruz, 2008, Aledo et al., 2013). El resultado del aumento de políticas en turismo, en consonancia con la implantación de inversiones privadas en la región Nordeste, culminó con el fortalecimiento de una vía de organización del espacio desigual donde los recursos se concentran principalmente en los estados de Bahía, Ceará, Pernambuco y Río Grande del Norte (Dantas, 2007).

Por lo tanto, el presente artículo propone un análisis del turismo en los estados anteriormente mencionados, con el objetivo de comprender las estrategias asociadas a las políticas públicas del turismo, su contribución tanto en la atracción de inversiones extranjeras (turísticas e inmobiliarias) como en el reordenamiento del espacio costero de las mismas. El trabajo fue elaborado en tres etapas: análisis bibliográfico sobre el tema; análisis de datos secundarios obtenidos a partir de los organismos responsables y finalmente elaboración de mapas para su comprensión.

#### EL TURISMO, LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA Y LAS PRÁCTICAS SOCIOESPACIALES

La articulación entre el turismo y la cuestión espacial –en sus más variadas escalas– se ha transformado en uno de los principales ejemplos de penetración de iniciativas neoliberales en las políticas, en la planificación y en la gestión pública (Brenner y Theodore, 2002). Esto significa, sobre todo, que las políticas de turismo adoptadas en muchos lugares se someten a los intereses hegemónicos del capital y favorecen al poder político y económico de las élites globales y locales. La expresión espacial de la actividad es tan genuina que “(...) el turismo crea, transforma e incluso valora diferencialmente espacios que podrían no tener ningún valor en el contexto de la lógica de la produc-

2 Ejemplos: Grunwald, J; Musgrove, P (1970); CEPAL (1976); Cardoso, F, H; Faletto, E. (1979); Krause, W.J; Schluter, R.G. (1993); Kearney, M. (1995); Stonich, S.C; Sorensen, J.H.; Hundt, A. (1995); Brohman, J. (1996); Melendez, A. (2000).

ción” (Nicolás, 2001, 49), por ello, no se pueden negar las especificidades de la relación entre turismo, producción y consumo del espacio (Da Costa, 2012).

En este contexto, las intervenciones en la infraestructura, en el diseño urbano y en la arquitectura cumplen un papel fundamental en la creación del atractivo turístico. En el caso del turismo, este proceso se da como una estrategia de valorización de los territorios, calificando el “espacio turístico”. Se añade el hecho de que esas formas espaciales son instrumento político de control social del Estado para promover sus intereses y el de las élites dominantes.

Podremos entender el papel del turismo en las prácticas políticas en la medida que podamos comprender las relaciones de poder que involucran la actividad, sobre todo el papel desempeñado por el Estado. El recetario neoliberal incide en el turismo en la medida en que el mismo, por su dimensión espacial intrínseca, posibilita la absorción de nuevos territorios a la lógica capitalista, favoreciendo los flujos de capitales (industriales, comerciales y financieros) a escala global.

Desde el final de los años 1960 la aparición de estrategias de desarrollo neoliberales orientadas al exterior ha ido acompañado con un aumento de intervenciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) y del Banco Mundial en la elaboración de las políticas del tercer mundo a través de mecanismos tales como préstamos de ajuste estructural (Fonseca, 1998; Sorj, et.al., 2008). En general, según Fonseca (1998), esto significa que el acceso continuado a estos préstamos, así como la mayoría de las otras fuentes externas de financiación, fue subordinado a la adopción de reformas políticas destinadas a reducir la intervención económica del Estado y generar crecimiento orientado hacia el mercado exterior.

Así, las políticas de turismo son sistemas logísticos globales sobre un comando de corporaciones y bancos internacionales que se superponen a los gobiernos estatales y municipales, redireccionándolas hacia intereses globales. Y es en ese contexto donde el Nordeste de Brasil adopta normas y se posiciona a favor de las empresas con políticas inductivas de la economía similares a otros países latinoamericanos y cuyos discursos ratifican la propuesta neoliberal, engrandeciendo el mercado. En ese sentido, se observa una contradicción entre los intereses de las corporaciones transnacionales en expandir sus ingresos y los intereses de la población en mejorar sus condiciones de vida.

Esta realidad revela una participación preponderante del Estado y del mercado con intereses subyacentes de hegemonía política y económica respectivamente como agentes productores del espacio, minimizando la participación de los demás agentes sociales (Paiva, 2012). En contrapartida, la población nativa o local, aunque se constituya como un agente productor del espacio, tiene una participación restringida en ese proceso de toma de decisión, pues prevalecen los intereses del mercado.

Finalmente, si por un lado las prácticas y actividades económicas vinculadas al turismo pueden contribuir a un desarrollo local más humano y sostenible, por otro, pueden conducir a procesos socioespaciales contradictorios, desiguales y excluyentes, marcados por el confinamiento de los espacios públicos de ocio, especulación del espacio urbano y fragmentación y segregación socioespacial (De Assis, 2002; Brinckmann, 2010).

#### CAPITAL PÚBLICO Y PRIVADO EN EL NORDESTE DE BRASIL

Actualmente, el turismo y la actividad inmobiliaria es una realidad en los estados nordestinos, principalmente en el caso de los estados de Bahía, Pernambuco, Rio Grande do Norte y Ceará. Los gobiernos de los Estados Nordestinos apuestan por el turismo como alternativa económica debido, no sólo a sus bellezas y stock de tierras, sino también a las dificultades encontradas en los sectores de la industria y agricultura. Tanto el sector inmobiliario como las actividades de turismo obtuvieron tal magnitud gracias al esfuerzo continuado de los estados por la implementación de políticas públicas de promoción del turismo.

Teniendo como punto de inflexión el Programa de desarrollo del turismo en el Nordeste/Brasil (Prodetur/NE), el cual estuvo marcado por la atracción de inversiones de capital externo (principalmente de origen europeo), presentaremos en un primer momento las principales políticas públicas de turismo y sus respectivas acciones espaciales en los estados y, posteriormente, las inversiones de capital nacional e internacional asociadas a las actividades turístico-inmobiliarias en la región Nordeste en los últimos años.

#### PRODETUR I: UN ANTES Y UN DESPUÉS

El Prodetur surge a través de la ordenanza o “Portaria Conjunta nº 1” del 29 de noviembre de 1991 y fue implantado por el Gobierno Federal en 1992 a través del Ministerio de Deportes y Turismo. El Programa fue elaborado en colaboración con el Banco Nacional de Desarrollo de Brasil (BNDES), el Banco del Nordeste de Brasil (BNB), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) además de los gobiernos estatales nordestinos<sup>3</sup>. El programa tenía previsto invertir inicialmente un total de 800 millones de dólares, sin embargo, a lo largo de los años de la implantación del programa y motivado por realidad económica del país, esta partida se modificó y se redujo a 670 millones de dólares (R\$<sup>4</sup> 1,3 mil millones).

La principal acción del programa era intervenir en la región a través de la implantación de infraestructuras básicas (transporte, saneamiento y energía),

3 En su primera fase el PRODETUR/NE comprendía sólo los estados nordestinos.

4 Real Brasileño



En Pernambuco, la inversión efectuada en la primera etapa del Prodetur I contabilizó un total de R\$ 86 millones que fueron destinados a la ampliación y modernización del Aeropuerto Guararapes en Recife y el Patrimonio Histórico de Recife y Olinda. Con el objetivo de proyectar el turismo hacia el sur del estado fueron destinados R\$ 16 millones en obras de pavimentación y duplicación de carreteras (PE-061 y de la PE-076, vía de acceso al Muro Alto, adecuación de la vía costera de los Carneiros, vía costera Guadalupe, vía de penetración sur/entrada PE-060/Praia dos Carneiros).

Figura 2. PRODETUR I POR COMPONENTE EN EL ESTADO DE RIO GRANDE DO NORTE Y CEARÁ



Elaboración y sistematización: autora. Fuente: BNB (2005).

La inversión de R\$ 79 millones en Río Grande do Norte destinada a la ampliación y modernización del aeropuerto en Parnamirim y las inversiones en el sistema viario carreteras la (BR-101, en la RN-313 y en la RN-063) marcaron el proceso de internacionalización del turismo en Rio Grande del Norte, ya que estos dos componentes viabilizaron las conexiones e interacciones espaciales de la región en el mundo. Figura 2.

La acción del PRODETUR en el estado de Ceará no fue diferente de los otros estados, prevaleciendo la inversión en aeropuertos y carreteras. El objetivo era priorizar la puerta de entrada (Aeropuerto Internacional Pinto Martins) y las carreteras de acceso a las playas metropolitanas en sentido paralelo al mar (Silva y Lima, 2015). La inversión también incluía proyectos de protección ambiental y saneamiento.

### PRODETUR II: LA CONSOLIDACIÓN DEL TURISMO EN LA REGIÓN NORDESTE

Con la intención de transformar la región Nordeste en un destino turístico nacional e internacional se optó por la continuidad del programa PRODETUR (Dantas, 2007; 2010). Esta segunda fase del programa se inicia oficialmente en 2004 con inversiones de cerca de US \$400 millones (R\$ 900 millones) y pretendía ampliar las inversiones en la totalidad de los municipios costeros de la región Nordeste (de Freitas Silva, 2013).

Si observamos la figura 3, las inversiones en Bahía se dispersaron por todas las regiones turísticas del estado, dando foco a la región del litoral norte,

Figura 3. PRODETUR II POR COMPONENTE EN LOS ESTADOS DE LA BAHÍA Y PERNAMBUCO

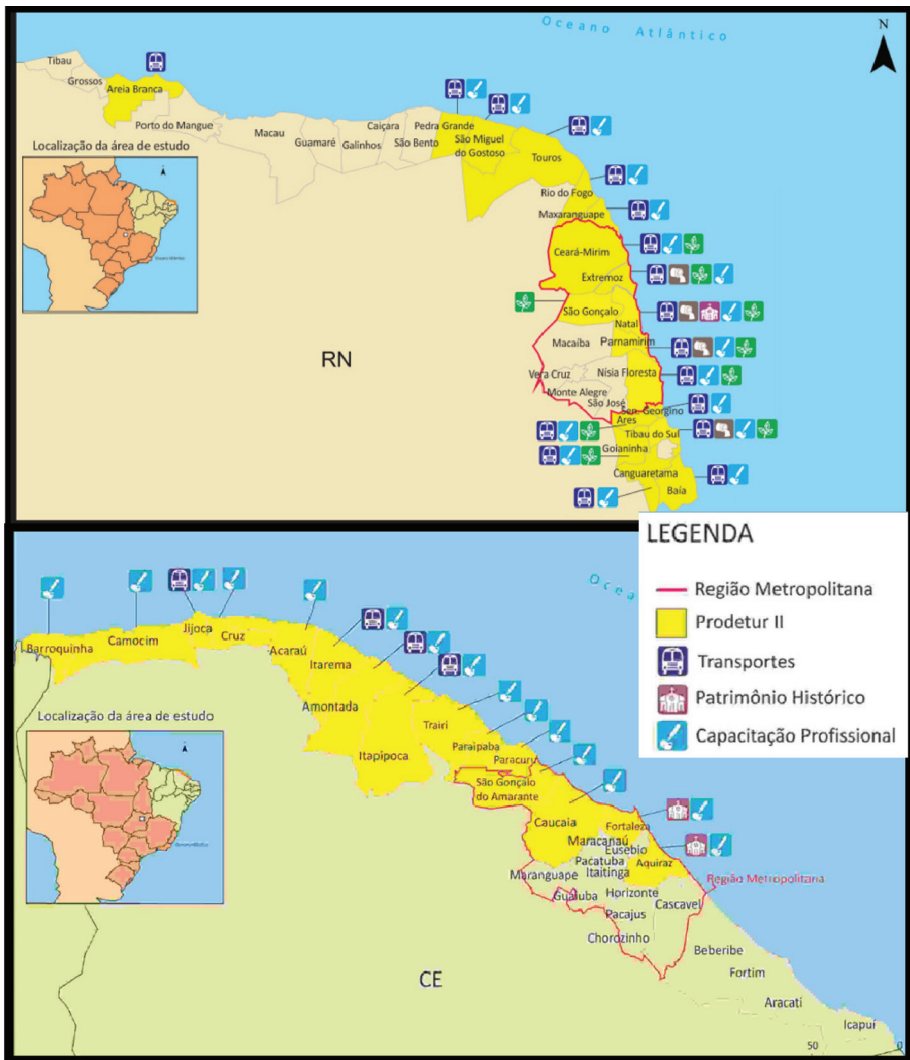


Elaboración y sistematización: autora. Fuente: BNB (2012).



al litoral sur, extremo sur y la región de la Chapada da Diamantina. Las inversiones en transporte se concentraron en la Costa do Dendê, Costa do Cacao y Costa del Descubrimiento (en el litoral sur y extremo sur de Bahía) donde se invirtió el total de R\$ 86 millones para mejoras en carreteras, Patrimonio Histórico, capacitación profesional y saneamiento básico.

Figura 4. PRODETUR II POR COMPONENTE EN EL ESTADO DE RIO GRANDE DO NORTE Y CEARÁ



Elaboración y sistematización: autora. Fonte: BNB (2012)

En relación al estado de Pernambuco, la inversión en esta segunda fase fue de R\$ 293 millones destinada a la totalidad de sus municipios costeros. Viabilizó la diversificación de las inversiones privilegiando, además de la infraestructura de soporte, los siguientes sectores: saneamiento básico, patrimonio histórico, formación y capacitación de empresarios y gestores públicos, además de reforzar proyectos de contención de riesgos ambientales.

En el estado de Rio Grande do Norte el monto de R\$ 80 millones fue destinado a la región metropolitana y la costa más próxima al norte y al sur de la metrópolis. A pesar de no alcanzar la totalidad de sus municipios costeros, el PRODETUR II logró extrapolar los límites de la región metropolitana del estado destinando inversiones en pavimentación y duplicación de carreteras para el acceso de playas en el litoral norte y sur de la capital del Estado.

En el caso del estado de Ceará, los recursos disponibles sumaron R\$ 141 millones aplicados prioritariamente en la Región Metropolitana de Fortaleza y también en el eje oeste y extremo oeste de la provincia a fin de promover y dinamizar el flujo turístico entre el litoral de Ceará, del Piauí y de Maranhão (Araujo y Dantas, 2015). La intención del estado de Ceará era promover y expandir el turismo hacia las playas del litoral oeste que aún poseían tasas de turismo hotelero y de segunda residencial bastante incipientes en comparación con las playas del litoral este del estado.

#### PRODETUR NACIONAL: INTERIORIZACIÓN Y REGIONALIZACIÓN DEL TURISMO

El Prodetur Nacional tuvo su lanzamiento en el gobierno de Lula en 2008, con una suma de US\$ 1 mil millones financiada con recursos provenientes del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y Confederación Andina de Fomento (CAF). El programa, en esa tercera fase, se expande en la totalidad de los estados del país así como en el Distrito Federal y cualquier ciudad por encima de 1 millón de habitantes. En otras palabras, si el turismo y el Prodetur fueron idealizados en un primer momento como política económica alternativa para la región Nordeste, con el lanzamiento del Prodetur Nacional podemos afirmar que el turismo ganó su espacio entre las demás políticas económicas y estructurales en el país con su planificación a escala nacional (Dantas, 2013).

Por lo tanto, el Prodetur deja de ser un programa de sesgo regional con el objetivo de aumentar la competitividad de los destinos turísticos del país y, consecuentemente, consolidar en turismo como política nacional a través de un modelo de gestión pública descentralizada y cooperativa que incluía dos procesos paralelos: la interiorización y la regionalización (Da Silva, et al., 2017).



La interiorización ocurre debido, en parte, a las exigencias de los municipios interiores en formar parte del escenario turístico internacional y, por otro lado, de la idea de diversificar los segmentos turísticos a fin de atraer a un mayor número de turistas. Este proceso de interiorización del turismo se realiza conjuntamente con el proceso espacial de regionalización del turismo, que a su vez es una propuesta que significa mirar la región en lugar del municipio aislado (Fonseca, 2007, Silva y Fonseca, 2017).

Con un presupuesto de R\$ 173 millones, el estado de Bahía privilegió el polo de Bahía de Todos los Santos con la intención de modernizar esa región para el mundial de 2014. Los principales proyectos y obras contemplados fueron: a) el terminal náutico, recalificación del Puerto de Salvador, reforma del edificio y ampliación del puerto deportivo; b) la vía de contorno de la Bahía de Todos los Santos, que tiene como función interconectar los municipios de la región turística, revitalizando un trecho de 29 km ya existente.

Figura 5. PRODETUR NACIONAL POR COMPONENTE EN EL ESTADO DE BAHÍA

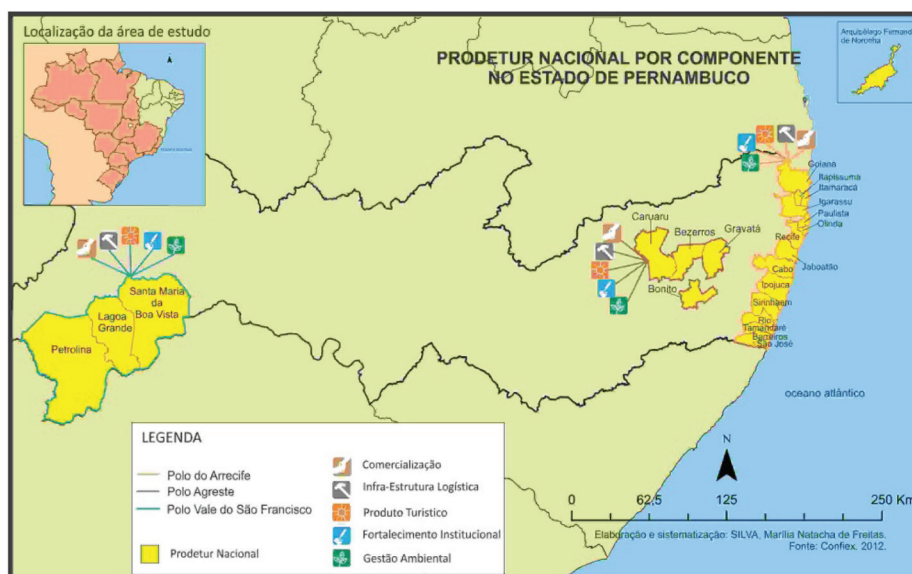


Elaboración y sistematización: autora. Fuente: CONFIEX (2012)

En relación al estado de Pernambuco, la financiación total fue de R\$ 254 millones que fueron invertidos en tres polos turísticos principales: el polo de los arrecifes (totalidad de los municipios costeros del estado), polo del Agreste y el polo Valle del São Francisco. En el caso de la región Agreste, uno de

los productos turísticos es el turismo de deporte y aventura, como ejemplo la ciudad de Bonito. Con respecto al polo Vale do São Francisco consiste en una región turística todavía poco atractiva, sin embargo, las inversiones buscan promover y fortalecer la cultura de las bodegas atrayendo a los amantes del vino.

Figura 6. PRODETUR NACIONAL POR COMPONENTE EN EL ESTADO DE PERNAMBUCO



Elaboración y sistematización: autora. Fuente: CONFIEX (2012)

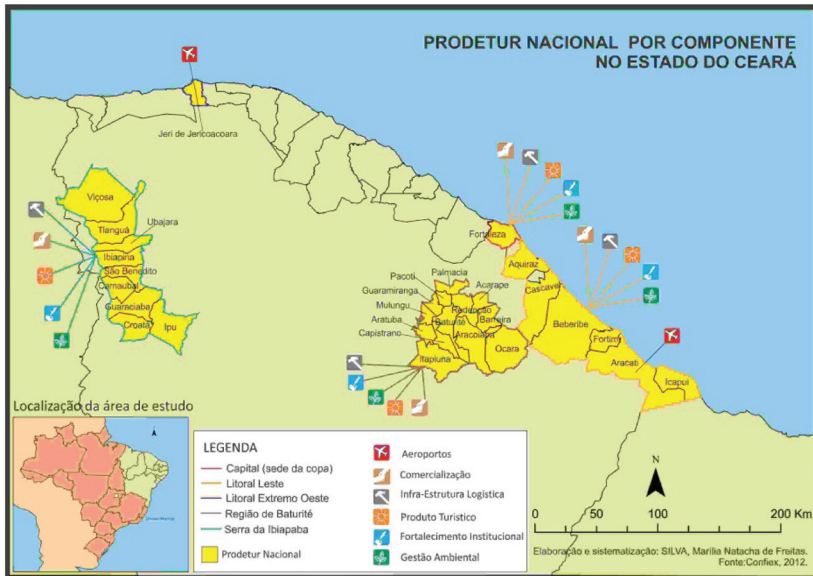
Río Grande do Norte financió R\$ 152 millones. Sus proyectos tendieron, así como en Pernambuco, a interiorizar y regionalizar el turismo en casi totalidad del estado, asignando recursos para inversión en los 54 de los 167 municipios que componen actualmente el estado (figura 7). Todo ello supuso un aumento considerable de áreas beneficiadas por el programa, teniendo en cuenta que en sus primeras fases únicamente contemplaba la metrópoli y sus áreas más próximas.

Figura 7. PRODETUR NACIONAL POR COMPONENTE EN EL ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE



Elaboración y sistematización: autora. Fuente: CONFIEX (2012)

Figura 8. PRODETUR NACIONAL POR COMPONENTE EN EL ESTADO DE CEARÁ



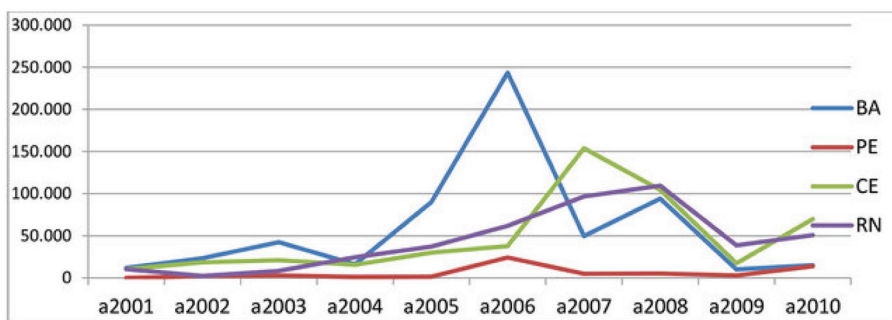
Elaboración y sistematización: autora. Fuente: CONFIEX (2012)

El estado de Ceará, con una inversión de R\$ 509, buscó fortalecer el segmento sol y playa y además promover el turismo rural en las sierras de Baturité y de Ibiapaba. Fue invertido en la construcción de aeropuertos regionales en Aracati y en Jericoacoara con el propósito de fortalecer las regiones turísticas del litoral este (Aquiraz, Cascavel, Beberibe, Aracati e Icapuí) y la Ruta de las Emociones respectivamente. Ambos aeropuertos están en funcionamiento desde año pasado con vuelos comerciales semanales desde São Paulo (Congonhas y Campinas) y Recife (cuatro veces por semana).

### TURISMO RESIDENCIAL Y EL ARREGLO ESPACIAL DEL NORDESTE

A partir del año 2000 la expansión del turismo y su proceso de internacionalización dio visibilidad a la Región Nordeste y recalificó el litoral, pasando a atraer inversiones de capital privado (con capital proveniente de Europa) asociados a la producción de inmuebles de segunda residencia o turismo residencial (Pereira y De Freitas Silva, 2014). Este aumento de inversiones en el Nordeste se dio gracias a la liberación financiera de mercado y al papel del Estado (Silva, 2013b, Araujo, 2016). Además de las políticas públicas, debemos destacar el papel de las elites locales y de los promotores inmobiliarios como agentes importantes en este proceso de urbanización de la costa del Nordeste y, por tanto, del reordenamiento espacial de los diferentes territorios de la región.

Gráfico 1. ENTRADA DE CAPITAL INTERNACIONAL EN EL NORDESTE - 2001 A 2010



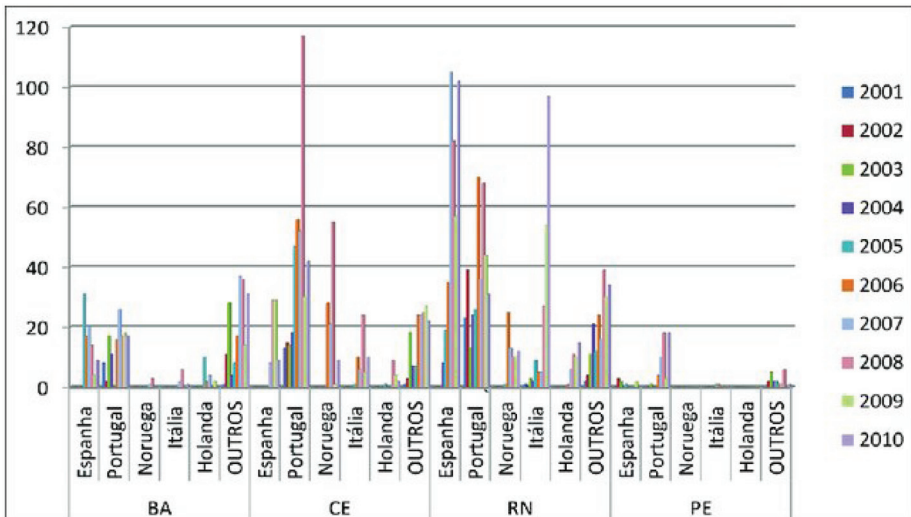
UF	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Total
BA	11.797	23.311	42.284	16.147	89.964	243.743	49.699	94.111	10.145	15.021	596.222
CE	10.356	18.481	20.960	15.588	29.822	37.619	153.800	104.407	17.124	69.953	478.110
RN	10.355	2.214	8.153	24.477	37.188	61.683	96.718	109.311	38.745	50.755	439.599
PE	-	2.350	2.849	959	1.252	24.323	4.798	5.050	2.772	13.846	58.199
<b>Total</b>	<b>32.508</b>	<b>46.356</b>	<b>74.246</b>	<b>57.171</b>	<b>158.226</b>	<b>367.368</b>	<b>305.015</b>	<b>312.879</b>	<b>68.786</b>	<b>149.575</b>	<b>1.572.130</b>

Fuente: Dantas y Alves (2016)

A pesar de haber un número considerable de inversiones inmobiliarias<sup>5</sup> en toda la región Nordeste, en los estados de Bahía, Ceará, Rio Grande do Norte y Pernambuco esta actividad es más intensa, produciendo en corto tiempo suelo urbano y revalorizando los diferentes espacios de la costa. De acuerdo con el gráfico 1 acerca de los ingresos de capital extranjero destinados a equipamientos inmobiliarios y/o turísticos podemos observar la continuidad de la entrada de inversiones a lo largo de los años a pesar de su casi estancamiento en el año 2009 (post-crisis).

El estado de Bahía fue el estado que más inversiones de capital extranjero recibió, sin embargo, no fue el único si observamos Ceará y Rio Grande do Norte, las cuales recibieron cantidades equivalentes de capital destinadas a promover el turismo residencial en la región. En relación el origen de las inversiones, la mayor parte provienen de países europeos, principalmente de Portugal, España e Italia. Gráfico 2

Gráfico 2. ORIGEN DEL CAPITAL INTERNACIONAL EN EL NORDESTE - 2001 A 2010



Fuente: Dantas y Alves (2016)

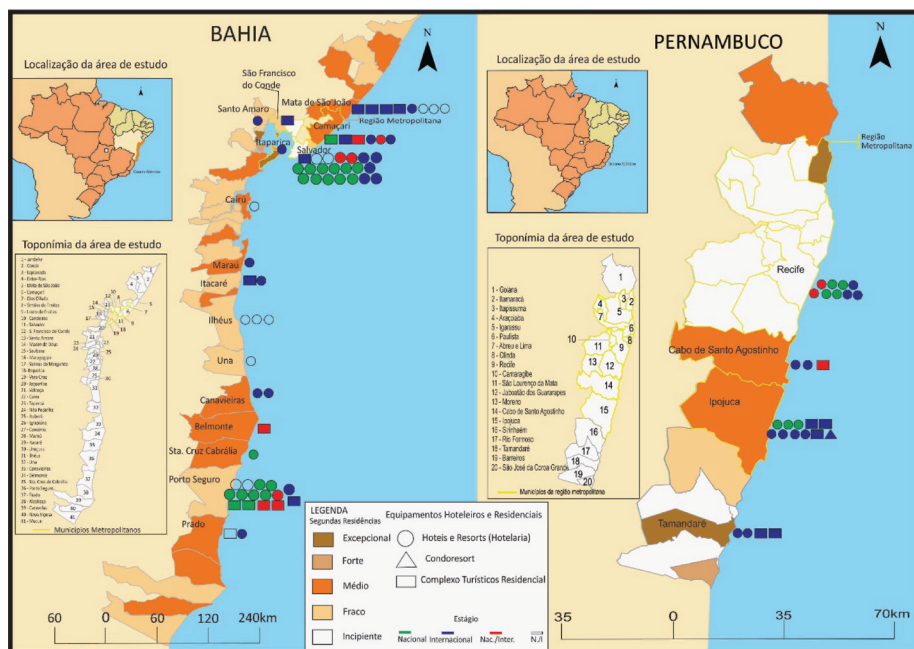
Como resultado de la entrada de capital extranjero, en los estados encontramos un ambiente propicio a proyectos y construcción masiva de equipamientos turísticos e inmobiliarios. En el estado de Bahía, con una costa de

5 Trabajo de Araújo 2011, “Terra a vista, O litoral brasileiro na mira dos empreendimentos turísticos imobiliarios”.

casi 1000 km, podemos encontrar en las últimas dos décadas la presencia de inversiones del tipo turístico-inmobiliario, como resorts y condoresorts. Entre los 66 megaproyectos creados o en proceso de creación en el litoral de Bahía, podemos destacar algunos ejemplos como el Complejo Costa do Sauipe, Reserva Imbassaí y Complejo Iberostar Praia do Forte, ambos de capital extranjero (Nascimento, et al., 2009).

En relación al Estado de Pernambuco, los emprendimientos turísticos-inmobiliarios se concentran prioritariamente en el litoral sur de Recife, justamente en los municipios que poseen las mayores tasas de segunda residencia, como en las playas de Porto de Galinhas y Muro Alto (Ipojuca), playa de los Carneros (Tamandaré) y del municipio de Cabo de Santo Agostinho. En el caso de Cabo de Santo Agostinho, más concretamente en la playa del Paiva (Reserva del Paiva), se aprobó la construcción de un megaproyecto turístico y residencial que abarca 540 mil metros cuadrados de área construida, con 6.967 mil viviendas multifamiliares, 784 unidades habitacionales de vivienda hotel, tiendas, campo de golf, pistas deportivas y complejo náutico.

Figura 9. EMPRENDIMIENTOS EN EL LITORAL BAHIANO Y PERNAMBUCANO

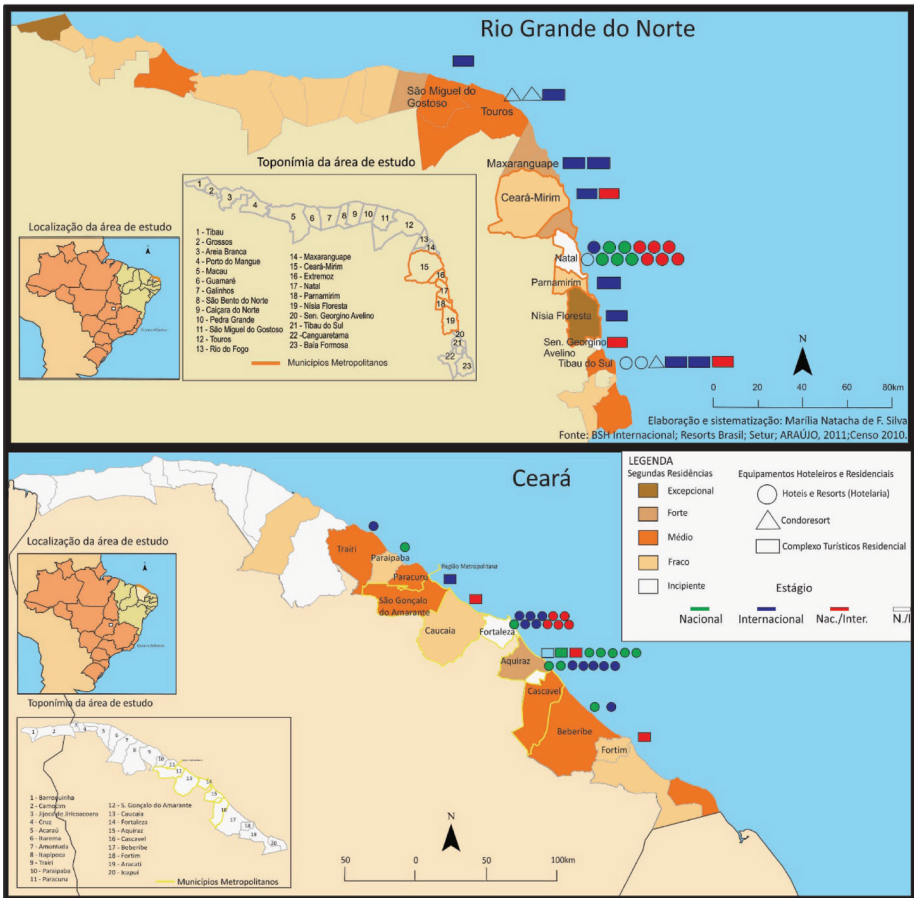




En el estado de Rio Grande do Norte sigue el mismo patrón de Pernambuco, con inversiones concentradas en su mayoría en la región metropolitana y la dispersión urbana en algunos municipios como Toros, São Miguel do Gostoso (al norte) y Tibau do Sul (al sur).

En cuanto al estado de Ceará, aunque la acción del sector público ha priorizado la costa oeste y el extremo oeste del estado, los emprendimientos inmobiliarios se dirigen hacia el litoral este del estado, principalmente en el municipio de Aquiraz y Beberibe, donde se concentran las mayores tasas de segunda residencia. Podemos destacar los proyectos portugueses Vila Gale y Aquiraz Riviera como los mega-proyectos más importantes del estado.

Figura 10. EMPRENDIMIENTOS EN EL LITORAL DEL CEARÁ Y RIO GRANDE DEL NORTE



Fuente: Pereira e Silva (2014).

## CONCLUSIONES

Muchas son las discusiones que intentan proyectar las bases conceptuales que nos llevarán a un mayor entendimiento del turismo como fenómeno económico y social en varios países del mundo, además de los impactos que en sí mismo suscita y envuelve. Por el prisma del análisis político sobre la relación turismo, planificación y desarrollo, entender el papel que ejerce el Estado se vuelve indispensable. Por lo tanto, a él le corresponde la tarea de propiciar estrategias locales y sostenibles de desarrollo que procuren alcanzar los objetivos de aumento del rendimiento y de la competitividad del sistema productivo sin perder de vista la mejora de la distribución de la renta, de la conservación de los recursos naturales y del patrimonio histórico y cultural.

Sin embargo, aunque tradicionalmente el discurso del turismo esté asociado al concepto de desarrollo, con el análisis del PRODETUR y sus acciones en los territorios del Nordeste podemos concluir que el concepto de desarrollo empleando por esta política está mucho más asociado a la idea de modernización que al bien de los individuos. Las grandes inversiones destinadas casi prioritariamente a equipos de infraestructura como carreteras y aeropuertos y, en consecuencia, a la atracción de inversión en equipamientos hoteleros o de segunda residencia, nos lleva a cuestionar el papel del turismo como motor de desarrollo local, humano y social.

En vista las reflexiones expuestas, creemos en la necesidad de profundizar el análisis conjuntamente con los conceptos y definiciones que aún no están claros, como el turismo y desarrollo. Además de la importancia de pensar en los actores involucrados en este proceso tales como promotores inmobiliarios, agentes agrarios, elites locales y, sobre todo, los individuos y grupos que viven directa o indirectamente del turismo.

Teniendo en cuenta que la región de Nordeste viene sufriendo un proceso intenso de urbanización y valorización de su espacio a lo largo de estos años, resultado de un proceso consensuado entre el capital público y privado, deberíamos plantearnos las siguientes preguntas: ¿realmente el turismo está contribuyendo positivamente en el desarrollo de las comunidades y grupos locales? Y ¿cómo podríamos analizar empíricamente si existe una relación entre el turismo y el desarrollo?

## REFERENCIAS

- ALEDO, A., LOLOUM, T., ORTIZ, G., & GARCÍA-ANDREU, H. (2013): "El turismo residencial internacional en el nordeste de Brasil: un análisis de partes interesadas". *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 142(1), 3-23.



- ARAÚJO, C.P (2016): “Paraísos à beira-mar”: os empreendimentos turísticos imobiliários”. In: Heliana Comin Vargas; Ricardo Alexandre Paiva. (Org.). Turismo, arquitetura e cidade. 1ed.Barueri: Manole, p. 111-132.
- ARAÚJO, L. L. B.; DANTAS, E. W. C. (2015): “Políticas públicas de turismo: um olhar para a região meio-norte do nordeste brasileiro”. Geosaberes: Revista de Estudos Geoeducacionais, v. 6, (2), p. 222-236.
- BANCO DO NORDESTE DO BRASIL (BNB). “Relatório final do Prodetur I”. Disponible en: <[http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/prodetur\\_ne1/gerados/a\\_presentacao.asp](http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/prodetur_ne1/gerados/a_presentacao.asp)> Acesso em: 8 de setembro de 2012.
- BANCO DO NORDESTE DO BRASIL (BNB). “Relatório Final do Prodetur II”. Disponible en: [http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/prodetur\\_ne2/gerados/apresentacao.asp](http://www.bnb.gov.br/content/aplicacao/PRODETUR/prodetur_ne2/gerados/apresentacao.asp). Acesso em: 8 de setembro de 2012.
- BENI, M. C. (2006): “Política e planejamento de turismo no Brasil”. São Paulo: Aleph.
- BRENNER, N.; THEODORE, N (2002) : « cities and the geographies of actually existing neoliberalismo ». In. Brenner, n.; Theodore, n. (eds.). spaces of neoliberalismo. Blackwell publishing ltd, new York.
- BRINCKMANN, W. E., BRINCKMANN, M. N., & MUELLER, D. C. (2010). Desarrollo, complejidad y turismo sostenible. El uso del territorio frente a los retos del siglo XXI. Papeles de geografía, (51-52), 65-73.
- CRUZ, R. D. C. A. D. (2008): “Turismo, produção do espaço e desenvolvimento desigual: para pensar a realidade brasileira”. Aportes y Transferencias, 12(2), 25-45.
- DA COSTA, C (2012): “Turismo, produção e consumo do espaço litorâneo”. Geografia em Questão, 2012, vol. 5, no 1.
- DA SILVA, M. M. N.; DE FREITAS SILVA, M. N.; DE SOUSA SILVA, N. G. (2017): “Interiorização, Regionalização e Internacionalização do turismo no Nordeste”. In. A cidade e o urbano, contribuição da Geografia: que teorias para este século?: ANAIS DO XV Encontro Nacional do SIMPURB. Salvador: SIMPURB.
- DANTAS, E. W. C (2002): “Construção da imagem turística de Fortaleza/Ceará”. Mercator: Revista de Geografia da UFC, ano 1 (1).
- DANTAS, E. W. C. (2007): “Imaginário social nordestino e políticas de desenvolvimento do turismo no Nordeste brasileiro”. GEOUSP: Espaço e Tempo (Online), (22), 09-30.
- DANTAS, E. W. C., (2010): “Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste Brasileiro (1995 a 2005): PRODETUR-NE, o Divisor de Águas”. In. DANTAS, E. W. C., FERREIRA, A. L., & CLEMENTINO, M. D. L. M. (edt.). Turismo e imobiliário nas metrópoles. Rio de Janeiro: Letra Capital, 1, 224.

- DANTAS, E. W. C. (2013): “Metropolização turística em região monocultora industrializada” *Mercator-Revista de Geografia da UFC*, 12(2).
- DANTAS, E. W. C. (2016): “Tropical Coastal–Maritime Cities. In *Coastal Geography in Northeast Brazil*”. Springer, Cham. p. 15-23.
- DANTAS, E. W. C.; ALVES, L. DA S. F. (2016). *Nordeste turístico e políticas de ordenamento do território*. Fortaleza: Imprensa Universitária, 83 p.
- DE ASSIS, L. F. (2002): “Turismo sustentável e globalização: impasses e perspectivas”. *Revista da Casa da Geografia de Sobral (RCGS)*, v. 4 (1).
- DE FREITAS SILVA, M. N. (2013a): “Os resorts residenciais na região metropolitana de Fortaleza (Ceará, Brasil).” *Turismo e Sociedade*, 6(1).
- DE FREITAS SILVA, M. N. (2013b): “O imobiliário-turístico no nordeste brasileiro: o turismo residencial e a macroubanização turística a partir expansão e expressão dos resorts residenciais no litoral”. 143 f. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências, Departamento de Geografia, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Fortaleza, 144p.
- DE FREITAS SILVA, M. N.; DE SOUZA LIMA, A.M. (2015): “Turismo e o litoral leste do Ceará”. *Boletim Gaúcho de Geografia*, 42(1).
- FONSECA, M. A. P (2007): “Tendências atuais do turismo potiguar: A internacionalização e a interiorização”. In: NUNES, E.; CARVALHO, E.; FURTADO, E; FONSECA, M. (Org.). *Dinâmica e gestão do território potiguar*. 1ª ed. Natal: EDUFRN, v. 1, p. 213-233.
- FONSECA, M. (1998): “O Banco Mundial como referência para a justiça social no terceiro mundo: evidências do caso brasileiro”. *Revista da Faculdade de Educação*, v. 24, n. 1, p. 37-69.
- JAFARI, J. (2005): “El turismo como disciplina científica”. *Política y sociedad*, v. 42, n. 1, p. 39-56.
- LEFEBVRE, H (2002): “A revolução urbana”. Editora UFMG, Belo horizonte.
- MURRAY, I.; I SALOM, M. B. (2015). “Capitalismo y turismo en España: del” milagro económico” a la” gran crisis”.
- NASCIMENTO, D. M. C., DOMINGUEZ, J. M. L., & MELLO E SILVA, S. B. (2009): “Mudanças na ocupação econômica do litoral sul da Bahia: os exemplos de Belmonte e Canavieiras, Bahia”. *Revista Desenharia*, 10, 7-28.
- NICOLAS, D. (2001): “elementos para uma análise sociogeografico del turismo”. In. rodrigues, a. (org). *Turismo e geografia: reflexes teóricas e enfoques regionais*. Editora hucitec, são Paulo.
- PAIVA, R. A. (2012): “O turismo e as práticas socioespaciais”. *Revista turismo e desenvolvimento*. nº 17/18, p. 1013 - 1024.
- PEREIRA, A. Q.; DE FREITAS SILVA, M. N. (2014): “O litoral nordestino e o imobiliário-turístico: Bahia, Pernambuco, Ceará e Rio Grande do Norte”. *GeoTextos*, 10(1).

- SILVA, R. C. DA; FONSECA, M. A. P. DA (2017): “Os investimentos do Ministério do Turismo e o Programa de Regionalização do Turismo: desencontros da política governamental no interior potiguar”. *Caderno Virtual de Turismo*. Rio de Janeiro, v. 17, n. 3, p. 148-165.
- SORJ, B.; CARDOSO, F. H.; FONT, M. (2008): “Economia e movimentos sociais na América Latina”. Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, Rio de Janeiro, 148p.
- TOSUN, C., & JENKINS, C. L. (1998): « the evolution of tourism planning in third-world countries: A critique ». *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 101.

# **BREVES CONSIDERACIONES SOBRE LA INFLUENCIA DEL MODELO TURÍSTICO ESPAÑOL EN BRASIL**

*Maria Aparecida Pontes da Fonseca*

Depto. de Geografía/UFRN

*Ramón García Marín*

Depto. de Geografía/UM

*Michael Janoschka*

Depto. de Cienc. Polit. y Relaciones Internacionales/UAM

*Daniel Moreno Muñoz*

Dept. de Geografía/UM

## RESUMEN

Las dos últimas décadas vienen marcadas en las regiones mediterráneas españolas por la edificación de numerosos complejos residenciales cercanas a la línea de costa. Entre las características de estas urbanizaciones destacan por un lado su carácter privado. Es decir, tan solo sus propietarios pueden acceder a su interior. Y por otro lado, la nacionalidad de los propietarios de las viviendas, quienes por lo general proceden de otros países europeos como Inglaterra, Alemania o Francia. Este modelo turístico fue exportado por los empresarios hacia otros lugares destinos turísticos emergentes como es el caso de Polo Costa das Dunas, en el Estado de Rio Grande do Norte (Brasil). Por tanto, en esta investigación se pretende analizar cómo el modelo turístico español fue difundido hacia el Nordeste brasileño y cuáles han sido las repercusiones espaciales en el citado territorio.

Palabras clave: turismo residencial, difusión espacial, procesos espaciales, transformación socio-territorial.

## INTRODUCCIÓN

Una de las características más significativas del turismo residencial en los últimos años es la relación con el mercado inmobiliario. Son múltiples los territorios costeros en los que se ha producido el fenómeno de la promoción del turismo de masas asociado a viviendas de segundas residencias (Mazón, 2016; Martínez-Medina, 2016).

Esta asociación ha dado lugar a urbanizaciones en lugares próximos al litoral que complementan las viviendas de segunda residencia. Pese a ello, parece oportuno advertir que en territorios como el mediterráneo español, muchos de estos complejos residenciales se encuentran desérticos a lo largo del año, mientras que en verano apenas registran estancias significativas, pues fueron concebidos como segundas residencias y la crisis económica propició la caída del mercado inmobiliario, quedando miles de viviendas sin vender en tierra de nadie (Moreno et al., 2018). No obstante, tal y como indica Aledo (2016), este modelo se expandió a otros territorios como el Caribe o Brasil. Por ejemplo, uno de los territorios brasileños que recibió la influencia fue el Estado de Rio Grande do Norte. Es decir, se introdujeron nuevas tipologías de viviendas y cánones urbanísticos inexistentes hasta ese momento (Silva, 2010; Silva y Ferreira, 2012). Este hecho propicia la intensificación del proceso de urbanización de esta área, acelerando su incursión en un mercado turístico mucho más globalizado y buscando la llegada de turistas procedentes de otras zonas geográficas como Norteamérica y Europa.

En los últimos años se han publicado una gran cantidad de trabajos sobre la burbuja inmobiliaria asociada al turismo en ambos territorios, por lo que conviene citar algunos ejemplos (Andrés, 2004; Serrano, 2007; Huete, 2008; Gaja i Diaz, 2008; Daher, 2010; Demajorovic et al., 2011; Aledo et al., 2013; Santos, 2015; Sequera, 2015; Silveira y Rodrigues, 2015; Vera 2015). Sin embargo, no se aprecian investigaciones que indaguen suficientemente la naturaleza del espacio urbano producido con la expansión del turismo y sus actividades relacionadas, particularmente la actividad inmobiliaria.

## METODOLOGÍA

Para abordar el presente estudio se realizó una revisión de la literatura especializada del tema a trabajar. Tras ello se efectuó una recopilación de los Planes de Dinamización Turística de ambos lugares, pues es necesario conocer cuáles son las políticas actuales a seguir en el ámbito de análisis. Además, se recogieron datos sobre el mercado inmobiliario en Polo Costa das Dunas.

Por último, y como requisito indispensable en una investigación de esta índole, se realizó trabajo de campo con el fin de comprobar in situ la difusión del modelo turístico español hacia Brasil. Además, se mantuvieron entrevistas

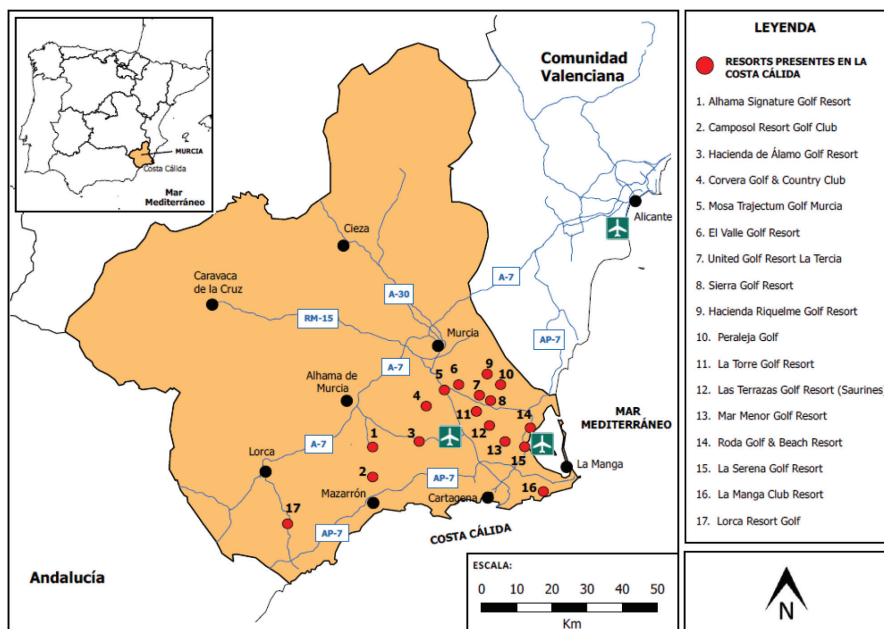
con los habitantes de las urbanizaciones privadas con el fin de conocer de primera mano cuál es la realidad de las mismas.

### ÁREA DE ESTUDIO

La investigación se ha realizado sobre dos territorios distintos, la Costa Cálida (España) y Polo Costa das Dunas (Brasil) (Figuras 1 y 2). El primero de ellos se localiza en el Sureste de la Península Ibérica, concretamente en la Región de Murcia, mientras que el segundo pertenece al Estado de Rio Grande do Norte.

En ambos lugares ha tenido lugar en las últimas décadas una intensificación de la construcción de urbanizaciones privadas destinadas a segundas residencias. Se trata de lugares que, por lo general, presentan un perímetro cerrado, por lo que su acceso es restringido a los propietarios de las viviendas. Por ejemplo, en la Costa Cálida se ubican en áreas prelitorales, es decir, en una franja distante a la línea de costa entre los 10 y los 50 kilómetros, y la mayoría cuenta con un campo de golf, uno de los reclamos para la adquisición de las viviendas (Vera y Espejo, 2006).

Figura 1. COSTA CÁLIDA (REGIÓN DE MURCIA).  
LOCALIZACIÓN DE RESORTS ASOCIADOS A CAMPOS DE GOLF



Fuente: Elaboración propia.

Por su parte, en Polo Costa das Dunas se ha producido una internacionalización del turismo con la llegada de inversiones inmobiliarias procedentes de países extranjeros, fundamentalmente de España, Portugal y de Escandinavia. Este fenómeno hace que las viviendas construidas en este enclave brasileño se asemejen en su tipología a las edificadas en Europa. El impulso de esta zona viene motivada.

Como se ha mencionado, el clima es el factor clave para el desarrollo turístico de estos territorios. Sin embargo, no se deben obviar otros como la accesibilidad o el bajo precio de las tierras a edificar. Así, Polo Costa das Dunas es la zona de Brasil más próxima a Europa, por lo que facilita la llegada de turistas, y la Costa Cálida cuenta con diversos aeropuertos cercanos y se localiza en pleno corredor mediterráneo. Además, los terrenos sobre los que se construyen las urbanizaciones fueron vendidos a los promotores a un precio muy bajo, ya que por lo general, se trataban de zonas con escasas rentabilidades económicas en sus actividades productivas primigenias.

Figura 2. LOCALIZAÇÃO POLO COSTA DAS DUNAS / RIO GRANDE DO NORTE (BRASIL)



Fuente: Grupo Interdisciplinar Sociedade e Turismo. UFRN.



## EL PROCESO DE URBANIZACIÓN DE LAS ÁREAS TURÍSTICAS LITORALES

La edificación de viviendas en el litoral destinadas a segundas residencias se intensifica en los países europeos, por lo general, en la década de 1970, momento en el que se inicia la crisis del modelo de producción fordista, basado en producir bienes de consumo materiales. Este hecho marca la migración del capital hacia el mercado inmobiliario, surgiendo así un circuito de especulación en la acumulación de capitales (Harvey, 2005).

Seguendo las teorías de Harvey (2011), el capital excedente está siempre a la búsqueda de nuevas posibilidades de valorización y nuevos espacios que proporcionen beneficios extraordinarios. En este sentido, el capital excedente existente en el mediterráneo occidental encontró en regiones como el Nordeste brasileño una nueva forma para realizar negocios que aportasen grandes rentas.

Según Aledo (2016), el turismo residencial puede ser entendido como el conjunto de prácticas sociales que giran en torno a la producción social de segundas residencias, producción de infraestructuras, servicios y espacios próximos, y cuyo uso está mayoritariamente ligado a la esfera del ocio y no a la reproducción y producción. Sin embargo, desde el punto de vista de los agentes involucrados en este negocio, el objetivo principal de esta modalidad turística es comprar suelo, construir viviendas y conseguir su posterior venta. Por ello, puede afirmarse que estas prácticas generan nuevos suelos urbanos en las áreas que son construidas.

En este fenómeno de urbanización de áreas prelitorales es necesario comprender los nuevos hábitos y comportamientos de las personas que adquieren dichas viviendas. En muchos casos estos complejos residenciales son habitados principalmente por personas procedentes de países cuyo clima en invierno es mucho más severo que el existente en la Costa Cálida o en Polo Costa das Dunas. Es decir, se genera una nueva modalidad migración impulsada por la bonanza climática o, incluso, por el deseo de las personas que adquieren estas viviendas de disfrutar de su jubilación en un lugar diferente con una calidad paisajística distinta y atractiva para su persona. Estas formas de movilidad son conocidas en la literatura especializada como el *lifestyle migration*, término acuñado por autores como Benson y O'Reilly (2009) y Janoschka y Haas (2014), entre otros.

Por último, conviene añadir que esta mayor integración del espacio global propiciada por los nuevos desplazamientos de naturaleza turística/migratoria para zonas con un clima bonancible y fuertemente estimuladas por el sector inmobiliario, han originado nuevas formas de segregación, exclusión y separación socio-espacial en el ámbito local, ya que los habitantes de estas urbanizaciones no suelen integrarse junto a la población local.

### EL MODELO DE URBANIZACIÓN TURÍSTICA ESPAÑOLA EN BRASIL

En la Región de Murcia se contabilizaban en el año 2006 un total de 308.959 viviendas en urbanizaciones privadas, la mayoría de ellas asociadas a un campo de golf (61 en total), pronosticándose que serían empleadas por cerca de un millón de personas (García, 2008). El estallido de la crisis financiera provoca que la mayor parte de los proyectos previstos no se llevasen a cabo o no se terminasen de vender todas las viviendas (Figura 3). Por otro lado, resulta de interés indicar que en la actualidad un 16% de las viviendas vendidas en la Región de Murcia son adquiridas por ciudadanos extranjeros (principalmente procedentes de la Unión Europea). Este último dato se ve solamente sobrepasado a escala nacional por las Comunidades Autónomas de Baleares (35%), Islas Canarias (28%) y Comunidad Valenciana<sup>1</sup>.

Figura 3. VIVIENDAS SIN VENDER EN LA URBANIZACIÓN CAMPOSOL (MAZARRÓN, REGIÓN DE MURCIA)



Fuente: Autores.

En el año 2000, con la proliferación de las urbanizaciones privadas, comienza a expandirse este modelo hacia otros territorios como Polo Costa das Dunas en Brasil. Este hecho supone que las empresas españolas sean las principales inversoras en este territorio, edificando complejos residenciales similares a los construidos en el litoral mediterráneo español. En este sentido, son múltiples los ciudadanos españoles que se animan a adquirir una vivienda en el Nordeste brasileño con el fin de especular y conseguir grandes beneficios al arrendarlas o realizando una posterior venta.

1 Las cifras porcentuales han sido calculadas a partir de los datos ofrecidos por el INE (Anuario Estadístico de España), 2016.

El turismo en Brasil comienza a impulsarse con fuerza en la década de 1990 mediante la creación de polos turísticos. Uno de ellos fue el Nordeste, territorio que recibió suculentas inversiones en carreteras, aeropuertos, saneamiento y otras infraestructuras urbanas a través del Programa de Desarrollo del Turismo en el Nordeste Brasileño (PRODETUR/NE) y, posteriormente, el PAC (Programa de Aceleración del Crecimiento), generando las condiciones para la expansión del turismo nacional e internacional (Fonseca et al., 2016).

En este contexto comienzan a llegar cadenas hoteleras y empresas de construcción de capital europeo en busca de nuevas oportunidades para expandir sus negocios, dado que la costa mediterránea estaba saturada y con precios muy elevados (Fonseca y Silva, 2012). Es decir, la facilidad de obtención de créditos a bajo coste en el sector financiero, sumado a los bajos precios de los inmuebles en el mercado nordestino, atrajo inversores europeos.

En las dos últimas décadas las inversiones se han diseminado por la costa Potiguar (Estado de Rio Grande do Norte). Como se ha mencionado los primeros inversores fueron europeos, especialmente portugueses (26 empresas) y españoles (20), y tras ellos llegaron inversiones procedentes de Italia (19) y Noruega (10). No obstante, procede mencionar que también llegaron empresas de Asia y Norteamérica.

Con relación a los valores comercializados, se constató un total de R\$379.113.589,00 en valores nominales. Los españoles son los que mayor cantidad de dinero invirtieron, con un montante de R\$ 98.806.973,00; tras ellos los italianos con R\$ 43.629.454,00; los portugueses con R\$ 37.658.164,00 y los noruegos con R\$ 32.320.400,00<sup>2</sup>. Sin duda, existe un protagonismo de los españoles en la dinámica inmobiliaria de Polo Costa das Dunas en la última década.

En esta difusión del modelo turístico español hacia Brasil conviene mencionar las novedades introducidas por las empresas en materia de tipologías en las viviendas. En Polo Costa das Dunas el patrón existente en las edificaciones estaba caracterizado por ser unidades aisladas con una misma tipología en la construcción de la vivienda, mientras que la llegada de estas inversiones supuso la construcción con una arquitectura similar a la de la costa española. Además, para satisfacer las necesidades de la demanda de los compradores comenzaron a aislar las urbanizaciones, restringiendo la circulación de personas con el fin de garantizar una mayor privacidad a los propietarios.

---

2 Como la investigación hace referencia a valores nominales, es decir, sin corrección inflacionaria, posiblemente los menores valores del conjunto de las transacciones portuguesas ocurren por el hecho de haber sido los primeros en efectuar las transacciones inmobiliarias. En la medida en que las tierras van ganando valor, se observa una disminución de su participación y el aumento de otras nacionalidades, como por ejemplo de los noruegos.

## CONCLUSIONES

Tras el estudio y análisis de la influencia del modelo turístico español hacia Brasil se extraen una serie de conclusiones. Se han identificado una serie de procesos espaciales en ambas zonas litorales. Así, las más significativas son las siguientes:

En primer lugar se ha generado una clara diferenciación. Es decir, se ha generado un estatus diferente entre las personas que practican su tiempo de ocio en urbanizaciones privadas, respecto a los que lo hacen en viviendas tradicionales a modo de segundas residencias. Además, esta distinción social se manifiesta en las prácticas turísticas y, como no puede ser de otra modo, en el consumo y producción del lugar de destino. Así, las personas que pasan sus vacaciones en urbanizaciones privadas, por lo general, no se desplazan hacia el núcleo principal de población, debido a que en el residencial tienen cubiertos una serie de servicios de ocio como pueden ser las piscinas o el campo de golf. No obstante, la carencia de servicios básicos como hospitales genera una serie de reclamaciones entre sus habitantes.

Se ha producido una homogeneización entre localidades turísticas. Este hecho es debido a que los destinos tienden a copiar los productos turísticos con una gran aceptación en los mercados. No obstante, esto es parcial, ya que nunca será completa ya que el espacio es diferenciado en su dimensión económica, social, política, cultural y natural. Se ha constatado que la introducción de un modelo exógeno ha generado en Brasil una búsqueda de diferenciación entre los municipios, pero a su vez una homogeneización, ya que la mayoría de urbanizaciones sigue el mismo patrón de edificación.

Otro de los procesos identificados en la exportación del modelo español hacia Brasil es el de la segregación. Se ha verificado que la construcción de urbanizaciones privadas ha permitido el impedimento a la libre circulación de personas. Es decir, se produce una segregación espacial de personas propia del turismo. Además, tal y como se ha mencionado en la investigación, estos complejos residenciales suelen estar habitados por ciudadanos de otros países, por lo que es muy probable que en su interior se generen guetos. Este hecho se verifica en la Costa Cálida, con numerosos guetos de ingleses o alemanes, y en Polo Costa das Dunas existe una tendencia similar, pero con personas de nacionalidad noruega.

Los complejos residenciales estudiados se encuentran a varios kilómetros del núcleo de población principal, por lo que generan una fragmentación del espacio urbano, tanto en el litoral español como en el brasileño. En estas urbanizaciones no existe una implementación de comercios básicos como farmacias, fruterías o carnicerías. Esto da lugar a que se convierta en un espacio bastante especializado. Por tanto, los productos básicos son adquiridos en otros lugares, generalmente en la cabecera municipal. Además, la restricción

al paso de personas totalmente ajenas a los residenciales privados genera espacios cada vez

Otro fenómeno identificado tanto en la Costa Cálida como en Polo Costa das Dunas es el de dispersión. La construcción de urbanizaciones en zonas alejadas de los principales entes poblacionales está provocando cambios en la malla urbana de los territorios. Este hecho no solo afecta a temas urbanísticos sino que también genera cambios en los transportes y en las comunicaciones, puesto que los complejos residenciales no pueden quedar aislados de la red de ciudades. Es decir, este fenómeno no solo queda acotado a las grandes ciudades, ya que cada vez es más palpable a menor escala.

En definitiva, y a modo de reflexión final, no cabe duda de que la difusión del modelo turístico del litoral mediterráneo español hacia Brasil, concretamente a Polo Costa das Dunas, ha potenciado las actividades inmobiliarias y ha valorizado el territorio. Este hecho ha contribuido a la llegada de numerosos turistas y a la dinamización socioeconómica del territorio. No obstante, uno de los escollos a solventar en ambos territorios es el de la integración de los residentes de este tipo de urbanizaciones con los habitantes del municipio en el que pasan su tiempo de ocio.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEDO, A. (2016). Turismo residencial y vulnerabilidad en el interior del Levante español. In J. Gascón & E. Cañada (Eds.), *Turismo residencial y gentrificación rural* (37-60). El Sauzal (Tenerife): PASOS, RTPC & Foro de Turismo Responsable.
- ALEDO, A., MAZÓN, T., & MANTECÓN, A. (2007). La insostenibilidad del turismo residencial. In: D. Lagunas (Ed.), *Antropología y turismo: claves culturales y disciplinares*, (pp. 185-208). México, D.F.: Plaza y Valdés.
- ALEDO, A., LOLOUM, T., ORTIZ, G., & GARCÍA-ANDREU, H. (2013). El turismo residencial internacional en el nordeste de Brasil: un análisis de partes interesadas. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 142(1), 3-23.
- ANDRÉS, J.L. (2004). Incertidumbres en el espacio agrícola y proceso urbanizador “resort” en la Región de Murcia. *Cuadernos de Turismo*, 14, 7-65.
- BENSON, M., & O'REILLY, K. (2009). *Lifestyle Migration. Expectations, Aspirations and Experiences*. Farnham: Ashgate.
- DEMAJOROVIC, J., ALEDO, A., LANDI, B., & MANTOVANI, A.L. (2011). Complejos turísticos residenciales. Análisis del crecimiento del turismo residencial en el Mediterráneo español y en el Litoral Nordestino (Brasil) y su impacto socio-ambiental. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20 (4), 772-796.

- FONSECA, M.A.P., & SILVA, K. (2012). Origem e evolução das segundas residências no Polo Costa das Dunas. In M.A. Pontes (Ed.), *Segunda residência, lazer e turismo* (pp. 95-126). Natal: EDUFRN.
- FONSECA, M.A.P., SANTOS, A. P., & NUNES, M. R. (2016). Reestruturação produtiva, turismo e investimentos internacionais no litoral potiguar. *Revista Formação*, 23 (1) 158-176.
- GAJA I DÍAZ, F. (2008). El “tsunami urbanizador” en el litoral mediterráneo: El ciclo de hiperproducción inmobiliaria 1996-2006. *Scripta Nova, Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. 12 (270).
- GARCÍA, R (2008). Tensiones socio-ambientales entre una ruralidad productiva y otra residencial en la Región de Murcia. In J.M. Gómez & R. Martínez (Eds.), *Los espacios rurales españoles en el nuevo siglo* (pp. 279-294). Murcia: EDITUM.
- HARVEY, D. (2005). A produção capitalista do espaço. São Paulo: Annablume.
- HARVEY, D. (2011). O enigma do capital: e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo.
- HUETE, R. (2008). Tendencias del turismo residencial: el caso del Mediterráneo español. *El Periplo Sustentable*, 14, 65-87.
- JANOSCHKA, M., & HAAS, H. (2014). Contested spatialities, lifestyle migration and residential tourism. New York: Routledge.
- MANTECÓN, A., HUETE, R., MAZÓN, T. (2009). Las urbanizaciones “europeas”. Una investigación sobre las nuevas sociedades duales en el mediterráneo. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. 13 (301).
- MARTÍNEZ-MEDINA, A. (2016) Arquitectura del boom turístico (1953-1979). *Canelobre: Revista del Instituto Alicantino de Cultura “Juan Gil-Albert”*, 66, 166-185.
- MAZÓN, T. (2016). Orígenes y desarrollo turístico en Alicante: del veraneo al turismo de masas. *Canelobre: Revista del Instituto Alicantino de Cultura “Juan Gil-Albert”*, 66, 38-51.
- SANTOS, A. P. (2015). Investimentos internacionais e a valorização imobiliária dos municípios de Maxaranguape e Rio do Fogo. (Unpublished master’s thesis). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.
- SERRANO, J.M. (2007). El turismo residencial en la Región de Murcia frente a los nuevos retos. *Cuadernos de Turismo*, 19, 189-216.
- SEQUERA, J. (2015). 50 años del nacimiento del concepto “gentrificación”: La mirada anglosajona. *Biblio3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 20 (1127), 1-23.
- SILVEIRA M. A T.; RODRIGUES, A. B. (2015). Touristic Urbanization in Brazil: A Focus on Florianópolis - Santa Catarina, *Vi@ Tourism Review*, 1 (7), 1-14.

- VERA, J. F. (2015). El modelo turístico del Mediterráneo español: agotamiento y estrategias de reestructuración. *Papers de turisme*, (14-15), 131-147.
- VERA, F. & ESPEJO, C. (2006). El papel de los instrumentos de planificación en las dinámicas productivas y territoriales. In J. Romero y J. Farinòs (Eds.), *Gobernanza territorial en España. Claroscuros de un proceso a partir del estudio de casos* (pp. 61-79). Valencia: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia.





# FENÓMENO DE SEGUNDA RESIDENCIA Y ACTIVIDAD TURÍSTICA EN BRASIL: LA REALIDAD DEL SERIDÓ POTIGUAR

*Marcelo Taveira*  
marceloturismp@yahoo.com.br  
Instituição: UFRN

## RESUMEN

El fenómeno de segunda residencia es algo notable en la construcción de la cultura y estilo de vida de la sociedad occidental. La conquista del tiempo dedicado a las prácticas modernas de ocio, entretenimiento y turismo contribuyó al proceso de urbanización, estructuración y surgimiento de espacios pensados y apropiados para diferentes usos socioculturales y comerciales, que suscitó múltiples motivaciones e intereses ligados a las vacaciones, al descanso y en el caso de las inversiones de naturaleza inmobiliaria o producción de “inmobiliario turístico”, como alertan investigadores de esta temática como Becker (1995), Tulik (2001), Hiernaux-Nicolas (2005), (2003), Fonseca (2012) y otros. En este escenario, la Región Seridó Potiguar, Rio Grande do Norte (Brasil) que a partir de los años 2000 promueve acciones públicas e institucionales para atraer inversiones e incentivar la construcción de unidades residencias para fines de “segunda residencia” y turismo. La discusión propuesta tiene el objetivo general de comprender las implicaciones del fenómeno de segunda residencia en el desarrollo local y en la dinámica del turismo del municipio de Lagoa Nova, cuyo proceso de construcción de emprendimientos inmobiliarios para tales actividades se presentan de forma más estructurada y consubstanciada en el contexto regional. Metodológicamente, se realizó la inventariación turística del municipio mencionado para saber el tamaño y calidad de la oferta de equipamientos, infraestructura urbana, servicios y atractivos existentes; el levantamiento de datos primarios sobre el número y mapeamiento de los condominios residenciales dirigidos a la segunda residencia con base en las informaciones de organismos públicos de la gestión

municipal de Lagoa Nova; consulta a referencial bibliográfico especializado que aborda la temática en cuestión; investigaciones de campo y visitas in situ para recolección de datos y diálogo con sujetos sociales representativos para la construcción de los análisis y reflexiones sobre los efectos del fenómeno en el desarrollo económico local y estilo de vida de visitantes y habitantes habituales. Los resultados de la investigación y consideraciones pertinentes apuntan nuevas perspectivas para la comprensión científica y técnica de la real representación económica y sociocultural del fenómeno de segunda residencia en el desarrollo socioespacial, territorial y turístico de las pequeñas ciudades del Seridó Potiguar.

Palabras clave: Seridó Potiguar. Segunda residencia. Turismo. Desarrollo local.

## INTRODUCCIÓN

El fenómeno de segunda residencia, a pesar de ser una práctica social secular, gana mayor proyección y contenidos económico y cultural a partir del siglo XX, especialmente en Brasil.

En el caso de Brasil, la denominación de segunda residencia se refiere a domicilios de uso ocasional, temporal y transitorio, siendo tales residencias conocidas comúnmente como “casa de veraneo o de playa”, “chacra”, “sitio”, “Rancho”, “casa de campo”, “granja” y muchas otras intituciones de acuerdo con la región y hábitos de ocio y descanso de la sociedad.

La segunda residencia para la sociedad brasileña es sinónimo de status social, poder adquisitivo y poder económico, cuyos propietarios se destacan del resto de la población de determinado lugar, ciudad o región por poseer ese tipo de bienes inmuebles y demás servicios asociados para mantenimiento y logística (muebles, impuestos, ubicación, empleados y porte de la propiedad).

Tulik (2011) y Hiernaux-Nicolas (2005) definen la segunda residencia como un tipo de alojamiento, que en algunas ocasiones se considera turístico, cuando es ocupada y utilizada para tal fin.

A partir de la reflexión de los autores, dicen que el principal propósito de este texto es discutir el surgimiento y desarrollo del fenómeno de segunda residencia en la Región Seridó, Rio Grande do Norte (Brasil), sobre todo en la realidad del municipio de Lagoa Nova, situado en la Sierra de Sant’Ana, región más fría y diferenciada en aspectos climáticos de la región.

El recorrido metodológico se basó en los datos oficiales del inventario turístico de la ciudad mencionada, elaborado en 2016, consulta a documentos técnicos del Ministerio de Turismo, investigaciones de campo y selección de literatura que trata de las temáticas de segunda residencia, turismo y desarrollo regional.

La ciudad de Lagoa Nova inició en los años 2000 una política de fomento e incentivo a inversiones en el campo inmobiliario, con el objetivo de atraer inversores y personas de la región y de la capital Natal, para construir casas en terrenos parcelado o en condominios, lo que potenció la economía local incluyendo la actividad turística.

Este incremento en la economía, además de dinamizar el sector turístico de la ciudad, impulsó también el comercio de bienes y servicios, de sobremañera en el campo del sector de la construcción civil y mercado inmobiliario, que contribuyeron al desarrollo económico local y diseño de la imagen de Lagoa Nova como destino regional de segunda residencia.

En este sentido, este artículo discute la relación turismo, sector inmobiliario y segunda residencia en una ciudad pequeña, situada en la región sertaneja del territorio potiguar, cuya actividad turística ha apuntado nuevas posibilidades de desarrollo, inclusión social y responsabilidad ambiental.

#### FENÓMENO DE SEGUNDA RESIDENCIA Y CAPITAL INMOBILIARIO

El fenómeno global de residencia secundaria o segunda residencia comienza a aparecer en la literatura internacional en estudios de mediados de 1970, lo que en la concepción de Becker (1995, p. 10) en el caso de Brasil, la aparición del fenómeno de la segunda residencia se da en la década de 1950 bajo la égida del “nacional-desarrollismo” que fue responsable de la implantación de la industria automovilística, por el ascenso del carreterismo como matriz principal de los transportes y por la emergencia de nuevos estratos sociales medios y urbanos que, poco a poco, comenzarían a incorporar entre sus valores socio-culturales la ideología del turismo y del ocio. ... El veraneo o el descanso de los fines de semana se transformaron en valor social cuya satisfacción llevaría al turismo, de un modo muchas veces predatorio y desordenado, a regiones accesibles a grandes centros urbanos del Centro-Sur, y con atributos ambientales valorados zonas costeras y / o serranas.

A partir de tal entendimiento, se acuerda que la necesidad del ocio y del descanso inherentes al ser humano, llevó la búsqueda de lugares ambientalmente sensibles y potenció la actividad turística nacional, especialmente en ambientes litorales y serranos. Sin embargo, la autora expresa alerta acerca de tal actividad haber sido desarrollada de manera predatoria y sin ordenamiento gerencial y territorial.

Es saludable que toda actividad económica necesita de planificación, gestión y ordenamiento de acuerdo con la legislación vigente de cada país, región o ciudad. Esta máxima, también se aplica al turismo en todas sus modalidades y al fenómeno de segunda residencia, ya que, el aumento de la demanda, de flujos de visitantes y de actividades de producción y consumo son, en cierto

modo, perjudiciales al medio y a los atributos de ese medio, incluidas las poblaciones residentes.

En el caso de la ciudad de Lagoa Nova, el desarrollo y estímulo de la construcción de viviendas de segunda residencia (casas de campo, condominios, chalets y otros espacios), surgió de la iniciativa de gestores públicos y de un grupo de empresarios locales, que vislumbran a partir de los atributos naturales (clima, sierra y paisaje) un escenario apropiado para el crecimiento del sector inmobiliario regional, el incremento de la economía del lugar y el impulso al fomento de la actividad turística.

Así, Lagoa Nova comenzó a integrar la instancia de gobernanza regional ligada al Programa de Regionalización del Turismo de Brasil, al mapa brasileño de turismo (2015-2017 y 2017-2019) (BRASIL, 2007). También, hubo la instalación de algunos equipamientos turísticos en la ciudad, con destaque para posadas y restaurantes, segmentos más demandados en las pequeñas ciudades de Rio Grande do Norte, atrelado al conjunto de atractivos y paseos turísticos existentes en cada lugar.

El espacio geográfico de Lagoa Nova comienza a ser codiciado por el capital privado de orden inmobiliario y turístico, otorgando al territorio la urbanización por medio de estrategias de producción capitalista, igualmente como ocurrió en diversos destinos turísticos nacionales e internacionales.

Para Carlos (2011, p. 119) el espacio se convierte en mercancía de acuerdo con el proceso de urbanización y uso del territorio, en que el turismo y el ocio entran en ese contexto histórico como momento de realización de la reproducción del capital, como momento de la reproducción del espacio –suscitadas por la extensión del capitalismo. Así la actividad turística captura el espacio, haciéndolo mercancía de disfrute, pasible de ser consumida diferencialmente.

El espacio al asumir contenido de mercancía a partir del desarrollo del turismo y de actividades relacionadas, también modifica el ambiente que esta actividad se desarrolla, incluyendo y excluyendo personas, procesos y elementos socioculturales. En esa dirección, factores locacionales asumen mayor atractivo en la captación de inversiones públicas y privadas para la organización espacial del territorio.

En cuanto a las inversiones del capital inmobiliario dirigidas a la segunda residencia, López Colás (2003) apunta elementos de la naturaleza como el clima, el paisaje, la accesibilidad, la oferta de servicios comerciales e infraestructura pública, además de la valorización del uso del suelo, como factores de extrema relevancia en ese contexto de movilización y estructuración de espacios de segunda residencia.

En el caso de las residencias secundarias, se trata de: “finalidad, tiempo libre, temporalidad, disponibilidad financiera, propiedad, usuario, localización

y vínculo” (Fonseca, 2012, p. 15). Tales atributos son decisivos al proceso de producción y consumo de las segundas residencias por parte de la sociedad.

Por lo tanto, el fenómeno de segunda residencia en el Seridó Potiguar, en el caso de la ciudad de Lagoa Nova, contribuyó para el desarrollo del turismo regional y la reorganización espacial de áreas urbanas y rurales del municipio, destinando territorios para el uso y consumo del capital inmobiliario a fines de el ocio y la inversión financiera especializada.

#### TURISMO Y DESARROLLO REGIONAL: EL CASO DE LAGUNA NUEVA

El municipio de Lagoa Nova (ver figura 1) se presenta con expresivo potencial turístico en el contexto de la Región Seridó, siendo canalizado por las bellezas naturales, historia singular, pueblo acogedor y hospitalario y fuerte tradición en el campo de la fruticultura. Además de estos atractivos, se destaca como factor determinante de la atracción turística el clima serrano de la ciudad, pues el Lagoa Nova se sitúa en la “Serra de Sant’Ana”, la porción más fría de la región y de elevada actitud de la región.

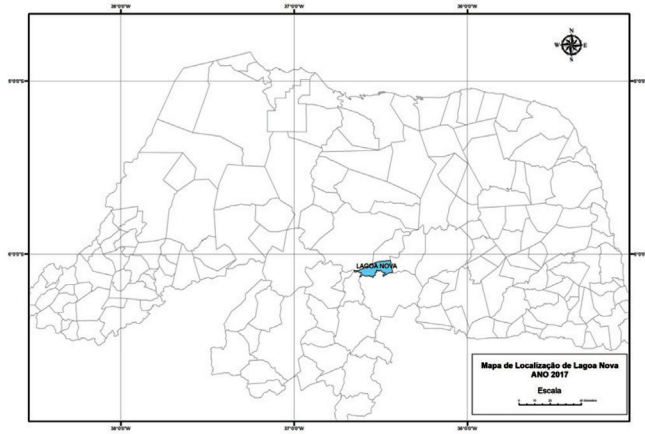
Figura 1. VISTA AÉREA DE LAGOA NOVA



Fuente: Inventario Turístico de Lagoa Nova (2017).

Lagoa Nova se sitúa en la región serrana del Seridó Potiguar, a 191 km de Natal, capital potiguar (ver mapa 1). Posee fuerte apelo mercadológico vinculado al fenómeno de segunda residencia, lo que impulsó en la última década una mayor demanda por condominios residenciales, inmuebles para usos ocasionales y equipamientos turísticos. Tal fenómeno es una realidad en todo Brasil, que se materializa en regiones litorales, campestres y serranas.

Mapa 1. LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE LAGOA NOVA / RN, BRASIL



Fuente: MEDEIROS, G. (2017).

El fenómeno de segunda residencia se materializa en Lagoa Nova a partir de casas de campo o condominios que fueron construidos a principios de los años 2000, cuyo atractivo comercial es el hecho de que la ciudad está ubicada a 733 m de altitud en relación al nivel del mar, posibilitando diferenciales climáticos y paisajísticos en la región. Así, muchos inversores comercializan terrenos y casas de campo en ese territorio serrano, que atraen a potiguarenses e interesados en adquirir inmuebles y vivir ese estilo de vida, seducidos por el clima serrano y la tranquilidad de la región. Esta actividad inmobiliaria mueve la economía local, el comercio y la red de servicios turísticos (ver figura 2), valorizando el territorio de Lagoa Nova (Costa, 2017).

Figura 2. CONDOMINIO RESIDENCIAL CHALETS DE LOS CAJUEIROS



Fuente: Inventario Turístico de Lagoa Nova (2017).



El emprendimiento inmobiliario Chalés de los Cajueiros fue construido con la finalidad de hospedaje turístico, denominado de posada. Después inauguró un parque acuático abierto a la comunidad local a través de pago de billete de acceso y actuó como espacio de eventos. En 2017, el emprendimiento fue comercializado, cada chalet (unidad habitacional) individualmente, para interesados de la región, transformándose en condominio residencial.

De acuerdo con Fonseca (2012: 17) estos cambios pueden implicar en: nuevos y ventajosos negocios derivados de la asociación de las empresas turísticas con las empresas del sector inmobiliario, que actúan en el espacio globalizado, redefiniendo el espacio turístico convencional, que se caracteriza por la predominancia de los medios de hospedaje colectivos.

Este tipo de transacción comercial es común en los lugares con mayor ocurrencia y demanda del fenómeno de segunda residencia. Sin embargo, en la realidad de Lagoa Nova, esos procesos son incipientes y esporádicos, ya que la ciudad no posee gran flujo turístico, a pesar de poseer expresiva circulación de moradores / visitantes en los fines de semana y feriados, o sea, personas que viven en el entorno de la ciudad o en Natal, pero que utilizan las residencias secundarias para fines de ocio y / o descanso.

#### RESULTADOS PRELIMINARES

Lagoa Nova tiene como principales actividades económicas la cajucultura, generación de energía eólica (ver figura 3) y actividad turística. Se trata de una pequeña ciudad con, aproximadamente, 15.477 habitantes (IBGE, 2017), distribuidos en la sede municipal y en áreas rurales.

Figura 3. GENERADOR DE ENERGÍA EÓLICA EN LAGOA NOVA



Fuente: Inventario Turístico de Lagoa Nova (2017).

Los datos levantados por el proyecto de inventariado turístico de la región del Seridó durante la investigación de campo, revelaron cómo se presenta el actual escenario del sector turístico en la ciudad de Lagoa Nova.

En cuanto a la oferta de medios de hospedaje, los números comprueban que la actividad turística es incipiente y modesta, como se muestra en la siguiente tabla 1:

Tabla 1. SECTOR DE HOSPEDAJE

TIPO	Qt.
Posada	06
Hotel	01
Nº UH	120
Nº Lechos	267

Fuente: Inventario Turístico de Lagoa Nova (2017).

El municipio posiblemente solo tenga medios de hospedaje, dos cuartas partes por el requerido para atender una demanda de segunda residencia regional, y una de 120 unidades habitacionales y 267 leitos (incluido el de Chalés dos Cajueiros que no presta más servicios de hospedaje). En cuanto al número de restaurantes, se ofrece una gama de opciones que atiende a la demanda local y a los visitantes, conforme se ve en la tabla 2:

Tabla 2. SECTOR DE A&B

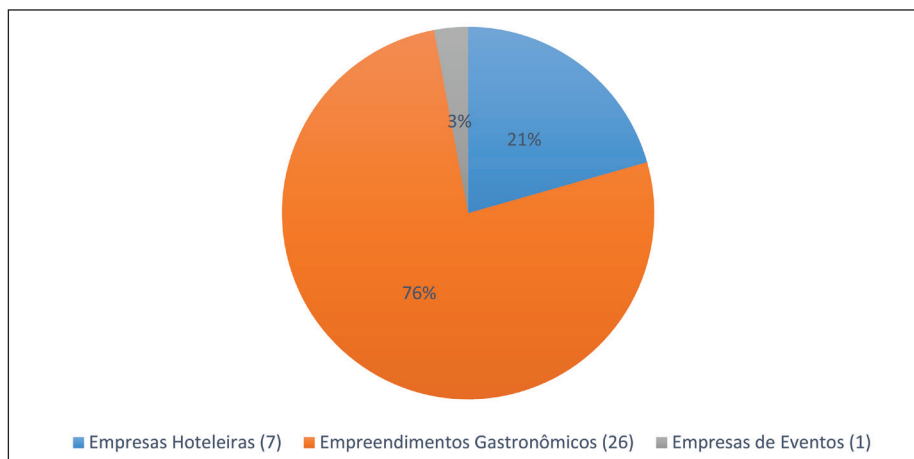
TIPO	Qt.
Restaurante	06
Panadería	06
Heladería	03
Chiringuito	09
Bar	02
Total de emprendimientos	26
Personas sentadas	1182

Fuente: Inventario Turístico de Lagoa Nova (2017).

Lagoa Nova posee un total de 34 establecimientos comerciales dirigidos a la población local y / o visitantes, incluyendo la población flotante compuesta por los usuarios de las segundas residencias existentes en la ciudad. El gráfico 1 muestra la cantidad de empresas por sector:



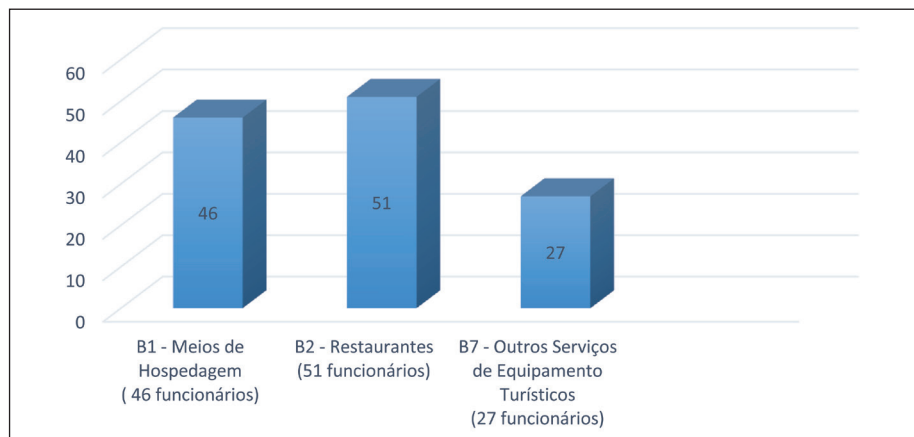
Gráfico 1. EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO



Fuente: Inventario Turístico de Lagoa Nova (2017).

En lo que se refiere a la generación de empleos directos junto al sector turístico, se percibe que a pesar de la poca representatividad en números absolutos en relación a los puestos de trabajo generados por otras economías (cajucultura, generación de energía eólica, servicios públicos y comercio), sólo (Ver gráfico 2), mereciendo más atención y destaque cuando se trata del turismo regional y el desarrollo de políticas públicas sectoriales, demostrando que aún es necesario promover más inversiones y acciones dirigidas al turismo y actividades asociadas (artesanías, guías, paseos turísticos y otras ).

Gráfico 2. NÚMERO DE EMPLEADOS EN EL SECTOR TURÍSTICO



Fuente: Inventario Turístico de Lagoa Nova (2017).

El escenario presentado demuestra que la actividad turística en la ciudad de Lagoa Nova está en proceso de desarrollo, así como las viviendas dirigidas a la segunda residencia, aunque, asuma cierta representatividad cuando se compara a las ciudades del entorno, en que tal fenómeno no es una realidad.

El paisaje serrano y el clima frío son los principales ingredientes en ese proceso de reorganización del territorio geográfico, pensado y dirigido hacia actividades productivas modernas (energía eólica y turismo). Sin embargo, también apropiado para el desarrollo del capital inmobiliario para fines de ocio y descanso, dinamizado en su esencia por la lógica del turismo implementado en Lagoa Nova y región.

#### ALGUNAS CONSIDERACIONES

La ciudad de Lagoa Nova presenta un conjunto de diversos atractivos turísticos (naturales, culturales y eventos programados). Sin embargo, con la realización de la inventariación de la oferta turística realizada en 2017, se puede observar que hubo disminución en la demanda por el destino por parte de la demanda, de acuerdo con los relatos de los gestores de los medios de hospedaje y equipos de restauración. En el marco de la demanda de visitantes del municipio, se atraía por la oferta de eventos programados y por el clima diferenciado (frío y serrano), que debido a la escasez de recursos hídricos y financieros, se redujeron considerablemente, las inversiones en el sector de eventos y, en la promoción turística local.

La escasez de recursos (naturales y financieros) es un factor inverso a la promoción del turismo, pues es inviable la visita turística, si tal fenómeno socioambiental interfiere en las condiciones de distribución de recursos y mejora de la calidad de vida de la población residente. Sin embargo, con planes de desarrollo y medidas sostenibles, se pueden promover soluciones para que la actividad turística no entre en declive por falta de inversiones financieras e intempestividad ambiental.

Se constató que el fenómeno de segunda residencia reciente en la ciudad, ha impulsado la economía local y dado mayor visibilidad a los atractivos naturales de Lagoa Nova. Sin embargo, para comprender los efectos económicos, socioambientales y culturales de esta demanda ocasional, se necesitan más estudios y análisis en cuanto a sus rebajas, especialmente en el campo del capital inmobiliario que viene dictando el orden social y el reordenamiento territorial de la ciudad en los últimos diez años.

En este sentido, a pesar de que la actividad turística es importante en la generación de riquezas en la realidad estudiada, no es determinante en lo que concierne al desarrollo social, sustentabilidad ambiental y valorización de la cultura local, lo que requiere más implicación y direccionamiento de las políticas públicas y recalificación de las inversiones de inversión origen privado

en ese escenario de desigualdades, agravado por el fenómeno de segunda residencia, que fomenta la segregación socioespacial y cultural en el lugar.

#### REFERENCIAS

- ASSIS, Lenilton Francisco de (2003). “Turismo de segunda residencia: la expresión espacial del fenómeno y las posibilidades de análisis geográfico”. *Revista Território*. Rio de Janeiro. Año VII, nº 11, 12,13 - set./out.
- BECKER, Bertha K. (1995). *Levantamiento y evaluación de la política federal de turismo y su impacto en la región costera*. Brasília: Ministério de Medio Ambiente, de Recursos Hídricos y de la Amazonía Legal.
- BRASIL, MINISTERIO DEL TURISMO (2006). *Proyecto Inventario de la Oferta Turística*. Brasília: Ministério de Turismo.
- BRASIL, MINISTERIO DEL TURISMO (2007). *Programa de Regionalización del Turismo - Rutas de Brasil: Introducción a la Regionalización del Turismo*. Brasília: Ministério de Turismo.
- CARLOS, Ana Fani Alessandri (2001). *La condición espacial*. São Paulo: Contexto.
- COSTA, Êndel Raul Pachêco da (2017). “Análisis de los Resultados del Proyecto de Inventariado Turístico en el Polo Seridó”. Trabajo de Conclusión de Curso (Graduación en Turismo). Currais Novos: UFRN.
- FONSECA, Maria Aparecida Pontes da (org.) (2012). *Segunda residencia, ocio y turismo*. Natal: EDUFRN.
- LÓPES COLÁS, Julián (2003). *La residencia secundaria en España: estudio territorial de uso y tenencia*. Barcelona. Tesis (Doctorado en Geografía) - Facultat de Filosofia i Lletres. Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona.
- TAVEIRA, Marcelo da Silva et al. (2016). *Inventario Turístico de Lagoa Nova*. Currais Novos: UFRN.
- TULIK, Olga (2001). *Turismo y medios de alojamiento: casas de temporada*. São Paulo: Roca.



# **ANÁLISIS DEL ESPACIO TURÍSTICO Y DEMANDA DE SERVICIOS DE LA CIUDAD DE MACHALA –PROVINCIA DE EL ORO– ECUADOR**

*Jessica Ivonne Lalangui Ramirez*

E-mail: [jlalangui@umet.edu.ec](mailto:jlalangui@umet.edu.ec)

Universidad Metropolitana del Ecuador

Programa de Doctorado en Turismo de la Universidad de Alicante

*Denisse Jannett Valle Morocho*

E-mail: [djvalle71@hotmail.com](mailto:djvalle71@hotmail.com)

Universidad Metropolitana del Ecuador

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación consiste en el desarrollo de un análisis del espacio turístico de la ciudad de Machala y su demanda de servicios. Esta investigación se la ejecuta con la finalidad de fomentar el turismo en la ciudad de Machala, además de determinar la situación turística actual, identificar los atractivos turísticos existentes, a fin de detectar los servicios dedicados al turismo que deben ser implementados o atendidos de forma inmediata y acertada. Para la consecución de ello, se lleva a cabo en primera instancia un análisis observacional y de diagnóstico el cual permite detectar las necesidades más relevantes que aquejan los turistas internos y externos al momento de llegar y realizar su estancia en la ciudad; y, posteriormente una investigación primaria, que permite, a través de la utilización de los instrumentos necesarios (encuestas y entrevistas personales), la recolección de información a partir de los principales actores que intervienen en el proceso de prestación de servicios turísticos. Por medio del estudio se podrá obtener un análisis detallado y lograr reconocer los elementos claves necesarios para potenciar los atractivos turísticos, analizar los servicios y a su vez crear una nueva alternativa de trabajo para las personas especializadas contribuyendo al desarrollo de la población involucrando a la ciudadanía en ejercer una cultura turística la cual otorga seguridad al viajero, de esta manera se aprovecha el

progreso urbanístico de la ciudad, dando una alternativa para el cumplimiento de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017.

Palabras claves: Espacio Turístico, Demanda Turística, Servicios, Machala, Turismo Urbano.

#### ABSTRACT

The present research work consists of the development of an analysis of the tourist space of the city of Machala and its demand for services. This research is carried out with the purpose of promoting tourism in the city of Machala, as well as determining the current tourist situation, identifying the existing tourist attractions, in order to detect the services dedicated to tourism that must be implemented or taken care of immediately and successfully. To achieve this, an observational and diagnostic analysis is carried out in the first instance, which allows detecting the most relevant needs of internal and external tourists when arriving and staying in the city; and, later, a primary investigation, which allows, through the use of the necessary instruments (surveys and personal interviews), the collection of information from the main actors involved in the process of providing tourism services. Through the study you can obtain a detailed analysis and recognize the key elements necessary to enhance tourism attractions, analyze services and in turn create a new work alternative for specialized people contributing to the development of the population involving citizens in exert a tourist culture which gives security to the traveler, in this way takes advantage of the urban development of the city, giving an alternative for the fulfillment of the objectives of the National Plan of Good Living 2013-2017.

Key words: Tourist Area, Tourist Demand, Services, Machala, Urban Tourism.

#### INTRODUCCIÓN

La propuesta de este trabajo de investigación se despliega en, realizar un análisis del espacio turístico de la ciudad de Machala y su demanda de servicios, la cual tiene como finalidad satisfacer la necesidad del turista al momento de llegar a la ciudad y encontrar nuevas alternativas de realizar turismo satisfactorio.

Ecuador, en sus últimas décadas ha destacado por su potencial turístico, y a su vez el notable desarrollo de sus atractivos ha acaparado la mirada de propios y extraños que ven en nuestro país un destino primordial en sus listas destinos destacados.

Presentaciones de ferias internacionales han declarado al Ecuador como uno de los mejores países para los jubilados en las últimas décadas, prueba de ello es que muchos jubilados como europeos y norteamericanos han escogido

a diversas ciudades del Ecuador como su nuevo hogar. De acuerdo a nuestra legislación en el capítulo IV, Art. 15 de la Ley de Turismo establece “el Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá otras funciones a la vez”.

Debido a la importancia que se le ha otorgado a nuestro país en el campo de turismo, se ha trabajado en la publicidad y en el desarrollo de su slogan “ECUADOR AMA LA VIDA” como lo destaca el Ministerio de Turismo; esta “marca País” ha trascendido convirtiendo la actividad turística en una importante fuente de divisas a nuestro país. De esta forma y en medida ascendente se ha logrado que el ejecutivo considere importantes aportes económicos del presupuesto anual al fomento del turismo en nuestro país.

Dentro del espacio turístico que se estudia es importante mencionar que en las últimas administraciones se han realizado obras públicas de trascendencia que mejoran el aspecto de la urbe y contribuyen al mejoramiento del espacio turístico.

#### HISTORIA DEL TURISMO EN ECUADOR

Debido a que no se ha encontrado datos exactos de la historia del turismo en el Ecuador se hace referencia a lo investigado por (Bermeo, 2009) quien expone que: El Ecuador, desde hace décadas por sus bellezas naturales, su cultura y el clima muy agradable se han constituido para los turistas en un destino atractivo. Este concepto llevó a que en la década de los 40, se realizarán los primeros esfuerzos por dotar al país con la primera línea aérea domestica SEDTA (Servicios Ecuatorianos de Transportación Aérea) de origen alemán, cuyos servicios se vieron interrumpidos por la segunda guerra mundial.

Adicionalmente en 1964 el Gobierno creó la Corporación Ecuatoriana de Turismo (CETURISMO) pero a pesar de ello, la promoción turística seguía en manos del sector privado. Aunque el turismo internacional moderno tiene una primera etapa de desarrollo entre 1950 y 1973, es en el segundo periodo que va desde 1959 a 1973 que Ecuador encuentra a un nicho en el mercado de turismo internacional. Sin embargo, la expansión del sector se da a mediados de los años 80, en que aparecen nuevos prestadores de servicio a todo nivel. (Ledhesma, 2016).

#### HISTORIA DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE EL ORO

Históricamente, el territorio que hoy ocupa la Provincia de El Oro, estuvo habitado por pueblos indígenas desde la época incásica.

Según el historiador José Antonio de Bustos Duthurburu estos territorios estaban poblados por indígenas pertenecientes a la Isla Puná además se



mantenía relaciones de intercambio con los pueblos desde Manabí hasta el Valle de Chinchas en Perú. Es incuestionable la presencia Cañari debido a la necesidad de proveerse de pescado, sal y otros productos que motivaban los intercambios de estos territorios; luego el desplazamiento de su población por efectos de la guerra entre las Huáscar y Atahualpa, motivaron que algunas parcialidades Cañaris se radiquen en los territorios actuales de la Provincia de El Oro, su huella está presente en Yacuvíñay, Cantón Atahualpa.

La conquista española se produjo después de la fundación de Guayaquil, en 1820, cuando los conquistadores llegaron al sitio llamado Machala en la desembocadura del Río Jubones. El desarrollo económico de la costa Sur ecuatoriana entre los XV y XVIII estuvo ligado al desarrollo minero, convirtieron en el principal centro de extracción de riqueza para la colonia, posteriormente, cobró auge la agricultura por la introducción de nuevos productos agrícolas y diferentes razas de ganado. (De Bustos, 2017)

En septiembre de 1986 el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (INPC), realizó el primer inventario de recursos naturales y culturales de la provincia de El Oro, con un equipo multidisciplinario de biólogos, etno-botánicos, arqueólogos, historiadores, arquitectos restauradores y paisajistas, fotógrafos y camarógrafos especializados, registrando 102 atractivos potenciales, de entre ellos, 3 llegaron a tener nivel de jerarquía por sus valores intrínsecos y extrínsecos: el archipiélago de Jambelí, el cantón Zaruma y el bosque petrificado de Puyango; este documento compuesto por 53 fichas de inventario sirvió como sustento técnico para obtener la declaratoria de Zaruma como patrimonio cultural del estado mediante Acuerdo Ministerial NO.3225 del 17 de julio de 1990, esto según (Logroño Salinas, 2012).

Posteriormente, en 2007, el Ministerio de Turismo publicó otros atractivos turísticos, como resultado del proyecto de actualización del Inventario de Atractivos Turísticos de la Provincia de El Oro.

## HISTORIA DEL TURISMO EN LA CIUDAD DE MACHALA

A comienzos del siglo XX, como consecuencia de la adquisición de la capitalidad provincial y del auge cacaotero, la población de Machala pasa por un primer momento de crecimiento, alcanzando los 5.000 habitantes y desarrollando algunos servicios como alumbrado público o ferrocarril gracias a los impuestos recibidos por el cacao, de esta forma la ciudad llega a la mitad del siglo con un aspecto cuidado, semejante en sus edificaciones a Guayaquil. Esta situación se verá completamente modificada con el auge del cultivo del banano a partir de la década de los 50; datos históricos que reposan en publicaciones educativas de universidades locales. (Illescas, Wilmer, 2015)

Como consecuencia de la demanda de abundante mano de obra para trabajar en este cultivo, se produce una llegada masiva de población desde el

interior de Ecuador, que lleva al crecimiento de una serie de ciudades medias en la costa y alrededores: Machala, Portoviejo, Santo Domingo o Babahoyo, entre otras. A esta situación ayuda la labor del Estado promocionando el cultivo de banano mediante subvenciones e invirtiendo en infraestructuras viales y portuarias que permitieran la salida de la mercancía hacia los mercados exteriores (Robert, 2009).

#### ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA

La demanda en el ámbito empresarial en general según la definición de Fisher & Espejo asevera que “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” esta definición es general y aplicable a todos los campos; sin embargo ya dentro del área turística. Además (Panosso Netto, 2012) asegura que: “la demanda turística es el total de las personas participantes en las actividades turísticas, cuantificada como número de llegadas o salidas de turistas, valor en dinero gastado o datos estadísticos”; así que se entiende que la demanda no es otra cosa que las personas que tienen el interés o se les crea la necesidad de consumir un producto o servicio o relacionado al turismo.

Ecuador ha experimentado en estos 3 últimos años un estancamiento en el flujo de turistas extranjeros, desde el 2014 hasta diciembre del 2016, de acuerdo a datos preliminares las cifras de arribos de turistas extranjeros al país son alentadoras, pues en el 2017 llegaron 1.617.914 turistas, lo que representa un crecimiento del 14% con respecto al 2016.

Según los datos proporcionados por la Coordinación General de Estadística e Investigación del Mintur, que en su reporte destaca que solo en diciembre de 2017 se registró el mayor incremento de llegadas en el año, es decir un crecimiento del 30,3% superior con relación a diciembre de 2016 al recibir a 171.926 personas extranjeros que recorrieron los diversos destinos turísticos del país.

#### EVOLUCIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS

El espacio turístico de la ciudad de Machala es diverso en cuanto a la ubicación de los servicios asociados; dentro de estos espacios encontramos distintos servicios que apoyan la actividad turística por sí misma. Si bien es cierto la ciudad de Machala no se ha considerado un centro turístico reconocido, en los últimos años se ha logrado rescatar algunos espacios que habían estado abandonados en antiguas administraciones del cabildo.

En la actualidad se evidencia inversión tanto del sector público como privado, tanto en infraestructura recreacional, la misma que ha sido realizada con inversión del sector público, de esta manera se da cumplimiento al objetivo

2 del Plan Nacional del Buen Vivir, (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) ya que estos espacios fomentan la interacción de los individuos, el descanso y la recreación de los habitantes por esta razón el presente análisis afirma que dichos espacios son necesarios para mejorar la calidad de vida de la población.

#### DEMANDA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Según (Mc Daniel, Lamb, & Hair, 2013), “un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente”.

Por lo tanto un servicio se considera a todas las actividades que hacen posible el turismo per se, desde las páginas que ofrecen la información para la elección de un destino hasta todas aquellas personas cuya actividad se enfoca en la satisfacción del turista como tal, además de aquellas actividades comerciales propias del destino que apoyan la estructura turística del mismo.

La demanda en el ámbito empresarial en general según la definición de Fisher & Espejo asevera que “las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado” esta definición es general y aplicable a todos los campos; sin embargo ya dentro del área turística. Además (Panosso Netto, 2012) asegura que: “la demanda turística es el total de las personas participantes en las actividades turísticas, cuantificada como número de llegadas o salidas de turistas, valor en dinero gastado o datos estadísticos”; así que se entiende que la demanda no es otra cosa que las personas que tienen el interés o se les crea la necesidad de consumir un producto o servicio o relacionado al turismo.

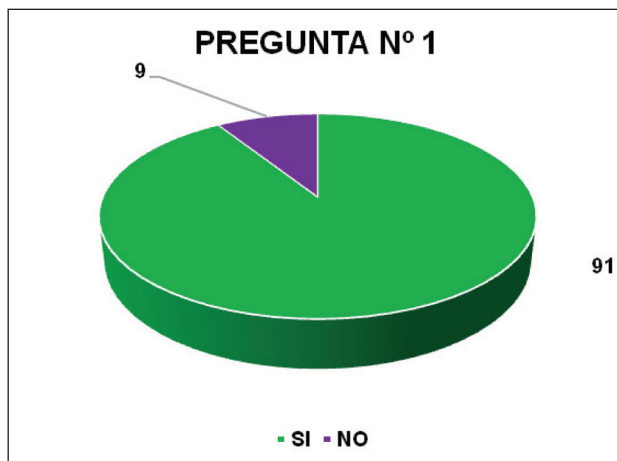
#### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue la analítica y descriptiva que nos permitió determinar la situación turística actual, el nivel de aceptación de nuevos servicios y a su vez ayudará a la futura toma de decisiones. Se aplicó el instrumento de encuestas y entrevistas personales.

#### RESULTADOS

En este punto se presentan los resultados obtenidos a partir de la encuesta realizada a turistas y usuarios de los servicios turísticos.

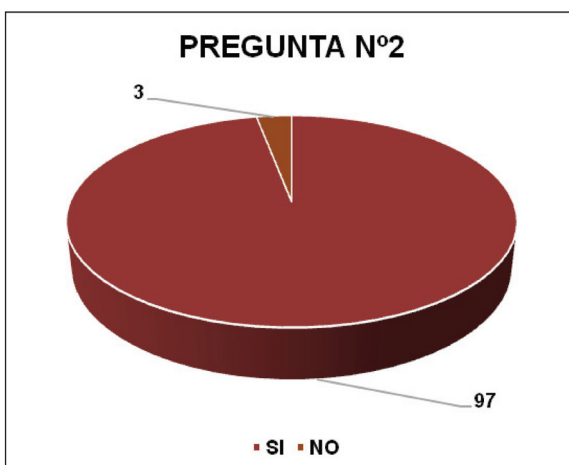
Pregunta n° 1. RESIDE USTED EN LA CIUDAD DE MACHALA



Fuente: Estudio de Mercado (Encuesta)  
Elaborado por: Autoras

Considerando los resultados en base al porcentaje de las personas que residen en la Ciudad de Machala, nos muestra un resultado que la mayor parte de la población con el SI es del 91% siendo 365 personas y la otra parte de población no reside en la ciudad con el NO es del 9% siendo 35 personas en base a la muestra.

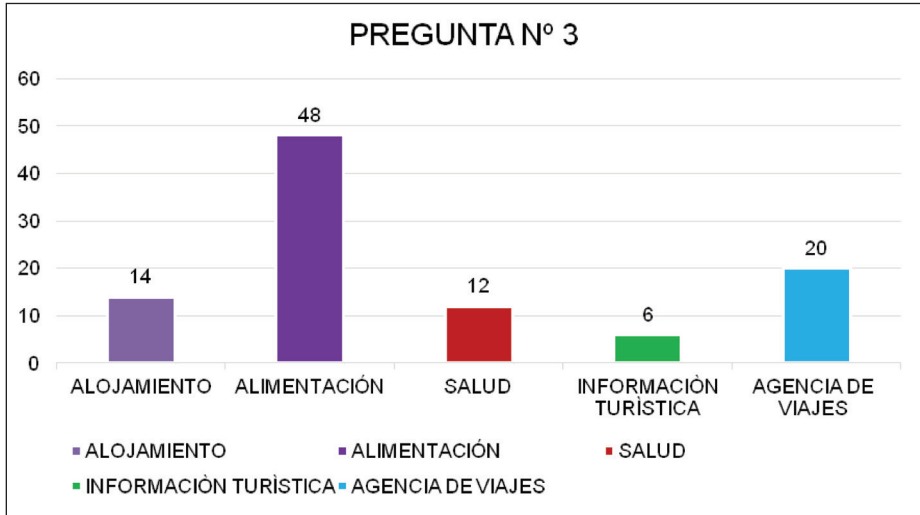
Pregunta n° 2. ¿USTED HA VISITADO LOS ESPACIOS TURÍSTICOS QUE OFRECE LA CIUDAD DE MACHALA?



Fuente: Estudio de Mercado (Encuesta)  
Elaborado por: Autoras

De la muestra investigada el 97% de los entrevistados han visitado lugares turísticos con los que cuenta la ciudad de Machala, mientras que el 3% de la población desconoce los espacios turísticos que ofrece la ciudad.

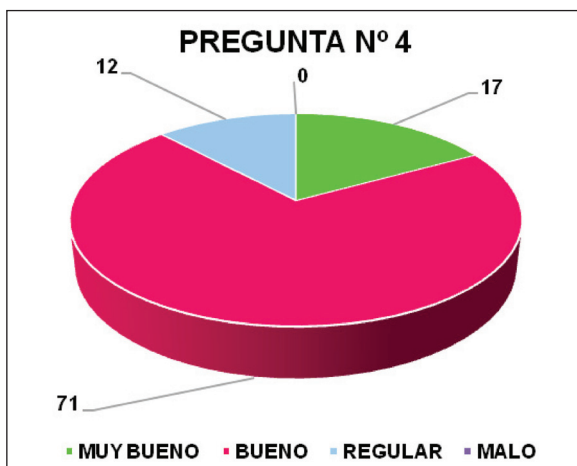
Pregunta n° 3. ¿QUÉ SERVICIOS TURÍSTICOS CONOCE QUE EXISTEN EN LA CIUDAD DE MACHALA?



Fuente: Estudio de Mercado (Encuesta)  
Elaborado por: Autoras

El 48% de los encuestados se encuentran normalmente satisfechos en los servicios de alimentación, mientras que el 20% está de acuerdo que las agencias de viajes brindan un buen servicio a la ciudadanía en el sector turístico, con un 14% las personas indican que los servicios de alojamiento satisfacen todas las expectativas que desea el cliente con el trato y respeto. Por otro lado el índice de la población es un 12% ya que han disminuido la vulnerabilidad y pobreza, por último el 6% de la población hay una inconformidad y una deficiencia en la información turística de la ciudad esto en comparación con las estadísticas mencionadas en la investigación de (Rizzo & Zevallos, 2014) .

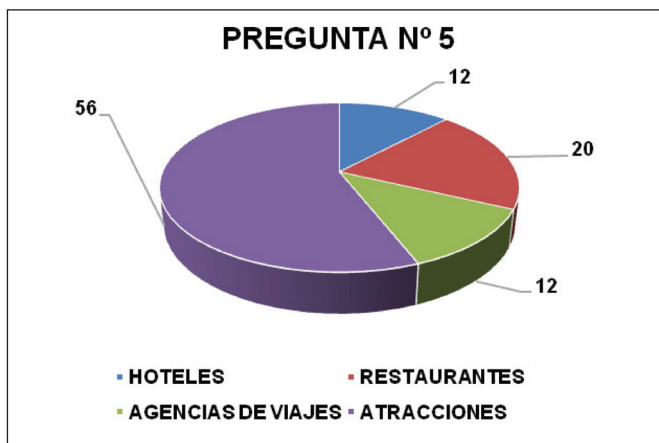
Pregunta n° 4. COMO CALIFICARÍA USTED LOS SERVICIOS TURÍSTICOS EN LA CIUDAD DE MACHALA



Fuente: Estudio de Mercado (Encuesta)  
Elaborado por: Autoras

El 71% de la población considera Bueno los servicios turísticos que brinda la ciudad de Machala, mientras que el 17% es considerado como Muy Bueno y un 12% lo califican como Regular.

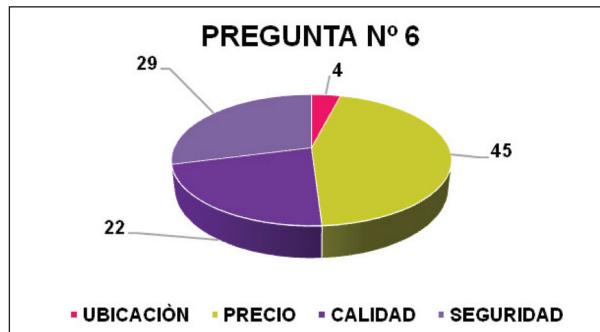
Pregunta n° 5. ¿QUÉ SERVICIOS TE GUSTARÍA QUE SE IMPLEMENTEN EN LA CIUDAD DE MACHALA?



Fuente: Estudio de Mercado (Encuesta)  
Elaborado por: Autoras

Los encuestados se inclinaron con un 56% en crear una implementación en referente a las atracciones para que los visitantes puedan tener distracciones a los visitantes, el 20% en mejorar la calidad de los servicios en alimentación, por lo contrario el 12% en fomentar nuevas innovaciones y agregar servicios complementarios en el sector hotelero y finalmente un 12% se enfocó en las agencias de viajes.

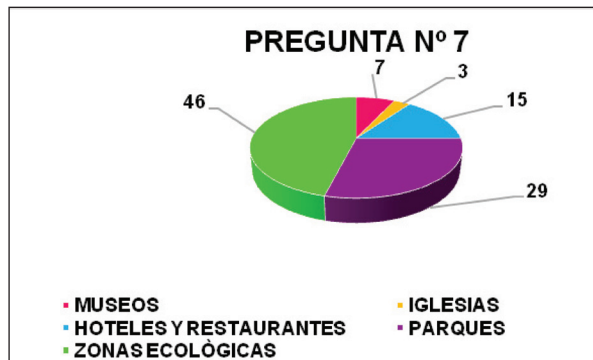
Pregunta n° 6. AL MOMENTO DE ELEGIR UN SERVICIO TURÍSTICO.  
LO QUE MÁS LE INTERESA ES:



Fuente: Estudio de Mercado (Encuesta)  
Elaborado por: Autoras

Se puede apreciar que las personas al momento de elegir un servicio turístico prefieren saber del Precio representado por un 45%, seguidamente del 29% que desearía que haya Seguridad, mientras que el 22% le interesa la calidad que se brinda, sin dejar pasar por alto que el 4% busca la ubicación del servicio turístico.

Pregunta n° 7. DENTRO DEL ESPACIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE MACHALA LE GUSTARÍA QUE HUBIESEN:



Fuente: Estudio de Mercado (Encuesta)  
Elaborado por: Autoras

De la muestra investigada, el 46% de las personas encuestadas les gustaría que haya más Zonas Ecológicas en la ciudad de Machala, estas zonas ecológicas han cobrado especial importancia en los últimos años tal como aseguran (Travez & Yáñez, 2017) el 29% prefieren los Parques o Zonas Recreativas de orden familiar, el 15% desean que haya más Hoteles y Restaurantes distinguidos y de calidad en la ciudad.

#### SITUACIÓN ACTUAL DEL ESPACIO TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE MACHALA

Como toda investigación es esencial obtener el punto de vista actual del objeto de estudio, en este caso por medio de un análisis FODA, se busca hacer hincapié en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la ciudad de Machala en cuanto a sus espacios turísticos.

#### ANÁLISIS F.O.D.A. DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA ACTUAL DE LOS SERVICIOS Y DEMANDA TURISTICA EN LA CIUDAD DE MACHALA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
La distancia entre los atractivos existentes permite recorrerlos en cortos periodos de tiempo.	La gran parte de los atractivos existentes son espacios de parques.
El cabildo ha destinado gran parte de su presupuesto a la regeneración urbana.	Existen zonas alrededor de los atractivos que aún no han sido regeneradas.
Se han realizado importantes inversiones en publicidad.	No cuenta con servicios de alta calidad actualmente lo que afecta la oferta y disminuye la demanda de los mismos
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
El espacio existente se presta para realizar proyectos de mejoras como por ejemplo el malecón de Puerto Bolívar	Clima: en temporada de invierno las lluvias inundan la ciudad
Al aprobarse la concesión de Autoridad Portuaria se crea nichos de oportunidad para nuevas ideas de emprendimiento.	Incremento de las tasas municipales e impuestos hacia los emprendimientos turísticos obstaculiza
Posee una categorización internacional desde hace algunos años, facilita la captación del mercado.	En la provincia existen cantones cercanos con atractivos y servicios turísticos más diversos y de mayor demanda.

Elaborado por: Autoras



Por lo tanto, basándose en el cuadro anterior una de las principales fortalezas que se pudo obtener mediante el análisis situacional, es la realización de importantes desembolsos del presupuesto del cabildo y además la inversión en publicidad que se ha venido realizando en la última década, lo que ha contribuido a embellecer los espacios de la ciudad realizando sus atractivos.

En cuanto a las debilidades el hecho de que sus principales y casi únicos atractivos sean parques temáticos convierte la oferta en algo monótono para los visitantes, a esto se le agrega el hecho de que los servicios existentes carecen de excelencia en su implementación y montaje, son muy pocos los servicios especializados que destacan en la ciudad.

Los factores externos que afectan los espacios y la demanda de servicios son en principio el clima ya que en época de invierno las calles de la ciudad sufren inundaciones afectando a pobladores, visitantes y dueños de servicios.

Además de esto aunque existen varias oportunidades de implementar emprendimientos en el sector, los inversionistas se frenan debido a las altas tasas e impuestos que hay; a pesar de ello el espacio turístico tiene mucho que ofrecer a los inversionistas sobretodo destacando el hecho de que Machala cuenta ya con un renombre internacional por su categorización de “Capital Bananera del Mundo”.

## CONCLUSIONES

La situación actual del espacio turístico en la ciudad de Machala, se encuentra limitado en la actualidad a dos sectores específicos, el primero es el centro urbano de la ciudad y la zona donde se encuentra el Parque ecologico Zoila Ugarte.

El espacio turístico de la ciudad de Machala posee un gran potencial en cuanto a los servicios que se ofertan en la actualidad, posee alternativas diversas entre las cuales destaca su oferta de servicios de restauración y alojamiento, la misma que posee la mayor aceptación por parte de sus pobladores y visitantes.

La percepción de los servicios ofertados en la actualidad es buena, sin embargo hay puntos estratégicos que deben ser mejorados para llegar a una mejor posición en el plano de satisfacción de los clientes.

## RECOMENDACIONES

Los pobladores y visitantes de la ciudad de Machala consideran imprescindible la implementación de atractivos ecológicos con ello se lograría posicionarse como un punto de visita estratégica, actualmente se considera este espacio como un turismo de paso hacia otros atractivos adyacentes; los usuarios consideran indispensable que las zonas turísticas que conforman este espacio estén dotadas de facilidades de acceso y seguridad en los atractivos.

Es necesario analizar la posibilidad de realizar un levantamiento territorial en el espacio turístico de la Ciudad de Machala con el fin de crear programas enfocados al empoderamiento del sector en cuanto a temáticas de servicio turístico.

La ciudad de Machala, es una ciudad en crecimiento, es viable realizar inversiones en el sector turístico, las mismas que deben ir de la mano con el crecimiento urbano para que los espacios o núcleos existentes no se limiten a dos sectores específicos de la ciudad; de esta forma se lograría diversificar la oferta.

Sería de gran utilidad en base a la información recabada en este documento abrir nuevas líneas de investigación específica para crear nuevos nichos de mercado en los servicios, considerando que el espacio turístico analizado se presta para futuras inversiones pero no existen estudios empresariales que motiven al sector privado para emprender en este ámbito.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, M. A. (2012). *Conceptualización, origen y evolución del Turismo*. Mexico: Trillas.
- AGUILAR, V. (2008). *Glosario de términos técnicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile*. Santiago de Chile: Boletín Técnico Sernatur - Departamento de Planificación.
- BERMEO, C. (2009). *Estudio de Factibilidad para la creación de un hostel en sector Llano Grande de la Provincia de Pichincha*. Pichincha: Escuela Politécnica Superior del Litoral.
- BINKHORST, E. (2008). Turismo de co-creación, valor añadido en escenarios turísticos. *Journal of Tourism Research*, 40-51.
- CÁRDENAS TABARES, F. (2016). *Producto Turístico para el siglo XXI*. Mexico: Trillas.
- DE BUSTOS, J. (12 de Diciembre de 2017). *Historia de la Provincia de El Oro*. (D. V. M, Entrevistador)
- EQUIPO EDITORIAL LEXUS. (2011). *Turismo, Hotelería y Restaurantes*. España: Lexus Editores.
- HERNÁNDEZ, R. (2004). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- ILLESCAS, Wilmer. (2015). *Costumbres y Tradiciones de La Provincia de El Oro- Ecuador, Un Enfoque Turístico*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- LEDHESMA, M. (2016). *Historia del Turismo de América I. Argentina*.
- LOGROÑO SALINAS, A. (2012). *Directorio de Periodistas Comunicadores Sociales y Medios de Comunicación de la Provincia de El Oro*. Machala: Casa de la Cultura Ecuatoriana "Benjamin Carrión", Núcleo de El Oro.
- Mc DANIEL, C., LAMB, C., & HAIR, J. (2013). *Marketing*. CENGAGE, Learning.

- McINTOSH, R., GOELDNER, C., & RITCHIE, J. (2002). *Turismo: Planeación y Perspectivas*. Mexico.
- MURILLO, R. (2009). *Machala: Proceso de Identidad*. Machala.: Universidad Técnica de Machala.
- PANOSSO NETTO, A. (2012). *Teoría Del Turismo*. Mexico: Trillas.
- PARDO G, C. (2007). *Antología del turismo*, Colombia: primer tratado completo sobre el turismo. Texas: Grupo Colombiano de Investigación Cultural, 1980.
- RIZZO, J., & ZEVALLOS, C. (2014). “Diagnóstico De Las Potencialidades Turísticas Y Tradiciones Del Cantón Atahualpa Provincia De El Oro”. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- ROBERT, L. (2009). *Empresarios ecuatorianos Para el Desarrollo*. Quito: Corporación para el desarrollo de la comunidad universitaria.
- SECRETARÍA NACIONAL DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017*. Quito, Ecuador: Senplades.
- SILVA CONTRERAS, V. (2015). *Evolución Del Confort, Turismo Y Sustentabilidad*. Mexico: Trillas.
- TRAVEZ, J., & YÁNEZ, P. (2017). *Diversidad y abundancia de avifauna en el campus de la UIDE y el Parque Metropolitano Guanguiltagua, Distrito Metropolitano de Quito, recomendaciones para su conservación*. Sangolquí, Ecuador: UIDE.

#### WEBGRAFÍA

- AGENCIA CATALUNYA DEL CONSUMIDOR. (23 de Agosto de 2015). Recuperado de [http://consum.gencat.cat/temes\\_de\\_consum/serveis\\_turisticos\\_allotjament/index\\_es.html](http://consum.gencat.cat/temes_de_consum/serveis_turisticos_allotjament/index_es.html)
- IDENTIDAD PERUANA. (2015). Recuperado el 13 de Diciembre de 2017, de Perú.pe: Recuperado de <https://www.peru.travel/es-pe/sobre-peru/identidad-peruana/turismo.aspx>
- MONTESINOS TORRES, A. (6 de Julio de 2013). *Peregrino Gastrosofo*. Recuperado el 2017, de [www.peregrinogastrosofo.com](http://www.peregrinogastrosofo.com) <https://peregrinogastrosofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>
- MORILLAS, A. (enero de 2006). *Muestreo en poblaciones finitas*. Recuperado el 20 de noviembre de 2017, de <http://webpersonal.uma.es/~morillas/muestreo.pdf>
- REDACCION TH. (4 de Octubre de 2011). *TecnoHotelNews*. Obtenido de TecnoHotelNews: <https://www.tecnohotelnews.com/#>
- QUESADA CASTRO, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San José, Costa Rica: EUNED. Recuperado de <http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7216/2/338.4791-C235p-Capitulo%20I.pdf>

# **EL PAISAJE RURAL EN LAS NORMATIVAS DE PLANIFICACIÓN TERRITORIAL: UNA MIRADA DESDE LA CULTURA Y SOCIEDAD DE LA COMUNA ZULETA EN ECUADOR**

*Paulina Guerrero Miranda*  
Universidad Central de Ecuador

## RESUMEN

El paisaje como recurso, puede ser objeto de desarrollo para un pueblo, sobre todo si sus elementos son utilizados de una manera sostenible; este es el caso de los paisajes rurales, donde se conjuntan una serie de elementos naturales y sociales manifiestos en escenarios de singular belleza, no solo por los atractivos naturales y el espacio construido, sino por la cultura de los pueblos que lo habitan. La riqueza y belleza del paisaje rural de Ecuador es característico, son zonas rodeadas por nevados y montañas en cuyas faldas se han asentado poblaciones que guardan una importante cultura y patrimonio; justamente la Comuna Zuleta, situada en la Provincia de Imbabura es una de esta zonas, rica en paisaje natural y con una riqueza cultural única, herencia de generaciones ancestrales y parte de la identidad de su pueblo.

La importancia de los paisajes rurales, radica en la medida en que los gobiernos lo han hecho parte de su agenda pública, y se evidencia en la promulgación de diferentes instrumentos normativos (además de su inclusión en las políticas públicas, planes y proyectos), que permitan a los gobiernos la gestión del territorio de una manera acorde a sus particularidades. En el Ecuador sin embargo, al momento de formular la normativa de Planificación y Ordenamiento Territorial de los diferentes niveles de gestión, esta importancia se pierde, pues no se consideran las características locales, y las dinámicas sociales, sobre todo de los paisajes rurales. La carencia de una normativa que mire al territorio de una manera integral y la gestión insuficiente de los gobiernos locales, evita que ciertos paisajes rurales sean gestionados desde la

conservación de sus elementos naturales y para el desarrollo de los pueblos. Uno de estos casos es la Comuna Zuleta, cuyas particularidades no han sido tomadas en cuenta dentro de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial por parte del gobierno local al que pertenece; por tanto la comuna no es objeto para la aplicación de proyectos específicos que permitan que la comunidad conserve su patrimonio y promueva un desarrollo sustentable mediante la utilización de los recursos naturales que posee, para su potencialización como sitio de atracción turística.

Palabras clave: paisaje rural, planificación territorial, planes de ordenamiento territorial, patrimonio cultural.

#### ABSTRACT

The landscape as a resource, can be taken as the development focus of a town, especially if its elements are used in a sustainable way. This is the case of the rural landscape, where a series of natural and social elements combine in examples of spectacular beauty; not only because of the natural attractions nor the built infrastructure but because of the culture of those who inhabit them. The richness and beauty of Ecuador's rural landscape is characteristic of the country; Ecuador is very well known because of its snowcapped mountains, and on their foothills the settlements have created various populations with great cultural importance and diverse types of heritage. An example of this is the community named "Zuleta", that is located in the Province Imbabura, this small village is rich in natural landscapes and with a unique cultural that has been passed down for generations like an ancient tradition and as a central part of the community's identity.

The importance of the rural landscapes resides on how much the governments have made it part of their public agenda, the evidence consists on the promulgation of different normative instruments that allow the governments to manage the territory, according to their needs (besides of its inclusion on public policies, plans and projects). Nevertheless, on Ecuador, when the normative of Territorial Planning was stated the importance due to the rural landscape was lost, mainly because the legal aspect does not consider the local characteristics and the specific social dynamics. The lack of a normative that is able to measure the territory in an integral way and this added to the incompetence of local governments cause that certain rural landscapes are not managed from a standpoint where the conservation of their natural elements for the development of its own population is a priority. The community Zuleta also fall into this situation, because its peculiarities have not been accounted on the Development and Territorial Planning by the local government of which it belongs to; therefore, the community is not the focus for the application of new specific projects that allow the community

to preserve its heritage and promote its own sustainable development while using their natural resources, that later on could be potentialize as touristic attractions.

Key word: rural landscape, territorial planning, territorial ordering plans, cultural heritage.

## DESARROLLO

Este documento se desarrolla en tres partes: en la primera se describe de manera general los componentes territoriales de la Comuna Zuleta, los cuales permitirían a la zona desarrollarse a partir del interés turístico; en la segunda parte se realiza una breve revisión de las normativas de planificación territorial desde un enfoque analítico, determinando si sus postulados son suficientes para que los territorios con características paisajísticas especiales, tengan una base legal sobre la cual puedan ejecutar sus políticas y planes de desarrollo; y la tercera parte es la conclusión luego del análisis de las dos partes anteriores.

### *Zuleta: un territorio de transición del desarrollo*

La Comuna Zuleta, se encuentra en la zona rural de la Parroquia Angochagua, Cantón Ibarra y Provincia de Imbabura, en la sierra Norte del Ecuador continental. Si bien existen datos que muestran la riqueza del territorio en esta Comuna, el presente documento se centra en aquellos aspectos y condiciones de su paisaje rural que lo hacen atractivo para la actividad turística.

Según EcoCiencia (2009), aunque existe una modificación en el paisaje natural en la Comuna Zuleta, del total de su superficie (4.781,3 hectáreas), el 63,7% (3.044 hectáreas), corresponden a zonas naturales remanentes de zonas de páramo y bosque natural; las 1.261 hectáreas restantes tienen diversos usos siendo uno de ellos las plantaciones exóticas de bosques de eucalipto y pino. En cuanto al relieve, las zonas de colina y de montaña ocupan casi un 46% de su territorio, y el resto de territorio tiene superficies que van de zonas planas, casi planas o moderadamente onduladas.

En particular el relieve de esta región rural mezclada con los usos de suelo, le dan una característica especial a la zona, pues en sus páramos y zonas montañosas se combinan una serie de elementos naturales y antrópicos de particular belleza, logrando que el paisaje se vuelva un recurso natural y turístico.

El paisaje sea natural o antrópico puede considerarse como un recurso para el desarrollo, si cada uno de sus elementos son explotados de manera sostenible. Varios autores han dado conceptos importantes al paisaje, denotando su importancia en la gestión territorial, no obstante para el presente documentos, se ha tomado la consideración de Suárez (2014), quien denota la jerarquía del paisaje en el turismo, lo que supone un tratamiento especial para evitar su

deterioro. “Paisaje, áreas naturales y turismo son conceptos interrelacionados. El paisaje determina la visitación de los turistas en áreas naturales y puede llegar a ser uno de los recursos más valiosos para la consolidación y diseño de la oferta turística, sin dejar de señalar que es un recurso delicado puesto que, una vez que se deteriora o se altera, su recuperación es muy compleja y en muchos casos imposible. Asimismo, el paisaje es más difícil de administrar comparado con otros servicios que demandan los turistas en áreas naturales.”

El concepto dado, permite un punto de partida para la descripción de los elementos más visibles del paisaje rural de la Comuna Zuleta y la construcción de una oferta turística apoyada en una normativa de planificación territorial. El recurso turístico de la zona, se presenta con elementos territoriales agrupados en dos aspectos:

**Patrimonio Natural:** El paisaje natural como recurso, resultado de la belleza del lugar para la contemplación de varios escenarios importantes entre ellos:

El sistema montañoso que incluye el Nevado Cayambe (Ver Foto 1).

El páramo hábitat del Cóndor.<sup>1</sup>

La laguna de Cubilche

Foto 1. VISTA DESDE LA COMUNA ZULETA AL SISTEMA MONTAÑOSO DE LA PROVINCIA IMBABURA QUE INCLUYE AL NEVADO CAYAMBE



Autor: Paulina Guerrero Miranda. 2016

<sup>1</sup> El hábitat del cóndor, es conocido en la población como “condor huasi” (condor = cóndor; huasi = casa), palabra del idioma kichwa (o quichua), propio de varias etnias indígenas de la sierra ecuatoriana y que es muy similar en vocablos y dialectos al idioma quechua que se habla en varias regiones de países como Perú y Bolivia.



Patrimonio Cultural: La Comuna Zuleta está integrada en su mayoría por el grupo étnico “zuleteño, cuya cultura, formas de vida y tradiciones, han dado como resultado una riqueza cultural manifestada en la construcciones de viviendas e infraestructura y caminos en su mayoría ancestrales; además de la particular forma de vestir, caracterizada por prendas exclusivas. Este Patrimonio se divide en dos tipos:

Bien Inmueble, relacionado con:

Arquitectura Civil: Viviendas de adobe y teja, tapiales y muros de mano (Ver Foto 2).

Caminos y Vías: Caminos ancestrales que conservan los cantos rodados  
Bien Inmaterial

Técnicas artesanales tradicionales: Bordado a mano de diversos prendas y vestuarios (Ver Foto 3)

Riqueza del idioma quichua y de términos y vocablos que se utilizan en varias actividades.

Usos sociales, rituales y actos festivos: Danzas típicas.

Foto 2. VIVIENDA DE ADOBE Y TEJA EN LA COMUNA ZULETA



Autor: Paulina Guerrero Miranda, 2016



Foto 3. VESTIMENTA Y DANZA RITUALES DE LAS ZULETEÑAS



Autor: Paulina Guerrero Miranda. 2016

Si bien todos los aspectos señalados y otros que aún no han sido identificados (como las tradiciones e historias de la comuna), particularmente la arquitectura civil es de importancia trascendental, pues no solo caracteriza a la Comuna Zuleta como una de las pocas comunidades indígenas que conserva las viviendas construidas desde hace décadas, incluso siglos, sino que su misma construcción representa toda una tradición que incluye valores como la solidaridad de los miembros de la comuna, quienes se reunían y planificaban la construcción, seleccionando la tierra, la paja y la madera para la conformación de los adobes y el posterior armado de la vivienda en una minga. Estas actividades merecen ser conservadas, porque fueron importantes en un momento determinado y son pieza fundamental de la historia de este sector y del país. Las viviendas del sector también representaban la unidad de la familia, pues junto a la Tulpa o Fogón que es el lugar donde se cocían los alimentos, se reunía la familia para comer y para conversar las anécdotas diarias. La tulpa permanecía prendida hasta que se apague por sí sola y solía abrigar los ambientes de la vivienda.<sup>2</sup>

La vestimenta, es otro aspecto fundamental en la cultura de los zuleteños, pues cada una de sus prendas es elaborada a mano y bordadas con motivos

<sup>2</sup> La descripción de las actividades que se desarrollan en la vivienda, fueron recogidas en el trabajo de campo realizado dentro del Proyecto de Vinculación con la Sociedad: “Paisaje Cultural Zuleta”, desarrollado por la Carrera de Turismo Histórico Cultural de la Universidad Central del Ecuador.

especiales (flores y diseños especiales).<sup>3</sup> Estos bordados son exhibidos en varias ferias y son motivo para visitas de turistas de distintas partes del mundo.

El patrimonio natural y cultural, han sido claves en el desarrollo (aunque incipiente y limitado) de la Comuna Zuleta y son la pieza fundamental para la realización de actividades de turismo rural, el cual para muchos investigadores y expertos en el tema, “...ha venido apostando por estrategias diferentes a las modalidades tradicionales: se apoya en la conservación frente a la depredación (lo que entra en relación con su estructura de pequeños establecimientos, frente a los grandes grupos que dominan otros modelos... Descansa en actividades de contacto con la naturaleza, con la cultura local o con el patrimonio edificado. Estos principios y caracteres se han reconvertido en estrategias de desarrollo local, que introducen nuevos tejidos productivos; aumentan el empleo, los equipamientos y servicios; incorporan rentas a la población local; diversifican los ingresos de los residentes; conservan el medio... Todo esto convierte al turismo en alternativa y complemento a las rentas y economías tradicionales de las zonas de montaña.” (Cebrián Abellán & García González, 2016).

Como se aprecia, los criterios escritos por Cebrián y García pueden ser plenamente aplicados en Zuleta, por cuanto sus características territoriales –como las amplias zonas de páramo y bosques–, pueden ser utilizados para atraer turistas que gusten del contacto con la naturaleza, además de disfrutar la cultura local. El aprovechamiento del paisaje natural y la cultura del pueblo zuleteño, ha permitido que se desarrollen pequeños emprendimientos económicos en ambos aspectos; por un lado existen modalidades de turismo comunitario que promocionan caminatas hacia la laguna de Cubilche, ubicada en las zonas de alta montaña, también se realizan caminatas por diferentes senderos de la comuna hacia lugares del páramo o sembríos. Los mismos grupos de turismo comunitario realizan ferias tradicionales donde la comunidad exhiben sus artesanías, principalmente los bordados a manos, o realizan la venta de alimentos tradicionales que no se consumen con frecuencia en las zonas urbanas.

Sin embargo de la belleza de la zona, la comunidad no es mayormente visitada por turistas nacionales o extranjeros, porque además no cuenta con la suficiente infraestructura hotelera. Existen algunas iniciativas de hospedaje comunitario, donde los turistas se hospedan en las mismas viviendas de los comuneros, o en pequeñas hostales.

---

3 La vestimenta de la mujer zuleteña, es más llamativa y consta de varias prendas muy tradicionales: una blusa blanca estilizada, con dos fachalinas –una blanca con filos dorados y adornada con borlas de colores y otra en palo negro con cintas multicolores–, además, anaco de paño negro; cinturón tejido a mano; sombrero confeccionado con harina y complementado con cintas y plumas; y collares tejidos con coral.

## UNA NORMATIVA PARA LA REFLEXIÓN

La planificación y el ordenamiento territorial territorial en el Ecuador, alcanzaron una importancia a partir de la Constitución de la República del año 2008 (Asamblea Constituyente, 2008), que en su Título V, Art. 238 señala que: “La planificación garantizará el ordenamiento territorial y será obligatoria en todos los gobiernos autónomos descentralizados.” Esta Constitución, coloca un actor importante en el ordenamiento territorial, en este caso los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD’s), representados por los Consejos Provinciales, Municipios y Juntas Parroquiales, decisores fundamentales de la gestión pública territorial. A la Constitución de la República, le refuerzan otros instrumentos normativos como el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomías y Descentralización (Asamblea Nacional, 2010) y el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas COPFP (Asamblea Nacional, 2010).

El Art. 43 del COPFP plantea que “Los planes de ordenamiento territorial son los instrumentos de la planificación del desarrollo que tienen por objeto el ordenar, compatibilizar y armonizar las decisiones estratégicas de desarrollo respecto de los asentamientos humanos, las actividades económico-productivas y el manejo de los recursos naturales en función de las cualidades territoriales, a través de la definición de lineamientos para la materialización del modelo territorial de largo plazo, establecido por el nivel de gobierno respectivo”. Plantea también que “Los planes de ordenamiento territorial deberán articular las políticas de desarrollo y las directrices de ordenamiento del territorio, en el marco de las competencias propias de cada nivel de gobierno, y velarán por el cumplimiento de la función social y ambiental de la propiedad”. Los gobiernos parroquiales rurales podrán formular un solo plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Los planes de ordenamiento territorial regionales, provinciales y parroquiales se articularán entre sí, y serían una condición previa (e ineludible) a la asignación de recursos por parte del Estado, para la ejecución de obras.

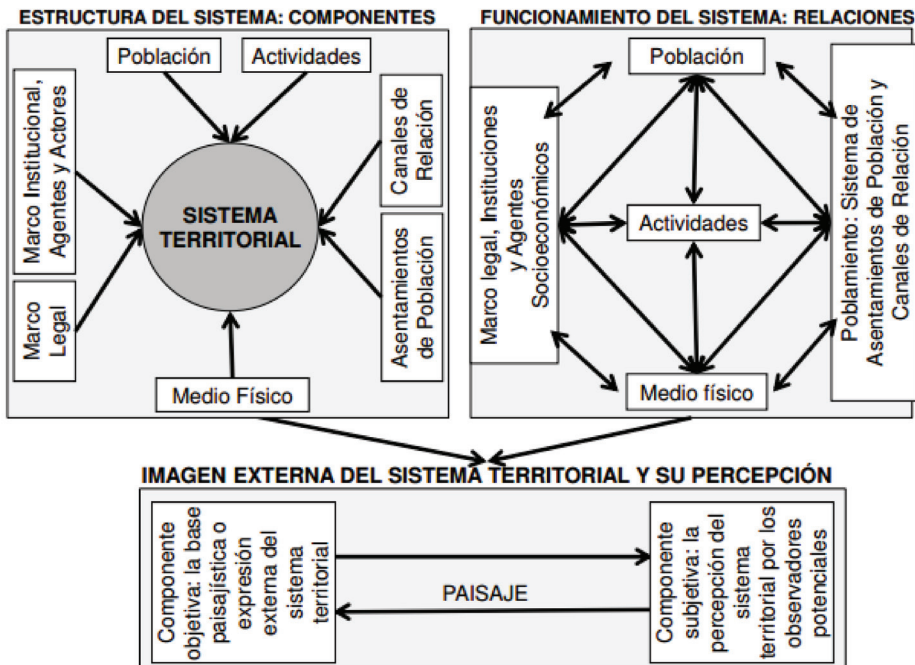
Por otro lado, en el COOTAD los GAD’s gozan de funciones tendientes a ordenar el territorio considerando sus particularidades, es así que en su Título I, Art. 4, define varios literales, encaminados a desarrollar ese “conocimiento del territorio” o la apropiada “lectura del territorio”, a partir de sus dinámicas. En lo que respecta al Patrimonio, el literal e) plantea: “La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural;”. El Art. 55 literal h), corrobora la importancia del patrimonio al mencionar que una de las funciones de los GAD’s es: “Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;”.

Como se puede apreciar, la misma evolución del Ordenamiento Territorial ha sido trascendental para que el territorio adquiriera la importancia que debe y que sea además asumido desde la institución correspondiente. Además, los PDOT del cantón o provincia, debían elaborarse conforme a tres aspectos importes: a. Una organización espacial y funcional de las actividades y los recursos del territorio; b. Viabilización y concreción de políticas públicas democráticas y participativas; y, c. Logro de los Objetivos de desarrollo. No obstante, varios PDOT se limitaron a escribir diagnósticos de los territorios locales y hacer un listado de la obra pública, sin considerar los aspectos mencionados y volteando la mirada de las características intrínsecas de sus entornos geográficos.

Sin embargo de los artículos de los dos cuerpos normativos mencionados, al parecer los GAD, no conocen el alcance que demanda la elaboración de un PDOT, es posible incluso que sus técnicos ignoran la función principal del Ordenamiento Territorial, que es “ordenar el territorio”, interpretación que parece redundante o un concepto que ya está asumido por sus dos términos; pero para muchos, su significado es aún confuso, no solo por la gran cantidad de conceptos que se han dado de ciudad a ciudad y hasta de país a país, sino porque el territorio es un espacio complejo que debe entenderse desde sus múltiples interacciones sociales, naturales, culturales y otros aspectos. No obstante, para que el territorio pueda ser ordenado, hay que primero conocerlo, y este conocimiento se vuelve en la premisa inicial del proceso, es algo como cuando se ordena la casa o el departamento; es decir, no se puede colocar los objetos en cualquier lugar sino donde corresponden, pero aunque se pueda, “no se debe” porque cada objeto tiene una función específica y debe estar en el lugar al que pertenece para facilitarnos la vida y ahorrarnos tiempo. Ordenar la casa entonces, rebasa la cuestión de estética o de buen gusto y se vuelve una tarea necesaria para la convivencia. En este contexto, aunque la analogía sea un tanto atrevida, ordenar el territorio tiene las mismas consideraciones; según Gómez & Gómez (2014), “...ordenar significa poner cada cosa en su sitio; las “cosas” a ordenar son las actividades humanas que habrá que identificar, el “sitio” es el territorio; pero utilizar lo ordenado, exige regular la forma en que se utiliza. Por tanto, ordenar un territorio significa identificar, distribuir, organizar y regular las actividades humanas en ese territorio de acuerdo con ciertos criterios y prioridades. Así se va configurando el sistema territorial.” Este concepto atribuye a decir, que no se debe destinar un suelo con riqueza agrícola a un uso industrial o una zona de riesgo por deslizamiento a viviendas de interés social, como tampoco se debe desconocer la riqueza patrimonial de un lugar por causa del crecimiento urbano; no obstante, estas prácticas suceden muy a menudo, justamente porque se ha obviado la premisa básica que es “conocer el territorio”.

El Sistema Territorial, tal como lo conciben Gómez & Gómez (2014), tiene sus componentes conformados por *a.)* La población, *b.)* Las actividades que ésta realiza y *c.)* El medio físico donde las realiza; esto como un primer momento de comprensión del territorio. Un segundo momento de comprensión es su funcionamiento donde intervienen las relaciones de estos tres componentes que en este caso lo constituyen el marco legal que regula el asentamiento poblacional y sus canales de relación (Ver Figura 1).

Figura 1. SISTEMA TERRITORIAL: SUBSISTEMAS O COMPONENTES QUE LO FORMAN (IZQUIERDA), RELACIONES ENTRE COMPONENTES (DERECHA) E IMAGEN QUE TRANSMITE Y SU PERCEPCIÓN (ABAJO)



Fuente: Gómez D, Gómez M, 2014.

Con esta consideración, con seguridad se afirma que el conocimiento del territorio implica no solo una lectura somera de su paisaje, sino entender sus características, particularidades y dinámicas propias; es decir, los aspectos naturales, humanos, culturales, urbanos, de riesgos y todos aquellos que suceden en su interior. Éste conocimiento, –como se dijo anteriormente– es básico en el ordenamiento, pues ello evita que se produzcan daños en el entorno natural, y por el contrario, se potencien los aspectos más importantes y visibles que promueven un desarrollo sustentable.

Por otro lado, el Ordenamiento Territorial debe considerar además los diferentes tipos de gestión de los elementos que presente el territorio (de riesgos, del turismo, del transporte etc.). No obstante, pese a que en innumerables ocasiones se ha hablado que el Ecuador tiene potencial turístico, al parecer la gestión territorial le dio más importancia a otros sectores que al turismo. Esto se evidencia en la Ley de Turismo de 2002, que es una de las pocas leyes que no han sido reformadas luego de la Constitución del año 2008; es decir, existe un retraso de 10 años en las reformas normativas con respecto a la Constitución y 16 años sin reforma desde su promulgación; los postulados descritos en esta ley, no solo que no consideran criterios de desarrollo, sino que no incorporan aspectos actuales que promuevan la economía local como en este caso el turismo comunitario. Por otro lado la actual ley es restrictiva y sancionatoria para establecimientos turísticos (principalmente hoteleros), más que un instrumento normativo de apoyo al turismo.

Otro aspecto negativo es que esta ley no ha incluido elementos para la conservación del patrimonio natural o cultural, tómesese en cuenta que estos son elementos territoriales promotores del turismo y que gestionados de manera sostenible, son un medio para el desarrollo económico y para la revalorización de aquellas expresiones culturales que parecen “dormidas en el tiempo” como el caso de Zuleta, por tanto la gestión del patrimonio, transforma el lugar, mejora las condiciones de su población, evita la migración, mantiene las costumbres del lugar y en general mejora el territorio de manera sustancial. Para el ex Ministerio de Coordinación del Patrimonio (2012), el patrimonio es “...parte de la herencia cultural de un pueblo o Estado y constituye los valores que se transmiten a generaciones futuras. Cabe mencionar que existen valores determinantes del patrimonio cultural como son el de autenticidad y el de integridad, en algunas casos el patrimonio constituye un recurso no renovable ya que este no puede volver a su primer estado temporal, por lo que debe ser preservado y adecuadamente manejado por el sector público, privado y comunitario”. Este concepto es tan importante para el Ecuador, pues como se observa el patrimonio no es un tema subjetivo, sino que es parte sustancial de un pueblo y sus actividades, por tanto vital en el territorio.

Sin embargo, este aspecto tan importante, se pierde en la débil lectura del paisaje de la Comuna Zuleta por parte de los técnicos de los GAD's, parroquial, cantonal y provincial, y coloca al patrimonio y al turismo en una suerte para su conservación, pues en el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) de la Parroquia Angochagu –que es el nivel territorial más cercano a la comuna–, no se evidencia esta particularidad, incumpliendo lo anteriormente mencionado en el Art. 4 del Título I del COOTAD, que plantea en su literal e) “La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios



de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural;”.

Contrariamente, el PDOT de la Parroquia Angochagua (Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Angochagua, Ibarra - Imbabura Administración 2009-2014, 2010), menciona que esta, “tiene una gran riqueza natural acompañada, además, de una riqueza cultural, pues habitan comunidades con gran trascendencia histórica de la época de las Haciendas, entre las podemos mencionar hacienda de Zuleta y la Hacienda La Magdalena, esta última, actualmente manejada por la comunidad del mismo nombre”<sup>4</sup>. No obstante, esta aseveración es incompleta a lo que se debe mencionar conforme a los instrumentos normativos como el COPFP y el COOTAD, debido a que existen varios elementos patrimoniales adicionales e importantes que no han sido considerados por el GAD.

En este ámbito, pese a la importancia de conocer y entender el territorio, este proceso se ha obviado en la mayoría de PDOT, algunos incluso eliminaron la naturaleza de la planificación territorial y la importancia de mirar al territorio desde una visión integral, otros tenían como objeto ser el instrumento para que su cantón o provincia se convierta en un “atractivo turístico”, pero ni en su contenido ni en la práctica tenían metodologías, procesos o gestiones específicas para potenciar al sector turístico como eje económico local. Por tanto, muy a pesar del esfuerzo de la normativa nacional, aún falta posicionar el criterio de que además de ser una actividad económica, el turismo es un sector integrador de los elementos y las dinámicas territoriales, y promueve la revalorización del patrimonio natural y cultural; condiciones importantes en el desarrollo local. Empero, si la Parroquia que es quien debe considerar de manera puntual las características patrimoniales no lo ha hecho, poco se puede esperar que los otros niveles de gestión territorial como el cantón y la provincia, observen este elemento importante del territorio. El reto de la parroquia estará entonces en valorar sus innumerables potencialidades por encima de las dificultades que puedan existir para el florecimiento de una parroquia rural unida, apegada al cuidado, embellecimiento y recuperación de su patrimonio local”.

Pero además de la incipiente lectura del paisaje de los PDOT, hay también una serie de elementos contradictorios en las normativas de Ordenamiento Territorial, particularmente del COOTAD, pues existe una superposición de funciones entre los tres gobiernos (parroquial, provincial y local), así en pala-

4 En el PDOT de la parroquia Angochagua, se menciona como Patrimonio Potencial, únicamente al Cementerio de la Parroquia, la Hacienda La Magdalena y un conjunto de Tolas ubicadas en la Hacienda Zuleta y como Patrimonio Intangible 3 fechas y 3 rituales importantes para la parroquia. Menciona además como manifestaciones cierta gastronomía, medicinas ancestrales y música.

bras de Fernando Pauta<sup>5</sup>, el COOTAD requiere una revisión en la temática de “competencias y gestión territorial”, enumerando cinco aspectos importantes, de los cuales tres de ellos se describen a continuación y que están asociados a la falta de inclusión de las características intrínsecas de la Comuna Zuleta en el PDOT de la Parroquia Angochagua y de la Ciudad de Ibarra, que son los niveles de gestión que les corresponde considerarlo.

“Sustentarse en diagnósticos con contenidos reiterativos en los diferentes niveles de ordenación territorial para una misma provincia y en algunos casos con resultados distintos, así por ejemplo, el medio físico y su capacidad de acogida para las actividades humanas es motivo de análisis y diagnóstico en el plan de ordenación territorial provincial, pero asimismo lo es en los planes de sus respectivos cantones y parroquias rurales; por lo que cabe la pregunta: ¿cuáles son los resultados que han de prevalecer en las distintas circunscripciones?”

La superposición de determinaciones, ante la falta de claridad en el reparto competencial referido a la ordenación territorial. Así, por ilustrar, el plan de ordenación de una determinada provincia y como parte del modelo territorial objetivo, establece un sistema de asentamientos en relación a su nivel y a todos los niveles inferiores, pero también y en la misma perspectiva lo determinan los planes de sus correspondientes cantones y aún los de las parroquias rurales.

La ausencia de un enfoque metodológico general para la redacción de los planes de los distintos niveles territoriales e incluso de la Estrategia Territorial Nacional, en tanto competencia legal del Estado central en materia de ordenación territorial, válido para la realidad ecuatoriana y que entonces posibilite su articulación.”

Finalmente, aunque no es parte del análisis de las normativas, es importante destacar que actualmente el Programa Hábitat III que se realizó en Ecuador, ciudad de Quito, a cargo de las Organización de Naciones Unidas en el año 2016, dio un enfoque muy importante en la construcción de territorios sustentables, es así que la Nueva Agenda Urbana reconoce que la cultura y la diversidad cultural son fuentes de enriquecimiento para la humanidad y realizan un aporte importante al desarrollo sostenible de las ciudades, los asentamientos humanos y los ciudadanos, empoderándolos para que desempeñen una función activa y singular en las iniciativas de desarrollo. La Nueva Agenda Urbana reconoce además que la cultura debería tenerse en cuenta en

5 Pauta (2013) basa su resumen en el Documento de Ordenación Territorial y Urbanística: un camino para su aplicación en el Ecuador, del mismo autor.



la promoción y aplicación de nuevas modalidades de consumo y producción sostenibles que contribuyen a la utilización responsable de los recursos y contrarrestan los efectos adversos del cambio climático (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2016).

He ahí que los desafíos de los GAD's son mayores, por cuanto tienen la responsabilidad de lograr una sociedad más consciente de su rol en el desarrollo de su territorio, y no simplemente observadores de los procesos.

## CONCLUSIONES

El breve análisis de la conceptualización de la Planificación y Ordenamiento Territorial y los contenidos más relevantes de su normativa, se lo ha confrontado con las condiciones que presenta la Comuna Zuleta, respecto a los elementos territoriales de su paisaje rural (patrimonio natural y cultural), evidenciando que este lugar posee una riqueza natural del paisaje de montaña donde se combinan el nevado, otras montañas importantes, la laguna y el mismo páramo y bosques; y una riqueza cultural invaluable que se expresa en las diferentes manifestaciones de vida y convivencia de la población zuleteña, en este caso el paisaje edificado, además de su vestimenta, tradiciones y costumbres. Sin embargo de esta riqueza, ésta no ha sido incluida en la lectura del territorio para la formulación de los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, donde estos elementos sean valorados y orientados a su conservación.

En este contexto analítico, cabe la pregunta ¿Cómo se puede propiciar el desarrollo de la Comuna Zuleta, si ni siquiera el GAD de su nivel territorial más próximo, en este caso la Parroquia Angochagua, ha considerado estos elementos territoriales esenciales en su PDOT?, más aún cuando se denota que sus particularidades intrínsecas, han generado dinámicas productivas incipientes, que de haberse tomado en cuenta en el PDOT, podrían haber sido parte de la financiación correspondiente y constituirse en la base para la formulación de una estrategia especial de desarrollo más fortalecida para el turismo rural o comunitario.

Por otro lado, aunque se habló que la misma normativa del Ordenamiento Territorial tenía algunas funciones reiterativas para los diferentes niveles de gestión, es imperativo que se piense que es más importante que exista una normativa de planificación y ordenamiento territorial con errores, pero que es perfectible en el tiempo y que sus postulados son importantes para que los GAD puedan utilizarlos como instrumentos para el desarrollo sostenible.

En este ámbito, las conclusiones generales de lo enunciado anteriormente son:

En una primera apreciación, los diferentes instrumentos normativos del Ecuador, apuntan a que se consideren las características de cada territorio

dándole la importancia que merecen; no obstante falta hacer hincapié en la necesidad de la visión total del territorio y de la inclusión de diferentes aspectos para la gestión de sus características entre ellas el turismo.

El destino del turismo y la gestión del patrimonio, recae en los GAD's. Por tanto, se vuelve una suerte que estos aspectos adquieran importancia en la planificación, sino se cuenta con el equipo técnico calificado.

Pese a que el presente documento realizó una revisión general del PDOT de la Parroquia Angochagua a la que pertenece la Comuna Zuleta, es menester mencionar que el no haber considerado las características de esta comuna en dicho documento, se ha incumplido un principio que es la participación ciudadana, pues se ha realizado una mera socialización de los contenidos del plan hacia la comunidad, más no de la participación de ésta en la conformación de los instrumentos de planificación, como parte de la democratización del desarrollo.

Luego de Conferencia de Las Naciones Unidas sobre la Vivienda y el Desarrollo Urbano Sostenible (Hábitat III), el desafío de la construcción de las ciudades, adquiere una vital importancia a partir del concepto del "derecho a la ciudad" del que gozamos todos los habitantes del mundo. Por ende, las manifestaciones y propuesta individuales y colectivas deben ser analizadas y consideradas.

#### BIBLIOGRAFÍA

- ASAMBLEA CONSTITUYENTE. (2008). *Constitución de la República*. Quito: Registro Oficial.
- ASAMBLEA GENERAL DE LAS NACIONES UNIDAS. (2016). "*Proyecto de documento final de la Conferencia de Las Naciones Unidas sobre la Vivienda y el Desarrollo Urbano Sostenible (Hábitat III)*".
- ASAMBLEA NACIONAL. (21 de Enero de 2010). "*Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD)*". Obtenido de [http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO\\_ORGANIZACION\\_TERR](http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CODIGO_ORGANIZACION_TERR)
- ASAMBLEA NACIONAL. (19 de Octubre de 2010). "*Código orgánico de Planificación y Finanzas Públicas (COPFP)*". Obtenido de [http://www.seguridad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/09/codigo\\_organico\\_planificacion\\_y](http://www.seguridad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/09/codigo_organico_planificacion_y)
- CALLE, F. P. (2013). *Ordenación Territorial y Urbanística: Un camino para su Aplicación en el Ecuador*. Cuenca: Monsalve Moreno.
- CEBRIÁN ABELLÁN, F., & GARCÍA GONZÁLEZ, J. (2016). Turismo rural y paisaje en zonas de montaña. Propuesta metodológica para identificar sus relaciones en Sierras Meridionales de la Provincia de Albacete. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 21.

- ECOCIENCIA. (2009). *Plan de Manejo. Comuna Zuleta*. Quito.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Angochagua, Ibarra - Imbabura Administración 2009-2014. (2010). "*Plan de Ordenamiento Territorial de la Parroquia Angochagua*". Ibarra.
- GÓMEZ, D., & GÓMEZ, M. (2014). "Marco Conceptual para la Ordenación Territorial y Reflexiones sobre el Proceso Ecuatoriano en la materia". *IX Simposio Nacional de Desarrollo Urbano y Planificación Territorial*. Cuenca.
- INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO. (s/f). *Patrimonios del Ecuador*. Obtenido de <http://www.inpc.gob.ec/component/content/article/2-general/22>
- MINISTERIO COORDINADOR DE PATRIMONIO. (2012). "*Introducción al Patrimonio Cultural*". Quito: Noción Imprenta.
- SUÁREZ, C. R. (2014). El Paisaje como Recurso Turístico en las áreas naturales protegidas: caso reserva de la Biósfera Janos, Chihuahua, México. *novaRua revista universitaria de administración*, 9.

# UNA PRIMERA APROXIMACIÓN AL IMPACTO DE LA PLATAFORMA AIRBNB EN LA LOCALIZACIÓN DEL ALOJAMIENTO DE LARGA DURACIÓN EN LA CIUDAD DE BENIDORM

*Armando Ortuño Padilla; Vicente Iborra Pallarés*

Departamento de Ingeniería Civil, Universidad de Alicante

*Salvador Serrano Salazar*

OOTRO Estudio

*José Fernández Sáez*

Unitat de Suport a la Recerca Terres de l'Ebre, Institut Universitari d'Investigació en Atenció Primària (IDIAP) Jordi Gol

## RESUMEN

En los últimos años, el crecimiento de las denominadas plataformas online de economía colaborativa o plataformas P2P ha sido espectacular en todos los ámbitos a nivel mundial. El caso del sector del alojamiento turístico no es una excepción. Estas plataformas, y en especial la web Airbnb, está alterando las condiciones de los mercados turísticos, modificando los períodos de oferta y demanda, ampliando los destinos casi a cualquier localización posible y modificando las redes y sistemas de contratación de los servicios. Estas alteraciones en el mercado de viviendas de uso turístico están afectando al modelo tradicional de alquiler basado en la larga estancia, acarreado cambios en su oferta, precio y localización.

La importancia del sector turístico para la ciudad de Benidorm queda fuera de toda duda y sus especiales condiciones la diferencian de cualquier otro emplazamiento turístico nacional. Esta condición impide la extrapolación de datos procedentes de otras localizaciones y justifica la realización de un análisis “ex profeso” de las cuestiones anteriormente enunciadas. Los resultados a presentar en este estudio corresponden a las primeras conclusiones de una investigación que trata de analizar el impacto de la plataforma Airbnb en

el alojamiento de largo plazo (para lo que se utilizará la plataforma idealista.com) en la ciudad de Benidorm. Su interés radica en conocer el fenómeno de competencia entre estas dos modalidades de alojamientos dada la enorme plantilla de empleados en el sector turístico en Benidorm demandantes de alquileres de largo plazo.

En los resultados obtenidos se mostrará la geolocalización tanto de las viviendas de uso turístico como de largo plazo existentes en Benidorm. Este estudio a escala urbana posibilitará establecer patrones de localización de los diferentes modelos estudiados, lo que permitirá la adopción de políticas públicas relacionadas con el sector del turístico.

Palabras clave: turismo, alquiler, Airbnb, idealista, Benidorm, geolocalización.

## 1. INTRODUCCIÓN. BENIDORM Y EL FENÓMENO DE LAS VIVIENDAS DE USO TURÍSTICO BASADO EN LA ECONOMÍA COLABORATIVA

La ciudad de Benidorm se encuentra en la provincia de Alicante, en el sureste de España, con una población de 66.831 personas en 2017 (Instituto Nacional de Estadística, 2018a) y cuya actividad más importante es, sin duda, el turismo.

La “nueva ciudad” de Benidorm nació a finales de los años cincuenta en el siglo XX gracias al plan de ensanche (fig. 1) desarrollado para ampliar la

Figura 1. DOCUMENTO ORIGINAL DEL PLAN DE ENSANCHE DE BENIDORM EN LA DÉCADA DE LOS CINCUENTA DEL SIGLO XX



ciudad histórica. Este tipo de crecimientos urbanos fue típico en las ciudades españolas a lo largo de ese período, pero, en este caso el plan de ensanche era especial, dado que fue concebido para la actividad turística.

El tejido urbano del ensanche se ha mantenido con apenas transformaciones a lo largo de su vida de medio siglo. Está compuesto por dos ejes perpendiculares principales (la Avenida de Europa y la Avenida del Mediterráneo) desde donde se desarrolló el resto del ensanche siguiendo una forma de cuadrícula. Los edificios dentro de las parcelas son exentos y han evolucionado desde su concepción: desde viviendas unifamiliares con jardín y baja densidad, a los “edificios tranvía” llamados así por su forma, hasta los rascacielos que dominan el horizonte actual de Benidorm y se han convertido en el icono de la ciudad (fig. 2). En cuanto a los usos pormenorizados en el interior de las parcelas privadas se encuentran todo tipo de actividades, comerciales, lúdicas o de servicios.

Figura 2. VISTAS ACTUALES DE LOS RASCACIELOS DE BENIDORM



Como se ha avanzado, hoy día, Benidorm alcanza una gran intensidad turística como demuestra el hecho de que mantuvo una ocupación media hotelera en 2017 de un 78% de sus aproximadamente 40.000 plazas, que se transformaron en cerca de 12 millones de pernoctaciones, tan solo por detrás de Madrid y Barcelona en el ámbito peninsular y sin contar otras pernoctaciones en apartamentos turísticos, campings, segundas residencias, etc. En términos de empleo, y continuando con los datos referidos estrictamente a la planta hotelera, superó las 5.200 personas en 2017 (Instituto Nacional de Estadística, 2018b).

Precisamente, esa elevada actividad turística y número de trabajadores correspondiente, se relaciona con el objetivo de este artículo en el sentido de analizar si las viviendas de uso turístico están generando suficientes ingresos

para desplazar a los alquileres de la larga duración, lo que reduciría la oferta, incrementando sus precios y dificultando el acceso a la gran plantilla laboral que demanda la ciudad para el conjunto de la actividad turística: alojamiento, parques temáticos, restauración, comercio, agencias de viaje, etc.

En este contexto, la irrupción del fenómeno de los alojamientos turísticos aparece como un nuevo factor a tener en cuenta. La modificación de la Ley de Arrendamientos Urbanos (LAU) mediante la Ley 4/2013, de 4 de junio, de medidas de flexibilización y fomento del mercado de alquiler de viviendas, entre otras cosas, supuso la exclusión del ámbito de regulación de la LAU de un determinado tipo de arrendamiento. En concreto, la exclusión se regula con la introducción de una nueva letra e) dentro del artículo 5, que dispone que “la cesión temporal de uso de la totalidad de una vivienda amueblada y equipada en condiciones de uso inmediato, comercializada o promocionada en canales de oferta turística y realizada con finalidad lucrativa, cuando esté sometida a un régimen específico, derivado de su normativa sectorial”.

Como consecuencia de este cambio, el alquiler de viviendas que cumpla todos los requisitos del artículo 5. e), queda regulado a través de la normativa turística, competencia que pertenece, en exclusiva, a las Comunidades Autónomas. Esto a su vez ha coincidido con el despegue de la llamada economía colaborativa y la aparición de plataformas tecnológicas (Airbnb, Homeaway, etc.) que facilitan el arrendamiento de viviendas de particulares o empresas.

En el documento, *Una Agenda Europea para la Economía Colaborativa*, de 2016, la Comisión Europea define la economía colaborativa como “aquellos modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares. La economía colaborativa implica a tres categorías de agentes: I) prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias “pueden ser particulares que ofrecen servicios de manera ocasional («pares») o prestadores de servicios que actúen a título profesional («prestadores de servicios profesionales»); II) usuarios de dichos servicios; y III) intermediarios que “a través de una plataforma en línea” conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos («plataformas colaborativas»). Por lo general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro”.

A su vez, el crecimiento incesante del número de turistas en España durante los últimos años está provocando debate social sobre cuál debería ser el modelo de gestión turística, centrándose buena parte de ese debate en los impactos y regulación de los arrendamientos de estas viviendas usos turísticos ofertadas a través de plataformas tecnológicas. Este artículo analiza dos de los impactos producidos por la irrupción de este nuevo modelo en la ciudad



de Benidorm: la alteración del mercado de alquiler y la concentración en determinadas zonas urbanas de viviendas destinadas a alojamientos turísticos.

La alteración del mercado de alquiler aparecerá por la entrada en competencia de dos modelos: por un lado, el arrendamiento de vivienda (de larga duración) y por otro el uso como alojamiento turístico (de corta estancia). Para la realización del estudio se han tomado los datos existentes en sendas plataformas on-line representativas de cada uno de los modelos, Airbnb, en el caso de los alojamientos turísticos, e idealista, en el caso de los arrendamientos de larga duración. En el primer caso, se trata de datos sobre alojamientos ocupados, mientras que en el segundo se han tomado datos de la oferta existente en los períodos estudiados con lo que los precios aportados pueden incluir un cierto sesgo al alza respecto del precio real del mercado de alquiler. Asimismo, se debe indicar que se han contabilizado únicamente aquellos alojamientos susceptibles de entrar en competencia por un mismo mercado: aquellos que están disponibles para su ocupación durante todo el año, sin restricciones de días “bloqueados” por los propietarios. En este sentido, la aplicación web Airbnb ofrece a los propietarios la posibilidad de bloquear determinados días para destinar el alojamiento a su uso privativo, extrayendo el alojamiento de la oferta de alquiler durante unas fechas determinadas. También puede ocurrir que los propietarios oferten en ambos portales una misma vivienda.

En definitiva, el artículo trata de avanzar en la respuesta a dos cuestiones principales:

- Los ingresos de los alojamientos en Benidorm, en uno u otro modelo, siendo ésta una razón decisiva para decidir sobre cómo ofertarlos.
- Detección de la existencia de zonas en las que se concentren los alojamientos ofertados a través de uno u otro modelo, señalando la aparición de lo que podríamos denominar como “zonas Airbnb”.

En el caso español, apenas se ha realizado algún estudio que trate estimar estos impactos, caso del trabajo de Segú (2018), en el que afirma que Airbnb es responsable de un incremento del 4% de las rentas de alquileres en Barcelona, si bien el modelo urbano y turístico de esta capital se encuentra muy alejado del correspondiente a una ciudad especializada en un turismo de “sol y playa” de tamaño medio como Benidorm. En lo que se refiere al estudio de la geolocalización de los alojamientos turísticos y la detección de áreas con predominio de este modelo frente a otros, como puede ser el hotelero, se encuentra el estudio realizado sobre la localización de los alojamientos ofertados a través Airbnb, también en Barcelona (Gutiérrez et al. 2017), en el que se indica que la distribución espacial estos alojamientos se distribuyen de una manera más homogénea por el tejido urbano, en las áreas de atracción turística, frente a los establecimientos hoteleros que se concentran en determinados ejes y ámbitos específicos.



Por último, cabe puntualizar que el estudio se ha realizado en el ámbito urbano de Benidorm, entendiendo como tal el término municipal de Benidorm y la Cala de Finestrat (perteneciente a las localidades de Finestrat y Villajoyosa), dado que se trata de un continuo urbano con características análogas en cuanto a su focalización hacia el sector turístico.

## 2. METODOLOGÍA. EXTRACCIÓN DE DATOS DE LAS PLATAFORMAS ON-LINE Y GEOLOCALIZACIÓN DE LOS MISMOS

Para llevar a cabo la comparación entre las viviendas ofertadas en ambas plataformas, se han empleado dos tablas de datos provenientes de éstas.

La primera tabla de datos ha sido obtenida mediante el servicio que ofrece la empresa AirDNA<sup>1</sup>, y corresponde con los ingresos generados por viviendas disponibles en la web de Airbnb, complementándose con otros campos relevantes como el tipo de inmueble o el número de habitaciones disponibles. De esta primera tabla, además de las viviendas que presentan días bloqueados, se han descartado las viviendas con la etiqueta de “inactiva”, ya que éstas no han sido ofertadas en el periodo estudiado y, por tanto, no tienen la capacidad de generar ingresos. Por tanto, la muestra analizada corresponde con la oferta total de viviendas disponibles en Airbnb que pueden competir con los alquileres de larga estancia durante el período temporal que más adelante se detalla.

La segunda tabla de datos ha sido obtenida mediante el empleo de una aplicación de creación propia programada en lenguaje Python, la cual accede a la API de idealista<sup>2</sup> y descarga los datos de viviendas ofertadas en alquiler dentro del ámbito seleccionado. Según la información de búsqueda en la API facilitada por idealista, no es posible extraer los datos históricos de viviendas ofertadas en su página web, por lo que se ha procedido a generar una base de datos histórica recogiendo los datos mes a mes. Esta operación de descarga de datos se ha efectuado una vez concluido cada mes, obteniendo una fotografía de cómo queda la oferta de alquiler de vivienda del último día del mes. La muestra analizada corresponde, por tanto, con la oferta total de viviendas en alquiler en idealista durante los meses estudiados. La API no sólo devuelve el precio del alquiler mensual de cada vivienda, sino que proporciona otros datos relevantes como la superficie en metros cuadrados de la vivienda, el número de habitaciones o el tipo de inmueble.

El periodo recogido en la muestra de Airbnb corresponde a los meses de mayo, junio, julio y agosto de 2017, mientras que la muestra de idealista se remite a los mismos meses del actual año 2018. En ambas tablas, todas

1 Los datos de AirDNA han sido facilitados por cortesía de FEDEA (Fundación de Estudios de Economía Aplicada).

2 Las claves de acceso a la API han sido facilitadas por cortesía de idealista.

las viviendas constan de un dato de ubicación definido por sus coordenadas geográficas (lat, long). No obstante, estas coordenadas no son del todo precisas en algunos casos, puesto que tanto Airbnb como idealista permiten a los propietarios georreferenciar sus viviendas en un ámbito aproximado por motivos de privacidad, adoptando así una posición inexacta dentro de un margen. Esto explica que algunas de las viviendas presentes en las muestras trabajadas aparezcan geolocalizadas en lugares inverosímiles como el mar. La base cartográfica empleada en las visualizaciones ha sido obtenida de la Sede Electrónica del Catastro.

Si bien desde la API idealista se han podido extraer los valores de superficie de cada vivienda, en la tabla de datos de Airbnb no figura este campo, por lo que se ha empleado el número de habitaciones como dato que permite equiparar viviendas de distinto tamaño. De esta manera, se pueden comparar en las cartografías los ingresos de las viviendas de ambas plataformas mediante el indicador de ingresos por habitación. Para visualizar estos valores, se ha representado un círculo centrado en las coordenadas de cada vivienda, con un tamaño en función del ingreso por habitación de cada vivienda y un color según la plataforma a la que pertenezca (rojo para Airbnb, amarillo para idealista).

### 3. RESULTADOS

Antes de exponer los resultados, merece la pena resaltar que el porcentaje de viviendas con días no bloqueados en Airbnb alcanza el 59%, lo que se traduce en que alrededor de unas 725 viviendas/mes sin días bloqueados estarían compitiendo con los alquileres de largo plazo.

En primer lugar, se analizan los datos referentes al número de viviendas ofertadas en Idealista junto con su precio de alquiler y el número de alojamientos temporales ocupados en Airbnb junto con los ingresos obtenidos en éstos. En las siguientes tablas (fig. 3) se muestran los resultados obtenidos tras el análisis de los datos estudiados:

Figura 3a. DATOS MES DE MAYO (2017 PARA AIRBNB, 2018 PARA IDEALISTA)

Airbnb					idealista				
Nº habitaciones	Nº viviendas	% sobre el total	Ingresos / habitación	Ingresos / vivienda	Nº habitaciones	Nº viviendas	% sobre el total	Ingresos / habitación	Ingresos / vivienda
1	244	38%	350 €	350 €	1	81	45%	656 €	656 €
2	297	47%	260 €	520 €	2	58	32%	411 €	821 €
3	78	12%	272 €	815 €	3	36	20%	366 €	1.097 €
4	14	2%	168 €	674 €	4	2	1%	669 €	2.675 €
5	3	0%	921 €	4.604 €	5	2	1%	410 €	2.050 €
6	2	0%	283 €	1.695 €	6	0	0%	0 €	0 €
7	0	0%	0 €	0 €	7	0	0%	0 €	0 €
<b>TOTAL</b>	<b>638</b>	<b>100%</b>			<b>TOTAL</b>	<b>179</b>	<b>100%</b>		
<b>PROMEDIO</b>			<b>286 €</b>	<b>517 €</b>	<b>PROMEDIO</b>			<b>463 €</b>	<b>836 €</b>

Figura 3b. DATOS MES DE JUNIO (2017 PARA AIRBNB, 2018 PARA IDEALISTA)

Airbnb					idealista				
Nº habitaciones	Nº viviendas	% sobre el total	Ingresos / habitación	Ingresos / vivienda	Nº habitaciones	Nº viviendas	% sobre el total	Ingresos / habitación	Ingresos / vivienda
1	282	40%	653 €	653 €	1	76	43%	672 €	672 €
2	315	44%	469 €	938 €	2	58	33%	413 €	826 €
3	90	13%	491 €	1.473 €	3	35	20%	385 €	1.154 €
4	16	2%	410 €	1.638 €	4	7	4%	286 €	1.143 €
5	3	0%	1.037 €	5.185 €	5	2	1%	410 €	2.050 €
6	2	0%	201 €	1.207 €	6	0	0%	0 €	0 €
7	0	0%	0 €	0 €	7	0	0%	0 €	0 €
<b>TOTAL</b>	<b>708</b>	<b>100%</b>			<b>TOTAL</b>	<b>178</b>	<b>100%</b>		
<b>PROMEDIO</b>			<b>516 €</b>	<b>927 €</b>	<b>PROMEDIO</b>			<b>452 €</b>	<b>851 €</b>

Figura 3c. DATOS MES DE JULIO (2017 PARA AIRBNB, 2018 PARA IDEALISTA)

Airbnb				idealista				
Nº habitaciones	Nº viviendas	% sobre el total	Ingresos / habitación	Ingresos / vivienda	Nº viviendas	% sobre el total	Ingresos / habitación	Ingresos / vivienda
1	297	40%	1.315 €	1.315 €	77	39%	657 €	657 €
2	325	44%	956 €	1.913 €	70	36%	421 €	842 €
3	101	14%	823 €	2.468 €	40	20%	346 €	1.037 €
4	20	3%	853 €	3.410 €	7	4%	293 €	1.171 €
5	1	0%	1.511 €	7.554 €	2	1%	410 €	2.050 €
6	1	0%	173 €	1.037 €	0	0%	0 €	0 €
7	0	0%	0 €	0 €	0	0%	0 €	0 €
<b>TOTAL</b>	<b>745</b>	<b>100%</b>			<b>196</b>	<b>100%</b>		
<b>PROMEDIO</b>			<b>998 €</b>	<b>1.796 €</b>			<b>435 €</b>	<b>833 €</b>

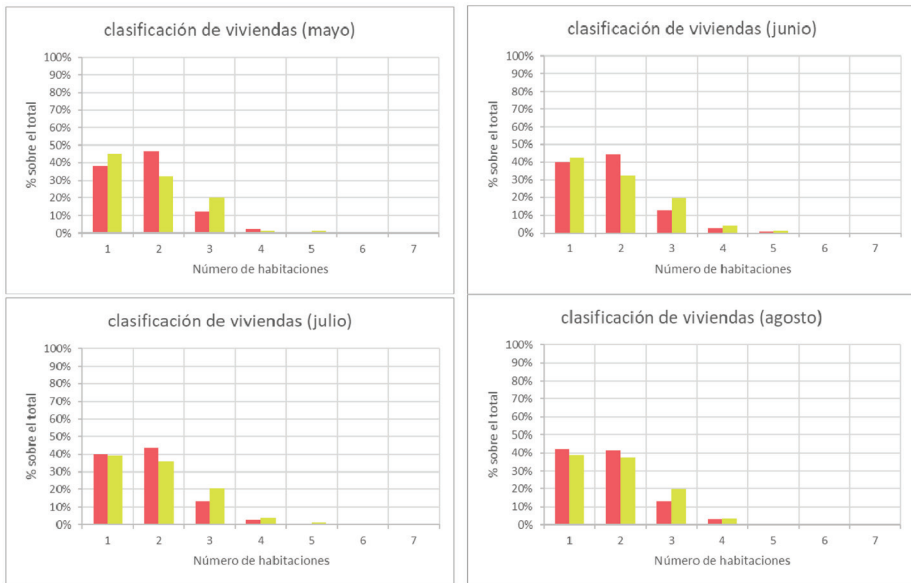
Figura 3d. DATOS MES DE AGOSTO (2017 PARA AIRBNB, 2018 PARA IDEALISTA)

Airbnb				idealista				
Nº habitaciones	Nº viviendas	% sobre el total	Ingresos / habitación	Ingresos / vivienda	Nº viviendas	% sobre el total	Ingresos / habitación	Ingresos / vivienda
1	340	42%	1.912 €	1.912 €	85	39%	645 €	645 €
2	333	41%	1.259 €	2.518 €	82	37%	416 €	832 €
3	107	13%	1.062 €	3.186 €	43	20%	340 €	1.020 €
4	25	3%	1.046 €	4.183 €	7	3%	311 €	1.243 €
5	1	0%	2.092 €	10.458 €	1	0%	500 €	2.500 €
6	1	0%	196 €	1.174 €	0	0%	0 €	0 €
7	1	0%	121 €	848 €	1	0%	214 €	1.500 €
<b>TOTAL</b>	<b>808</b>	<b>100%</b>			<b>219</b>	<b>100%</b>		
<b>PROMEDIO</b>			<b>1.347 €</b>	<b>2.409 €</b>			<b>430 €</b>	<b>820 €</b>

En los meses de julio y agosto, la cantidad de viviendas disponibles crece sensiblemente tanto en idealista como en Airbnb, observándose en el primero de ellos una oferta en agosto un 21% mayor que la existente en mayo, y en el segundo un aumento de ocupación del 27% en ese mismo periodo. Con estos resultados se aprecia que las ofertas de alojamiento presentes en ambos portales se ven afectados por los ciclos turísticos y que, la oferta de idealista, es decir, de largo plazo (que puede dar respuesta a la demanda de ocupados en el sector servicios) no se vería, en principio, reducida en los meses de mayor demanda turística, julio y agosto.

En cuanto a la tipología de los alojamientos disponibles, las viviendas ocupadas mediante Airbnb y ofertadas mediante idealista se han clasificado en función del número de habitaciones del que disponen, dado que esta es una de las principales características buscadas por los usuarios de las plataformas. Como resultado, se ha obtenido que el tipo de vivienda más abundante tanto en Airbnb como en idealista contiene 1 ó 2 habitaciones y, en menor medida, 3 habitaciones (fig. 4).

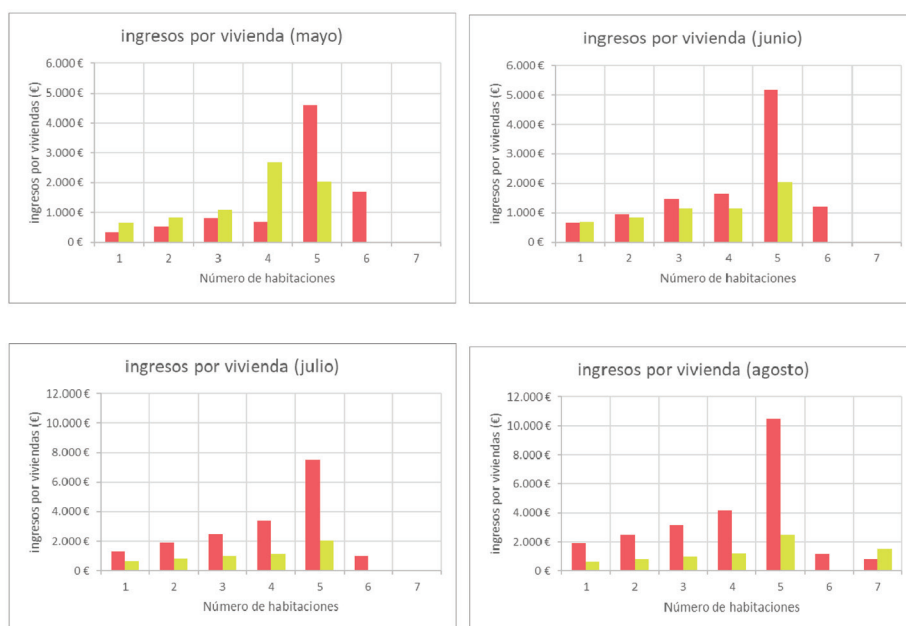
Figura 4. PORCENTAJE DE CADA TIPO DE VIVIENDA SOBRE EL TOTAL



A continuación, se analizan los ingresos de los alojamientos, una de las principales razones a la hora de que los propietarios prioricen un modelo de alquiler frente a otro.

En el mes de julio, los ingresos de las viviendas Airbnb duplica a las de idealista, mientras que en agosto la triplica. Así, se observa cómo los ingresos por habitación en Airbnb en los meses de julio y agosto alcanzan valores de 998€ y 1.347€ respectivamente frente a los 435€ y 430€ obtenidos de idealista. De esta manera, si bien el propietario de una vivienda ofertada en idealista obtendría unos ingresos medios por habitación durante los meses estudiados de 444€, los ingresos medios por habitación de vivienda ocupada y ofertada a través de Airbnb durante esos meses ascienden a 819€. Por tanto, los ingresos por habitación durante los meses estudiados de Airbnb es más de un 80% superior que la correspondiente a idealista (fig. 5).

Figura 5. INGRESOS DE LAS VIVIENDAS POR EL NÚMERO DE HABITACIONES



A continuación, se recogen los resultados obtenidos tras el análisis de la geolocalización de las ofertas de alquiler publicadas en idealista y de los alojamientos ocupados y ofertados en Airbnb (fig. 6).

Figura 6a. UBICACIÓN DE LAS MUESTRAS. MES DE MAYO  
(2017 PARA AIRBNB, 2018 PARA IDEALISTA)

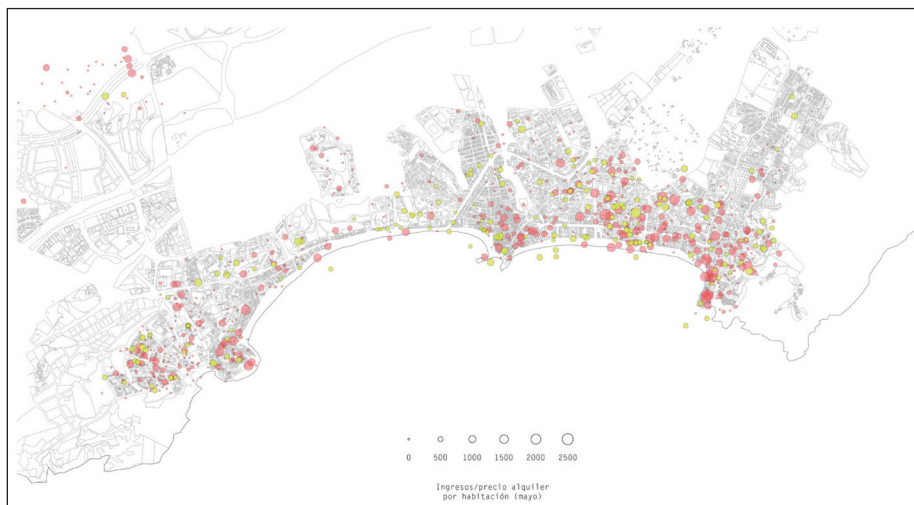


Figura 6b. UBICACIÓN DE LAS MUESTRAS. MES DE JUNIO  
(2017 PARA AIRBNB, 2018 PARA IDEALISTA)

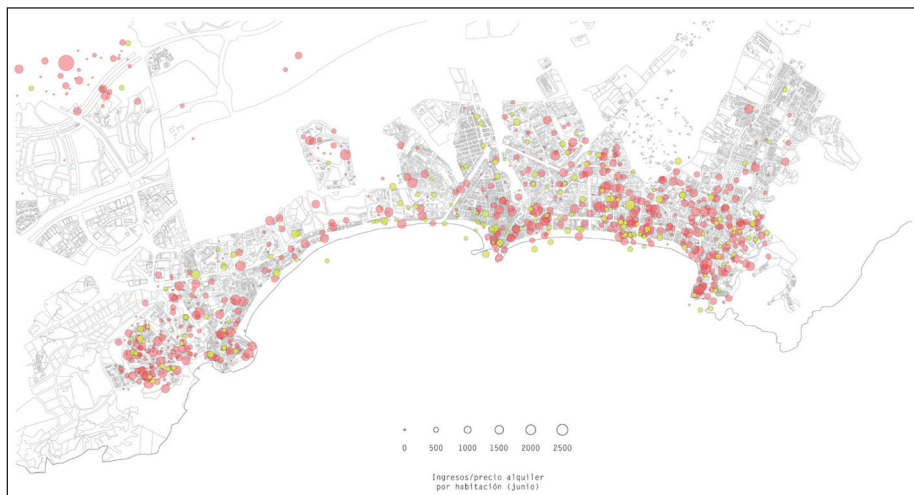




Figura 6c. UBICACIÓN DE LAS MUESTRAS. MES DE JULIO  
(2017 PARA AIRBNB, 2018 PARA IDEALISTA)

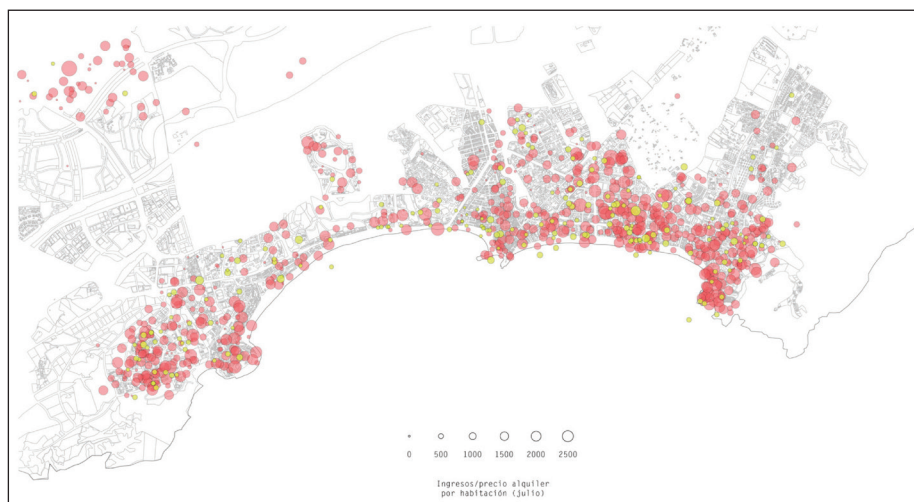
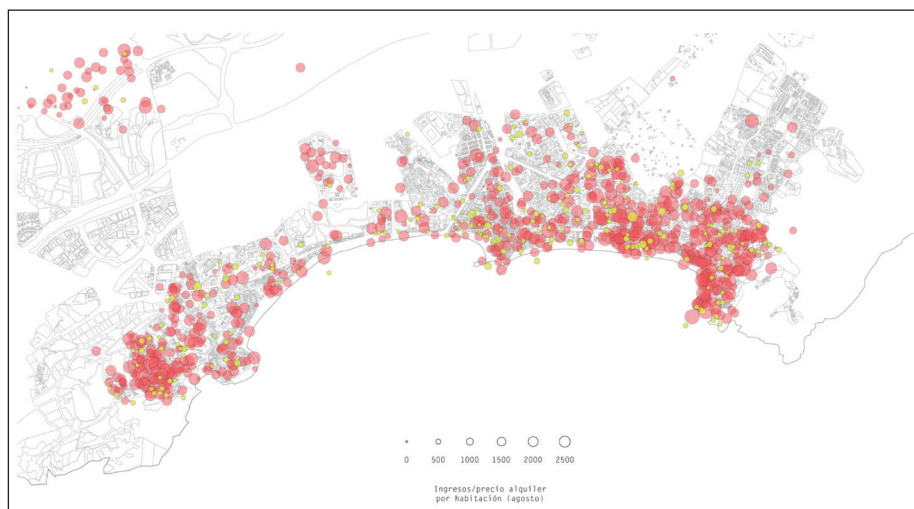


Figura 6d. UBICACIÓN DE LAS MUESTRAS. MES DE AGOSTO  
(2017 PARA AIRBNB, 2018 PARA IDEALISTA)



Respecto a la ubicación se aprecia una distribución de los alojamientos disponibles en ambos portales web aparentemente homogénea a lo largo de toda la trama urbana, si bien se pueden llegar a identificar algunas localizaciones en las que se detecta una mayor concentración de muestras destinadas a alojamientos turísticos. Estas localizaciones son las que podríamos denominar “zonas Airbnb”:

- Cala de Finestrat y zona Oeste de la playa de Poniente, esta última con tipologías edificatorias de vivienda plurifamiliar de pequeña escala con buenas vistas sobre la bahía de Benidorm.
- El ámbito del golf Las Rejas, de reciente desarrollo.
- El ámbito del golf Badia, de análogas características que el anterior.
- Área del casco histórico y de crecimiento alrededor del eje que lo conectaba con la estación del tren de la Marina (C/ Tomás Ortuño).
- Zona Este del Ensanche, conocida popularmente como “zona guiri” y Ricón de Loix.

En la fase actual de la investigación no se pueden concluir las razones derivadas de la concentración de este tipo de alojamientos alrededor de las áreas indicadas, si bien se pueden adelantar algunas circunstancias que pueden arrojar pistas al respecto, como la concentración de locales de ocio orientados al turista extranjero en la zona Este del ensanche o el reciente desarrollo de los campos de golf, y los desarrollos urbanos anexos, en un contexto temporal próximo a la irrupción de las plataformas de economía colaborativa. Se insiste en que, para obtener conclusiones fiables a este respecto se deben incluir cuestiones como tipologías edificatorias, proximidad a servicios, dotaciones, puntos de transporte público, etc. que formarán parte de futuras investigaciones.

Por contraposición, en las cartografías mostradas anteriormente aparecen ámbitos en los que se localizan un número relativamente bajo de alojamientos turísticos ofertados a través de Airbnb. Entre ellos, se encuentran:

- Zona al Norte de la Avenida Alfonso Puchades (al Norte del ensanche), popularmente conocida como la zona de los “Playmon”.
- Zona centro-Oeste del Ensanche, alrededor de los ejes Av. del Mediterráneo y Av. de Europa, conocida como la zona de los “Coblanca”.

De la misma manera, en esta fase de la investigación no se pueden adelantar razones concluyentes respecto de la escasez relativa de ofertas de alojamientos a través de Airbnb en estos ámbitos, si bien algunos de ellos se han identificado como áreas en las que tradicionalmente reside población endógena.

#### 4. CONCLUSIONES

Respecto de la oferta e ingresos de los alojamientos ofertados por los portales web estudiados en la ciudad de Benidorm se pueden extraer las siguientes conclusiones:

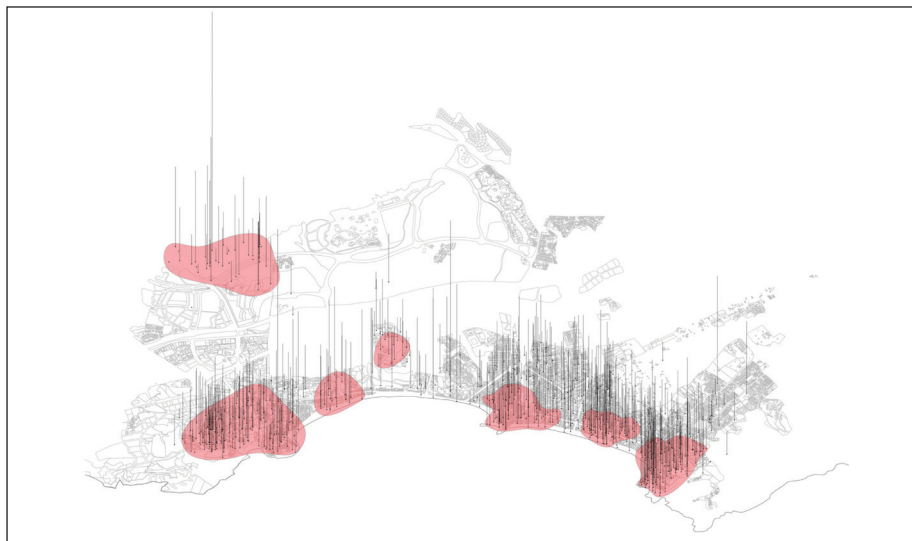
- Los ingresos de las viviendas ocupadas mediante Airbnb en los meses estudiados muestran una clara estacionalidad aumentando los ingresos por habitación de 286€ en el mes de mayo a 1.347€ en el mes de agosto.
- En cuanto a las viviendas ofertadas en alquiler en idealista se observan dos cuestiones. En primer lugar, que la oferta se mantiene constante e

incluso aumenta en los meses de verano. En segundo, que el precio por habitación también se mantiene estable a lo largo del periodo estudiado, produciéndose variaciones mínimas en este parámetro. Por tanto, de acuerdo a estos resultados, a priori, no parece que se esté reduciendo la oferta de alquileres de largo plazo y esté aumentado su precio como consecuencia de la competencia del incremento de la oferta de viviendas de uso turístico. De este modo, es posible que la oferta de viviendas de Airbnb proceda mucho más de viviendas que anteriormente se ofertaban a través de otros canales para uso turístico y viviendas vacías que de viviendas tradicionalmente ofertadas de larga duración.

En cuanto a la cuestión de los mayores ingresos del alojamiento en uno u otro modelo no se pueden extraer conclusiones concluyentes en este momento debido a la metodología de extracción de datos empleada, dado que no se dispone en la actualidad de una serie anual completa de los datos procedentes del portal web idealista. Conclusiones respecto a esta cuestión formarán parte de futuros desarrollos de la presente investigación.

En cuanto a la aparición de lo que hemos denominado como “zonas Airbnb” parece que su localización es incipiente, si bien los resultados no son concluyentes. Así, si bien se observa una distribución sensiblemente homogénea de los alojamientos en los dos modelos, se ha detectado una mayor concentración de alojamientos ocupados a través de Airbnb en las zonas señaladas anteriormente (fig. 7).

Figura 7. “ZONAS AIRBNB”. INGRESOS POR HABITACIÓN VISUALIZADOS CON UNA LÍNEA VERTICAL (AGOSTO DE 2017)



Es necesario ampliar el estudio de este apartado en futuras fases de la investigación, para confirmar la localización de estas “zonas Airbnb” con el objeto de conocer su existencia y que ésta pueda ser una herramienta útil para la toma de decisiones por parte de las autoridades municipales. Benidorm, como se ha comentado anteriormente es una ciudad planificada y orientada al turismo. Por tanto, a diferencia de otras localidades en las que el turista es un ente “extraño” que puede llegar a alterar el desarrollo de la vida de los ciudadanos locales, no es previsible la aparición problemas de convivencia vecinal, como en el caso de Palma de Mallorca, donde el Ayuntamiento acaba de anunciar la prohibición del alquiler de cualquier vivienda o apartamento (no unifamiliar), convirtiéndose en el primer municipio de España que adopta una medida de este tipo (Ortuño y Moreno, 2018). Además, en la primera aproximación realizada, las “zonas Airbnb”, se localizan principalmente fuera de los barrios en que reside la población endógena de Benidorm, principalmente en la zona Oeste del Ensanche. En todo caso, si bien la aparición de estos fenómenos no es previsible, la obtención de estos datos puede ser valiosa a la hora de planificar la localización de determinados servicios municipales, sistemas de transporte o regulaciones locales que afecten a este sector o a otros asociados al turismo.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- AYUNTAMIENTO DE BENIDORM (1953), Plan General de Ordenación Urbana. Encuesta de Ocupación en alojamientos turísticos: establecimientos hoteleros, 2011 y 2012
- EMMA (2007) Aeropuerto de Alicante. Modos de Acceso y Lugar de Procedencia. AENA (Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea).
- HIGUERA, M<sup>a</sup> Nieves (2012). “Benidorm, estudio de su modelo urbanístico”. Proyecto Fin de Grado en Ingeniería de la Edificación, Universidad de Alicante.
- GUTIÉRREZ, Javier, Juan Carlos GARCÍA-PALOMARES, Gustavo ROMANILLOS, María HENAR SALAS-OLMEDO (2017). “The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona”, *Tourist Management*, Volume 62, pp.278-291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.003>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2018a) Padrón Municipal de 2018. [www.ine.es](http://www.ine.es)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2018b) Encuesta de Ocupación en alojamientos turísticos: establecimientos hoteleros. [www.ine.es](http://www.ine.es)
- ORTUÑO, Armando, Francisco MORENO (2018). “Las viviendas de uso turístico: impactos urbanos y propuestas regulatorias”. Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos, pendiente de publicación.
- SEGÚ, Mariona. (2008). “Do short-term rent platforms affect rents? Evidence from Airbnb in Barcelona”. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/84369/> MPRA Paper No. 84369, posted 6 February 2018 12:37 UTC.

# CONSTRUCCIÓN, TURISMO Y NECESIDAD DE VIVIENDA EN EL LITORAL DE ANDALUCÍA

*Estrella Cruz Mazo*  
*Alfonso Fernández Tabales*  
Universidad de Sevilla

## INTRODUCCIÓN

La sostenibilidad integral del *sistema vivienda* se ha visto intensamente debilitada en los últimos veinte años en España, repercutiendo en los niveles de bienestar, agravando la exclusión residencial y generando impactos de diversa índole desde un punto de vista territorial.

En este contexto, la Comunidad Autónoma andaluza destaca por ser una de las comunidades del arco mediterráneo español donde se han producido los mayores desequilibrios socioeconómicos y territoriales ligados al proceso urbanizador y constructivo del último ciclo económico expansivo (1998-2007). Ello podría explicarse, fundamentalmente, por el atractivo climático de la vertiente mediterránea, siendo éste uno de los factores de potenciación turística y de desarrollo inmobiliario basado en la construcción de viviendas para uso turístico, entre otros motivos. Así, en el año 2006, Andalucía destinó 28,49 millones de m<sup>2</sup> de superficie para la construcción de viviendas libres de nueva planta, destacando como la comunidad autónoma española que más superficie destinó para tal fin, representando un 20% del valor estatal, con unos datos anuales en ascenso hasta el año 2007 (Ministerio de Fomento, 2018). Pero también a nivel intra-regional o provincial, para el caso de Andalucía, se registraron los mismos efectos: Málaga, Almería, Huelva y Cádiz fueron las cuatro provincias, todas ellas litorales, donde se contabilizó el mayor crecimiento, ligado a los desarrollos inmobiliarios turísticos y de segunda residencia durante el período 2000-2007 atendiendo a las estadísticas del Ministerio de Fomento de España (2018). Cabe destacar la alta producción de viviendas libres desarrollada en la provincia de Málaga: con un valor total de 65.000 viviendas terminadas en el año 2003, fue la provincia que adquirió el

valor más alto de producción anual en Andalucía en los últimos veinte años, no alcanzado por la suma de viviendas libres terminadas del resto de provincias andaluzas (en ese mismo año, la producción total del resto de provincias andaluzas fue de 53.000 viviendas), fenómeno éste que cabe ser explicado ante el explosivo crecimiento de las urbanizaciones turístico-residenciales de la Costa del Sol y espacios pre-litorales cercanos.

Un indicador vinculado igualmente con el subsector de la vivienda, pero que adquiere importancia propia por sus repercusiones sociales, es el de la evolución de los precios de la misma, ya que el periodo de rápido crecimiento de la actividad constructora y edificatoria vino acompañado de un alza generalizada e intensa de los precios de la vivienda, por la acción combinada de las facilidades crediticias, la llegada masiva de capitales al mercado residencial y la extendida concepción de los productos inmobiliarios más como bienes de inversión antes que bienes de uso. La burbuja inmobiliaria en Andalucía se fue así retroalimentando a lo largo de los años centrales del ciclo expansivo y los precios de la vivienda libre presentaron una evolución alcista extremadamente rápida desde el año 2000 hasta el año 2007. Concretamente en el máximo de ese último año el precio del metro cuadrado había experimentado una subida del 157,14% respecto al año 2000, pasando en este breve periodo de 700 a 1800 euros. A nivel provincial, cabe destacar de nuevo el protagonismo de las provincias litorales, resaltando sobre el resto Málaga y Cádiz, pues con anterioridad al período alcista ya registraban los precios de vivienda libre más elevados de Andalucía, seguidas de Huelva y Sevilla, en contraposición a las provincias interiores de Jaén, Córdoba o Granada.

Esta evolución de los precios de la vivienda alcanzó sus manifestaciones más extremas en las grandes aglomeraciones urbanas de Andalucía, muchas de ellas con unas buenas dotaciones infraestructurales y de servicios, y una caracterización territorial y climática proclive al desarrollo de segundas residencias y de atracción turística, convirtiéndose, por todos estos factores, en la zonas con mayor presión de la demanda. Pero igualmente adquiere especial complejidad en el litoral andaluz, por tratarse del dominio territorial donde la actividad turística, la demanda de segunda residencia, la inmigración (tanto laboral como la llegada de población jubilada de países europeos desarrollados) y el uso de la vivienda como bien de inversión, han presentado la máxima intensidad como factores del desequilibrio entre la oferta y la demanda de vivienda, repercutiendo en el precio del producto final que llega al demandante que mayor necesidad real tiene del bien (demanda primaria).

Las consecuencias del fenómeno se han hecho patentes en los últimos años, con un notable stock de viviendas terminadas sin vender, que han ocupado inútilmente espacios de gran calidad territorial. Viviendas cuyos precios siguen siendo demasiado elevados para la capacidad de compra de la pobla-

ción local, con niveles de renta que se han visto deteriorados con la crisis económica en los últimos años.

Asimismo, numerosos expertos coinciden en afirmar que en los últimos años se está asistiendo a una segunda burbuja inmobiliaria ligada, esta vez, al alquiler como forma de tenencia. La proliferación de viviendas para uso turístico de alquiler y el incremento del número de plazas ofertadas, están generando, de modo general, un incremento desmesurado de los precios de la vivienda de alquiler de larga temporada, dado que se está produciendo una disminución de la oferta de esta tipología, aspecto especialmente destacable en los centros históricos de las ciudades o en zonas de importante influencia turística, como son los ámbitos litorales citados. A ello se une la ilegalidad, en muchos casos, de este nuevo concepto de vivienda en alquiler ofertado, suponiendo, asimismo, una competencia desleal hacia los establecimientos turísticos reglados.

Esta comunicación realiza un diagnóstico del proceso en el dominio litoral andaluz, analizando las causas y efectos de los desequilibrios socioeconómicos y territoriales encontrados. La unidad mínima de análisis es el municipio, con el objetivo de inferir lógicas de desarrollo y evolución diferenciados y/o similares entre municipios, y evaluar la correlación existente entre riqueza municipal derivada de la actividad turística y la dificultad de acceso a la vivienda como bien de primera necesidad, analizando paralelamente la repercusión e impacto territorial del sector de la construcción en el ámbito de estudio tratado.

## 2. ÁMBITO DE ESTUDIO, MÉTODO Y FUENTES

El ámbito de estudio es el dominio litoral andaluz, compuesto por los 55 municipios con límites costeros que contienen información estadística para cada uno de los indicadores utilizados en el análisis multivariante posterior (mapa 1). Se ha omitido la inclusión de determinados municipios que carecían de información estadística relativa a la mayoría de los indicadores involucrados en el modelo, para así evitar conclusiones erróneas en el análisis.

La utilización de indicadores estadísticos relacionados con la incidencia del sector de la construcción y el mercado de la vivienda, combinados con otros de índole socioeconómica y sobre la incidencia del sector turismo en Andalucía, resultan de interés para poner de manifiesto los ámbitos más afectados por el problema de la vivienda en sus diferentes aproximaciones, y llevar a cabo una valoración de si el alquiler turístico está generando desequilibrios del mercado de la vivienda en aquellos ámbitos donde las necesidades de acceso son más acusadas.

Para conseguir tal objetivo se realiza una aproximación metodológica desarrollada en tres fases fundamentales:



Mapa 1. ÁMBITO DE ESTUDIO



Fuente: elaboración propia a partir de MTA-100, IECA.

### 1. Selección de variables y creación del sistema de indicadores

Elección de variables y creación de un sistema de indicadores. Proceso de homogenización, relativización y estandarización de variables.

### 2. Análisis factorial

Proceso iterativo para la reducción de la dimensionalidad de los datos, que a su vez condiciona la elección final de los indicadores utilizados como defintorios del problema en estudio. El análisis factorial se realiza mediante el método de extracción por componentes principales, el cual tiene la ventaja de no exigir al modelo la normalidad de los datos. El método de rotación elegido ha sido varimax, el cual persigue que las cargas de las variables sobre los factores sean únicas, es decir, que cada variable sólo se apoye sobre un factor y que éstos sean ortogonales entre sí para no perder generalidad y simplificar la interpretación.

### 3. Análisis Clúster

El análisis clúster o de conglomerados es una metodología objetiva de clasificación de una serie de casos (en este caso municipios), en base a la similitud

en el comportamiento de una serie de indicadores elegidos previamente, en este caso, las puntuaciones factoriales o componentes obtenidos en el análisis factorial previo. Se ha utilizado una clasificación jerárquica para la identificación del número idóneo de grupos, siguiendo el método de Ward, mediante el cual los conglomerados se constituyen de tal manera que al fundirse dos elementos, la pérdida de información es mínima. En este contexto, la cantidad de información se cuantifica como la suma de las distancias al cuadrado de cada elemento respecto al centroide del conglomerado al que pertenece. La medida de similaridad ha sido calculada mediante la distancia euclídea al cuadrado. El resultado del análisis es el dendograma. Si los municipios pertenecen a un mismo conglomerado significará que tienen características similares entre sí y diferentes en relación con el resto de grupos obtenidos mediante el análisis. Se trata de una metodología efectiva para llevar a cabo una *territorialización* del proceso.

El conjunto de indicadores estadísticos propuesto se organiza en cinco bloques fundamentales que se resumen en la tabla 1 de elaboración propia.

La decisión final de los indicadores utilizados ha estado condicionada por la validación del análisis factorial confirmatorio (figura 1). Asimismo, los indicadores correspondientes al bloque 2 (véase tabla 1) no han sido introducidos en los análisis multivariantes al disponerse de una muestra muy pequeña de representación del precio de la vivienda en el ámbito de estudio propuesto: en concreto, sólo se dispone de datos para el 70% de los municipios incluidos en el ámbito de estudio. Sin embargo, una vez obtenidos los clústeres finales para la territorialización del fenómeno, si se rescatará la información

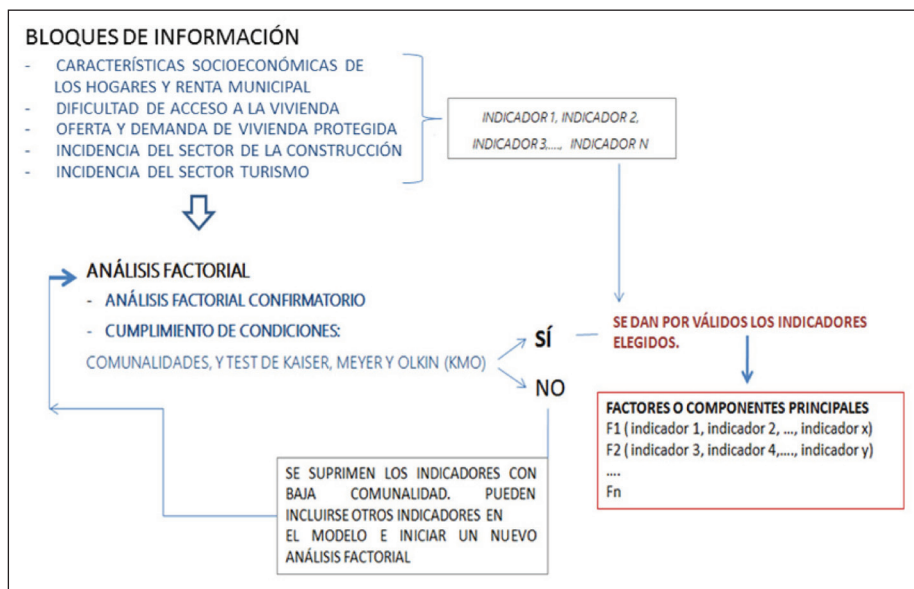
Tabla 1. INDICADORES ESTADÍSTICOS

<b>1. CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE LOS HOGARES Y RENTA MUNICIPAL</b>	<b>AÑOS</b>
Hogares compuestos por dos o más núcleos respecto al total de hogares (%)	2011
Tasa municipal de desempleo	2017
Renta neta media declarada	2015
Crecimiento de la renta neta media declarada en el período 2007-2015(%)	2007, 2015
Fuentes: INE y AGENCIA TRIBUTARIA	
<b>DIFICULTAD DE ACCESO A LA VIVIENDA</b>	<b>AÑOS</b>
Euros m <sup>2</sup> vivienda en venta / renta neta media declarada (%)	2015
Evolución precio vivienda en alquiler (euros m <sup>2</sup> )	2007 / 2017
Fuentes: MINISTERIO DE FOMENTO Y PORTAL INMOBILIARIO IDEALISTA	

<b>3. OFERTA Y DEMANDA DE VIVIENDA PROTEGIDA</b>	<b>AÑOS</b>
Vivienda protegida en venta respecto a la población potencialmente demandante con edad >20 años	2008-2014
Vivienda protegida en alquiler respecto a la población potencialmente demandante con edad >20 años	2008-2014
Nº de solicitantes de vivienda protegida respecto a la población potencialmente demandante (%)	2010-actualidad
Nº de inscritos en el Registro de Demandantes con ingresos Rango 1 (0-1 IPREM) respecto a la población potencialmente demandante	2010-actualidad
Nº de inscritos en el Registro de Demandantes con edad inferior a 35 años respecto al total de empadronados con edades inferiores a 35 años (%).	2010-actualidad
Transacciones de vivienda protegida / total de viviendas (%)	2016/2011
Fuentes: CONSEJERÍA DE FOMENTO Y VIVIENDA JUNTA DE ANDALUCÍA	
<b>4. INCIDENCIA DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN</b>	<b>AÑOS</b>
Índice de Función Residencial No Permanente (nº de unidades catastrales de uso residencial respecto a los habitantes de derecho)	2011
Superficie edificada a partir del año 2000 respecto a la superficie total municipal (%)	2006
Transacciones de vivienda libre (2008-2018) respecto al total de viviendas (%)	2008-2018
Transacciones de vivienda libre (2018) / vivienda total (2011)	2018, 2011
Vivienda vacía / total viviendas (%)	2011
Empleados en construcción respecto al total de empleados	2006
Fuentes: DIRECCIÓN GENERAL DE CATASTRO, MINISTERIO DE FOMENTO, MINISTERIO DE TRABAJO, MIGRACIONES Y SEGURIDAD SOCIAL	
<b>5. INCIDENCIA DEL SECTOR TURISMO</b>	<b>AÑOS</b>
Nº de residencias secundarias / vivienda total (%)	2011
Nº de plazas en viviendas con fines turísticos / población (%)	2018
Nº de plazas hoteleras / población (%)	2017
Empleados en turismo / total empleados (%)	2006
Nº de contratos en turismo en el 3 <sup>er</sup> trimestre	2017
Fuentes: INE, OBSERVATORIO ARGOS–JUNTA DE ANDALUCÍA, INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA. EXPLOTACIÓN DEL REGISTRO DE TURISMO DE ANDALUCÍA DE LA CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE	

económica citada a nivel municipal, con objeto de realizar una aproximación para cada clúster en base a la información disponible, teniendo en cuenta que la interpretación de este indicador debe ser considerada aproximativa para el conjunto del clúster.

Figura 1. ESQUEMA DE PROCEDIMIENTO PARA LA SELECCIÓN FINAL DE INDICADORES



Fuente: elaboración propia.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### *Los componentes principales del litoral andaluz*

Los descriptivos del análisis factorial ofrecen un valor del determinante de la matriz de correlaciones muy bajo (3,058-8), communalidades elevadas de los 19 indicadores incluidos en el análisis<sup>1</sup> y un valor de la medida de adecuación muestral de Kayser (KMO) de 0,568. Respecto a la prueba de

1 Se han utilizado finalmente 19 indicadores de los veinte inicialmente propuestos para la inclusión en el modelo. La decisión de omitir el indicador “Empleados en turismo en el año 2006” se explica porque tras sucesivas pruebas factoriales, éste era el indicador que provocaba que el valor de la medida de adecuación muestral de Kayser (KMO) obtuviera un valor por debajo de 0,5, restando significación a la reducción de las dimensiones pretendida en el análisis.

esfericidad de Barlett, se obtiene un p-valor de 0,000, permitiendo el rechazo de la hipótesis nula de que la matriz de correlación observada es una matriz identidad, concluyéndose, por tanto, que la realización del análisis factorial es posible y conveniente.

De este modo, a partir de los 19 indicadores seleccionados (previamente estandarizados), se han extraído 6 componentes principales, todos ellos con autovalores superiores a 1, que explican el 76,53% de la varianza total. De los cinco componentes obtenidos, el primero es el que explica un porcentaje más elevado de la varianza, con un 25,84%. Los indicadores saturados en cada uno de los componentes poseen una elevada intercorrelación (tabla 2) siendo posible nombrar cada uno en función a los indicadores que agrupa, expresándolo en forma de índice:

Tabla 2. VARIANZA TOTAL EXPLICADA

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	4,910	25,841	25,841	4,910	25,841	25,841	3,573	18,806	18,806
2	3,131	16,480	42,321	3,131	16,480	42,321	3,185	16,761	35,566
3	2,378	12,517	54,838	2,378	12,517	54,838	2,495	13,131	48,697
4	1,687	8,878	63,716	1,687	8,878	63,716	2,205	11,605	60,302
5	1,313	6,913	70,629	1,313	6,913	70,629	1,706	8,979	69,281
6	1,088	5,724	76,353	1,088	5,724	76,353	1,344	7,072	76,353
7	,854	4,493	80,846						
8	,750	3,947	84,793						
9	,653	3,435	88,228						
10	,568	2,988	91,215						
11	,500	2,631	93,847						
12	,315	1,659	95,506						
13	,270	1,420	96,926						
14	,210	1,106	98,032						
15	,186	,981	99,013						
16	,118	,622	99,635						
17	,036	,192	99,827						
18	,025	,129	99,956						
19	,008	,044	100,000						

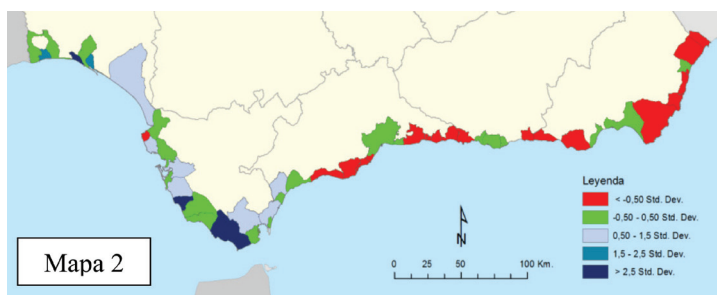
Método de extracción: análisis de componentes principales.

Se presentan a continuación los componentes obtenidos, los cuales pueden ser representados territorialmente para la observación de cuáles son aquellos municipios que se desvían más de la media, en sentido positivo y negativo respecto a la información que proporciona cada índice (mapas 2 a 7). Téngase en cuenta que la normalidad de los datos viene representada mediante coropletas de color verde, y que se están analizando valores estandarizados. Resulta de interés prestar atención a los valores que se desvían de la media con mayor representatividad.

**Componente 1:** Demanda de vivienda y dinamismo del mercado de vivienda protegida.

Comp 1: 0,501 (TRANSVPO%) + 0,964 (INSCIPREM (%)) + 0,959 (INSC<35AÑOS(%)) + 0,952 (SOLVPO)

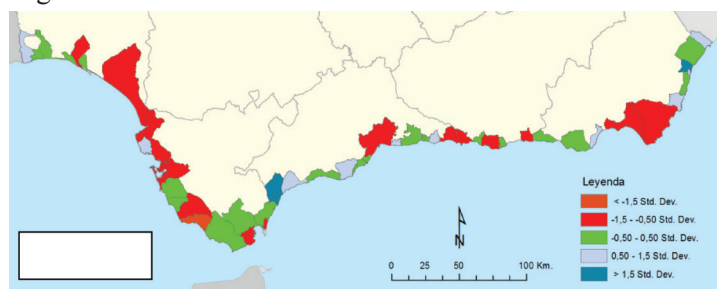
Se observa una clara tendencia diferencial entre el litoral oriental y el occidental.



**Componente 2:** Efectos del sector de la construcción en el territorio, el empleo y la economía

Comp 2: 0,628 (IFR) + 0,861(SUCONSTRDESP2000) + 0,883 (TRANSVLIBR%) + 0,705 (EMPLCONSTR%)

Por lo general, se corrobora una incidencia elevada del impacto del sector de la construcción en el litoral andaluz, siendo especialmente significativa en la costa malagueña.

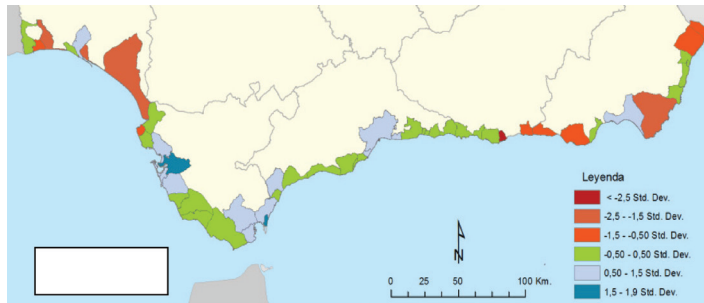


Los municipios con más incidencia son: Casares, Estepona, Manilva, Estepona, Mijas, Rincón de la Victoria, Torroax, Roquetas de Mar, Carboneras, Vera, Mojácar, Pulpi, Rota, Ayamonte.

### Componente 3: Características socioeconómicas de la población

Comp 3:  $0,506 (TASA\_DESEM2017) + 0,813(RNMD2015) + 0,859(CREC-RNMDCL) - 0,563 (HOGARNUCL)$

Son especialmente significativos los valores obtenidos para gran parte de los municipios de la provincia de Málaga y Cádiz en los que se observan unos mayores niveles de renta y crecimiento de la misma en el período 2008-2018, pero a su vez donde existe una mayor tasa de desempleo, pudiéndose afirmar que se producen situaciones de desigualdad.

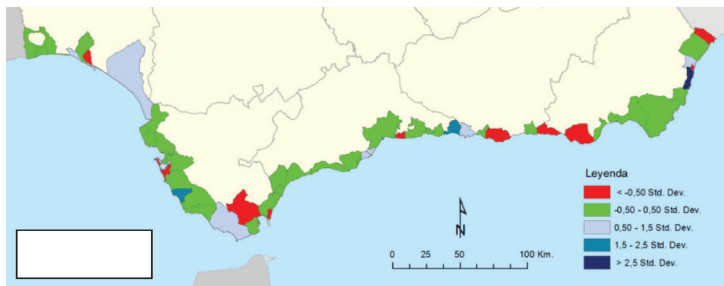


Los municipios que más destacan son: La Línea de la Concepción, Puerto Real, San Roque, Algeciras, Los Barrios, Puerto de Santa María, Cádiz, Puerto Real, San Fernando, Casares, Torremolinos, Málaga, Rincón de la Victoria, Almería, Huelva.

### Componente 4: Negocio turístico

Comp 4:  $0,786 (PLAZASVTCAS) + 0,913 (PLAZHOTPOBL)$

Con desviaciones típicas oscilantes a la normalidad puede distinguirse con color verde a casi la totalidad del dominio litoral. Asimismo, hay municipios que destacan con mayor desviación positiva respecto al índice representado, a la vez que puede destacarse que hay otros municipios donde el negocio turístico no es tan acusado (colores rojos).



Los municipios más destacados en cuanto al negocio turístico son: Benalmádena, Torremolinos y Nerja, Conil de la Frontera, Almonte, Punta Umbría, Garrucha, Mojácar.



**Componente 5:** Función de uso de la vivienda y dinamismo

Comp 5:  $0,672$  (CRECTRANSLIBRE) +  $0,567$ (VSEC%) –  $0,648$  (VACIA%)

Este componente explica la relación entre el dinamismo del mercado de la vivienda y las segundas residencias. Además, en aquellos municipios donde este índice destaca con mayor intensidad en sentido positivo, es donde la vivienda vacía es menos significativa. Podría destacarse como caso paradigmático los municipios litorales de la provincia de Almería, ya que es donde hay una mayor representación de la vivienda vacía y el mercado residencial está más paralizado.

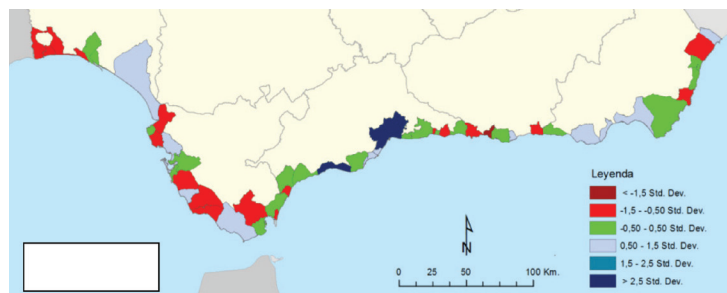


Destacan en sentido positivo del índice: Marbella, Casares, Estepona, Nerja, Puerto de Santa María, Rota, Sanlúcar de Barrameda, Punta Umbría, Lepe, Isla Cristina, Pulí.

**Componente 6:** Dinamismo del sector turismo en función al número de contratados en el tercer trimestre.

Comp 6:  $0,732$  (CONTRATUR3TRIM)

Puede destacarse la normalidad de los datos obtenidos mediante este índice en gran parte de los municipios analizados, aunque existen ejemplos manifiestos de diferenciación entre la Costa del Sol el resto de municipios, haciendo desviar la media y desvalorizando la representatividad de los contratos, en términos generales, en el sector en el resto de provincias.

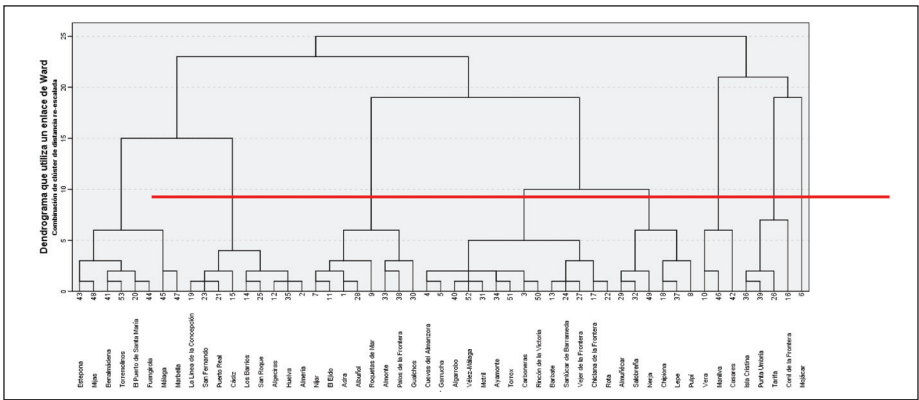


Resulta claramente destacado el dinamismo de los municipios litorales de Málaga, destacando claramente sobre el resto Málaga, Marbella, Fuengirola, Torremolinos, Mijas.

*Análisis Clúster: la territorialización del litoral andaluz*

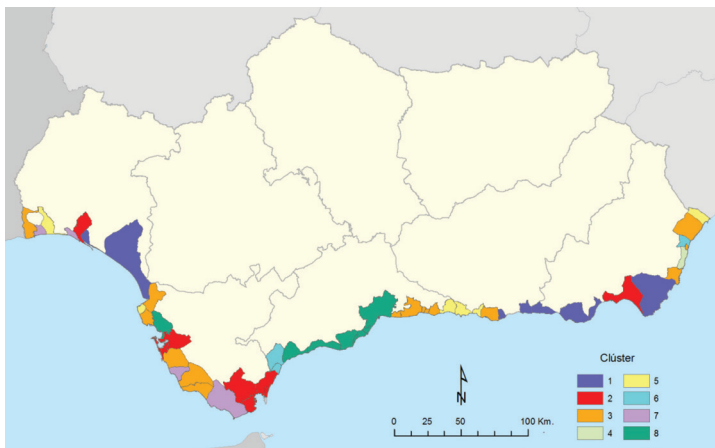
Como se explicó con anterioridad se ha utilizado una clasificación jerárquica para la identificación del número idóneo de grupos, siguiendo el método de Ward y la distancia euclídea al cuadrado como medida de similitud. El resultado del análisis es el dendograma (figura 3). En segundo lugar, se ha llevado a cabo un análisis clúster no jerárquico por imposición del número de conglomerados más adecuado. En este caso se ha trabajado con un corte en el dendograma a una distancia de 10, a partir del cual se identifican 8 grupos bien diferenciados.

Figura 3. DENDOGRAMA



El resultado cartográfico del dendograma permite establecer una territorialización del proceso, como se muestra en el mapa 8.

Mapa 8. TERRITORIALIZACIÓN DEL PROCESO



Fuente: elaboración propia a partir del dendograma.

El **clúster 1** está conformado por municipios de las provincias de Huelva, Granada y Almería: Palos de la Frontera, Almonte, Gualchos, Albuñol, Adra, El Ejido, Roquetas de Mar y Níjar.

Las principales características diferenciadoras del mismo se refieren a que se trata de un grupo de municipios con una renta neta media por debajo del promedio del resto de los municipios del litoral andaluz (11142,70 euros). Asimismo, este conjunto conforma los valores más acusados de decrecimiento de renta desde el inicio de la crisis económica hasta el año actual (-34,52%). Cabe destacar que en relación a este indicador, es Palos de la Frontera el que ha experimentado un decrecimiento más elevado respecto al resto de municipios que conforman el clúster (-48,08%) y este aspecto correlaciona directamente con los indicadores utilizados para estimar la necesidad de vivienda, como se refleja en el número de solicitudes de vivienda protegida registradas respecto a la población potencialmente demandante desde el inicio de la crisis económica. De este modo, en términos relativos a la población, el 76,61% de los inscritos tienen valores entre 0 y 2,5 veces el Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples (IPREM). Respecto a la tasa de desempleo, son Roquetas de Mar y Adra aquellos municipios que registran los valores más negativos desde un punto de vista social (19,9 y 21,42%, respectivamente). Sorprende que, en relación a la demanda de vivienda, ninguno de estos dos municipios destaque respecto a la media del conjunto total litoral, como cabría suponer. No se trata, además, de municipios con un dinamismo muy acusado del negocio turístico, en comparativa al resto de clústeres conformados.

Respecto al impacto territorial de la vivienda respecto a su función de uso, no se trata de un grupo donde el valor se sitúe por encima de la media del conjunto de municipios litorales tomados como ámbito de estudio (15,20% vivienda vacía; 20,90% vivienda secundaria), pero hay que destacar como muy sobresalientes los casos de Adra y Roquetas de Mar en cuanto al porcentaje de vivienda vacía registrado (25,81 y 24,55%, respectivamente). De hecho es Roquetas de Mar el municipio de este clúster con unos valores de decrecimiento más acusados de transacción de vivienda libre desde que se iniciara la crisis económica, con un -30,13%. Y es, precisamente en estos dos municipios (Adra y Roquetas de Mar), donde el empleo en la construcción fue más sobresaliente en los años centrales del ciclo inmobiliario, con un 22,41 y 19,17%, respectivamente, evidenciándose la relación directa con el desfase constructivo en aquella etapa. En cuanto a la vivienda secundaria, Gualchos y Almonte son aquellos municipios donde los valores son más elevados: 41,75% y 40,30%, respectivamente, destacando respecto a la media del clúster.

No parece existir excesiva vinculación entre estos datos y los relativos al número de plazas registradas en viviendas turísticas (18% respecto a la po-

blación para el conjunto del clúster) y el elevado porcentaje de Níjar, con un 85,15%, destacando respecto al resto de municipios del conjunto. Asimismo, Roquetas de Mar y Almonte son los municipios con mayores valores registrados en cuanto al número de plazas hoteleras respecto a la población (131,57 y 163,93%, respectivamente) y el empleo que se genera en el sector turismo en el tercer trimestre (3117 y 3527 empleados, respectivamente).

El **clúster 2** está compuesto por municipios de las provincias de Huelva, Cádiz y Almería: Huelva, Puerto Real, San Fernando, Cádiz, Algeciras, Los Barrios, San Roque, La Línea de la Concepción y Almería.

A pesar de registrar una renta neta media declarada por encima de la media registrada en la totalidad del ámbito litoral (19198,49 euros, siendo Algeciras aquél que registra una mayor representatividad, ligado al desarrollo económico de su puerto comercial) y un decrecimiento de la renta desde el inicio de la crisis con menor impacto (-6,82%), es también este conjunto de municipios el que registra las tasas de paro más elevadas, con valores promedio de 29,45%, siendo un contraste socioeconómico importante a destacar, aspecto que se refuerza con los indicadores referidos a la necesidad de vivienda (45,59% el referido al número de solicitudes respecto a la población, 71,90% las referidas a la población menor de 35 años). No son municipios, sin embargo, donde el desarrollo turístico ligado a las viviendas turísticas sea especialmente llamativo y destacado, atendiendo al indicador referido al número de plazas respecto a la población (11,53%), a excepción del municipio de San Roque, ubicado en el Campo de Gibraltar, donde la oferta de plazas en viviendas turísticas y plazas en hoteles han sido destacables en el último año (62,97% y 43,91%, respectivamente). Asimismo, resulta interesante, destacar, en relación a la función de uso de la vivienda, que este clúster destaca por ser uno donde, en términos promediados, menor proporción vivienda vacía y secundaria se registra. En relación al precio de la vivienda en alquiler, puede afirmarse que se trata de un conjunto de municipios (en base a la muestra de la que se dispone de datos) donde las tendencias generales del mercado no se cumplen, en cuanto que en la mayoría de los municipios se está registrando un descenso en el precio del metro cuadrado de la vivienda (a excepción de Algeciras y La Línea de la Concepción). Asimismo, el esfuerzo de acceso a la vivienda en venta es mucho menos acusado que respecto a otros municipios del litoral andaluz.

Municipio	Esfuerzo compra vivienda precio vivienda / renta	Incremento precio alquiler (período 2007- 2018) (%)
Almería		-7,79
Algeciras	3,62	16,70
Cádiz		-0,60
La Línea de la Concepción	4,63	13,54
Puerto Real	4,57	-7,31
San Fernando	4,90	2,47
San Roque	5,36	-11,69
Huelva		-5,60

El **clúster 3** se compone de catorce municipios representantes de todas las provincias litorales de Andalucía: Ayamonte, Barbate, Chiclana de la Frontera, Rota, Sanlúcar de Barrameda, Vejer de la Frontera, Motril, Algarrobo, Rincón de la Victoria, Torrox, Vélez-Málaga, Carboneras, Cuevas de Almanzora y Garrucha.

Con una renta neta media municipal para el conjunto de municipios, con valores inferiores al promedio del conjunto litoral ámbito de estudio (13642,32 euros) y una tasa de desempleo de 29,45%, se trata de un clúster donde el elevado número de empleados en la construcción en la etapa de boom inmobiliario (21,01%) y el recuento de vivienda vacía censado en el año 2011, en valores porcentuales en relación al parque total de viviendas (15,54%), correlacionan directamente. Respecto a las plazas hoteleras y en viviendas turísticas, aunque no destacan especialmente respecto al promedio del ámbito litoral andaluz (41,69‰ y 54,19‰ respectivamente), sí hay determinados municipios que se desvían claramente del promedio del clúster, como son Torrox (70,33‰ y 119,96‰ respectivamente), Ayamonte (87,91‰ y 171,38‰, respectivamente), Chiclana de la Frontera (134‰ en cuanto a plazas hoteleras). Es en estos municipios, precisamente, donde se registran unos valores más elevados de vivienda vacía (por detrás de Carboneras, que lidera el clúster con un 29%), y donde la demanda de vivienda protegida se produce con mayor intensidad, como puede destacarse en Chiclana de la Frontera, con una proporción de inscritos en el Registro de Demandantes muy destacada, sobre todo en edades inferiores a 35 años, el estrato poblacional más desfavorecido.

Resulta especialmente destacado el incremento en el precio de la vivienda de alquiler en la mayoría de los municipios que componen el clúster (aquellos de los que se dispone de información según las fuentes consultadas), siendo

especialmente destacado que en el caso de Motril se haya duplicado el precio del metro cuadrado. Por lo general, aquellos municipios incluidos en ámbitos de aglomeración urbana, como Torrox o Vélez-Málaga, son los que registran los valores más destacados de crecimiento del precio, frente a otros como Rota o Chiclana, donde se han experimentado moderados descensos.

Municipio	Esfuerzo compra vivienda precio vivienda / renta	Incremento precio alquiler (período 2007- 2018) (%)
Carboneras	7,31	
Cuevas del Almanzora	6,19	
Garrucha	8,25	15,63
Barbate	10,40	
Chiclana de la Frontera	6,36	-1,52
Rota	7,53	-6,47
Sanlúcar de Barrameda	7,07	6,18
Motril	5,61	49,38
Ayamonte	8,85	0,68
Rincón de la Victoria	6,04	7,31
Torrox		26,52
Vélez Málaga	7,14	26,4

El **clúster 4** es especialmente paradigmático, ya que está compuesto por un solo municipio, Mojácar, en la provincia de Almería. Se puede afirmar que se trata de un buen ejemplo de desarrollo turístico, y que no se parece en nada al resto de municipios objeto de estudio de este trabajo: el 28% de los empleados se encuentran en el sector turismo, y se contabilizan 616,90‰ de plazas en viviendas en alquiler turístico (respecto a la población), y 930,17‰ en relación a las plazas en hoteles. Todo este impulso está estrechamente ligado al sector de construcción durante el período 2000-2007, propulsor del desarrollo de muchas nuevas promociones inmobiliarias residenciales y de hoteles. De hecho, casi el 50% de la superficie construida respecto al total municipal, fue desarrollado a partir del año 2000, y el índice de función residencial no permanente es de los más altos del litoral andaluz. Asimismo, el porcentaje de vivienda vacía es de los más bajos registrados (11,42%). Es interesante resaltar la escasa tasa de desempleo, en comparación a otros municipios andaluces (16,97%), y que se registren muy escasas peticiones de vivienda protegida en el Registro de Demandantes. En cuanto al esfuerzo de acceso a la vivienda en compra, éste es de 9 años, si se dedicara el sueldo íntegro a la compra de

la misma, simulando el caso de una vivienda de tamaño medio de 80 metros cuadrados, dado que el precio del metro cuadrado es de 1536,46 euros.

El **clúster 5** está conformado por municipios alejados de la influencia de la aglomeración urbana de las principales capitales provinciales del litoral, existiendo representación de las 5 provincias en el grupo conformado: Pulpí, Chipiona, Almuñécar, Salobreña, Lepe y Nerja. A excepción de Pulpí y Almuñécar se trata de municipios con entidad poblacional superior a los 25.000 habitantes.

La principal particularidad de este clúster radica en que se encuentra entre el grupo de municipios con menores demandantes de vivienda protegida, atendiendo a los indicadores utilizados, a pesar de que la renta media municipal promediada se sitúe muy por debajo del resto de municipios del conjunto litoral andaluz (11851,99 euros). Asimismo, la principal característica común a todos los municipios es el predominio de plazas en viviendas turísticas en alquiler sobre las plazas hoteleras (135,58% y 96,95%, respectivamente), lo cual repercute en el número de empleados en el sector turismo en el tercer trimestre, encontrándose por debajo de la media del conjunto litoral (1219 empleados en conjunto). En este sentido, la tasa de desempleo promediada para el clúster es de 23,31%, un valor destacado y que supera al conjunto litoral andaluz.

En cuanto a la dificultad de acceso, un indicador interesante es el relacionado al número de hogares con dos o más núcleos familiares, indicando la imposibilidad de emancipación o compartimento de la vivienda, siendo de 3 núcleos por hogar la media obtenida, según datos del censo de 2011. Respecto al precio de la vivienda y el esfuerzo de acceso que supone, hay que destacar que desde un punto de vista económico es el clúster donde el desajuste al alza es más elevado. No se dispone de mucha información respecto al mercado del alquiler, a excepción de Chipiona, que paradójicamente registra descensos en el precio de la vivienda en alquiler desde el inicio de la crisis económica.

Municipio	Esfuerzo compra vivienda precio vivienda / renta	Incremento precio alquiler (período 2007- 2018) (%)
Chipiona	12,75	-18.93
Salobreña	9,91	
Lepe	9,36	
Nerja	14,42	



El **clúster 6**, engloba tres municipios; dos de la Costa del Sol y uno del Levante Almeriense: Vera, Casares y Manilva.

La principal característica común es el valor del índice de función residencial no permanente, que refleja que el ímpetu del sector de la construcción en los años centrales del boom inmobiliario no pasó desapercibido en estos municipios, como también refleja la estadística referida a la superficie construida a partir del año 2000, siendo del 75,16% respecto al total de la superficie municipal del conjunto, destacando como los municipios donde más se notó la intención de desarrollo a partir de este sector, en relación a los años previos. Se trata de un conjunto de municipios donde el dinamismo del mercado de la vivienda no se ha visto estancado con la crisis, como demuestra la estadística referida al número de transacciones de vivienda (75,16% respecto al parque de viviendas censado), y donde no se ha producido decrecimiento en el mismo a pesar de la crisis. Todo ello explica que la vivienda esté considerada como un bien de negocio turístico, como demuestra el número de plazas en viviendas turísticas (263,20%). Asimismo, el número de contratados en el sector turismo en el tercer trimestre también es destacado con valores superiores al promedio del conjunto litoral (1525 empleados).

En cuanto a la necesidad de acceso a la vivienda, cabe destacar la cifra de 38,65‰ demandantes de VPO con edades inferiores a los 35 años. Y respecto al precio de la vivienda y el esfuerzo de acceso, resulta evidente que el uso de la vivienda con fines turísticos está repercutiendo claramente al incremento del precio de la vivienda habitual de larga temporada.

Municipio	Esfuerzo compra vivienda precio vivienda / renta	Incremento precio alquiler (período 2007- 2018) (%)
Vera	7,02	15,72
Manilva	6,31	27,17

El **clúster 7** está conformado por una interesante muestra de municipios de Huelva y Cádiz con una especial tradición turística que comienza a consolidarse, caracterizada por la atracción de un perfil de turista muy centrado tradicionalmente en las familias de ámbitos cercanos (mucho más destacado en Punta Umbría e Isla Cristina), y un turismo asociado a deportes de viento, como es el caso de Tarifa. A caballo entre éstos se encontraría Conil de la Frontera.

El principal aspecto a destacar de estos municipios es el elevado número de solicitudes de vivienda protegida registradas, con una representación elevada del colectivo joven (113,11‰ y 93,50‰, respectivamente). Con un

nivel de renta medio inferior al conjunto litoral, se convierte en un grupo caracterizado por el contraste de un elevado desarrollo turístico, con mayor proporción de plazas hoteleras que de viviendas turísticas, aunque con valores relativamente cercanos (200,17‰ y 163,12‰, respectivamente), siendo Tarifa la que más destaca en cuanto a la segunda modalidad y Conil respecto a la primera. El número de empleados en el sector es de 9.634 en el tercer trimestre. En cuanto al precio de la vivienda y el esfuerzo de acceso, se encuentran entre los más elevados, y los datos de incremento del precio del alquiler son bastante acusados en Isla Cristina y Punta Umbría desde el inicio de la crisis económica. No se dispone de información sobre Tarifa.

Municipio	Esfuerzo compra vivienda precio vivienda / renta	Incremento precio alquiler (período 2007- 2018) (%)
Conil de la Frontera	10,31	-1,52
Isla Cristina	11,60	29,26
Punta Umbría	9,26	31,24

El **clúster 8** tiene la particularidad de estar compuesto en su mayoría por municipios de la provincia de Málaga, de la Costa del Sol, aunque también hay representación de la Bahía de Cádiz: Benalmádena, Estepona, Fuengirola, Málaga, Marbella, Mijas, Torremolinos y El Puerto de Santa María.

Con una renta neta media declarada elevada (16.766,45 euros), que ha sufrido cierto decrecimiento desde el inicio de la crisis económica (-16,90%), se trata de un conjunto de municipios con una característica común: el elevado número de contratados en el sector turismo en el tercer trimestre (40.157 empleados en total) y una parecida equivalencia entre el número de plazas en viviendas turísticas y en hoteles (109,62‰ y 120,66‰, respectivamente, teniendo en cuenta que el dato se relativiza por la población). El número de solicitudes de vivienda protegida por parte de personas con rango de IPREM entre 0 y 2,5 es de los más bajos del litoral, lo que evidencia que la desigualdad no es tan elevada como la que cabría esperar. Sin embargo, aunque el esfuerzo de acceso a la vivienda en compra no se desvía demasiado de la media, sí es importante destacar el incremento generalizado de los precios de las viviendas en alquiler desde el inicio de la crisis, evidenciando esa nueva burbuja inmobiliaria de la que se hablaba en páginas precedentes.

Municipio	Esfuerzo compra vivienda precio vivienda / renta	Incremento precio alquiler (período 2007- 2018) (%)
El Puerto de Santa María	5,61	5,61
Benalmádena	7,82	7,82
Estepona	8,43	8,43
Fuengirola	9,73	9,73
Málaga	7,85	7,85
Marbella	10,31	10,31
Mijas	8,19	8,19
Torremolinos	7,73	7,73

## CONCLUSIONES

Como conclusiones más relevantes de la investigación realizada pueden citarse las siguientes:

En primer lugar que los datos parecen confirmar que España, en general, y Andalucía, en particular, se encaminan hacia una nueva burbuja inmobiliaria, en este caso no centrada en la venta de propiedades, como la experimentada en el anterior ciclo expansivo (1998-2007), sino en el alquiler, cuyos precios se están incrementando aceleradamente.

Este incremento de los alquileres presenta, como uno de sus factores explicativos esenciales, la orientación de buena parte del parque inmobiliario hacia el alquiler turístico de alta rotación, en especial mediante plataformas on-line especializadas. Este fenómeno especialmente nítido en los cascos históricos de las ciudades y las áreas litorales, implica la drástica reducción de la oferta disponible para alquiler de uso residencial de larga duración, el encarecimiento de los precios de ésta y, por consiguiente, el desplazamiento de la población necesitada de vivienda en alquiler hacia espacios periféricos en el tejido urbano, abandonando al negocio turístico las porciones territoriales de mayor calidad escénica, patrimonial y representatividad simbólica.

Este fenómeno, la relación causal directa entre incremento de los usos de alquiler turístico de corta estancia y crecimiento de los precios de la vivienda y de los alquileres residenciales, ha podido ser demostrado en la investigación en alguno de los clúster o conglomerados de municipios litorales diferenciados; siendo necesario profundizar en algunos otros ámbitos litorales, en los que el proceso aún no parece percibirse con igual intensidad.

Otra conclusión relevante, conectada con la anterior, es que un mayor desarrollo socioeconómico derivado de la actividad turística, tal como se detecta en algunos municipios litorales, implica un encarecimiento de los precios de

la vivienda, y por tanto una mayor dificultad para el acceso a la misma por parte de la población local. Con lo que se demuestra estadísticamente que la elevación de los indicadores generales de la actividad económica, no implica necesariamente una mejora en la satisfacción de las necesidades básicas de dicha población.

Por último, en lo que se refiere a los aspectos metodológicos y de fuentes, cabe destacar aún la escasez de información disponible sobre cuestiones relevantes a nivel municipal. Así, resalta la inexistencia de datos sobre el precio de la vivienda en venta y alquiler para todos los municipios, independientemente de la entidad poblacional; de forma que el Ministerio sólo suministra información para los municipios mayores de 25.000 habitantes, y otras fuentes, como páginas web de empresas privadas de búsqueda de alquiler, no presentan la fiabilidad de una fuente oficial. En este sentido, cabe señalar la necesidad de mejorar el aparato estadístico en lo referente a una cuestión, como la aquí tratada, de trascendental relevancia para el futuro del derecho efectivo a la vivienda en los espacios de elevada frecuentación turística españoles.

#### BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

- CONSEJERÍA DE FOMENTO Y VIVIENDA (2018). Estadísticas de vivienda. Servicio disponible en línea (última consulta 01/08/18): <http://www.juntadeandalucia.es/fomentoyvivienda/portal-web/web/servicios/estadisticas>
- CONSEJERÍA DE TURISMO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA (2018). Registro de Turismo de Andalucía.
- CONSEJERÍA DE EMPLEO, EMPRESA Y COMERCIO (2018). Observatorio ARGOS: Disponible en línea (última consulta 02/08/2018): <http://www.juntadeandalucia.es/servicioandaluzdeempleo/web/argos/web/es/ARGOS/index.html>
- CRUZ MAZO, E. (2016). Análisis territorial del sector de la construcción y la política de vivienda en Andalucía. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla (en fase de publicación).
- DIRECCIÓN GENERAL DE SUELO Y POLÍTICAS URBANAS (2018): *Sistema de Información Urbana*. Dirección General de Suelo y Políticas Urbanas, Ministerio de Fomento. Servicio disponible en línea (última consulta 01/08/2018): <http://siu.vivienda.es/siu/PortalSiu.html>
- DIRECCIÓN GENERAL DEL CATASTRO (2018). Estadísticas. Servicio disponible en línea (última consulta: 20/07/2018): <http://www.catastro.meh.es/esp/estadisticas.asp>
- DIRECCIÓN GENERAL DE SUELO Y POLÍTICAS URBANAS (2018): *Sistema de Información Urbana*. Dirección General de Suelo y Políticas Urbanas,

- Ministerio de Fomento. Servicio disponible en línea (última consulta 05/08/2018): <http://siu.vivienda.es/siu/PortalSiu.html>
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA Y CARTOGRAFÍA DE ANDALUCÍA (2018): Sistema de *Información Multiterritorial de Andalucía*. Servicio disponible en línea <http://www.juntadeandalucia.es:9002/sima/index.htm> (última consulta 01/08/2018):
- INSTITUTO NACIONAL DE ESPAÑA (2018). Estadísticas. Servicio disponible en línea (Última consulta 01/08/2018). <http://www.ine.es/welcome.shtml>
- MINISTERIO DE FOMENTO DE ESPAÑA (2018). Estadísticas. Servicio disponible en línea (última consulta 02/08/2018): [http://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG\\_CASTELLANO/atencion\\_ciudadano/INFORMACION\\_ESTADISTICA](http://www.fomento.gob.es/MFOM/LANG_CASTELLANO/atencion_ciudadano/INFORMACION_ESTADISTICA)
- PORTAL INMOBILIARIO IDEALISTA (2018). Informe de precios. Disponible en línea (última consulta 02/08/2018): <https://www.idealista.com/informes-precio-vivienda>.

# ¡CIUTAT VELLA NO ESTÁ EN VENTA! LOS PLANES TURÍSTICOS BARCELONESES Y SU IMPLICACIÓN SOCIAL

*Miriam-Hermi Zaar*

Universidad de Barcelona  
miriamzaar@gmail.com

*Maria Aparecida Pontes da Fonseca*

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil  
mpontesfonseca@gmail.com

## RESUMEN

El incremento de las actividades turísticas, impulsado por las políticas públicas y la internacionalización de las actividades financieras e inmobiliarias ha supuesto nuevas lógicas urbanísticas asociadas al proceso de gentrificación. Para analizar esta dinámica se eligió el distrito de Ciutat Vella (Barcelona) en el que los planes turísticos han fomentado el turismo de masas, impactando negativamente en la población residente a través de la subida del precio de la vivienda, de la expulsión vecinal, del reemplazo del comercio tradicional y de la apropiación del espacio público, lo que está destruyendo su tejido social. Este escenario ha llevado al repudio de las políticas turísticas de las últimas décadas, a la organización vecinal y a la exigencia de que se frene este proceso.

Palabras clave: Distrito de Ciutat Vella; planes turísticos; proceso de gentrificación; organización vecinal; PEUAT.

## ABSTRACT

The increase in tourism activities impulsed by public policies and the internationalization of financial and real estate activities has supposed new urban logic associated with the gentrification process. To analyze this dynamic, we choose the district of Ciutat Vella (Barcelona) in which the tourism plans

have promoted mass tourism, negatively impacting the resident population, through the rise in the price of housing, neighbourhood expulsion, replacement of the traditional commerce and appropriation of public space, processes that are destroying its social tissue. This scenario has led to the repudiation of tourism policies in recent decades, the neighbourhood organization and the demand that this process be stopped.

Key words: District of Ciutat Vella; Tourist plans; gentrification process; neighbourhood organization; PEUAT.

## INTRODUCCIÓN

El incremento de las actividades turísticas en las últimas décadas está estrechamente vinculado a la desregulación financiera y la movilidad de capital. La desindustrialización de las ciudades, la internacionalización de las actividades financieras e inmobiliarias y la especulación del suelo urbano han promovido la ‘industria de la cultura’ y transformado las ciudades en urbes volcadas al sector servicios.

Se trata de una dinámica en la que las políticas públicas y las actividades financieras se articulan con el objetivo de impulsar nuevas lógicas urbanísticas asociadas al turismo masivo y al proceso de gentrificación y en las que se incluyen la especulación inmobiliaria y la mercantilización del espacio público. Para esto, grandes cantidades de capitales asociados han sido puestos en movimiento y “creados nuevos paisajes donde el capital circula en formas contradictorias” (Harvey, 2011), a través de mecanismos en los que las instituciones públicas se convierten en un importante copartícipe, sin que para esto se prioricen las necesidades ciudadanas.

En esta línea de actuación, “y como parte de un nuevo orden económico y territorial, en el que el ‘espacio-mercancía’ se sobrepone a los ‘espacios sociales’ en los que se realiza la vida, las políticas de incentivo al proceso de gentrificación en los barrios antiguos de las ciudades han contribuido a expulsar sus vecinos y destruido su ‘urbanidad’, y en su lugar se han creado zonas estrategias que estimulan nuevos usos y estilos de vida vinculados a la industria del consumo, al ocio, al turismo y al beneficio de algunos grupos sociales” (Zaar, 2017b, p. 2-3).

Este texto tiene como propósito estudiar los principales planes turísticos del municipio de Barcelona y destacar sus consecuencias para la población autóctona, tanto con relación a la gentrificación en la que se incluye el *mobbing* inmobiliario, cómo respecto a otras alteraciones morfológicas, económicas y sociales que los barrios centrales han sufrido. Para este análisis nos situamos en el centro histórico de Barcelona, más precisamente en el distrito Ciutat Vella que, por su interés histórico y arquitectónico posee una mayor



afluencia de turistas y consecuentemente un mayor porcentaje de población flotante. Asimismo, se subraya la importancia de las movilizaciones vecinales en los avances logrados en los últimos años.

#### BARCELONA: DE UNA CIUDAD CON TURISMO A UNA CIUDAD TURÍSTICA. EL PAPEL DE LOS PLANES TURÍSTICOS

El inicio del proceso de turistificación de Barcelona estuvo vinculado a la “revitalización” urbana de la ciudad. Sus inicios nos remiten al año 1989, cuando se aprobó el primer Plan Estratégico, cuyo objetivo era planificar y ejecutar obras de infraestructura para los Juegos Olímpicos de 1992. A través de él se remodelaron los barrios centrales y se abrieron vías y grandes avenidas, ampliando la conexión entre las diferentes áreas y promoviendo la apertura de la ciudad al mar. También se elaboraron normativas para regular los sectores hotelero y de servicios.

En este escenario, el Pla d’Hotels de 1989, concebido a partir de una modificación del Plan General Metropolitano de 1976 en el ámbito del término municipal de Barcelona, puso a disposición de los empresarios una significativa cantidad de suelo público y estimuló la construcción de hoteles de categorías superiores (Zaar, 2017a, p. 7).

A continuación, para revertir el período calificado como “resaca post-olímpica” (1992-1997), se impulsó una nueva estrategia urbanística que más tarde se conocería por *city-marketing* o *city branding*. Para ello se instituyó en 1993 un organismo municipal de promoción turística denominado *Turisme de Barcelona* y se puso en marcha el Segundo Plan Estratégico (1997-2006)<sup>1</sup>.

Su ejecución promovió la consolidación del ‘modelo Barcelona’. Éste, al mismo tiempo que impulsó la institución de agencias de sociedades público-privada, atrajo numerosos inversores privados que actuaron decisivamente en la realización de megaproyectos urbanísticos y en la transformación de su morfología urbana, planteó un intenso programa de divulgación de la ciudad y de sus atributos, como “ciudad gótica”, “ciudad modernista”, “ciudad de diseño” y “ciudad de compras”, optimizando su imagen internacional y atrayendo tanto el turismo vacacional como el turismo de negocios, de eventos culturales y deportivos.

Vinculado a este proceso, la demanda hotelera no paró de crecer. El modelo que se venía desarrollando desde los Juegos Olímpicos y que fomentó un alza del 26% en el número de alojamientos turísticos entre 1990 y 1995, tuvo otro pico importante en la preparación y realización del Fórum de las Culturas, promoviendo un esponjamiento urbanístico y turístico hacia los espacios no urbanizados en las zonas periféricas, lo que impulsó un nuevo incremento

<sup>1</sup> Para mayores informaciones sobre este proceso, véase Horacio Capel, 2005.

en el número de establecimientos de alojamiento (30%) y en el número de plazas (36%) (Zaar, 2017a, p.7-9).

Favorecidos por las dinámicas políticas municipales que estimularon las inversiones, los promotores inmobiliarios y sus operadores se transforman en grandes gestores y actuaron en un abanico de sectores que fueron mucho más allá de la hostelería, y se expandieron en las ramas de la restauración, cultura, deporte, entre otras, llevando a la consolidación de este modelo.

En este contexto en el que, como afirma Miren Etxezareta (2013) “el poder político es un mero servidor del poder económico”, se construyeron nuevos paisajes urbanos, a través de la edificación de nuevos espacios de consumo que, a su vez, crean nuevas centralidades. En el distrito Ciutat Vella, son ejemplos emblemáticos, la transformación del antiguo puerto (Port Vell) en una amplia área de ocio y la construcción del Paseo Marítimo en la porción litoral del barrio de La Barceloneta que linda con el barrio de Vila Olímpica de Poble Nou, hasta entonces ocupados por chiringuitos y merenderos. En el muelle de España la construcción del Centro Comercial Maremagnum y de estructuras para albergar embarcaciones deportivas y cruceros se realizó en el antiguo muelle de España del Port Vell, cuyos orígenes se remontan al siglo IV AC, con los iberos.

Asimismo han sido fundamentales las sucesivas remodelaciones realizadas en los subsistemas que conforman los ámbitos de los denominados ‘puertos de Barcelona’ (el Port Vell, la Nova Bocana, el Port Olímpic, el Port del Fòrum y el Port dels Creuers) y en su entorno (barrios de La Barceloneta, Ribera, Gòtic, Raval y Poble Sec) cuyos proyectos de modernización han conllevado a la aprobación y ejecución de proyectos en los que los espacios han sido privatizados y han perdido su identidad, relación histórica y contigüidad con la ciudad<sup>2</sup>.

Siguiendo esta dinámica, en la que el paradigma de política neoliberal permeó el decurso de renovación urbana de Barcelona, se aprobó en 2010, el Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015, cuyos objetivos muestran una clara intención de propulsar el desarrollo de las actividades turísticas mediante la financiación de éstas, a través de cambios urbanísticos en diversos barrios y de la incorporación de nuevas infraestructuras, como la nueva terminal del Aeropuerto de Barcelona y varias terminales portuarias internacionales (Zaar, 2017a, p. 5-15).

Corresponden, en su conjunto, a mecanismos que han fomentado la competencia entre ciudades con el objetivo de atraer el capital, lo que ha supuesto

---

2 Para el análisis detallado de los puertos barceloneses en el que se incluyen propuestas de mejoras en la articulación con otros ámbitos urbanos, ampliación de los espacios públicos y promoción de una diversidad de actividades, véase Francesc Magrinyà *et al.*

transformaciones macro-geográficas en las ciudades (Brenner, 2017; Capel, 2016, Harvey, 2011). Éstas se han transformado en espacios que, por su posición geográfica y su organización interna, contribuyen a reducir el coste de las actividades vinculadas a la circulación del capital, aumentando su eficacia (Pierre Garnier, 1976).

La promoción de la marca Barcelona a través de un gran número de eventos internacionales, otorgó a esta ciudad un puesto destacado entre las ciudades más visitadas del mundo. El número de turistas que se ha hospedado en hoteles barceloneses entre 2005 y 2017 ha pasado de 4,2 millones anuales a casi 7,5 millones (7.678.043), en un contexto en el que desde 2011 el número de extranjeros ha ido reemplazando al turista nacional, hasta el punto de que en los años de 2016 y 2017 éste representó solamente un 20% del total de visitantes (Ayuntamiento de Barcelona, 2018).

Según Horacio Capel, se trata de un proyecto urbano que ha convertido la ciudad de Barcelona en “un parque temático donde se trata a los ciudadanos como turistas de los que solo se espera que admiren, consuman y callen” (2007) y donde la acción de los inversores inmobiliarios es primordial.

En este proceso, los alojamientos turísticos, las actividades de restauración y de ocio han estado sometidas a un abanico de leyes y normativas tanto en la esfera de la Comunidad Autónoma de Cataluña, como en la del Ayuntamiento de Barcelona, las cuales han funcionado como instrumentos que han estimulado y dirigido, a través del tiempo, la distribución territorial de estos elementos.

Su concentración o dispersión ha provocado cambios en la configuración social y urbanística de muchos barrios barceloneses, como los que comprenden el distrito de Ciutat Vella y los que se sitúan en sus proximidades; pero igualmente en otros más alejados de los enclaves turísticos.

#### TURISTIFICACIÓN Y GENTRIFICACIÓN: DOS PROCESOS QUE SE RETROALIMENTAN

La actual burbuja inmobiliaria que viven las ciudades turísticas españolas está directamente vinculada a la institución de las Sociedades Anónimas Cotizadas de Inversión Inmobiliaria (SOCIMIS) cuyo objetivo es proporcionar liquidez a las inversiones inmobiliarias. Estas Sociedades, instituidas a partir de un Régimen Fiscal propio de 2013, han crecido básicamente a través de la capitalización procedente de fondos internacionales. Su actividad principal es “la adquisición, promoción y rehabilitación de activos de naturaleza urbana para su arrendamiento, bien directamente o bien a través de participaciones en el capital de otras SOCIMI” (El Economista.es).

La entrada de estos capitales multinacionales y fondos de inversión en el negocio de compraventa y gestión hotelera ha hecho aumentar la demanda por solares y edificios en los barrios céntricos para convertirlos en hoteles, hostales, albergues de juventud, residencias colectivas de alojamiento temporal o ‘viviendas de uso turístico’, a costa del incremento de los precios de las viviendas y de los alquileres residenciales.

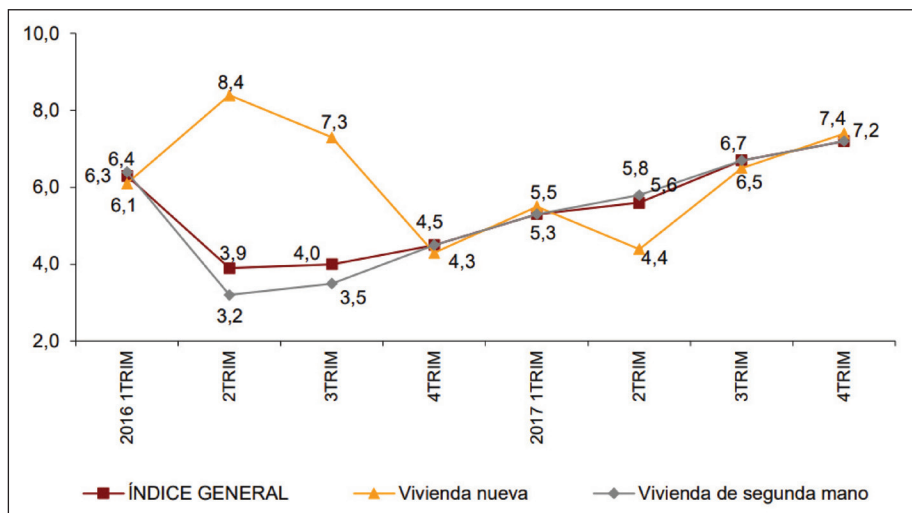
Según datos del diario económico *Cinco Días*, las grandes Socimis (Merlin Propeties, Colonial, Hispania, Lar España y Axiare) controlaban a finales de 2017, más de 26.000 millones de Euros en propiedades en España, un 85% más respecto al administrado en 2016, como resultado de las inversiones en reformas y adquisiciones de agencias inmobiliarias destinadas al alquiler de oficinas, centros comerciales, naves y hoteles (*Cinco Días*, 1/3/2018).

Su *modus operandi*, respecto a la adquisición de edificios de viviendas fue revelado por un inversor que actúa en Barcelona y publicado por el Huffingtonpost.es, en el que explica las estrategias que han impulsado esta nueva “burbuja inmobiliaria”, llevada a cabo a través de los “pases”, donde según esta fuente, se gana mucho dinero invirtiendo relativamente poco.

Según el artículo, mientras el primer especulador se encarga de revisar el registro de la propiedad a la búsqueda de edificios en manos de un solo propietario, de adquirirlo y de revenderlo, el segundo se dedica a “vaciarlo de inquilinos”, esto es echar los vecinos, sea por medio del aumentando excesivo del alquiler en el momento de renovarlo, o a través del *mobbing* inmobiliario, ofreciéndoles algunos miles de euros (entre 2 y 15.000 €) a cambio de no acabar su contrato. Pasados algunos meses, se vende el edificio vacío con una ganancia del 30 o 40%. El tercero comprador lo reforma, lo que implica otro plus de beneficios y un cuarto lo compra finalmente para alquilarlo. Por esta vía, el alquiler de un piso puede encarecerse hasta el 100% de su valor. Mediante estas y otras estrategias similares, según datos del período *Expansión*, en el segundo semestre de 2016 los inversores acapararon el 28% de las compras de viviendas en España (Huffingtonpost.es, 29/3/2017).

Esta coyuntura ha incrementado el precio de la vivienda en España en general, haciendo que en 2017 la tasa interanual fuera la mayor desde 2007, del 6,2% (figura 1).

Figura 1. ESPAÑA. ÍNDICE DE PRECIOS DE VIVIENDA (IPV). BASE 2015



Fuente: Instituto Nacional de Estadística <<http://www.ine.es/daco/daco42/ipv/ipv0417.pdf>>

Para este nuevo escenario, ha tenido un papel fundamental, la aprobación de la Nueva Ley de Arrendamientos Urbanos (LAU) en 2013 reformada en 2015, que adoptó medidas de flexibilización en el mercado de alquiler de viviendas, desvinculando de la subida del IPC el acuerdo entre propietario e inquilino sobre los ajustes de la renta y reduciendo los contratos de alquiler de 5 a 3 años de duración y sus prórrogas de 3 años a 1. Disposiciones que han dejado al descubierto a la parte más débil, el arrendatario.

Se trata de un contexto que implica de modo directo la subida de los precios de las viviendas de compra y de los alquileres. Sí comparamos la tasa de revalorización de los inmuebles entre las dos ciudades españolas con mayor demanda en este sector, tenemos los siguientes datos: mientras en Madrid esta revalorización pasó del 9,0% (2016) al 17,1% (2017), en Barcelona la misma se movió del 11,4% (2016) al 14,8% (2017), un índice que se mantuvo inferior al de Madrid debido a la inestabilidad política generada por el intento secesionista en la Comunidad Autónoma de Cataluña. En esta dinámica en la que la disponibilidad de viviendas nuevas y las ya existentes tiene un peso relevante, tanto los precios de la vivienda para la venta, como los alquileres alcanzaron precios históricos. Estos últimos llegaron en Madrid a 15,5 euros/m<sup>2</sup> y en Barcelona a 17,6 euros/m<sup>2</sup> a finales de 2017 (Idealista.com).

En el caso barcelonés, la variación interanual de las viviendas para la venta fue del 6,4% en 2015, del 14,4% en 2016 y del 10,4% en 2017. Por otro lado, la variación interanual de las viviendas para alquiler fue del 15,3% en

2015, del 17,9% en 2016 y, del 17,5% en 2017. En el 1º semestre de 2018, y a excepción de otras Comunidades Autónomas<sup>3</sup>, la inseguridad institucional catalana contuvo, aunque moderadamente, el aumento medio de los precios de los alquileres en la ciudad de Barcelona (Idealista.com) (cuadro 1).

Cuadro 1. BARCELONA. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE LAS VIVIENDAS DE 2ª MANO Y DEL ALQUILER ENTRE 2013 Y 2018

Periodos	Venta. Precio medio por metro cuadrado (€)	Alquiler. Precio medio por metro cuadrado (€)
Diciembre 2012/diciembre 2013	3.183	10,8
Diciembre 2013/diciembre 2014	3.188	12,5
Diciembre 2014/diciembre 2015	3.392	12,9
Diciembre 2015/diciembre 2016	3.879	17,9
Diciembre 2016/diciembre 2017	4.284	17,5
1º Trimestre 2018	4.334	17,6
2º Trimestre 2018	4.400	17,2

Fuente: Elaborado por las autoras a partir de datos de Idealista.com

Ante esta coyuntura, que David Harvey (2013) denomina “urbanización del capital” se ha producido una reconfiguración socioeconómica y territorial de la ciudad de Barcelona, el turismo se ha transformado en uno de los mayores problemas de los barceloneses, y los movimientos sociales enfrentados a este problema han ganado fuerza.

En los Barómetros de Barcelona, publicados semestralmente por el Ayuntamiento, en los que se pregunta por el problema más grave de la ciudad, la preocupación con el turismo ha crecido constantemente: ha pasado de representar el 0,8% en diciembre de 2011, el 3,1% en diciembre de 2013, el 4,5% en 2014 y el 5,3% en junio de 2015, para ascender a un 11% en diciembre de 2016 y a un 19% en junio de 2017. Un importante incremento, ya que casi una quinta parte de los barceloneses han mencionado la masificación turística que sufre la ciudad, como el principal problema, un porcentaje mayor que el paro (12,4%) u otros problemas sociales.

Sin embargo, la encuesta de julio de 2018 reflejó que el problema más grave de la ciudad pasó a ser el acceso a la vivienda, una de las principales consecuencias de las actividades turísticas y de la especulación inmobiliaria. Éste ha pasado de ser el problema más grave para solo un 2%, a transformar-

3 En el 2º trimestre de 2018, mientras en Barcelona los alquileres cayeron un 2,1%, Madrid detentó una subida trimestral del 1,2% y Valencia capital del 2,6% (Idealista.com).

se, al final del 2º semestre de 2018 en el principal problema para el 12,3% de los barceloneses, solo superado por la inestabilidad institucional (Ayuntamiento de Barcelona, julio de 2018).

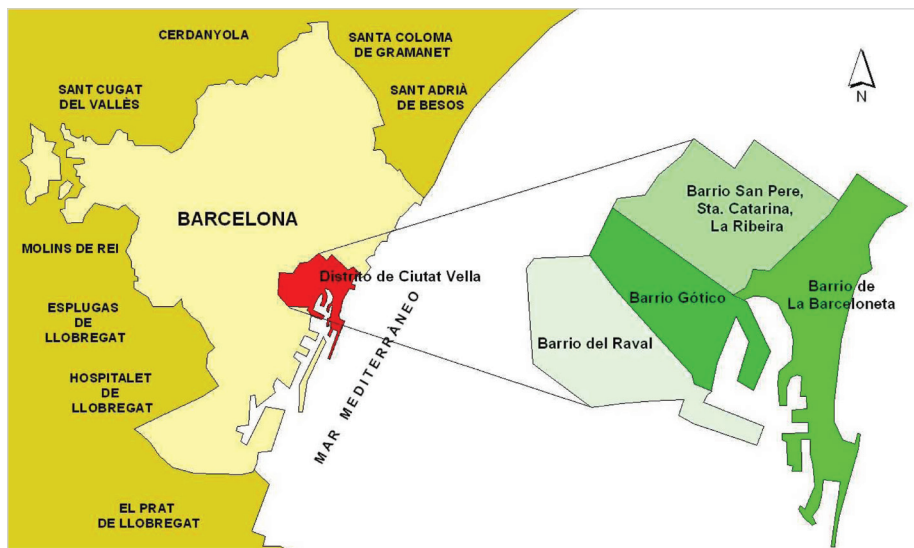
En este escenario se analiza, a continuación, la legislación que ha fomentado esta dinámica en el distrito de Ciutat Vella, así como sus consecuencias socioeconómicas.

#### EL DISTRITO DE CIUTAT VELLA CONTEXTO URBANÍSTICO Y TURÍSTICO

*Ciutat Vella* es por su interés histórico y arquitectónico, y proximidad a las playas, el distrito más frecuentado por turistas. En él están situados los barrios de La Barceloneta, el Gótico, La Ribera y el Raval (figura 2).

Este es el motivo por el que las políticas de estímulo a las actividades turísticas les han transformado en los barrios más afectados por la especulación inmobiliaria y la gentrificación, y a lo que éstos conllevan, la expulsión vecinal y el deterioro del tejido social.

Figura 2. LOCALIZACIÓN DEL DISTRITO DE CIUTAT VELLA (BARCELONA) Y DE SUS BARRIOS



Fuente: Elaboración Miriam Zaar

El proceso que consolidó la imagen de la ciudad y aseguró su papel como centro turístico y que tuvo como punto de partida los Juegos Olímpicos Barcelona 92, hizo que este distrito aglutinase en 2016, un 56,86% de los establecimientos turísticos y el 59,71% de las plazas turísticas, así distribuidas: más



del 60% de las plazas de hoteles, casi el 45% de las plazas de hoteles-apartamento, más del 80% de las plazas destinadas a hostales o pensiones, más del 70% de plazas de albergues de juventud, el 25% de las plazas de residencias estudiantiles y casi el 57% de las plazas de viviendas de uso turístico (Peuat 2017; Zaar, 2017a, p. 24).

Para esta nueva dinámica, que ha llevado a la actual configuración urbana y turística del distrito de *Ciutat Vella*, fue decisivo la elaboración de varios planes. Dos de ellos (Primer Plan Estratégico y el Pla d'Hotels) fechados en el año 1989 supusieron, por un lado, la construcción de hoteles de categorías superiores, a partir de la modificación del Plan Metropolitano de 1976, en el ámbito del término municipal de Barcelona. Por otro, implicaron la revitalización de zonas como Montjuic (construcción de la *Anella Olímpica* y otras infraestructuras deportivas), La Barceloneta (Paseo Juan de Borbón y sus alrededores) y la apertura o ampliación de avenidas que se prolongaron hasta el mar.

Finalizados los Juegos Olímpicos, y con el objetivo de revertir el período calificado como “resaca post-olímpica” (1992-1997), se puso en marcha el Segundo Plan Estratégico (1997-2006). Fue cuando se consolidó definitivamente el “modelo Barcelona” respecto a la participación del capital privado en la financiación y transformación urbana, y en la realización de megaproyectos urbanísticos.

Asimismo, con vistas a atraer un gran número de turistas, se programó la celebración del Año Internacional de Gaudí (2002), del PICASSO2006BCN y del Año del Deporte (2003), además de la realización del Fórum de las Culturas en 2004, que conllevó la construcción de la Torre Glories (Agbar) y la creación del distrito tecnológico @22, entre otros.

Con el mismo propósito se aprobó el *Pla Especial dels Estableciment de Concurrencia Pública, Hoteleria i Altres Serveis de Ciutat Vella* (PEECPHA) en el año 2000. Éste daba continuidad al empeño de aumentar el número de plazas hoteleras en el distrito de Ciutat Vella, estimulando la implantación de hoteles y de hoteles-apartamento clasificados con tres estrellas o más y a su vez prohibiendo la concesión de nuevas licencias de alojamientos de categorías inferiores (Zaar, 2017a, p. 9).

No obstante, pasados cinco años (2005), tanto el distrito de Ciutat Vella como la propia ciudad de Barcelona se encontraban en una coyuntura muy distinta de la etapa post-olímpica. Como consecuencia del aumento del número de turistas y también del incumplimiento de las normativas establecidas, ya se observaba cómo, en los barrios céntricos, el proceso de gentrificación ganaba fuerza a través del *mobbing* inmobiliario hacia los vecinos con contratos de alquiler de renta antigua. Con el propósito de aumentar la oferta de alojamientos turísticos a costes menores que los de los hoteles, éste se transformaba en un instrumento de expulsión vecinal. Una fórmula que, por



un lado, provocaba la pérdida de la vivienda de un gran número de moradores destruyendo el tejido social del barrio, por otro viabilizaba la reproducción ampliada del capital a través del mercado inmobiliario.

Con el objetivo de paliar este conflicto, que envolvía tanto la pérdida de viviendas residenciales, como la disputa por el uso del espacio común y público entre los residentes de los barrios céntricos y los visitantes, se aprobó el *Pla Especial dels Estableciment de Concurrencia Pública, Hoteleria i Altres Serveis de Ciutat Vella* de 2005 que reguló los apartamentos turísticos, albergues de juventud u otros tipos de alojamientos temporales, como las viviendas de uso turístico, prohibiendo que, en este distrito, fuesen constituidos a partir de la agrupación de viviendas residenciales que con fecha de 1 de enero de 2005 cumplían esta función (Zaar, 2017a, p. 10).

Esta restricción tenía como objetivo evitar que las viviendas de uso turístico y otras modalidades de alojamiento turístico sustituyesen a las viviendas residenciales. Asimismo, se estableció exigir licencia municipal urbanística para el cambio de uso.

Sin embargo, por diversas razones, esta normativa no produjo los efectos esperados. Una de ellas, estuvo vinculada a la actuación de los agentes financieros e inmobiliarios, que con el objetivo de superar la crisis inmobiliaria de 2007 y de ampliar sus beneficios, orientaron el sector de vivienda hacia las actividades turísticas.

Otra razón que neutralizó gran parte de los resultados de este Plan estuvo asociada al extraordinario crecimiento del turismo y de la oferta de alojamientos turísticos en las modalidades de hoteles-apartamento y de “viviendas de uso turístico”, en la que han tenido un papel fundamental, las plataformas como Airbnb, Homeaway, Booking, Tripadvisor, Trivago, Rentalia y la patronal Apartury, cuyas modalidades de reservas *on line* se han difundido velozmente desde entonces.

Asimismo, la aprobación del Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015, que entró en vigor en 2010, puede ser considerado un tercer factor que contribuyó a que la normativa no produjese los efectos esperados, ya que muestra una clara intención de propulsar el desarrollo de las actividades turísticas.

A pesar de este escenario, la elaboración del *Pla Especial dels Estableciment de Concurrencia Pública, Hoteleria i Altres Serveis de Ciutat Vella* (Pla d'Usos de Ciutat Vella) de 2010, supuso un nuevo marco respecto a la necesidad de elaboración de diagnósticos socioeconómicos que reflejasen la realidad distrital. Fue el primer estudio sobre el índice de afectación espacial y social de las actividades turísticas.

Sus principales aportaciones son haber señalado que la regulación anterior de las viviendas destinadas al uso turístico no había disminuido el conflicto

generado por la incompatibilidad de intereses entre anfitriones (hosts) y visitantes (guests), y advertido que la proliferación de “viviendas de uso turístico” en edificios plurifamiliares aparecía como un problema capital para la convivencia vecinal y la calidad de vida de los residentes, lo que le llevó a recomendar la necesidad de avanzar en la propuesta de exigir la agrupación de las “viviendas de uso turístico” en edificios exclusivos.

Asimismo, constató, con relación a los establecimientos comerciales que gran parte del comercio de proximidad de este distrito había sido reemplazado por actividades que no estaban reguladas en el Pla d’Usos anterior; y que algunos establecimientos comerciales habían pasado por cambios significativos: bares que se transformaron en restaurantes, escuelas-cocina con degustación que se convirtieron en restaurantes, hoteles que ampliaron o incorporaron restaurantes, o centros culturales que pasaron a ofrecer servicios de bar y de restaurante, aumentando la presión sobre el espacio público y suscitando reiteradas quejas vecinales (*Pla Especial dels Estableciment de Concurrencia Pública, Hotelería i Altres Serveis de Ciutat Vella*, 2010; capítulo 1.2.5; Zaar, 2017a).

En la elaboración de este estudio también se señaló que, respecto a los establecimientos de hotelería, existía, en este distrito, un grado de saturación del 8,55%, cuatro veces superior a la media de la ciudad de Barcelona, que era del 2,04%.

Con relación a las viviendas de uso turístico (en catalán Habitatges d’Ús Turístic, HUT), la modalidad de alojamiento turístico que entra en competencia más estrecha y directa con la vivienda residencial, el Plan se limitó a regular esta actividad y admitir la obtención de nuevas licencias, siempre que cesara otra unidad autorizada. Asimismo, indicó que las mismas deberían estar ubicadas en zonas permitidas y agrupadas en edificios exclusivos.

Sin embargo, esta última normativa no tuvo el efecto esperado. Por el contrario, la regulación de la actividad de alquiler de viviendas de uso turístico amplió el número de solicitudes de licencias, haciendo que éstas se cuadruplicaran entre 2010 y 2015, aumentando de modo desproporcionado en comparación con cualquier otra modalidad de alojamiento, y solo estabilizándose entre 2015 y 2016, como consecuencia de la suspensión de licencias de alojamientos turísticos, que dio inicio a los estudios que hicieron posible la elaboración del PEUAT.

La facilidad de los trámites para la obtención de los permisos y el insuficiente control de las actividades ilegales fueron las principales causas por las que, entre 2001 y 2015, 50 edificios de viviendas del distrito de Ciutat Vella se transformaron en alojamientos turísticos, suponiendo, algunos miles de vecinos desplazados. Un proceso que ha ido acompañado de un incremento

del precio del alquiler y del precio de compra de la vivienda en *Ciutat Vella* y otros distritos centrales, donde se han registrado precios a cima de la media de la ciudad (cuadro 2).

Cuadro 2. DISTRITO DE CIUTAT VELLA. EVOLUCIÓN DE LOS PRECIOS DE VIVIENDA DE 2ª MANO Y DE ALQUILER ENTRE 2013 Y 2018

Periodos	Venta. Precio medio por metro cuadrado (€)	Alquiler. Precio medio por metro cuadrado (€)
Diciembre 2012/diciembre 2013		12,4
Diciembre 2013/diciembre 2014	3.355	14,4
Diciembre 2014/diciembre 2015	3.621	17,6
Diciembre 2015/diciembre 2016	4.191	19,9
Diciembre 2016/diciembre 2017	4.584	18,9
1º Trimestre 2018	4.489	19,2
2º Trimestre 2018	4.452	19,1

Fuente: Elaborada por las autoras a partir de datos de Idealista.com

Se trata de una lógica basada en la especulación inmobiliaria y en la explotación intensiva de la industria del turismo, en la que gran parte de la ciudad se encuentra en la misma lógica que las áreas centrales, así definidas por Horacio Capel:

“La invasión de los centros históricos por el turismo convierte a éstos en simulacros urbanos al servicio de los visitantes, que a veces no son capaces de distinguirlos de un parque temático. Pero a pesar de todo, los centros históricos son necesarios, y su atractivo muestra que cumplen una función simbólica muy importante. A través de él nos enraizamos con la historia, tenemos o adquirimos el sentido de la continuidad. En ese espacio urbano cada vez más extenso y ampliamente ocupado por edificios recientes hechos para renovarse continuamente, tantas veces como sea necesario (por los cambios funcionales o las exigencias de beneficio), el centro sigue siendo una referencia importante, una señal de identidad como referencia estable, como amarre psicológico” (Capel, 2007).

La avalancha de turistas provenientes de los cruceros marítimos o de los aeropuertos barceloneses que se desplazan en las emblemáticas Ramblas y en el masificado mercado La Boqueria, hacen de su experiencia, un sin parar de vueltas por las calles estrechas del centro histórico y de otros barrios céntricos, como es el caso de Sagrada Familia. Casi todos se dirigen a los íconos turísticos más difundidos, como es el caso de la Catedral, de la Plaza del Rey,

el Museo Picasso, el Palau de la Música, aunque también a la playa de La Barceloneta.

Provocan, a su paso, unos importantes cambios en la configuración urbana de la ciudad. Por un lado, estimulan el desplazamiento del comercio tradicional para en su lugar situar otro que atienda sus demandas. Por otro dificultan el paso y la realización de las actividades cotidianas de los residentes, saturando los espacios públicos y los medios de transporte públicos.

Nos referimos al contexto de “turistificación” en el que viven las ciudades turísticas y en el que la vivienda residencial y el espacio público, concebidos como valores de uso, se han transformado en valores de cambio, esto es, en mercancías, lo que ha repercutido de diferentes formas y grados en la vida de los ciudadanos, como analizaremos a continuación.

#### ¡CIUTAT VELLA NO ESTÁ EN VENTA! LA MOVILIZACIÓN VECINAL Y LOS LOGROS ALCANZADOS

El turismo masivo y todos sus procesos que se transforman en causa y efecto de esta actividad económica, en la que la “marca Barcelona” se ha difundido en el mundo, ha repercutido en el modo de vida de los cien mil (102.000) ciudadanos barceloneses que residen, trabajan y se apropian colectivamente de los espacios públicos del distrito municipal, en el que, fuentes diversas estiman que existen unas 17 mil plazas hoteleras y cerca de 600 viviendas de uso turístico legales y varios miles ilegales (Informes Anuales Turismo en Barcelona 2014, Barcelona Turisme y PEUAT, 2017, estimativas realizadas por Asociaciones Vecinales, respectivamente).

Asimismo, un reciente informe de la Comisión Europea, publicado en 2018 señala que, entre las 9.600 viviendas registradas (legales) para uso turístico y las 5.257 viviendas no registradas (ilegales) para uso turístico en *Airbnb*, este número llega a 14.857 viviendas de uso turístico.

En este escenario, los barrios centrales están perdiendo su carácter residencial y están siendo dotados de una nueva centralidad, y el proceso de gentrificación ha ganado relieve, ya que “el alquiler de viviendas para uso turístico se configura como un mercado de negocio y plusvalías que atrae a inversores y especuladores” (Blanco *et al*, 2017, p. 1518) y que presentamos bajo dos contextos. Uno de ellos se realiza a través de la expulsión vecinal, por medio del *mobbing* inmobiliario en el que grupos inversores adquieren edificios enteros y aprovechan algunas lagunas de la *Ley de Arrendamientos Urbanos* (LAU) reformada en 2013 y 2015, para agilizar la desocupación de las viviendas de alquiler y su transformación en viviendas de uso turístico. Entre las estrategias utilizadas están la coacción económica y la intimidación a los inquilinos.

Otro contexto se refiere a la dinámica que rige la coexistencia entre las viviendas residenciales y las viviendas de uso turístico y el conflicto que ésta genera. Los excesos de los grupos de turistas, derivados de actitudes incívicas y ruidos ocasionados en las viviendas y/o en sus áreas comunes cuando entran y salen de madrugada, han generado una convivencia conflictiva en muchas comunidades vecinales y han provocado una actitud de contrariedad, y en casos concretos, incluso de rechazo de los vecinos hacia a los foráneos.

Según el informe *Percepció del Turisme a Barcelona* de 2016, publicado en abril de 2017, un 15,3% de los encuestados afirmaron existir viviendas de uso turístico en su edificio. Entre estos, el 50,8% confirmaron que éstas causaban entre mucha y bastante molestias. En el distrito de Gracia, este porcentaje alcanzó al 58,3% y en el barrio de La Barceloneta el 66,9%.

Sobre esta problemática se ha manifestado así una vecina de La Barceloneta: “Esto es un barrio trabajador. No es un barrio turístico. La gente vive, trabaja los que trabajan en el puerto se levantan a las cinco de la mañana o sea, que terminas histérica cuando noche tras noche no puedes descansar” (Zaar, 2017a, p. 17).

Asimismo, los vecinos del distrito de Ciutat Vella se encuentran privados de satisfacer sus necesidades básicas cotidianas debido a que el comercio tradicional y de proximidad ha sido reemplazado por franquicias de restaurantes, bares, comida rápida o la venta de recuerdos.

En cuanto a la apropiación del espacio público, una importante porción de las plazas, paseos y aceras están tomadas por las terrazas de restaurantes y bares destinados al público visitante. De igual modo, las playas han sido parcialmente expropiadas del ciudadano, sea a través del alquiler de sombrillas y hamacas, de la proliferación de vehículos de alquiler de dos y tres ruedas, o de la presencia de “top mantas”, lo que ha generado confitos y disputas por la utilización de estos espacios en varios puntos del distrito.

Otra faceta de este proceso está vinculada a los precios de las viviendas en este distrito. Con una población cuyo índice de renta equivalía en 2017 al 86,9% de la media barcelonesa y un paro de larga duración que afectaba al 33% de sus habitantes (Ayuntamiento de Barcelona, Ciutat Vella, 2018), los precios de los alquileres son superiores a media barcelonesa (cuadro 3).

Cuadro 3. BARCELONA Y CIUTAT VELLA. COMPARACIÓN DE LOS PRECIOS DE VIVIENDA

Periodos	Venta. Precio medio por metro cuadrado (€)		Alquiler. Precio medio por metro cuadrado (€)	
	Barcelona	Distrito de Ciutat Vella	Barcelona	Distrito de Ciutat Vella
Diciembre 2012/ diciembre 2013	3.183	-	10,8	12,4
Diciembre 2013/ diciembre 2014	3.188	3.355	12,5	14,4
Diciembre 2014/ diciembre 2015	3.392	3.621	12,9	17,6
Diciembre 2015/ diciembre 2016	3.879	4.191	17,9	19,9
Diciembre 2016/ diciembre 2017	4.284	4.584	17,5	18,9
1º Trimestre 2018	4.334	4.489	17,6	19,2
2º Trimestre 2018	4.400	4.452	17,2	19,1

Fuente: Elaborada por las autoras a partir de datos de Idealista

Ante esta coyuntura, los vecinos del distrito de Ciutat Vella han pasado a organizarse, reuniéndose en grupos de trabajo, asambleas, concentraciones y protestas en las que llegan a participar centenares de personas (figura 3) y que han puesto de manifiesto las consecuencias de la especulación inmobiliaria volcada al turismo, de la incompatibilidad de los alojamientos turísticos con el descanso vecinal, del reemplazo de los comercios tradicionales por otros destinados al turismo, de la masificación turística y la privatización de espacios públicos como plazas, aceras, playas y mercados municipales.

Además, han exigido al Ayuntamiento de Barcelona que acabe con este “modelo turístico”. Insisten en que se apruebe una normativa que prohíba el cambio de uso de vivienda residencial a vivienda destinada al alojamiento de turistas.

Manifestaciones, similares a la que ocurrió el 28 de enero de 2017, en Las Ramblas de Barcelona (figura 3) expresan la insatisfacción de barceloneses respecto a la política que normaliza las actividades turísticas, tanto asociadas a restaurantes y bares que usurpan del ciudadano su espacio público, lugar de encuentro y de reuniones, cómo a los alojamientos que transforman sus viviendas en objetos de especulación.



FIGURA 3. MANIFESTACIÓN “BARCELONA NO ESTÁ EN VENTA (28/1/2017)



Fuente: Foto de Manuel Blas García

Como resultado de la presión popular durante los actos y movilizaciones, así como de las reuniones entre representantes de asociaciones con la administración municipal, el actual gobierno municipal de Barcelona, liderado por Ada Colau, elaboró y aprobó el Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT) que está en vigor desde comienzos de 2017.

El PEUAT es el primer plan de ordenación y gestión integral de los alojamientos turísticos en el ámbito municipal y tiene como objetivo regular la implantación de los alojamientos turísticos en la ciudad de Barcelona, de manera que la actividad económica y la movilidad social que generen sean compatibles con los derechos a la calidad de vida de la ciudadanía barcelonesa, incluyendo el derecho a la vivienda, al descanso y a la intimidad; a la movilidad sostenible, a disfrutar del espacio público, a disponer de una oferta suficiente de servicios, equipamientos y comercio en las proximidades de su hogar, y un medioambiente adecuado (Peuat, 2017, vol. I, p. 10; Zaar, 2017a, p. 23).

Su aprobación supone dos avances importantes con relación a la expulsión de los vecinos del distrito de Ciutat Vella de sus viviendas. En uno de ellos se prohíbe que las viviendas que a fecha de 1 de julio de 2015 estuviesen destinadas a la función residencial se transformen en viviendas de uso turístico, lo que podría reducir el proceso de gentrificación potencializado por una revalorización de los espacios céntricos de Barcelona y aminorar las graves secuelas dejadas por el deterioro del tejido social de estos barrios. El otro

avance se centra en el hecho que a partir de 2019 todas las viviendas de uso turístico, con licencias nuevas o antiguas, deberán, obligatoriamente, agruparse en edificios exclusivos. Medida que se prevé, disminuirá los conflictos en las áreas comunes de los edificios entre vecinos y grupos de turistas ‘incívicos’. (PEUAT, 2007, vol. I, p. 104; Zaar, 2017a, p. 31)

También con relación al distrito de Ciutat Vella, el PEUAT establece la siguiente normativa:

El mantenimiento de la oferta de alojamientos turísticos existentes, no permitiendo nuevas autorizaciones, aunque haya bajas. Esto incluye tanto hoteles, hostales o pensiones, como albergues, *Bed & Breakfast* y viviendas de uso turístico.

La prohibición de concesión de licencias para viviendas de uso turístico, trasladando estas autorizaciones a la Zona Específica 3 (ZE-3)<sup>4</sup>.

Aun así, existen motivos para pensar que los objetivos del PEUAT difícilmente se cumplirán. Uno de ellos es que PEUAT fija para la ZE-1 (distrito de Ciutat Vella) la revisión de las restricciones en el caso de que la relación población flotante-residente se iguale a la ZE-2 (Basílica de la Sagrada Familia, Park Güell, etc.), con un gran número de alojamientos turísticos y una fuerte presión sobre el espacio público (PEUAT, 2017, vol. I, p. 105; Zaar, 2017a, p.32).

Otra razón se centra en el hecho que la actuación del PEUAT no incide sobre el conjunto de la ciudad en cuanto a las restricciones. Se observa una segregación territorial, en la que se prima por la dispersión de las actividades turísticas, en lugar de idear un plan de restricción de éstas en la ciudad como un “todo”.

Tras este análisis, queremos hacer hincapié en la actual situación que caracteriza las ciudades turísticas españolas, en las que el vaciamiento de los centros históricos, a través del éxodo forzado de inquilinos y propietarios está destruyendo la idiosincrasia de los mismos, por lo que se hace necesaria una legislación eficaz que frene este proceso y posibilite la recuperación de la convivencia ciudadana.

## BIBLIOGRAFÍA

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. *Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT)*, marzo de 2017, vol. I.

BLANCO, A.; BLÁZQUEZ, M.; MÍNGUEZ, C. Claves de la reestructuración turística de la ciudad. En ÁLVAREZ, F. *et al.* (eds.) *Actas del XXV Congreso Nacional de la Asociación de Geógrafos Españoles* (Naturaleza, Territo-

4 Para un estudio detallado sobre el PEUAT en este y otros distritos barceloneses, véase Miriam Zaar, 2017a.



- rio y Ciudad en un Mundo Global), Madrid, 25-27 de octubre de 2017 (p. 1.516-1.524). <[https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-36039/Naturaleza\\_Territorio\\_y\\_Ciudad\\_AGE2017\\_BBM.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-36039/Naturaleza_Territorio_y_Ciudad_AGE2017_BBM.pdf)>
- BRENNER, Neil. *Teoría urbana crítica y políticas de escala*. In SEVILLA BUITRAGO, Álvaro (Ed.). Barcelona: Icaria Editorial, 2017.
- CAPEL, Horacio. *El modelo Barcelona: un examen crítico*. Barcelona, Ediciones del Serbal, 2005.
- ETXEZARETA, Miren. Al capitalismo se le están acabando los mercados. *Le Monde diplomatique*, febrero de 2013. Entrevista realizada por Rosa Villegas.
- GARNIER, Jean Pierre. Planificación urbana y neocapitalismo. *Geocrítica*, Universidad de Barcelona, 1976, año I, número 6.
- HARVEY, David. *O enigma do capital e as crises do capitalismo*. São Paulo: Boitempo, 2011.
- MAGRINYÀ, Francesc; NAVAS, Teresa; MERCADÉ, Josep; MAYORGA, Miguel. Els ports de barcelona, ciutat i ciutadania. Reflexions i propostes per al futur del litoral metropolità. *Biblio 3W. Revista Bibliogràfica de Geografia y Ciencias Sociales*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 15 de noviembre de 2013, Vol. XVIII, nº 1049(20). <<http://www.ub.es/geocrit/b3w-1049/b3w-1049-20.htm>>.
- TATJER, MIR, Mercedes. *El barrio de la Barceloneta 1753-1982. Mercado inmobiliario, propiedad y morfología en el centro histórico de Barcelona*. Universidad de Barcelona. Director: Dr. Horacio Capel, 1983.
- ZAAR, Miriam Hermi. El derecho a la vivienda en el contexto del Plan Especial Urbanístico de Alojamientos Turísticos (PEUAT) de Barcelona y de sus planes antecesores. *Biblio 3W. Revista Bibliogràfica de Geografia y Ciencias Sociales*. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 5 septiembre 2017a, vol. XXII, nº 1.210. <<http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1210.pdf>>
- ZAAR, Miriam Hermi. El análisis del territorio desde una ‘totalidad dialéctica’. Más allá de la dicotomía ciudad-campo, de un ‘par dialéctico’ o de una ‘urbanidad rural’. In *Espaço e Economia*, 10 | 2017b, año V, nº 10. Disponible em <<http://espacoeconomia.revues.org/2981>>. DOI: 10.4000/espacoeconomia.2981.

## DOCUMENTOS

- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. *Pla Especial d'Estableciments de Concurrencia Pública, Hoteleria i Altres Serveis. Ciutat Vella*, 2000. Publicado en el Boletín Oficial de la provincia de Barcelona del 15 de diciembre de 2000.

- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. *Pla Especial d'Establiments de Concurrència Pública, Hoteleria i Altres Serveis de Ciutat Vella*, 2005.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. *Pla Especial d'Establiments de Concurrència Pública, Hoteleria i Altres Serveis de Ciutat Vella*. También denominado Pla d'Usos de Ciutat Vella 2010.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. *Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Barcelona 2010-2015*. Objetivos de los Programa, capítulo 6.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. *Normativa de la Modificació del Pla Especial d'Establiments de Concurrència Pública, Hoteleria i Altres Activitats a Ciutat Vella*, publicado en el Botlletí Oficial de la Provincia de Barcelona el 16 de septiembre de 2013.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. *Baròmetre Semestral de Barcelona*. Junio de 2018. <[http://ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2018/07/r18018\\_Barometre\\_Juny\\_Evolucio.pdf](http://ajuntament.barcelona.cat/premsa/wp-content/uploads/2018/07/r18018_Barometre_Juny_Evolucio.pdf)>
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. *Percepció del Turisme a Barcelona*. Presentació de resultats, 2016.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA. Oficina Municipal de datos. *Ciutat Vella*, 2018.
- BARCELONA TURISME. *Informes Anuales Turismo en Barcelona* 2014.
- EUROPEAN COMMISSION. *Study on the Assessment of the Regulatory Aspects Affecting the Collaborative Economy in the Tourism Accommodation Sector in the 28 Member States* (580/PP/GRO/IMA/15/15111J), julio de 2018.

#### PÁGINAS WEB Y DIARIOS

- EXPANSIÓN, 4/3/2017. <<http://www.expansion.com/hemeroteca/2017/03/04/media.html>>
- El Economista.es. *Socimi*. <<http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/socimi>>
- PAREJA, Pol. Así funciona la especulación inmobiliaria en Barcelona. Las prácticas que propician la burbuja de los alquileres en la capital catalana. *Huffingtonpost.es*, 29/3/2017 <[https://www.huffingtonpost.es/2017/03/29/asi-funciona-la-especulacion-inmobiliaria-en-barcelona\\_a\\_22017385/](https://www.huffingtonpost.es/2017/03/29/asi-funciona-la-especulacion-inmobiliaria-en-barcelona_a_22017385/)>
- IDEALISTA.COM. <<https://www.idealista.com/informes-precio-vivienda>>; <<https://www.idealista.com/news/inmobiliario/vivienda/2018/01/24/762524-Los-contratos-de-alquiler-de-cinco-a%C3%B1os-llegan-a-su-fin>>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. <<http://www.ine.es/daco/daco42/ipv/ipv0417.pdf>>
- TRINCADO, Belén. Las grandes Socimis controlan ya más de 26.000 millones en propiedades. *Cinco Días*. <[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/02/28/companias/1519844126\\_115416.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/02/28/companias/1519844126_115416.html)>

# NUEVOS DESAFÍOS EN LA GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS. SEGURIDAD Y TURISMO: EL PAPEL DE LA GUARDIA CIVIL

*Tte. Coronel Francisco POYATO SEVILLANO*

Jefe de Policía Judicial e Información  
Comandancia de Alicante

## DATOS PROVINCIALES DE ALICANTE

Número de municipios: 141	
Demarcación de la Guardia Civil: 134	Demarcación de la Policía Nacional: 8

Extensión de la provincia: 5.816 km <sup>2</sup>	
Demarcación de la Guardia Civil: 4.927 km <sup>2</sup> (84,71%)	Demarcación de la Policía Nacional: 889 km <sup>2</sup> (15,29%)

Número de habitantes de derecho en la provincia: 1.825.332	
Habitantes en demarcación de la Guardia Civil 976.355 (54%)	Habitantes en demarcación de la Policía Nacional 848.977 (46%)

## FACTORES DE INTERÉS

Aeropuerto Internacional Elche-Alicante	5º nacional por pasajeros +13 millones	Aumento 2017 del 11,1%
--	---	------------------------

Dos líneas de ferri con Argelia	140.166 pasajeros	41.427 vehículos
------------------------------------	-------------------	------------------

224 km de costa	21 puertos deportivos	12.714 amarres
-----------------	-----------------------	----------------

Turismo y población extranjera	Alrededor del 20% de la población censada extranjera	En verano el repunte llega a cuadruplicar la población en algunos municipios
Dos Centros Penitenciarios	Más de 2.400 reclusos	6.205 presos trasladados en el año 2017

## COMANDANCIA DE ALICANTE

### *Ideas clave*

1. El sector turístico es la base fundamental de la economía en gran parte de los municipios de esta provincia.
2. Seguridad ciudadana como factor relevante para el impulso del sector; entorno seguro.
3. La afluencia de turismo genera desplazamiento de la delincuencia.
4. Esto supone un aumento de intervenciones policiales; mayor esfuerzo operativo.

### *Conclusión*

Necesidad de aplicar un tratamiento diferenciado y planes específicos de seguridad.

- Plan Turismo Seguro SES
- Ins. 6/2018 SES Op. Verano
- OS DIGEGUCI Op. Verano
- OS Comandancia Alicante Op. Verano

### *Objetivos*

- Incrementar la seguridad en las zonas turísticas; vías de comunicación urbanas/interurbanas, estaciones, puertos, aeropuerto, hoteles, playas y campings.
- Reforzar seguridad en acontecimientos con gran concentración de personas.
- Potenciar prevención de actos terroristas.
- Potenciar la investigación de delitos.
- Agilizar los trámites en las oficinas de denuncias
- Incrementar los niveles de colaboración ciudadana.

### *Medidas operativas*

- Diseño de dispositivos integrales; diversidad de especialidades.
- Seguridad ciudadana específicos en lugares de especial interés; zonas urbanas, vías de comunicación, litoral y espacios naturales.
- Puerto y Aeropuerto
- Isla de Tabarca
- Coordinación con FCSE y FCS.
- Colaboración con el sector turístico.
- Campañas informativas.
- Integración de cuerpos policiales de otros países de la UE (Francia y Alemania).

### UNIDADES OPERATIVAS

#### *Compañía puerto y aeropuerto*

- Custodia y Vigilancia Aeropuerto y Puerto de Alicante.
- Prevenir y perseguir el contrabando
- Infracciones de carácter fiscal.



### *Servicio Marítimo*

Las funciones que la Ley atribuye a la Guardia Civil, en el mar territorial; seguridad ciudadana, auxilios, colaboración con otros organismos.



### GRUPO ESPECIAL DE ACTIVIDADES SUBACUÁTICAS (GEAS)

Funciones que se encomiendan a la Guardia Civil relacionadas con el medio acuático y subacuático.

- Policía Judicial (ahogados entre otras)
- Protección Patrimonio Arqueológico Subacuático
- Seguridad muelles y buques
- Policía administrativa



### SEPRONA

#### *Servicio de protección de la naturaleza*

- Conservación de la naturaleza y medio ambiente.
- Recursos hidráulicos.
- Riqueza cinegética, piscícola y forestal.
- Cualquier otro relacionado con la naturaleza





## PAFIF,s

### *Patrullas Fiscales y de Fronteras*

- Delitos e infracciones de contrabando.
- Normativa Fiscal y Aduanera.
- Custodia de las costas, fronteras y puertos.
- Control de embarcaciones en puertos.
- Fiscalizar la circulación de mercancías sensibles.
- Auxilio a inmigrantes





## USECIC

### *Unidad de seguridad ciudadana*

- ❑ apoyo en dispositivos especiales en los que se requieren altas capacidades de intervención; detención de personas peligrosas,
- ❑ alteraciones graves del orden público,
- ❑ auxilio en catástrofes, etc.



### *Subsector de tráfico*

Vigilancia, ordenación, auxilio y control del tráfico, transportes y seguridad vial.



### *Grupo CINOLÓGICO*

- Secc. detector de explosivos
- Secc. detector de drogas



### GEDEX

#### *Grupo especialista en detección de explosivos*

Misión específica:

- La organización, gestión y ejecución de las tareas de búsqueda.
- Detección, neutralización y desactivación de todo tipo de artefactos de naturaleza explosiva, incendiaria, radiológica, bacteriológica y química.



### *Unidades especiales de investigación*

- Servicio de información
- Unidad de Policía Judicial



### *Especialidades de apoyo*

- Equipo de rescate e intervención en montaña



- Servicio aéreo (helicóptero)



❑ Grupo reserva y seguridad –GRS 3-



C.O.S.

*Central Operativa de Servicios*

Es el órgano permanente mediante el cual el Jefe de la Comandancia ejerce el mando y control operativo de la ejecución del servicio de las Unidades.



- ❑ Atención permanente al ciudadano, gestionando el 062.
- ❑ Consultas de las bases de datos de interés operativo para apoyar al servicio de las unidades.

- Enlazar con los órganos de atención de emergencias.
- Transmitir las comunicaciones recibidas.



# **INTERNACIONALIZACIÓN TURÍSTICA Y MIGRATORIA EN EL LITORAL DE RIO GRANDE DO NORTE/ BRASIL Y LAS IMPLICACIONES EN LA PRODUCCIÓN DE NUEVOS TERRITORIOS Y TERRITORIALIDADES**

*Salette Gonçalves*

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte  
salleteg@gmail.com.

## RESUMEN

Este artículo busca comprender de qué manera el flujo turístico y migratorio internacional repercutió en la producción de nuevos territorios y territorialidades en el litoral de Rio Grande do Norte/ Brasil, con énfasis en la dimensión simbólica. Para ello, se buscó investigar el perfil y los factores decisivos en la fijación de esos extranjeros; discutir la territorialización sociocultural de los inmigrantes, así como las tramas de sus redes sociales en Brasil y en su país de origen; y comprender la percepción de los inmigrantes sobre la hospitalidad pública local en los territorios turísticos y no turísticos. El estudio se justifica, principalmente, por ser una temática que requiere profundización teórica, ante la escasez de investigaciones en el escenario brasileño. Se trata de un complejo estudio de carácter cualitativo que adoptó como estrategias de investigación de la colección de estudio de casos y datos a través de entrevistas con 31 inmigrantes, nativos de Italia, España y Portugal. El análisis interpretativo fue emprendido con ayuda del software MAXQDA, buscando sistematizar las informaciones recogidas junto a los entrevistados. Los resultados evidencian que estos sujetos migraron en busca de un nuevo estilo de vida y/o nuevos desafíos personales; invertir en el sector turístico y/o inmobiliario, asumir cargos de trabajo y/o establecer vínculos conyugales. Independientemente del perfil de los extranjeros investigados, se constató que no se trata de una búsqueda meramente material, sino simbólica, relacionada al clima, al sol,



la tranquilidad y la naturaleza. Se evidenció también que la llegada de estos inmigrantes promovió la creación de nuevas territorialidades y territorios, lo que se concretó a través de la alimentación, el idioma y las redes sociales, que contribuyeron con el proceso de adaptación y creación de nuevos vínculos. En cuanto a las redes sociales, ellas se forman de manera bastante particular, habiendo mayor aproximación con brasileños y distanciamientos de los compatriotas. El uso de la tecnología y de los medios sociales, sin embargo, fue destacado como fundamental en el mantenimiento de los lazos dejados en el país de origen. Se verificó que la hospitalidad pública local en los territorios turísticos se hace más presente que en los territorios no turísticos, apuntando a la ineficiencia del Estado, ampliamente destacada por los inmigrantes. De esta manera, en esta investigación, los inmigrantes, nativos y los turistas, aunque en algunos momentos comparten determinados territorios, asumen territorialidades distintas.

Palabras-clave: Migración internacional. Turismo. Territorio. Litoral.

## 1. INTRODUCCIÓN

Cada vez más los destinos turísticos se vuelven globales, es decir, asumen una fuerte capacidad de atracción a nivel mundial, los turistas sobrepasan fronteras más lejanas y las localidades asumen mayor ubicuidad. Además, los desplazamientos son favorecidos tanto por los acuerdos políticos y económicos entre algunas naciones, como por la reducción, cada día más, de las barreras en los sistemas de transporte y comunicación.

Se suma a estas cuestiones, el hecho de que los costos de los viajes presenten alternativas más accesibles para el usuario en los días actuales. Con eso, muchas personas atraviesan fronteras para descubrir nuevos lugares y culturas. Además del viaje turístico, muchos deciden fijar residencia en los destinos visitados.

Esta es una realidad reciente en el litoral del Nordeste brasileño, datada a principios del siglo XXI, originada principalmente por europeos, que puede ser explicada, en parte, al hecho de la prosperidad económica y estabilidad política en la que Brasil venía pasando durante la gestión del entonces, presidente Lula da Silva (2003-2010), asociada por la crisis financiera y económica iniciada en 2008 en Estados Unidos y que repercutió directamente en Europa.

En este artículo, el énfasis se dará al estado del Río Grande del Norte, su proceso de internacionalización se derivó de los flujos turísticos y migratorios –a través de las inversiones europeas (Cruz, 2007; Aledo *et al.*, 2010, Fonseca, 2015), y tuvo dos desdoblamientos: el surgimiento del turismo de segunda residencia y la migración orientada por el ocio. Esta investigación se dedica a ese segundo fenómeno, una vez que, se constató un aumento expresivo de la fijación de esos extranjeros en el litoral del estado.



Es preciso aclarar que el entendimiento del ocio propuesto en esta investigación no se reduce a una visión funcionalista, compensatoria o romántica, ni tampoco se trata en oposición al trabajo, pues, es una práctica social compleja que debe ser contextualizada local y temporalmente (Gomes, 2014).

En vista de este panorama, resulta pertinente discutir y profundizar las relaciones entre el turismo y la migración internacional. Al final, muchos turistas extranjeros optaron por hacer del destino turístico su nuevo lugar de residencia, incluso ante los contrastes sociales y regionales encontrados en esa porción del Nordeste brasileño, cuando se considera a Brasil como un todo y se compara al país de origen de esos extranjeros, lo que puede ser debido a diferentes intereses y que necesitan ser investigados.

Considerando este instigante y complejo escenario, esta investigación tuvo como objetivo general comprender de qué manera el flujo turístico y migratorio internacional repercutió en la producción de nuevos territorios y territorialidades en el litoral de Rio Grande do Norte / Brasil, con énfasis en la dimensión simbólica. Para ello, se buscó investigar el perfil y los factores decisivos en la fijación de esos extranjeros en el litoral potiguar; discutir la territorialización sociocultural de los inmigrantes, así como las tramas de sus redes sociales en Brasil y en su país de origen; comprender la percepción de los inmigrantes sobre la hospitalidad pública local en los territorios turísticos y no turísticos.

Se analizará, pues, cómo esos extranjeros realizaron el proceso de apropiación de lo nuevo, estableciendo nuevos lazos y formas de interacción con los inmigrantes y no inmigrantes, que resultaron en la creación de nuevos territorios y territorialidades. Estas cuestiones se investigarán a continuación.

## 2. TEJIENDO TERRITORIALIDADES Y REDES EN EL CONTEXTO MIGRATORIO

El territorio puede ser definido en términos políticos, referentes a la acción del Estado; y en términos económicos, asociado a la apropiación económica de los espacios, derivada de la división territorial del trabajo y de la lucha de clases; también en términos culturales, identificado con relaciones simbólicas –individuales o colectivas– con el espacio. (Haesbaert, 1997)

Ya la territorialidad, según Sack (1986:6), puede ser entendida como “la tentativa, por un individuo o grupo, de alcanzar/afectar. Influenciar o controlar personas, fenómenos y relaciones, por la delimitación y afirmación del control sobre un área geográfica. Esta zona se llamará territorio”. Aunque el autor destaca el carácter de dominación que la territorialidad asume, la misma adquiere una relativa flexibilidad, en la medida en que se modifica según la posición de los actores y de determinados grupos sociales en el territorio, así como en las relaciones de dominio y apropiación establecidas por ellos.

Frente a este escenario se constata que el territorio es dinámico, pasando por un proceso continuo de (des) (re) territorialización, el cual, la territorialización representa el enraizamiento de procesos locales, que no pueden ser rápidamente creados e imitados en localidades que no los desarrollan. En contraposición, en la desterritorialización, hay el desarraigo, remitiéndose a los flujos, a las redes, y esas relaciones se mueven en direcciones conocidas y desconocidas, conexas y contradictorias, creando nuevas formas de apropiación de los territorios, el llamado proceso de reterritorialización.

Se resalta que son procesos complementarios, debiendo ser pensados de forma análoga. Además, lo que puede ser desterritorialización para cierto individuo o grupo social, en verdad, puede significar reterritorialización para otros y lo que surge como desterritorialización en una escala o nivel espacial puede estar apareciendo como reterritorialización en otra (Haesbaert, 2007).

En el contexto de las migraciones, la producción de los nuevos territorios puede acabar con un territorio, así como puede crear el nuevo dialogando con el viejo, el moderno con el tradicional o incluso suprimir el antiguo. Este proceso se refiere también incluso a la exclusión socioespacial, marcada por rechazo y xenofobia, y todos estos hechos contribuyen al reordenamiento territorial. Se constata, así, una relación directa entre el proceso migratorio y la producción de territorios.

Se sabe el proceso migratorio, independientemente de su causa, establece innumerables relaciones entre los sujetos: entre aquellos que migran y los que permanecen, entre los inmigrantes y no inmigrantes en el destino, así como entre los inmigrantes y otros migrantes que residen en la localidad receptora, por ejemplo. Las redes sociales ya existían en el país de origen; las nuevas redes se establecen con la decisión de migrar y se tejen en el continuo proceso de ser migrante, reconfigurándose con el paso del tiempo y con la creación de nuevos territorios. Como proceso social, la migración implica la presencia de una compleja estructura social que, en general, va más allá del contexto migratorio (Soares, 2002).

La red migratoria está constituida por lazos creados entre los países de origen y destino, es decir, tanto entre las regiones así como entre los sujetos que las forman. Esta discusión es profundizada por Fazito (2010). Para ese autor, el sistema de migración se define por la asociación y superposición de esas dos redes, a las que él denomina “redes de flujos” y “redes sociales”, debiendo ser pensadas de modo complementario.

Así, en el primer caso, se considera la red de los flujos migratorios entre dos o más regiones, donde esas regiones serán los nudos y los lazos las relaciones establecidas entre ellas. En el segundo caso, los migrantes, no migrantes e instituciones son considerados los nudos, y las interacciones entre esos

actores de las más diversas dimensiones de las relaciones sociales forman la red, siempre contextualizada histórico-temporal.

Es importante señalar que estas relaciones se encuentran en constante interacción y transformación. De esa forma, las redes pueden modificarse a lo largo del tiempo mediante la inserción de nuevos actores y de factores externos (Hagan, 1998).

Por lo tanto, se percibe que las redes son establecidas por una miríada de motivaciones que objetivan socializar a esos actores, trabajando con la idea de intercambio de informaciones, bienes materiales y simbólicos, siendo influenciado de acuerdo con la posición que los actores asumen. Además, las redes son estrategias de supervivencia y de sostenibilidad de las implicadas en el proceso migratorio, por su inherente capacidad de ser tejida y decida, adaptándose y adaptando a las condiciones impuestas, por ejemplo, la remoción de algún actor en la red.

Por lo tanto, las redes sociales de los inmigrantes extrapolan límites físicos y favorecen el establecimiento de interrelaciones con el lugar de destino, lo que puede potenciarse con el uso de las nuevas tecnologías e internet, haciendo surgir posibilidades de nuevas interacciones, y consecuentemente, nuevas formas de comprender los conceptos y las dinámicas de esos desplazamientos.

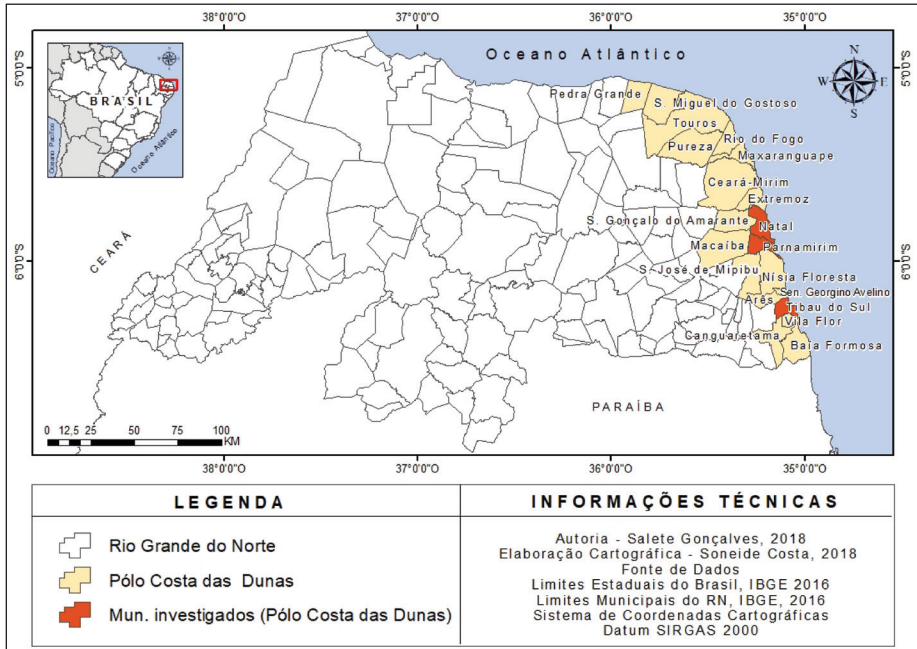
### 3. METODOLOGÍA

Esta investigación fue de abordaje cualitativo y, además de contar con un estudio bibliográfico, el objeto investigado fue profundizado por medio de entrevistas con extranjeros que residen en el litoral oriental potiguar.

La nacionalidad de los entrevistados consideró datos secundarios ante los órganos públicos en el ámbito federal y estadual, pues, de acuerdo con los Censos Demográficos 2000 y 2010 realizados por el IBGE, los tres principales países emisores de turistas y de inmigrantes hacia Rio Grande do Norte fueron Italia, Portugal y España. Estos países europeos también están entre aquellos que más invirtieron en el sector turístico e inmobiliario del Estado potiguar. Se utilizaron otros criterios para seleccionar los voluntarios: capaz de comunicarse en portugués y residen al menos un año en las ciudades de Natal, Parnamirim o Tibau do Sul, que era el lugar de esta investigación (ver mapa 1), considerados migrantes y no los turistas.

Para seleccionar voluntarios para la investigación, la técnica *snowball sampling* fue utilizada (Babbie, 2004). En esta investigación, los miembros iniciales fueron inmigrantes indicados por brasileños. A partir de esa primera cadena de referencia, se pidió a los extranjeros que indicaran el nombre y el contacto de otros inmigrantes, y así sucesivamente. Se entrevistó a 14 italianos, 10 españoles y portugueses 7. Los 31 voluntarios concedieron una entrevista y la cantidad de respondedores, estuvo sensible a la saturación temática.

Mapa 1. MAPA DE RIO GRANDE DO NORTE, CON ÊNFAIS EN EL ÁREA DE ESTUDIO



Fuente: Autoria / Salette Gonçalves, 2018. Elaboración cartográfica - Soneide Costa, 2018.  
 Datos: IBGE, 2016; SETUR, 2018.

Con el fin de preservar el anonimato de los entrevistados, cada uno de ellos fue designado por el nombre de una ciudad ubicada en su país de origen. Así, sus testimonios serán referenciados por el codenombre aleatoriamente escogido; seguido de la edad; de la letra M (cuando se trate de un hombre) o F (mujer); y su nacionalidad, representado por ITA (Italia), ESP (España) o POR (Portugal).

Las informaciones recogidas en las entrevistas fueron transcritas e insertadas en el programa Maxqda. A partir de los aspectos más frecuentes en las entrevistas, se definieron las categorías de análisis, creadas a partir de la teoría ya existente, de los objetivos de la investigación y de las informaciones proporcionadas por los entrevistados.

De este modo, el análisis de las informaciones recolectadas enfocó los propósitos del estudio y contó con la producción bibliográfica sobre el tema aquí investigado.

#### 4. RESULTADOS

##### *4.1. Perfil de los entrevistados y factores decisivos en la inmigración*

Considerando el sexo de los 31 entrevistados, 27 son hombres y sólo 4 son mujeres. En lo que se refiere al grupo de edad, 25 son adultos y se encuentran en edad laboral, y sólo 6 son considerados ancianos en Brasil, con edad superior a 60 años.

Sobre el estado civil, 16 están casados, una persona vive en unión estable, 8 son divorciados y 6 son solteros. Entre los 16 casados, mientras que 3 tienen cónyuges europeos, 13 tienen cónyuges brasileños.

En cuanto al grado de escolaridad, los datos revelaron que 18 entrevistados tienen estudios superiores, lo que contribuye directamente a la obtención de mejores oportunidades profesionales, pues las personas cualificadas tienen más posibilidades de inserción en el mercado de trabajo local. Interesante destacar además, que las 4 mujeres entrevistadas son graduadas.

Las carreras más citadas fueron Ingeniería, Administración de Empresas y Turismo, áreas directamente relacionadas con el sector turístico y/o inmobiliario, punto fuerte de la economía potiguar en el período de llegada de esos inmigrantes. En cuanto a los demás entrevistados, 9 tienen estudios secundarios y 3 realizaron curso técnico.

Cuando se les preguntó sobre el ejercicio de actividad laboral, 27 están trabajando en Brasil y 4 no ejercen ningún tipo de actividad remunerada (un rentista, un jubilado, otro desempleado, y una ama de casa).

Se buscó identificar el año de llegada de los inmigrantes y relacionar esa información con el surgimiento o la intensificación del turismo internacional en el litoral de Rio Grande do Norte. Los datos recolectados demostraron que la mayoría de los entrevistados (15) vino a Natal entre 2008-2016, 11 vinieron entre 2002-2007 y sólo 5 vinieron a la costa potiguar desde hace más de trece años.

El recorte temporal fue definido en función de los períodos de internacionalización del turismo en el litoral de Rio Grande do Norte. Se sabe que antes del 2002, existía un turismo aún de forma incipiente, con viajes puntuales. A partir del 2002 este proceso se intensifica y comienza a ascender de forma prominente, con el aumento de vuelos charters, de inversiones de capital extranjero y construcción de condominios. La crisis mundial de 2008 generó un declive en ese flujo y en las inversiones, reduciendo el turismo en el Estado, aunque algunos extranjeros seguían eligiendo a Rio Grande do Norte como su destino turístico y/o migratorio. Siendo así, incluso ante un escenario económico desfavorable, las informaciones obtenidas por esta investigación indican que el turismo y la migración no cesaron.

A partir de las entrevistas también fue posible identificar cuatro perfiles principales: los buscadores de un nuevo estilo de vida y / o nuevos desafíos

personales; los empresarios e inversores turísticos y/o inmobiliarios; los asalariados e informales; y los motivados por cuestiones afectivas. En algunos casos, fue perceptible una mezcla entre diferentes motivaciones. Además, la presencia de una red social ayudó a ese proceso.

Así, se comprende que no se trata de un solo factor, sino un conjunto de ellos, ya que los motivos de la movilidad humana son múltiples, variados, multifacéticos y marcados por dinámicas que cambian constantemente (King; Skeldon; Vullnetari, 2008; Anich; Brian; Lackzo, 2013) y que envuelve dimensiones sociales, políticas, económicas y ambientales en su efectivización.

Cuando los inmigrantes fueron preguntados por las razones que eligen la costa potiguar como lugar para vivir, las respuestas más frecuentes fueron: el clima, la tranquilidad y la naturaleza. Es importante destacar que 18 de los 31 encuestados citaron el clima como un factor positivo y, consecuentemente, agregador en esa decisión, como se puede observar en los relatos a seguir: “Porque me gustó el clima, el clima de Natal es bueno, el calor, y no sólo el calor, el clima bastante constante todo el año, ¿Entendió? La naturaleza también”. (Bologna, 62, M, ITA): y, “El gran factor local aquí es el clima, no tengo duda alguna [...], el clima y el paisaje [pausa], tranquilidad, ¿no?” (Aveiro, 65, M, POR).

Otro aspecto llama la atención, 28 de los 31 entrevistados estuvieron primero en el litoral potiguar como turistas. Sobre esa experiencia, un inmigrante italiano afirmó: “fue amor a primera vista. No tenía muchas expectativas de vivir aquí. “Estuve un mes aquí y luego empezó la idea de cambiarme aquí” (Puglia, 47, M, ITA). Otro italiano respondió: “Vine la primera vez como turista, y me gustó! Después volví otra vez como turista y luego volví y vine a vivir aquí” (Sorrento, 54, M, ITA).

Como se observa en los discursos anteriores, un viaje anterior como turista fue un factor influyente en su decisión de cambiar de vida, de país y ciudad. Se cree que esa cierta familiaridad con el destino puede demostrar mayor confianza para esa toma de decisión.

De esta forma, en esta investigación, se puede afirmar que el viaje turístico y todas las experiencias afectivas vividas de modo positivo, sumadas a las buenas oportunidades profesionales y de inversiones, fueron propulsores para que esos extranjeros decidieran fijar residencia en el litoral potiguar.

Además de constatar que muchos entrevistados estuvieron primero en el Rio Grande do Norte como turistas, casi la mitad de ellos (15) mencionó ya tener una experiencia migratoria anterior, o sea, al menos una vez en la vida, migraron antes de llegar a Brasil, reforzando así el carácter que la migración puede ocurrir en varios momentos de la vida, no siendo una experiencia única y puntual (Skeldon, 2013). Esta experiencia puede ser recurrente, transfor-

mándose “en un estilo de vida posmoderno, en el que se cuestiona la permanencia en un único lugar” (Marmaras, 1996:54).

#### *4.2. Territorialización sociocultural y redes sociales*

El nuevo destino residencial representa una nueva realidad para el inmigrante, con nuevos desafíos, algunas incertidumbres, hacia lo desconocido y esos cambios son tanto socioculturales como espaciales. Considerando el aspecto simbólico, se analizó el proceso de territorialización en la dimensión sociocultural, a partir de tres categorías: alimentación, idioma y redes sociales.

Inicialmente, se consideró la alimentación, por ser, además de una necesidad vital del ser humano, una característica particular de cada sociedad, influenciada por factores geográficos y climáticos. La alimentación es una de las representaciones culturales de determinado grupo social. Los hábitos alimentarios y la cocina local marcan una territorialidad, asumiendo un valor simbólico de pertenencia.

De esta forma, se trata de un aspecto fundante que auxilia en la comprensión de ese análisis: lo que diferencia a una sociedad de otra no es el alimento en sí, ya que eso es una necesidad de supervivencia. Lo que las diferencia es el sabor, el gusto, el olor, las texturas y cores de los alimentos, que marcan diferencias y particularidades de cada persona, pueblo, región o país e las maneras de hacer y de consumir la comida (Damatta, 1986; Cascudo, 2004).

Algunos entrevistados consideran la comida local sabrosa, pero menos sofisticada y elaborada que las encontradas en su país de origen. En este sentido, “la relación de interés / rechazo no se da solamente por cuenta de los sabores y olores percibidos por el aparato sensorial” (Bahl, Gimenes, Nistsche, 2011: 10.). Sino por el paladar construido socioculturalmente del inmigrante, lo que interfiere directamente en la percepción del sabor de la comida local.

Claro que las raíces italianas se quedan, pero me siento 50, 50. Me estoy adaptando al estilo brasileño, hasta la comida. Que al principio es complicada para nosotros, porque tenemos otra cultura. En el caso de que se produzca un cambio en la calidad de los alimentos, se debe tener en cuenta que, ahora, puedo decir que estoy mitad, mitad. (Pugla, 47, M, ITA).

El entrevistado presenta fuertes elementos que evidencian las diferencias culturales y la influencia en los hábitos alimenticios, expresiones como “raíces italianas” remite la idea del tiempo, de algo arraigado, luego parte del ser italiano; y “estilo brasileño”, denotando el comportamiento, la naturaleza, la índole, que también designan a algo construido, formado; que cada país presenta su modo particular de hacer y de alimentarse, siendo un largo proceso de adaptación a la nueva culinaria.

Se percibió, así, que la alimentación tuvo un papel menos territorializador en esa dinámica migratoria. Esto se debe, principalmente, al hecho de que



la comida y el paladar se heredan a través de generaciones y generaciones, culturalmente construido y que remite a sus orígenes, tal vez, considerado el principal eslabón de sus tradiciones. Despertando varios sentidos y memorias, convirtiéndose en un aliento ante la nostalgia que sienten de su país de nacimiento, sería así una forma de fortalecer su identidad.

Considerando otros cambios surgidos por los continuos intercambios entre los locales y los nuevos residentes, se sigue una discusión sobre el idioma, por entender que se trata de un fuerte elemento constituyente de una nación y que contribuirá a la construcción de una nueva territorialidad para el inmigrante y en su proceso de reterritorializarse en el lugar de destino.

Conocimientos de portugués puede ayudar en el sentido relacional –establecer nuevas relaciones sociales– en un mejor desempeño de su práctica profesional, en la solución de problemas burocráticos, en una mejor comprensión de la cultura local y respetar a los demás, para evitar malos entendidos cuando se transmite o imponer sus ideas, dando así mayor autonomía al inmigrante. Además, evitará la formación de guetos, abriéndoles otras posibilidades de interacción social.

Por lo tanto, hemos tratado de identificar la forma en que el inmigrante está relacionado con la lengua portuguesa. Según O'Reilly (2009), la manera en que las personas definen sus habilidades lingüísticas es muy subjetiva, pues algunos la subestiman y otros la sobreestima. En cualquier caso, se demostró que los encuestados son capaces de comunicarse en portugués, establecer diálogos entendiendo y haciéndose entender.

Interesante destacar que varios inmigrantes afirmaron que el idioma fue una de las mayores dificultades en el proceso de adaptación. El desconocimiento del idioma, el miedo a no ser comprendido y no comprender, el temor de hablar mal y la vergüenza, fueron algunos de los factores que se hicieron presentes en el proceso de aprendizaje de la lengua. Para superar esta barrera, fue necesario crear estrategias donde pudieran aprender y adquirir conocimientos de portugués, entre ellos: tomar un descanso, relajarse, escuchar y tratar de hablar, incluso en el error. La continuación de ese ejercicio permitió que en el día a día, en el contacto con otros brasileños, ya sea en relaciones de amistad o de trabajo, pudieran comunicarse. Algunos entrevistados añadieron que, además del contacto diario con los nativos, utilizaron como técnicas de aprendizaje: escuchar música, leer y ver televisión.

También fue interesante observar que la mitad de los encuestados españoles utilizaran el término “portuñol”, es decir, la unión de la lengua portuguesa al español. Ya los portugueses no expresan dificultades en la comunicación, ya que es el mismo idioma, con algunas variantes lingüísticas.

De todos modos, es posible decir que la habilidad lingüística adquirida fortalece el establecimiento de las prácticas sociales, dándoles más poder

simbólico. De la misma manera, se cree que dominar el idioma local también dará más poder económico y político para ese extranjero. Por otro lado, el desconocimiento de la lengua contribuye al fortalecimiento de barreras entre el residente y el inmigrante, el aumento de la exclusión sociocultural y la formación de enclaves.

A partir de esta constatación de que los inmigrantes consiguen comunicarse, transmitiendo y recibiendo mensajes e ideas, es posible analizar sus relaciones sociales, ya que para poder interactuar es importante comunicarse con el otro, entender esos códigos, signos y lenguajes. Además, el ser humano, como ser social, necesita el uno del otro para sobrevivir.

Analizando la integración de los inmigrantes con los brasileños, se pudo percibir que se constituye una categoría heterogénea; mientras que algunos tienen bastante cercanía con los brasileños, otros no. Considerando el grupo que desarrolla relaciones amistosas, muchos destacaron que mantienen relaciones estables y que nunca tuvieron problemas con los locales.

Ya aquellos que afirmaron tener dificultades en establecer vínculos relacionales y que mantienen lazos débiles con los brasileños, afirmaron que mantiene relaciones por conveniencia, o sea, por intereses particulares, en busca de algo a cambio; o por el estilo brasileño; o en virtud de haber sufrido algún tipo de la actitud xenofóbica de algunos nortinos. En el caso de Brasil, el país es muy conocido por ser un pueblo que acoge bien al extranjero, pero ante el pasado reciente vivido en el estado frente al que se denomina "turismo sexual", cuando muchos turistas buscaban realizar prácticas sexuales comerciales en Rio Grande do Norte, así como al enfrentamiento de grupos extranjeros involucrados en actividades ilícitas, eso resultó en el comportamiento de muchos nortinos que comenzaron a generalizar a todos los extranjeros como personas de mala índole, reflejando así en el trato hostil con algunos inmigrantes.

Por otro lado, se constató que la integración entre los inmigrantes y sus compatriotas en territorio brasileño es mínima. Muchos de ellos, independientemente de la nacionalidad, afirmaron que hasta conocen y saludan a algunos, pero no disfrutan de amistades con sus compatriotas, no establecen vínculos más estrechos, justificando el hecho de que muchos extranjeros hayan venido al Estado nortino en la búsqueda de turismo sexual, actividades ilícitas, por ser personas no serias y/o mantener algún tipo de irregularidad en su país de origen.

Se constataron severas críticas a ese perfil de extranjero, intentando establecer en sus discursos que no quieren ser comparados a ese inmigrante, mostrando claramente su distinción. Reforzando que son personas serias, que han venido a trabajar, invertir y/o cambiar el estilo de vida. Además de eso, muchos constituyeron familia en Brasil y quieren preservar una imagen

moralmente correcta, adecuada, aceptada por la sociedad brasileña. Una de esas impresiones puede ser observada en el siguiente discurso, “No me gusta mucho relacionarme con los españoles. No me gustan los españoles. No de los que están aquí.” (Zaragoza, 41, M, ESP).

En cuanto a la existencia de una asociación de inmigrantes, ya sea socio-cultural, deportiva, política y/o religiosa, la gran mayoría desconoce o nunca ha oído hablar de la existencia de ese tipo de institución en Rio Grande do Norte.

En cuanto a los vínculos afectivos dejados en su país de origen, se constató que los inmigrantes mantienen estrechos lazos con familiares y/o amigos, principalmente, a través de Internet y de los medios sociales. Dentro de ese universo, destacaron el uso del Whatsapp, Skype, Facebook e Instagram, como medio de mantener sus redes sociales.

Estas redes se mantienen a través de contactos diarios con los amigos y familiares que permanecieron en su país de origen, a partir de esos medios. Pocos entrevistados dijeron que se comunicaban ocasionalmente y ninguno de ellos dijo no mantener ningún contacto con alguna persona en su país de origen.

La tecnología actual permite mayor rapidez y consecuentemente, instantáneamente la información en comparación con tiempos pasados, donde recibir y enviar noticias era un proceso más largo a través del envío de cartas o telegramas, o más caros como el envío de fax o llamadas telefónicas. De esta forma, el ambiente virtual revela nuevas nociones de tiempo, espacio e interacción social, alterando conductas, valores y expresiones, los cuales pasan a ser efectivamente peculiares de ese contexto.

En ese sentido, la proximidad geográfica ya no es la condición de la comunidad social, porque las personas con las que se lee no están localizadas exclusivamente en aquella comunidad local, o en ese territorio físico, sino en un territorio-red.

La investigación revela además que al mismo tiempo que los medios sociales permiten el acceso a la información, muchos de estos contactos se vuelven más superficiales e impersonales, convirtiéndose en una paradoja. Se percibe así que, aunque los recursos tecnológicos han permitido nuevos modos de relacionarse, se cree que el ser humano seguirá necesitando contactos personales, ya que el virtual no logra alcanzar esa dimensión.

En este sentido, se constató que tanto la alimentación, como el idioma y las redes sociales –categorías de la dimensión sociocultural del territorio– son (des) territorializados con la dinámica migratoria, provocando nuevas territorialidades junto a los extranjeros que decidieron fijar residencia, estableciendo nuevas temporalidades, espacialidades en el convivir con el otro.

#### *4.3. Hospitalidad pública potiguar en el territorio turístico y no turístico*

El residir permite que otras miradas sean manifestadas por el extranjero, se constató que los entrevistados diferencian la hospitalidad pública local en los territorios turísticos, asumiendo actitudes más hospitalarias; frente a los territorios no turísticos, adoptando posturas menos acogedoras. En este sentido, cabe aclarar que el turismo escoge porciones del espacio para reproducirse, y si por un lado, crea y valoriza cierto territorio, por otro lado, descuida otras porciones.

Como consecuencia, en los destinos turísticos puede ocurrir una dualidad de territorialidad: “la territorialidad sedentaria de los que allí viven frecuentemente, y la territorialidad nómada de los que sólo pasan, pero que no tienen menos necesidad de apropiarse, incluso fugidamente, de los territorios que frecuentan” (Knafou, 1996: 64). Se percibe así que las formas de apropiación son diferentes, el inmigrante ahora vive en el territorio turistificado, sufriendo los efectos deseables y no deseables del turismo, asumiendo territorialidades distintas al turista.

Según los entrevistados, el territorio vivido por el inmigrante es descuidado por el poder público, no habiendo interés en ofrecer servicios de calidad a la población local. A diferencia de lo que se observa en el territorio turístico, que tiene mejor infraestructura urbana y servicios en comparación con otros tramos de la ciudad. Ellos hicieron severas críticas a los servicios públicos locales, señalando diversos problemas estructurales y deficiencias que afectan en su día a día. Por supuesto que estar en la ciudad como turista es una cosa, diferente de vivir como inmigrante, donde la mirada del turista es bien distinta del inmigrante, así como su relación con el tiempo y el espacio.

De esta forma, se puede afirmar que el turista no conoce la ciudad, sino territorios que atienden sus demandas momentáneas y que crean el deseo del retorno. El consumo del turista es más el del espectador, del paso, de la efemeridad, que recorre la ruta turística y compra souvenir (Bauman, 1998; Mazon, 2014; Ouriques, 2005). El inmigrante es protagonista, vive la ciudad con sus placeres y disgustos, ese conocer que sólo es posible a través de lo vivido, de su territorialización en el transcurso del tiempo, donde se percibe los conflictos y los problemas cotidianos. Asumiendo así, comportamientos y actitudes distintas con relación al espacio y tiempo.

Estos extranjeros, ahora como residentes, afectan y son afectados por la dinámica del lugar, (re) territorializan, actúan económicamente y cuestionan como cualquier ciudadano el derecho a la ciudad. Muchos de ellos denunciaron preocupaciones y problemas enfrentados como ciudadanos. Y, aunque tienen mejores condiciones de vida que los nativos también sufren de la ineficiencia del Estado.

Este escenario contribuye a la percepción de una ciudad poco acogedora, muchos apuntaron que los problemas estructurantes fueron ocasionados por la pésima gestión pública y la corrupción existente en Brasil, aliada a la falta de interés en hacer inversiones.

En este contexto, tampoco hay que olvidar que esa mirada de la ciudad también es cargada de historia, de comparaciones con su lugar de origen, ya que, en varios momentos, los entrevistados comparaban su vida actual con aquella que vivían en su país de origen. Y afirmando que algunas expectativas fueron frustradas con la migración.

Estos resultados merecen una mirada más profunda pues inciden directamente en la calidad de vida de la población y consecuentemente de la competitividad del destino turístico. En este contexto, se ratifica que el poder público debe procurar la satisfacción de su población residente, sea migrante o local, ofreciendo prestación de servicio público con calidad y desarrollando infraestructuras para atender las demandas de la ciudad, debiendo satisfacer física y psicológicamente las necesidades expectativas de todos.

En cuanto a los aspectos positivos, indicaron que la ciudad es tranquila, con pocas fiestas, una ciudad comfortable, clima agradable, que dispone de hermosas playas, mar y sol delicioso, clima agradable y gente bonita.

A pesar de que se identifican aspectos más hostiles que hospitalarios y que el proceso de territorialización atraviesa por experiencias hospitalarias y hostiles, una vez que vivir en sociedad implica en esos intercambios, en esa convivencia de tensiones y conflictos, un movimiento ambiguo y complejo. Y aun ante esta realidad, la mayor parte afirma estar satisfecha con la migración y no demuestra el deseo del retorno a su país de origen.

## 5. CONSIDERACIONES FINALES

Este artículo partió de las inquietudes que el tema de inmigración y turismo internacional suscita. Se sabe que la inmigración de españoles, italianos y portugueses en la costa noreste de Brasil, y precisamente en Rio Grande do Norte, es diferente a cualquier otra migración vivió en tiempos pasados, y fue construido a partir de la difusión del turismo internacional, en los primeros años del siglo XXI, con fuerte influencia del mercado turístico y/o inmobiliario.

En este escenario, se buscó problematizar la complejidad del fenómeno migratorio internacional en el litoral turístico del Estado potiguar, se constató que la inmigración no se limita sólo a cambios espaciales, sino también a la dimensión simbólica, generando así nuevas territorialidades para ese inmigrante.

Esta territorialización se dio por múltiples maneras, entre ellas el idioma, la alimentación y las redes sociales. Se constató que el dominio del idioma

fue el principal elemento territorializador en el proceso migratorio, pues eso permitió establecer nuevas relaciones sociales, de trabajo, y de ocio. En este sentido, cuando más se apropia de los portugueses más se apropia el destino y un mejor desarrollo de sus actividades diarias.

La alimentación, tuvo un papel menos territorializador, ya que se trata de una práctica cultural más enraizada en los sujetos entrevistados. Fue uno de los elementos que los inmigrantes más extrañan de su país de origen, y que consideraron como un fuerte factor de distinción en comparación con la comida local.

Alusivo a los vínculos desarrollados en Brasil se observaron algunas relaciones conflictivas, principalmente en lo que concierne a las relaciones entre los compatriotas, ya que muchos grupos de extranjeros vinieron a Rio Grande do Norte a involucrarse con actividades ilícitas y de prostitución, y los inmigrantes entrevistados ratificaron en varias ocasiones su distinción con respecto a esos sujetos y que se comprometen con la sociedad en que viven.

Con respecto a los vínculos mantenidos en el país de origen, merece destacarse la importancia de la tecnología en las nuevas territorialidades, ya que ésta es un socio importante en este proceso, permitiendo tener más acceso y comunicación con el país de origen. Ya que internet y las nuevas tecnologías digitales amplían las posibilidades de contacto en un mundo cada vez más complejo e interconectado. Por otro lado, se observó que puede alejar y aflojar los lazos, demostrando sus contradicciones.

Se constató también que el extranjero, ahora como residente, asume otra mirada frente al destino, diferenciando el territorio turístico del no turístico, o sea, del territorio de las vacaciones al territorio de lo vivido, de lo cotidiano. Como habitantes, los inmigrantes logran identificar problemas de infraestructura, inseguridad, demasiada burocracia y mala prestación en los servicios públicos, así como declararon que hay falta de interés y poca participación de la población local en luchar para revertir esa situación.

En este escenario, se percibe que la ciudad debe ser preparada primero para el residente, pensando en ofrecer mejores servicios condiciones para que él tenga calidad de vida, pensar en un turismo que acoja los intereses de la población y del destino. Porque un turismo que crece numéricamente no es interesante para la ciudad y para los ciudadanos que en ella residen, sólo para los agentes hegemónicos.

La mayoría de los inmigrantes relató que incluso ante fragilidades en la prestación de servicios públicos y en la infraestructura del litoral potiguar, existe un deseo de su permanencia en el país y que los valores intangibles conquistados con esa inmigración son superiores a los valores tangibles, detonando una vez más que la sensación de bienestar se superpone a los beneficios obtenidos o en cuestiones salariales.

Se destaca también que la movilidad humana es un asunto amplio y las migraciones no pueden ser interpretadas a partir de una lógica generalista de movibilidades humanas, pues cada movimiento dibuja diferentes vínculos con diferentes conjuntos de derechos y deberes, a nivel internacional.

Se evidencia, además, que no se trata de un estudio comparativo, ni comprometido con generalizaciones, pues, se inclinó sobre un contexto en particular, pero se cree que las consideraciones aquí expuestas sobre el caso del litoral turístico potiguar apuntan a analizar realidades similares que ocurrieron en otros destinos en la costa del nordeste brasileño, pudiendo ser replicado o expandido. Ya que muchas ciudades tuvieron un aumento del flujo internacional turístico aliado a una inyección de inversiones extranjeras, que incidieron también en inmigraciones.

#### BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS WEB

- ALEDO *et al.* (2010). “Turismo imobiliário: uma reflexão sobre o impacto da crise financeira de 2008 e perspectivas no Rio Grande do Norte”. En: *ANPPAS 10 anos: avaliando os desafios teóricos e as novas agendas públicas*. V Encontro Nacional da ANPPAS. Florianópolis. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/304011013\\_TURISMO\\_IMOBILIARIO\\_UMA\\_REFLEXAO\\_SOBRE\\_O\\_IMPACTO\\_DA\\_CRISE\\_FINANCEIRA\\_DE\\_2008\\_E\\_PERSPECTIVAS\\_NO\\_RIO\\_GRANDE\\_DO\\_NORTE](https://www.researchgate.net/publication/304011013_TURISMO_IMOBILIARIO_UMA_REFLEXAO_SOBRE_O_IMPACTO_DA_CRISE_FINANCEIRA_DE_2008_E_PERSPECTIVAS_NO_RIO_GRANDE_DO_NORTE). Acesso em 03 maio 2018.
- BABBIE, Earl. (2004). *The Practice of Social Research*, Belmont, Wadsworth/Thompson Learning.
- BAHL, Miguel; GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia; NITSCHKE, Leticia Bartoszeck. (2011). “Territorialidade gastronômica: as cozinhas regionais como forma de mediação do homem com o meio e como atrativo turístico”. En: *Revista Geográfica de América Central*, Número Especial EGAL, págs.1-16, Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/277857371\\_TERRITORIALIDADE\\_GASTRONOMICA\\_AS\\_COZINHAS\\_REGIONAIS\\_COMO\\_FORMA\\_DE\\_MEDIACAO\\_DO\\_HOMEM\\_COM\\_O\\_MEIO\\_E\\_COMO\\_ATRATIVO\\_TURISTICO](https://www.researchgate.net/publication/277857371_TERRITORIALIDADE_GASTRONOMICA_AS_COZINHAS_REGIONAIS_COMO_FORMA_DE_MEDIACAO_DO_HOMEM_COM_O_MEIO_E_COMO_ATRATIVO_TURISTICO). Acesso em 14 maio 2018.
- BAUMAN, Z. (1998). *O mal-estar da pós-modernidade*, Rio de Janeiro, Zahar.
- CASCUDO, Luís da Câmara. (2004). *História da Alimentação no Brasil*, São Paulo, Global.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. (2007). “As redes, o território e o turismo”. En: CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Colaboradores: SABINO, André Luiz; MOLINA, Fábio Silveira; CHAGAS, Rodolfo Pereira das. *Geografias do turismo de lugares a pseudo-lugares*, São Paulo, Roca, págs. 27-34.



- DAMATTA, Roberto. (1986). *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro, Rocco.
- FAZITO, Dimitri. (2010). “Análise de redes sociais e migração: dois aspectos fundamentais do “retorno”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 25 n. 72, fevereiro.
- FONSECA, Maria Aparecida Pontes da. (2015). “Crise financeira, dinâmica imobiliária e turismo em Tibau do Sul/ Pipa”. En: CORIOLANO, Luzia Neide e TAVEIRA, Marcelo da Silva. (Orgs). *Políticas, mercado e gestão do turismo no Rio Grande do Norte*. Jundiá, Paco Editorial.
- GOMES, Christianne Luce. (2014). “Lazer: necessidade humana e dimensão da cultura”. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*. Belo Horizonte, v. 1, n.1, p.3-20, jan./abr.
- HAESBAERT, Rogério. (2007). *O mito da desterritorialização: do “fm dos territórios” à multiterritorialidade*, Rio de Janeiro, Bertrand Brasil.
- HAESBAERT, Rogério. (1997). *Des-territorialização e identidade: a rede “gaúcha” no nordeste*. Nitéroí: EDUFF, 1997.
- HAGAN, Jacqueline Maria. (1998). “Social networks, gender, and immigrant incorporation: resources and constraints”. *American Sociological Review*, v. 63, n. 1, págs. 55-67, Feb., Recuperado de: [www.jstor.org/stable/2657477](http://www.jstor.org/stable/2657477). Acesso em: 06 maio 2015.
- KING, R., SKELDON, R., VULLNETARI, J. (2008). “Internal and international migration: bridging the theoretical divide”. *Working Paper* n.52, Sussex Centre for Migration Research, University of Sussex, December.
- KNAFOU, Remy. (1996). “Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo”. En: RODRIGUES, Adyr A. B. (Org). *Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo, Hucitec.
- MAZÓN, Tomás. (2014). *El Turismo. Lo bueno, lo feo y lo malo*. Comunidad Valenciana, Librería Compás.
- O’REILLY, K. (2009). “Migración intra-europea y cohesión social: el grado y la naturaleza de la integración de los migrantes británicos en España”, en: *Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial*. MAZÓN, T. M.; HUETE NIEVES, R. y MANTECÓN, A. (coordinadores), págs. 249-267.
- OURIQUES, Helton Ricardo. (2005). *A produção do turismo: fetichismo e dependência*. São Paulo, Alínea.
- PE247. (2013). *Estrangeiros redescobrem a região nordeste*. Recuperado de: <http://www.brasil247.com/pt/247/pernambuco247/107844/Estrangeiros-redescobrem-a-Regi%C3%A3o-Nordeste.htm>. Acesso em: 06 jul. 2016.
- SCHWARTZ, Gisele Maria. (2003). “O conteúdo virtual do lazer: contemporizando Dumazedier”. *Licere*, v.6, n.2.
- SCHWARTZ, Gisele Maria; MOREIRA, Jaqueline Costa Castilho. (2007). “O ambiente virtual e o lazer”. En: MARCELLINO, Nelson Carvalho. (Org). *Lazer e Cultura*. Campinas, Alínea, págs. 149-170.

- SKELDON, R. (2013): “Global Migration: demographic aspects and its relevance for development”. *Population Division Technical Paper* Nº 2013/6, págs. 1-32.
- SOARES, Glácio Ary Dillon. (2005). “O calcanhar metodológico da ciência política no Brasil”. *Sociologia, problemas e práticas*, n. 48, págs. 27-52.

# EL TURISMO RESIDENCIAL EN EL LITORAL DE ALICANTE. SU INFLUENCIA EN EL URBANISMO Y EN LA TIPOLOGÍA DE LOS JARDINES UNIFAMILIARES<sup>1</sup>

*Álvaro Francisco Morote Seguido*

alvaro.morote@usc.es

Departamento de Geografía

Universidad de Santiago de Compostela

*María Hernández Hernández*

Maria.hernandez@ua.es

Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física

Universidad de Alicante

*Rubén Camilo Lois González*

rubencamilo.lois@usc.es

Departamento de Geografía

Universidad de Santiago de Compostela

## RESUMEN

En la costa de la provincia de Alicante (sureste español), la difusión del denominado turismo residencial ha repercutido en un aumento de la urbanización de baja densidad caracterizada por la presencia de elementos externos como son jardines y piscinas unifamiliares. Según la literatura científica, la población que adquiere un hogar en el extranjero instala un tipo de jardín basado

---

<sup>1</sup> Este trabajo se inserta en los proyectos de investigación “*Urbanización y metabolismo hídrico en el litoral de Alicante: Análisis de tendencias para el periodo 2000-2010*” (CSO2012-36997-CO2-02), financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, y “*Usos y gestión de recursos hídricos no convencionales en el litoral de las regiones de Valencia y Murcia como estrategia de adaptación a la sequía*” (CSO2015-65182-C2-2-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. Además, también recoge y actualiza los resultados de una beca predoctoral de Formación de Profesorado Universitario, del Programa Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica (FPU).

en la vegetación de su país de origen. La hipótesis de este trabajo es analizar si este hecho se reproduce en la costa de Alicante. Por tanto, los objetivos de esta investigación son analizar cómo se ha producido la urbanización y cómo ha influido en su tipología urbana, y analizar la tipología de jardín de los hogares que se ubican en urbanizaciones de la costa de Alicante y comparar ésta diferenciando entre los espacios ajardinados de los residentes españoles y extranjeros. A partir de la realización de encuestas, los resultados ponen de manifiesto que existen dos tipologías de jardín: Los que tienen césped y los que no. Con respecto a los primeros, el número de jardines con césped es mayor para el caso de los extranjeros (el 11% frente al 7,69% de los españoles). Sin embargo, el porcentaje de la superficie ocupada por el césped es menor que en el de los españoles (un 21,11% frente a un 55,2%). En esta investigación se ha comprobado cómo la población extranjera que se ha asentado en el litoral de Alicante ha instalado un jardín de tipo mediterráneo, rebatiendo la hipótesis de partida. Ello tiene que ver con las características físico-ecológicas de este territorio (aridez y sequía) y, sobretudo, el incremento del precio del agua, factores muy diferentes al de su país de origen (centro y norte de Europa).

Palabras clave: Turismo residencial, jardines, urbanismo, planificación, agua, Alicante.

## INTRODUCCIÓN

En el litoral de Alicante, en la mayoría de los municipios litorales y prelitorales se ha producido un proceso de modernización de las funciones productivas apoyándose en lo que se ha denominado “turismo residencial” (Ivars et al., 2016). Este concepto, utilizado desde finales de los años setenta, trata de explicar los cambios sociales, económicos y territoriales generados por el incremento de dos formas de movilidad humana como son el turismo y la migración (Huete y Mantecón, 2010; Huete et al., 2008; Marrero y Huete, 2013). Se trata, por tanto, de una actividad que se asocia a las formas de verano tradicionales y a nuevos estilos de vida y tipos de movilidad residencial vinculados a la construcción masiva de viviendas secundarias (Vera, 2005; Morote y Hernández, 2017).

A partir de la década de los años sesenta del pasado s. XX, el proceso de apertura y diversificación económica impulsado desde el gobierno contempló al turismo como un sector fundamental y vinculado a éste, la industria inmobiliaria (Pack, 2006) basada en una primera fase en la construcción de planta hotelera y, posteriormente, de alojamientos residenciales con finalidad turística. Este proceso vino, a su vez, acompañado de un fuerte desarrollo turístico y residencial que ha situado a la Comunidad Valenciana entre las regiones con una mayor proyección turística de España. Algunos datos corroboran esta afirmación. Por ejemplo, la actividad turística en la Comunidad Valenciana aporta

a España el 9,4% del PIB mientras que, para el caso valenciano, esta actividad representa el 13,2% del PIB regional y el 14% de los empleos directos (IMPACTUR, 2015). Respecto a las características demográficas, en la provincia de Alicante, de un total de 1.840.669 habitantes, el 10,12% es población extranjera de la UE y de éstos, el 50% (93.313 residentes) proceden del Reino Unido. Diferentes factores ayudan a entender la magnitud de estas cifras y su repercusión en la economía alicantina y ello, queda reflejado, por ejemplo, en la posición del aeropuerto Alicante-Elche que, se sitúa en el 5º puesto a nivel nacional por número de pasajeros en 2017 (13,7 millones) (AENA, 2018).

El turismo residencial ha repercutido, entre otros aspectos, en la transformación urbana de la costa y el incremento de la urbanización, especialmente intenso desde los años sesenta-setenta y durante el último *boom* inmobiliario (1997-2008) (Burriel, 2008). Por ejemplo, el número total de viviendas en España se incrementó en casi cinco millones entre el 2001 y 2011 (Ministerio de Fomento, 2012), aproximadamente un 25%, al pasar de 21,03 a 26,01 millones, respectivamente. La Comunidad Valenciana entre 1997 y 2008 fue la tercera comunidad autónoma en número de viviendas iniciadas en esa década. Durante este periodo se construyeron unas 790.000 unidades residenciales, lo que significó un incremento del 36% con respecto a las existentes en 1996 (Burriel, 2008). Esta concentración regional se acentúa todavía más a escala provincial. En este sentido las 11 provincias del mediterráneo español sumaron 2.487.262 nuevas viviendas visadas para el periodo 2000-2011 (el 43,88% del total estatal). Esto es especialmente significativo para el caso de la provincia de Alicante que se situó en el tercer puesto del *ranking* nacional (345.410) tras Madrid y Barcelona, y por encima de provincias de mayor entidad poblacional (población de derecho) como Valencia o Málaga, en la propia fachada mediterránea española, o de Sevilla, en la atlántica (Morote y Hernández, 2016a).

Respecto a las residencias secundarias, su porcentaje en la Comunidad Valenciana, en 2011 se situaba en torno al 22%, frente al 15% de 1991 y el escaso 3% de 1960. Estas cifras se incrementan significativamente en la totalidad de los municipios litorales y prelitorales de la provincia de Alicante, donde se supera el 50% y situándose muy por encima de la media provincial (26,9%) (INE, 2012). En relación a la tipología de la urbanización, cabe indicar que las diferentes fases han conllevado la generalización y difusión de la urbanización de baja densidad caracterizada por la presencia de jardines y piscinas unifamiliares y que, en la costa de Alicante, resulta mayoritaria (Morote, 2015). Su implantación ha puesto de manifiesto la insostenibilidad del modelo implantado por los altos consumos de agua que conlleva (Morote et al., 2017). Al respecto, la denominada ciudad dispersa o de baja densidad genera unos impactos ambientales (en términos de consumo de suelo, energía,

agua y otros recursos) mucho mayores que la concentrada o de alta densidad. En la ciudad de Alicante, por ejemplo, en el caso de la tipología de chalés, los consumos por vivienda/día alcanzan unos valores de más de 1.054 litros, reduciéndose a 387 litros en viviendas adosadas y a 244 litros en hogares del núcleo urbano (ciudad compacta) (Gil et al., 2015).

Los jardines se han interrelacionado profundamente con el proceso de urbanización, especialmente en las tipologías de baja y media densidad (chalés o viviendas adosadas, respectivamente) imitando el modelo anglosajón (Leichenko y Solecki, 2005). Los espacios ajardinados se han convertido en uno de los elementos del exterior del hogar que más recursos hídricos consumen como consecuencia de la instalación de césped (Salvador et al., 2011) y la introducción de formaciones vegetales de hoja caduca que generan nuevas naturalezas urbanas. Como indican Parés et al. (2013), una de las afirmaciones más aceptadas desde la difusión de las ideas clorofilicas en las sociedades actuales es el hecho de que en la región mediterránea y, especialmente en las últimas décadas, se ha impuesto una tipología de jardín de clima atlántico que utiliza el césped como principal elemento ornamental. De manera general, este tipo de jardines predominan en aquellos hogares donde residen las familias de mayor renta económica a pesar de la mala adaptación de esta vegetación al clima mediterráneo debido a sus altas necesidades hídricas (Vidal et al., 2011). Y, además, en relación con la población extranjera, la literatura científica indica que la población procedente de otro país, cuando se traslada a una vivienda con jardín, en el país de destino instala una tipología de vegetación típica de su país de origen (Nauges y Reynaud, 2001).

A tenor de lo indicado en párrafos precedentes, la hipótesis de partida de este trabajo es analizar y demostrar si esto mismo ocurre en la costa de Alicante, es decir, analizar la tipología y características de los jardines de la población extranjera de procedencia europea (centro y norte de Europa, es decir, los denominados “emigrantes climáticos”) y comparándola con la adoptada por la población española. Teniendo en cuenta que la principal población extranjera (relacionada con el turismo residencial) es la procedente del Reino Unido, en teoría y de acuerdo con diferentes autores, deberían instalar un jardín de tipo “atlántico”. Los objetivos de este trabajo son analizar y comprobar los efectos del turismo residencial en la costa de Alicante en relación con: 1) La tipología urbana dominante de los hogares; 2) Incremento de vivienda y población extranjera; y 3) Las características y tipología de los jardines unifamiliares.

## METODOLOGÍA

Metodológicamente, para alcanzar los objetivos propuestos, en primer lugar se ha realizado una digitalización de los usos urbanos de los municipios li-

torales y prelitorales de la costa de Alicante, es decir, aquellos en los que las actividades turístico-residenciales se caracterizan por una notable impronta desde el punto de vista de los usos del suelo. En concreto, para este trabajo se han seleccionado como caso de estudio nueve municipios representativos del litoral norte (Altea, Calpe, Alfàs del Pí, La Nucía y Polop) y sur provincial (San Fulgencio, Rojales, Torrevieja y San Miguel de Salinas) (Figura 1).

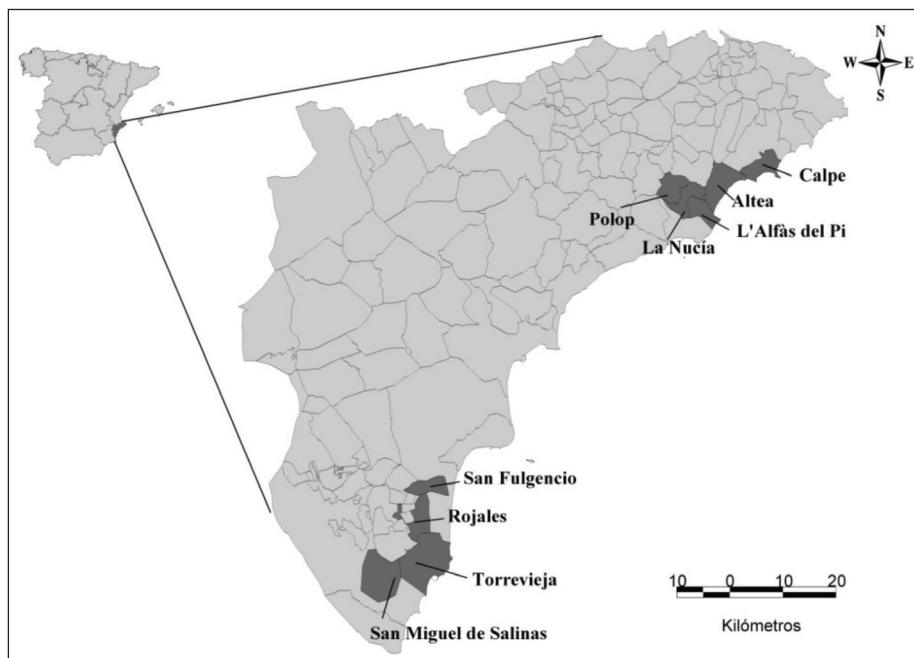
A partir de un Sistema de Información Geográfica (SIG), se han utilizado las ortofotos más recientes del Plan Nacional de Ortografía Aérea (PNOA) y cartografiado en función de las diferentes tipologías urbanas:

Núcleos urbanos. Se identifican como tales a los núcleos de población tradicionales al igual que las pedanías o barrios pesqueros.

Apartamentos con jardín y/o piscina. Corresponden con los bloques de vivienda en altura con jardín y/o piscina comunitarios.

Adosados. Se caracterizan por ser urbanizaciones de viviendas con 1 ó 2 plantas pareadas. Estas viviendas disponen de piscina y jardín compartido entre los vecinos de la urbanización.

Figura 1. ÁREA DE ESTUDIO



Elaboración propia.



Urbanización de baja densidad (chalés). Viviendas unifamiliares caracterizadas por tener un jardín y/o piscina de propiedad particular.

Suelo urbano no residencial. En esta categoría se ha integrado el suelo urbano que corresponde con centros comerciales y de ocio, centros deportivos, hospitales, industrias, etc.

La información sobre las tipologías urbanas (objetivo 1) se ha completado con datos relacionados con población (extranjera y extranjera europea para los periodos 1991, 2001, 2011) y población total, viviendas proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) (objetivo 2).

En tercer lugar, para analizar las características y tipología del jardín (objetivo 3) se procedió a la realización de encuestas a los residentes de las urbanizaciones de estos nueve municipios. Éstas, forman parte del proyecto de investigación “Urbanización y metabolismo hídrico en el litoral de Alicante: Análisis de tendencias para el periodo 2000-2010” (CSO2012-36997-CO2-02) que, se ejecutó entre enero de 2013 y diciembre de 2015. Las encuestas se llevaron a cabo en los meses de mayo y julio de 2011. Se obtuvo una ratio de éxito de un 30%, es decir, para las 130 encuestas realizadas, se llevaron a cabo 430 intentos. De esas 130, se desestimaron 8 por motivos varios (incompletas, errores en los valores indicados, etc.). Con su realización se pretendía avanzar en el conocimiento de los jardines y de los patrones de ajardinamiento en el ámbito mediterráneo; información no disponible en fuentes oficiales. Se articuló en seis apartados:

- 1) Aspectos generales de los propietarios
- 2) Características de la vivienda
- 3) Elementos del exterior del hogar
- 4) Características del jardín
- 5) Variables de comportamiento
- 6) Consumo de agua

Los datos que se han utilizado en esta investigación son los relativos a elementos del exterior del hogar y características del jardín (tipología y densidad de la vegetación, fuentes de suministro y sistemas de riego). Finalmente, cabe indicar que, a la hora de analizar la tipología y características de los jardines en función de la nacionalidad de los encuestados se han distinguido dos grupos: 1) Los formados por los residentes españoles (el 25% de los encuestados); y 2) Población extranjera (el 75%), donde destacan los procedentes del Reino Unido (40,53% del total de los encuestados), y con un peso menor, alemanes (12,16%) y holandeses (7,09%).

## RESULTADOS

*Urbanización, tipologías urbanas y turismo residencial en la costa de Alicante*

En el litoral de Alicante, la expansión residencial afecta tanto a municipios tanto de primera como de segunda línea de costa. Esta difusión se asocia con la saturación del litoral y la búsqueda de áreas próximas a la costa con mayor calidad paisajística y precios del suelo más bajos. Este es el caso de La Nucía, cuyo crecimiento se vincula a la saturación del suelo urbano l'Alfàs del Pi y Benidorm. Distinguiéndose dos fases: 1) A partir de los años ochenta los del litoral norte; y 2) más recientemente (a partir de 1990) en el litoral sur.

En la Comunidad Valenciana el parque de viviendas, entre 1991 y 2011 se incrementó en un 33%. Este porcentaje se amplía notablemente en la escala municipal, donde, salvo excepciones, se supera el 50% y en algunos casos alcanza valores próximos al 70% como sucede en el municipio de Rojales (Tabla 1). En relación con la superficie urbanizada, el total del suelo urbani-

Tabla 1. EVOLUCIÓN DEL PARQUE DE VIVIENDAS (1991-2011)

	1991	2001	2011	% de incremento del parque de viviendas
<b>Total C. Valenciana</b>	<b>2.094.033</b>	<b>2.547.775</b>	<b>3.147.678</b>	<b>33,47</b>
Provincia de Alicante	789.481	1.004.188	1.274.325	38,04
Provincia de Castellón	269.277	325.689	420.516	35,96
Provincia de Valencia	1.035.275	1.217.898	1.452.838	28,74
<b>Municipios del área de estudio</b>				
<b>Litoral norte</b>				
Alfàs del Pi	6.555	11.017	12.417	47,20
Altea	9.600	12.397	16.437	41,59
Calpe/Calp	16.317	18.385	24.957	34,61
La Nucía	4.739	6.094	8.774	45,98
Polop	1.184	1.683	2.786	57,50
<b>Litoral sur</b>				
Rojales	3.726	7.105	14.263	73,87
San Fulgencio	6.401	6.132	8.661	26,09
San Miguel de Salinas	2.620	4.872	5.966	56,08
Torreveja	53.251	102.355	122.338	56,47

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (1991; 2001; 2011). Elaboración propia.

TABLA 2. TIPOLOGÍAS URBANAS (m<sup>2</sup>)

	Núcleo urbano		Apartamentos		Adosados		Chalés		No residencial	
	m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%	m <sup>2</sup>	%
<b>Litoral norte</b>										
Altea	868.510	8,90	188.266	1,92	1.064.955	10,9	7.265.102	74,00	438.270	4,50
Calpe	447.945	5,0	663.748	7,40	581.863	6,5	7.040.401	78,30	258.519	2,90
Alfàs del Pi	293.687	4,5	408.857	6,30	690.614	10,7	4.569.357	70,60	504.987	7,80
La Nucía	350.310	6,00	0	0	960.072	16,67	3.974.879	68,60	510.090	8,80
Polop	191.782	12,20	0	0	389.403	24,8	792.854	50,50	194.570	12,40
<b>Litoral sur</b>										
S. Rojales	484.870	7,50	0	0	1.473.863	22,6	3.653.524	56,00	911.739	14,00
S. S. Fulgencio	234.285	5,90	3.933	0,10	1.228.831	31,2	2.197.104	55,90	263.675	6,70
S. S.M. Salinas	514.361	21,90	9.505	0,40	221.191	9,41	1.340.035	57,040	264.317	11,25
S. Torrevieja	2.465.209	15,90	700.886	4,50	5.693.833	36,6	4.769.801	30,10	1.927.239	12,40

Fuente: Cálculo de las áreas urbano-residenciales a partir de la digitalización de las ortofotos del Plan Nacional de Ortografía Aérea (PNOA).  
Elaboración propia.

zado en el área de estudio asciende a 55.733.836 m<sup>2</sup>. De este, el destinado a urbanizaciones (chalés, viviendas adosadas, bloques de apartamentos) representa el 87,6%. En el litoral septentrional predomina la tipología ocupada por la urbanización de baja densidad: Calpe (78,3%), Altea (74%), Polop (50,5%), La Nucía (68,6%) y l'Alfàs del Pi (70,6%). En este sector, los adosados y bloques de apartamentos apenas superan el 20%. En cambio, en la costa sur la tipología de adosados cobra un mayor protagonismo (porcentajes entre el 20-30%) mientras que la urbanización de baja densidad se sitúa entre el 30-60% (Tabla 2).

La llegada de población extranjera y, concretamente de países del centro y norte de Europa, ha sido una de las causas asociadas al proceso de urbanización y difusión del turismo residencial. Según el Censo de 2001, el porcentaje de población extranjera ascendía al 4,5% del total nacional, elevándose al 12,1% en 2011 (INE, 2012). Este dato adquiere una mayor magnitud en la escala regional y local. En las provincias españolas del Mediterráneo el colectivo integrado por población oriunda del centro y norte de Europa se sitúa, salvo alguna excepción, en porcentajes superiores al 15%, especialmente en aquellas en las que el desarrollo residencial se remonta a la década de los años setenta del siglo XX (Islas Baleares, Costa del Sol o el litoral de Alicante) (Morote y Hernández, 2016a). Según el censo de 2011, en la Comunidad Valenciana, de los 847.155 nuevos habitantes registrados con respecto a 2001, el 64% eran extranjeros; dinámica que se repite en el caso de la provincia de Alicante. En ésta, cabe mencionar municipios como Rojales y San Fulgencio (costa sur) en los que el porcentaje de extranjeros ha pasado del 35 al 70% del total poblacional entre 2001 y 2011 (Tabla 3).

El incremento de la población extranjera es paralelo a las dinámicas turístico-residenciales. Atendiendo a este proceso, se pueden diferenciar dos etapas desde el punto de vista cronológico. La primera, la más antigua, interesaría a los municipios estrictamente litorales y, sobre todo, del litoral norte, donde los porcentajes de este colectivo superaba el 30%, frente a su ínfimo valor (alrededor de un 1%) tanto a escala regional como provincial. Calpe, por ejemplo, en 1991 tenía censados 3.421 extranjeros; incrementándose hasta los 12.149 en 2011. En tan sólo 20 años, éstos se han cuadruplicado y representan aproximadamente la mitad de la población total (23.241 habitantes). Torrevieja, en el litoral sur, presentaba porcentajes notablemente inferiores. Ello es debido a que en esta primera etapa de turismo residencial atrajo sobre todo a turistas españoles que adquirieron su segunda residencia en este municipio (Morote y Hernández, 2016a). En una segunda fase, desde finales del s. XX, afecta al litoral sur y sectores prelitorales. Rasgo común es el escaso peso de la emigración no europea, lo que lo diferencia de otros ámbitos como las capitales provinciales donde la atracción por motivos laborales es mayo-

Tabla 3. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN EXTRANJERA (1991-2011)

	1991		2001		2011	
	Población extranjera	% pob. extranjera	Población extranjera	% pob. extranjera	Población extranjera	% pob. extranjera
<b>C. Valenciana</b>	54.213	1,40	215.673	5,18	756.772	15,11
<b>Provincia de Alicante</b>	12.916	1,00	125.531	8,59	380.098	20,52
<b>Municipios litoral norte</b>						
l'Alfàs del Pi	4.927	54,29	4.004	36,06	10.427	52,66
Altea	900	7,33	2.497	15,69	7.627	34,07
Calpe	3.421	32,02	9.139	48,40	12.149	52,27
La Nucía	3.575	58,82	2.113	32,08	6.045	35,36
Polop	115	6,20	454	19,74	1.375	33,06
<b>Municipios Litoral sur</b>						
Rojales	990	18,76	3.901	45,95	12.868	71,54
San Fulgencio	143	8,99	1.704	42,19	6.794	70,98
San Miguel de Salinas	315	10,66	1.483	34,41	3.512	54,95
Torreveija	4.590	18,35	14.154	27,78	41.233	45,77

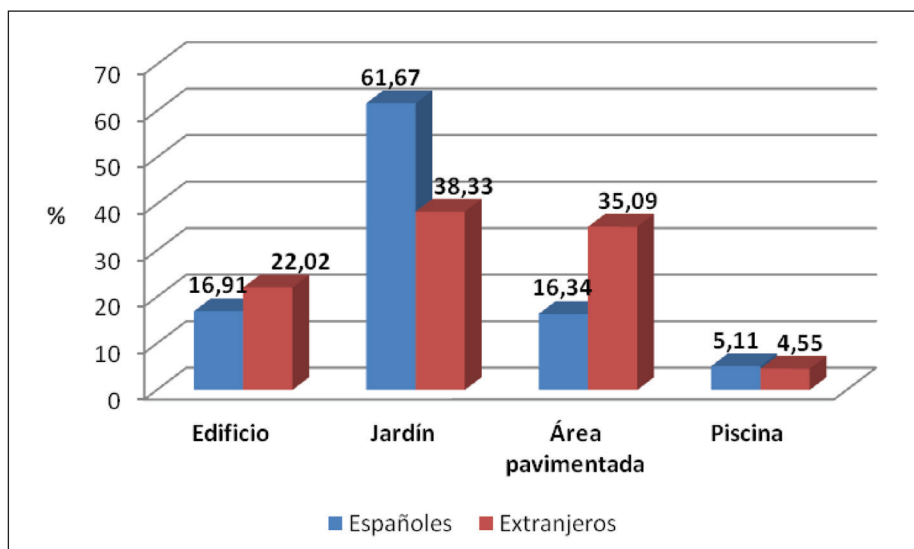
Fuente: Instituto Nacional de Estadística (1991; 2001; 2011). Elaboración propia.

ritaria. En Calpe (litoral norte), el 81% de los 12.149 extranjeros censados en 2011 son europeos; predominando las nacionalidades inglesa (4.334) y alemana (3.821). En el sur, en Rojales, el 93% del total de extranjeros censados (12.057) son europeos, predominando de manera notable el colectivo británico que asciende a 9.181 habitantes.

### *Características de las parcelas y tipología de los espacios ajardinados unifamiliares del litoral de Alicante*

El análisis de los resultados relativos al espacio ocupado por la parcela pone de manifiesto diferencias significativas entre españoles y extranjeros (europeos) tanto, desde el punto de vista del tamaño de la parcela como de los elementos que la integran. Como rasgo general las mayores dimensiones de parcela y superficie de jardín se localizan en los propietarios de nacionalidad española. Respecto al tamaño total de la parcela, ésta asciende a 802,24 m<sup>2</sup> (españoles), mientras que para el caso de los extranjeros suma 744,5 m<sup>2</sup>. En relación con el tamaño del jardín, éste ocupa una superficie de 494,59 m<sup>2</sup> en las parcelas de los españoles (el 61,67% de la parcela) frente a los 285,37 m<sup>2</sup> (el 38,33%) de los extranjeros. En cambio, la superficie edificada y las áreas pavimentadas presentan mayores superficies en las propiedades de estos últimos. Esta superficie asciende a 261,27 m<sup>2</sup> (el 35,09%) frente al 16% (131 m<sup>2</sup>) de los españoles (Figura 2).

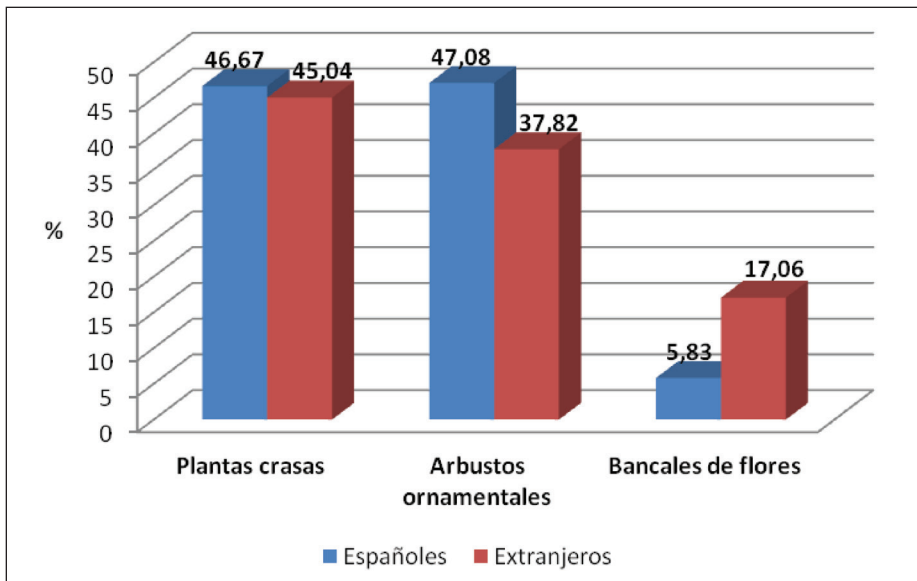
Figura 2. SUPERFICIE DE LOS DISTINTOS ELEMENTOS DE LA PARCELA (%)



Fuente: Encuestas. Elaboración propia.

En relación con las diferentes tipologías del jardín identificadas, cabe indicar que éstos se pueden dividir en dos: Los que tienen césped y lo que no. Respecto a estos últimos, en ambos colectivos esta tipología es mayoritaria (92,3% en el caso de los españoles y 88,8% en los extranjeros). Ciertas diferencias se observan en las formaciones vegetales. En los primeros predominan las plantas crasas (46,67%) y los arbustos ornamentales (47,08%). En cambio, en los jardines de los extranjeros, las plantas crasas presentan un porcentaje similar (el 45,04%) y cobra un mayor protagonismo los bancales de flores (el 17,06%) (Figura 3).

Figura 3. TIPOLOGÍA DE VEGETACIÓN DE LOS JARDINES SIN CÉSPED (%)

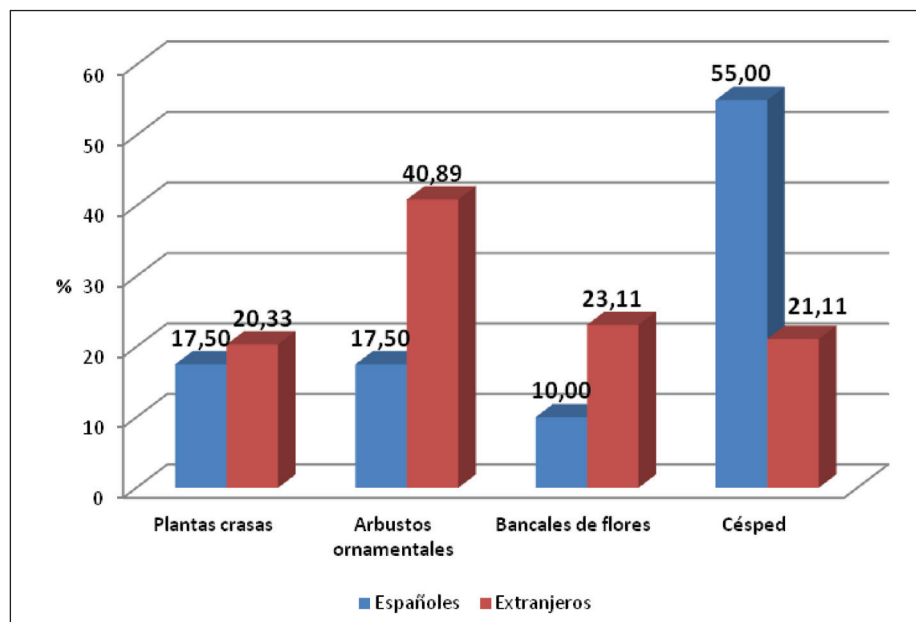


Fuente: Encuestas. Elaboración propia.

En los jardines con césped (tipología minoritaria en el área de estudio) cabe indicar que es donde se han identificado las mayores diferencias. En los espacios ajardinados de los extranjeros, el césped ocupa el 21,11% (unos 60 m<sup>2</sup>), si bien el principal tipo de vegetación son los arbustos ornamentales (el 40,89%). En cambio, llega a ocupar un 55% de los jardines de los residentes españoles (Figura 4 y 5), unos 272 m<sup>2</sup> de media. Este hecho cobra una notable repercusión desde el punto de vista de los consumo hídricos dado que las necesidades hídricas de esta vegetación son muy elevadas (en torno a los 1.000-1.200 litros/año, dependiendo de la evapotranspiración) (Morote y Hernández, 2016b). La mencionada superficie precisaría de unos 272-326 m<sup>3</sup>/



Figura 4. TIPOLOGÍA DE VEGETACIÓN DE LOS JARDINES CON CÉSPED (%)



Fuente: Encuestas. Elaboración propia.

Figura 5. IMAGEN DE UN JARDÍN CON CÉSPED (JARDÍN DE UN RESIDENTE ESPAÑOL DE LA COSTA DE ALICANTE)



Foto de los autores.

año (sólo para regar el césped) frente a unos 60-72 m<sup>3</sup>/año (4,5 veces menos) en los jardines de los extranjeros.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La intensidad del proceso de urbanización en el litoral de Alicante ha generado diversas repercusiones socio-territoriales entre las que cabe citar el cambio del modelo urbano y su difusión hacia las zonas de interior, el incremento de la superficie urbanizada, variaciones socio-demográficas, el aumento de la demanda de agua y una mayor exposición frente a los riesgos naturales como puede es la sequía (Morote y Hernández, 2017).

De manera general, gran parte del litoral de la provincia de Alicante se caracteriza por su homogeneidad dado el predominio de un continuo urbano, donde las urbanizaciones de chalés, viviendas adosadas y bloques de apartamentos ocupan gran parte de la superficie de los municipios de la primera y segunda línea de costa. Este proceso no sólo ha conducido a una fragmentación de las unidades paisajísticas debido a la proliferación de nuevos usos en entornos de cierta calidad paisajística, sino también a su banalización como consecuencia de la imitación y difusión de patrones constructivos y tipologías urbanas (urbanizaciones de adosados que incluyen un pequeño jardín-patio privado, jardines y piscinas comunitarias) o chalés con piscina y jardín unifamiliar.

En este trabajo, se han analizado las características de las parcelas de los chalés y tipología de los espacios ajardinados privados en función de los españoles y extranjeros europeos. Su estudio cobra mayor interés si se tienen en cuenta algunos problemas estructurales que afectan al territorio alicantino, como el déficit hídrico, unas demandas de agua elevadas y la competencia por el acceso al agua entre usos urbanos y agrícolas. Este se ve acentuado en situaciones de sequía y por la implantación de vegetación de tipo “atlántica” poco acorde con el clima mediterráneo. Esta situación podría acentuarse a tenor de los posibles efectos del cambio climático en el área mediterránea (irregularidad en el régimen de precipitaciones e incremento de episodios de sequía) (IPCC, 2014; Olcina y Vera, 2016). La conjunción de todos estos factores ha determinado que el estudio de las tipologías urbanas (especialmente las que presentan usos externos) y su impacto en el consumo de agua haya sido de interés por diferentes investigadores en el área mediterránea (Morote, 2017).

En relación con el tamaño de la parcela, ésta asciende a 802 m<sup>2</sup> para el caso de los españoles y se reduce a 744 m<sup>2</sup> para los extranjeros. Respecto al tamaño del jardín y la superficie que éste ocupa en el total de la propiedad, adquiere una mayor entidad (494,59 m<sup>2</sup>) y relevancia (61,67%) los ocupados por población española frente a los de los extranjeros que, supone el 38,33% (285,37 m<sup>2</sup>) de la superficie de la parcela. Estos datos se pueden comparar con

los de otras áreas de estudio como el Área Metropolitana de Barcelona donde, por ejemplo, Domene y Saurí (2003) calcularon su dimensión en función de la renta de las familias, distinguiendo: 1) Renta media (un tamaño del jardín entre 148-235 m<sup>2</sup> y una superficie ocupada por el césped del 28%); y 2) Renta alta (jardines de 464-1.168 m<sup>2</sup> y una superficie ocupada por el césped del 48%). En esta misma área de estudio, Parés et al., (2013) estimaron que en los jardines unifamiliares, el césped ocupaba el 33%. En Girona (*Alt Empordà*), Padullés et al., (2014) calculó que la superficie del jardín ascendía a 283 m<sup>2</sup> y el césped ocupaba el 39% de la superficie, mientras que en Aljarafe (Sevilla), Fernández et al., (2011) calcularon que el tamaño oscilaba entre 100-250 m<sup>2</sup>, del que un 50% correspondía a césped. Morote y Hernández (2014), para el caso del litoral de Alicante, calcularon en la costa norte un tamaño del jardín de 376 m<sup>2</sup>. Este se reducía significativamente en el litoral sur (171 m<sup>2</sup>), al igual que la superficie del césped (17,48% y 5,46%, respectivamente). En la ciudad de Alicante, Morote et al., (2018), estimaron un tamaño medio del jardín de 430,5 m<sup>2</sup>, de los que el 13,75% era ocupado por el césped.

En esta investigación se ha comprobado como existen dos tipos de jardines, de tipo atlántico y mediterráneo. Estos últimos son predominantes y se caracterizan por la presencia de plantas crasas y arbustos ornamentales. Sin embargo, a pesar del carácter minoritario del primero (caracterizado por la presencia de césped), éste adquiere un gran interés por las repercusiones en el consumo de agua, especialmente, por la entidad superficial que adquiere en las viviendas unifamiliares propiedad de españoles (el 55% del total del jardín). Por lo tanto, una de las conclusiones extraídas de esta investigación es que, a pesar de que el número de jardines con césped es minoritario, son los de los extranjeros los que están más adaptados al clima mediterráneo debido a la menor superficie ocupada por el césped y, por tanto, una población más concienciada ambientalmente teniendo en cuenta en el territorio en el que residen. El gasto diario para regar el césped en los hogares de los extranjeros supondría unos 164-197 litros/día, es decir, unos volúmenes de agua de 60-72 m<sup>3</sup>/año. Sin embargo, estos consumos se elevarían para el caso de los españoles que necesitarían aportar un volumen de riego del orden de 272-326 m<sup>3</sup>/año (745-893 litros/día) sólo para regar el césped (en el caso de que se rieguen acorde a sus necesidades hídricas). Esto, supondría elevar el gasto total de agua de un chalé por encima de los 1.000 litros/día. Al respecto, Gil et al., (2015) calcularon para el caso de la ciudad de Alicante unos consumos de 1.054 litros/día. Esto supone que sólo para regar el césped se destinaría más del 50% del total del gasto diario para el caso de los jardines de los españoles. Este porcentaje se reduciría a menos del 20% en los extranjeros, dada su menor superficie. Morote y Hernández (2016b) para el litoral de Alicante estimaron que un jardín de la costa norte (teniendo en cuenta todas las tipo-

logías) consumiría al día 556,08 litros mientras que, en la costa sur, debido al menor tamaño del jardín y la menor superficie de césped, el gasto se reduce a 69,39 litros/día. Ello supone que, en la costa norte, el 47% del consumo de un chalé se destina para el riego del jardín mientras que en la costa sur se reduce al 29%.

La hipótesis según la tesis de Nauges y Reynaud (2001) de que una presencia mayoritaria de población extranjera (del centro y norte de Europa) de áreas con pluviometrías más elevadas y donde el césped es predominante podría traducirse en una imitación de modelos de jardín propios de otros ámbitos territoriales no se cumple en el área de estudio. Teniendo en cuenta las respuestas a las preguntas sobre características del jardín y cambios introducidos en él, los factores que explican este hecho son: 1) Escasa pluviometría; 2) Secuencias de sequías; 3) Incremento del precio del agua (y acentuado con la crisis económica); 4) Población jubilada; y 5) Una mayor concienciación ambiental.

Respecto al primer y segundo factor, cabe indicar que las opiniones mostradas indican que, en un primer momento, los residentes extranjeros instalan un jardín con una tipología de vegetación atlántica pero, con el tiempo, han ido sustituyéndolo por un jardín mediterráneo y más adaptado al clima de Alicante. Algunas opiniones son “he sustituido el césped por otras plantas que necesitaban menos agua”, “cuando llueve recojo el agua en cubos para luego aprovecharla para regar”. Respecto al precio del agua, éste resulta muy relevante para entender tanto la tipología de jardín como las especies dominantes. Corroborando de este modo la tesis de Hurd (2006) quien sostenía que el porcentaje de césped en el jardín varía en función del coste del agua (a mayor valor, más se reducía su superficie). Su notable incremento en los últimos años (precio medio de 2,32 €/m<sup>3</sup> en la ciudad de Alicante; el segundo más caro de España después de la Región de Murcia) unido a la existencia de precios diferentes según tramos de consumo que penalizan un uso elevado, ha condicionado, por un lado, la presencia de especies con necesidades hídricas elevadas como es el césped y, por otro, los cambios que se introducen en el jardín para sustituir especies o la pavimentación del jardín. El gasto derivado del riego y su mantenimiento explica la escasa presencia del césped. Numerosas han sido las opiniones de los encuestados al respecto. A modo de ejemplo cabe citar: “He reducido la presencia de césped por el incremento del precio del agua”, “me cuesta mucho dinero mantener el jardín”.

En relación al cuarto factor, cabe añadir que el césped suele asociarse a hogares donde residen familias con niños (Larson et al., 2009). En este sentido, no cabe olvidar que el 65% de los encuestados extranjeros eran jubilados lo que explicaría también: 1) El reducido número de jardines con césped; y

2) Un bajo porcentaje del jardín ocupado por el césped respecto a los jardines españoles. Respecto a la concienciación ambiental, Flack y Greenberg (1987) ponen de manifiesto que ésta viene determinada, en gran medida, por el nivel educativo (medio; medio-alto). Algunos encuestados han argumentado que están muy concienciados con el ahorro de agua, como, por ejemplo, los que indican que han reducido su consumo gracias a la instalación de depósitos de pluviales, los que han reducido el número de días de riego o los que aplican sistemas en su vivienda para recoger toda el agua de lluvia posible para luego regar con ella. La mayoría menciona la adecuación de sus jardines a las condiciones de semiaridez.

El turismo residencial, desde el punto de vista del incremento de la superficie urbanizada y más concretamente la difusión de espacios ajardinados, ha tenido una influencia muy significativa en relación con el consumo de agua y ello cobra un mayor protagonismo en el área de Alicante teniendo en cuenta los efectos del cambio climático. Al respecto, como ponen de manifiesto Olcina y Vera, (2016), hay dos procesos que, por efecto del calentamiento global, pueden acentuarse en España con implicaciones directas en los recursos hídricos: 1) El aumento de los extremos atmosféricos (precipitaciones más intensas y concentradas en el tiempo); y 2) La reducción de precipitaciones y de volúmenes de agua disponible y acentuación de las sequías. Por lo tanto, será decisivo tener en cuenta dichos efectos en relación con la gestión de los recursos hídricos para poder garantizar los suministros.

Como reto futuro de este trabajo se establece volver a analizar estos mismos espacios y conocer la evolución de la tipología del jardín para poder comprobar si los factores enunciados para dar explicación a sus características se siguen cumpliendo o no. Los nuevos estilos de vida y las tipologías urbanas implantadas que se caracteriza por unas elevadas demandas de agua tienen una repercusión directa en el territorio. Por ello, es de suma importancia llevar a cabo una correcta planificación del territorio, urbanismo y de la actividad turístico-residencial. Siendo éste, un reto futuro teniendo en cuenta los efectos de cambio climático en el que las sequías serán más frecuentes e intensas y la competencia por los usos del agua mayor.

## BIBLIOGRAFÍA

- AENA (2018): *Estadísticas de tráfico aéreo*. Disponible en: <http://www.aena.es/csee/Satellite?c=Page&cid=1113582476715&pagename=Estadisticas%2FEstadisticas>.
- BURRIEL, E. (2008): “La década prodigiosa del urbanismo español (1997-2006)”. *Scripta Nova, XII*, 270. Disponible en: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-64.htm>.

- DOMENE, E. y SAURÍ, D. (2003): “Modelos urbanos y consumo de agua. El riego de jardines privados en la región metropolitana de Barcelona”. *Investigaciones Geográficas*, 32, 5–17. doi:10.14198/INGEO2003.32.02.
- FLACK, J.E. y GREENBERG, J. (1987): “Public attitudes toward water conservation”. *Journal of the American Water Works Association*, 79, 46-51.
- GIL, A., HERNÁNDEZ, M., MOROTE, A. F., RICO, A. M., SAURÍ, D., y MARCH CORBELLÀ, H. (2015): *Tendencias del consumo de agua potable en la Ciudad de Alicante y Área Metropolitana de Barcelona, 2007–2013*. Alicante: Hidraqua, Gestión Integral de Aguas de Levante S.A. y la Universidad de Alicante.
- HUETE, R. y MANTECÓN, A. (2010): “Los límites entre el turismo y la migración residencial. Una tipología”. *Papers*, 95/3, 781-801.
- HUETE, R., MANTECÓN, A. y MAZÓN, T. (2008): “¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial?”. *Cuadernos de Turismo*, 22, 101-121.
- HURD, B.H. (2006): “Water conservation and residential landscape: household preferences, household choices”. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 31, 21-32.
- IMPACTUR (2015): *Estudios de impacto económico del turismo por C.C.A.A.* Disponible en: <http://www.exceltur.org/impactur/>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (2012): *Censos de población y vivienda. 1991, 2001 y 2011*. Disponible en: [http://www.ine.es/inebmenu/mnu\\_cifraspob.htm](http://www.ine.es/inebmenu/mnu_cifraspob.htm)
- INTERGOVERNMENTAL PANEL ON CLIMATE CHANGE (IPCC) (2014): *Climate Change 2013 and Climate Change 2014 (3 vols.)*. Intergovernmental Panel on Climate Change, Geneva.
- IVARS, J.A., CELDRÁN, M.A., TRIVIÑO, A. y VERA-REBOLLO, J.F. (2016): “Tourist mobility at coastal mass destinations: implications for sustainability”. *WIT Transactions on Ecology and The Environment*, Vol. 201, doi:10.2495/ST160111
- LARSON, K. L., CASAGRANDE, D., HARLAN, S. L. y YABIKU, S. T. (2009): “Residents’ yard choices and rationales in a desert city: Social priorities, ecological impacts, and decision tradeoffs”. *Environmental Management*, 44, 921-937. doi:10.1007/s00267-009-9353-1
- LEICHENKO, R. y SOLECKI, W. (2005): “Exporting the American Dream: the globalization of suburban consumption landscapes”. *Regional Studies*, 39(2), 241-253.
- MARRERO RODRÍGUEZ, J.R. y HUETE, R. (2013): “Resident’s attitudes toward tourism employment in the region of Valencia (Spain)”. *Cuadernos de turismo*, 32, 333-335.
- MINISTERIO DE FOMENTO (2012): *Estimación del parque de viviendas, 2001-2011*. Disponible en: <http://www.fomento.gob.es/BE2/?nivel=2&orden=33000000>



- MOROTE SEGUIDO, A.F. (2015): *Transformaciones territoriales e intensificación de la demanda de agua urbano-turística en la provincia de Alicante*. Tesis Doctoral. Universidad de Alicante, Alicante.
- MOROTE SEGUIDO, A.F. (2017): “Espacios ajardinados privados en España y su incidencia en el consumo de agua: Estado de la cuestión”. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 37 (2), 415-443.
- MOROTE, A.F. y HERNÁNDEZ, M. (2014): “Jardines y urbanizaciones, nuevas naturalezas urbanas en el litoral de la provincia de Alicante”. *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, 60 (3), 483-504.
- MOROTE SEGUIDO, A.F. y HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, M. (2016a): “Población extranjera y turismo residencial en el litoral de Alicante (1960-2011): repercusiones territoriales”. *Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos y Regionales (EURE)*, vol. 42, 126, 55-76.
- MOROTE SEGUIDO, A.F. y HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, M. (2016b): “El uso y consumo de agua en los jardines de las viviendas unifamiliares del litoral de Alicante”. *Cuadernos de Geografía de la Universidad de Valencia*, 98, 29-44.
- MOROTE SEGUIDO, A.F. y HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, M. (2017): “La expansión urbanística en el Valle del Jalón (Alicante) (1978-2016). Repercusiones socio-territoriales motivadas por la difusión urbana desde el litoral”. *Cuadernos Geográficos*, 56 (2), 200-222.
- MOROTE, A.F., SAURÍ, D. y HERNÁNDEZ, M. (2017): “Residential Tourism, Swimming Pools and Water Demand in the Western Mediterranean”. *Professional Geographer*, doi: 10.1080/00330124.2015.1135403
- MOROTE SEGUIDO, A.F., RICO AMORÓS, A.M., OLCINA CANTOS, J. y HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, M. (2018): “Cambio de percepción y gestión del agua en las tipologías urbanas extensivas tras la crisis económica (2008). El caso de la ciudad de Alicante”. Cebrián Abellán, F. (coord.). En *Ciudades medias y áreas metropolitanas. De la dispersión a la regeneración*, 405-417. Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- NAUGES, C. y REYNAUD, A. (2001): “Estimation de la demande domestique d’eau potable en France”. *Revue économique*, 52, 167-185.
- OLCINA, J. y VERA, J. F. (2016): “Adaptación del sector turístico al cambio climático en España. La importancia de las acciones a escala local y en empresas turísticas”. *Anales de Geografía*, 36 (2), 321-352.
- PACK, S. D. (2006): *Tourism and Dictatorship: Europe’s Peaceful Invasion of Franco’s Spain*. Gordonsville, Palgrave.
- PADULLÉS, J., VILA, J., y BARRIOCANAL, C. (2014): “Maintenance, modifications, and water use in private gardens of Alt Empordà, Spain”. *HortTechnology*, 24, 374-383.



- PARÉS, M., MARCH, H. y SAURÍ, D. (2013): “Atlantic gardens in Mediterranean climates: Understanding the production of suburban natures”. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(1), 328-347.
- SALVADOR, R., BAUTISTA-CAPETILLO, C. y PLAYAN, E. (2011): “Irrigation performance in private urban landscapes: A study case in Zaragoza (Spain)”. *Landscape and Urban Planning*, 100 (3), 302-11.
- VERA, J.F. (2005): “El auge de la función residencial en destinos turísticos del litoral mediterráneo: entre el crecimiento y la renovación”. *Papers de Turisme*, 37/38, 95-114.
- VIDAL, M., DOMENE, E. y SAURÍ, D. (2011): “Changing geographies of water-related consumption: residential swimming pools in suburban Barcelona”. *Area*, 43 (1), 67-75.

# RESIDENTIAL TOURISM AND MUNICIPAL LAND USE PLANNING IN PORTUGAL

*José António Oliveira*

(CeIED & LEAU, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias,  
with financial support from FCT - SFRH/BD/131377/2017, jantol@netcabo.pt)

*Zoran Roca*

(CeIED & LEAU, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias,  
zoran.roca@ulusofona.pt)

*Maria de Nazaré Roca*

(CICS.Nova, Universidade Nova de Lisboa, mn.roca@fchsh.unl.pt)

## ABSTRACT

In Portuguese development policies, both territorial and sectoral ones, an ever increasing attention has been paid to the phenomenon of the residential tourism. However, the very concept of residential tourism is still not clearly defined neither in the political and technical discourses addressing this phenomenon, nor in the tourism sector legislation and research. According to the official documents and declarations of policy makers of the sector, residential tourism in Portugal is perceived as a “tourist package” made of two main components: (i) the real estate development of second homes, and (ii) its complement with a range of support services that may include, among other, hotels and golf, or other activities related to tourism animation. The expected results of these two investment vectors are the increased loyalty and periods of stay, as well as reduction of seasonality of large flows of tourists to Portugal from major emission markets.

The marketing of second homes became possible since 1969 within the framework of different “tourist accommodation” categories, such as tourism lodges and villas, or tourism villages and resorts. How to explain the recent “new awakening” about this type of tourism real estate? Also, how to understand its non-proliferation across much larger parts of the Portuguese territory? Answers partly lay in the planning system that has been grasping

with the land use modalities in Portugal since the end of 1970s. Although the application of defined perimeters of urban settlements has been strictly observed, the construction outside these perimeters has sometimes been tolerated, often defending the necessity to develop the tourism industry. To this end, more or less extensive zones of municipal territories with certain environmental amenities can be reserved in municipal plans for tourism use. Yet, throughout the Portuguese land use planning process has been claimed that no construction development, unless it is in the common public interest, can collide with the values of natural environment preservation.

Evidently, there are conflicting interests between, on one side, state policies aimed at containing urbanization and protecting primary tourist resources that are pivotal for keeping Portugal as a high quality destination, and, on the other side, the ambitions of construction developers to multiply investments, especially in the real estate component as often the best and fastest source of revenue.

This paper is a contribution to a better understanding of the problem of the uncontrolled expansion of second homes and, correspondingly, of the heavily scrutinized so-called residential tourism in Portugal.

Keywords: residential tourism; second homes; tourism development; territorial development; land use planning.

#### TOURISM AND SPATIAL PLANNING POLICIES IN PORTUGAL

Although the State showed concern about tourism in Portugal already in the twenties and thirties of the twentieth century<sup>1</sup>, only in 1956, when the Law of Organic Bases of Tourism was adopted, the State's tasks in this area were defined and conditions created for an enhanced clarification and planning of the sector, at least in institutional terms (Cunha, 2012: 116-117). In view of the fact that, in a context of insignificant domestic tourism, the annual growth rates of foreign visitors of over 20% were recorded only after 1963 (Cunha, 2012: 195) while the rest of Europe, except Turkey, already had growth rates well above those of Portugal, it is safe to say that the importance of tourism in national terms is recent, quite economically irrelevant in the period of the dictatorial political regime and, above all, not based on any specific planning tools.

The Economic Development Plans (Planos de Fomento) had been introduced since 1953 as the main planning and management tools for national development. In those documents large State investments were

---

1 When the first national road plan was established in 1927, which came into force until the 1980s, third class national roads were created with the goal of reaching places of tourist interest.

envisioned, often with a strong technical component that shrouded some political-ideological constraints of the dictatorial regime. However, tourism only started to be dealt explicitly in the framework of an Interim Economic Development Plan for the period 1965-67, following the previous First and Second Plans for the periods 1953-58 and 1959-64 respectively, and preceding the Third for 1968-73 (Moreira, 2008: 188-189).

From the point of view of the development strategy, it was not at all an exclusively Portuguese model, since “the essence of the ideology that structured the launching and growth of the national tourism industry was, generally, an application to the concrete conditions in the country (...) of the same development models that have been applied elsewhere” (Moreira, 2008: 204).

The planning rules for the country were established both in sectoral (different public policies) and territorial terms (different levels of central and local administrations) only after the fall of the dictatorship regime, on April 25, 1974. The preparation of the National Tourism Plan was launched in 1983 and its final report was presented in 1984 (Cunha, 2012: 297), but it was approved only in 1986 (Milheiro & Santos, 2005: 123). Generally, tourism was intended to contribute to the improvement of the national economy and people’s quality of life, to the reduction of regional imbalances and to the protection of natural and cultural heritage. It was “the first and truly holistic and integrated planning tool for national tourism. Since then, several other documents have emerged with the aim of establishing and adapting the national tourism policy and the respective translations in terms of concrete interventions” (Moreira, 2008: 198). Amongst these, the National Strategic Plan for Tourism (PENT), approved in 2005 for the period 2006-2015, is worth to be highlighted. It is a complex document, with a detailed diagnosis and a strong support for a tourism model able to balance between the economic importance of its activity and sustainability. Three strategic priorities are defined: 1) improvement of the tourism system; 2) tourism differentiation, in line with the diversity of regions and the alliance between tradition and innovation; 3) diversification of markets, products and operation processes.

Within the set of intervention areas contained in the PENT - from the consolidation of the traditional emission markets (particularly of Spain, UK, France and Germany) to the promotion of domestic tourism - concretization of ten products have been considered strategic for Portugal, five more traditional ones, such as sun and sea, meetings, incentives, conferences and exhibitions (MICE), cultural and landscape touring, city/short breaks and golf, and five more complementary ones, such as residential tourism, nature tourism, nautical Tourism, gastronomy and wines, and health and wellness.

At present, the “Tourism Strategy 2027” (ET27), adopted in 2017, is in force. This document is based on 10 strategic assets, where the first one (People)

is considered most important and transversal to the remaining ones that are grouped as “differentiators” (2nd climate and light, 3rd history, culture and identity, 4th sea, 5th nature, 6th water), “qualifiers” (7th gastronomy and wines, 8th cultural, sporting and business events) and “emergent” (9th wellness, 10th living in Portugal) (Araújo et al., 2017). These assets seem to configure (“seem” because in no way does this document explain the connection between these and the other elements of the strategy) a hierarchy of strategic objectives, lines of action and methods of implementation by the enunciation of a too diverse, broad and poorly consolidated set of projects considered to be of higher priority.

While in the case of PENT, the term “residential tourism” appears for the first time, in the case of ET27 only the potential associated with the possibility of foreigners living in Portugal is mentioned in very general terms. Furthermore, in ET27, the term “Living” (an acronym for “Living in Portugal”), not expressly oriented to a particular segment of demand, was adopted since it was recognized and verified that “Portugal is increasingly sought for living thanks to the quality of life it provides in terms of climate, gastronomy, security, proximity and quality/price ratio. There has been a growing demand from investors, foreign citizens, including students and researchers who choose to reside in Portugal, contributing to a multicultural environment and an entrepreneurial ecosystem, capable of generating dynamics with high added value” (Araújo et al., 2017:49)

As it is known, and its adequacy, coherence and conceptual relevance is not discussed here, the term “residential tourism” was introduced by Francisco Jurdao Arrones (Jurdao Arrones, 1979) in the book “España en Venta: compra de suelos por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol” (Spain for Sale: Land Purchase by Foreigners and Colonization of Peasants on the Costa del Sol) within the series “Ciudad e Sociedad” (City and Society) edited by Manuel Castells and Carmen Gavira. This volume, together with the book of Rafael Nasarre Alastruey (Nasarre Alastruey, 1972), has been fundamental to understand the origin and easiness of the emergence of many urbanizations that today swarm along the Mediterranean coasts of Spain, both clandestinely and framed by a “partial plan”, even in cases where municipalities did not have an approved master plan (“plan general”) (Jurdao, 1979: 191).

To the characteristics that accompany the urbanization process, listed by Nasarre, that mainly refer to the fact that the new urban nuclei, or “urbanizaciones”, are disarticulated from the remaining network of agglomerations, Jurdao associates the features related to the resident tourists that, in sum, are especially the following:

- a) The overwhelming majority of the occupants of these urbanizations are owners and foreigners belonging to higher income social groups in comparison with the local population;

- b) They are non-permanent residents who do not develop neighbourhood ties, or participate in community life, while real estate transactions are frequent (Jurdao, 1979:190).

It is interesting to compare the Spanish and Portuguese experience. On the one hand, in mid-1970s, clandestine urbanization in Portugal intended to solve the housing problem of the local population (Oliveira, 2010), while in Spain, apparently, great business opportunities opened through sale to foreigners. On the other hand, in Portugal, after 1974, conditions for consolidation of a spatial planning system, strongly centralized regarding the definition of its constraints, were created, while a decentralized planning system, in which the municipalities are entrusted with land use transformations (namely from rural to urban) has been maintained in Spain.

Though comparisons between Spain and Portugal deserve more profoundly documented future studies, it is safe to claim here that the expansion of construction in the Spanish Mediterranean has had no parallel, or even any similarity, with what occurred or still occurs in Portugal. It probably has to do with the fact that tourism entered Spain much earlier, and that the planning system since in Portugal in the mid-1970s encouraged a strong supervision of municipal urban development by the central administration agencies even at regional levels. This is, in fact, our main argument in trying to answer the following questions: how to explain the growing appetite for investing in tourism real estate and how to understand its non-proliferation through vast areas of the Portugal, in contrast to what occurred in other territorial contexts, such as in the case of Spain?

For various reasons, and largely enhanced by the membership of Portugal together with Spain in the European Economic Community in 1986, all municipalities had their Municipal Master Plans (PDM) already ratified, or in the process of being drawn up, in December 1992<sup>2</sup>, and 277 out of 308 municipalities had their PDM approved and published by the end of 1990s. In this country's long history, only then a more or less accurate portrait of the social, economic and environmental reality of the municipalities was taken (Simões, 2007:42).

In addition to the definition of land use by each territorial planning instrument, where tourism was one of the constantly present categories, the delimitation of easements to and restrictions of public utility has also been important, including the land use categories which limit or even prohibit construction. These categories include the National Agricultural Reserve

---

2 The PDMs were introduced in 1977 with the legislation on the establishment of local authorities (Law 79/77, of 25 October - chapter concerning the description of the competences of the municipality), but come to be regulated only in 1982 (Decree-Law 208/82, of 26 May).

(RAN) and the National Ecological Reserve (REN), both established in the 1980s and then revised and modified by 2015 and 2012 respectively. Surely, these were the two most important constraints regulating the expansion of construction outside the urban areas, notwithstanding some interpretations, deficiencies and less legitimate tricks, including some flexibility introduced by the very planning process to overcome such constraints (e.g., farm houses transformed into second homes, or olive press rooms into new permanent housing)

In essence, the objective of the RAN has been to protect the use of the agricultural land, both existent and of higher use capability, a concept that stems from interlinking land fertility and accessibility and, hence, relative easiness of its mobilization. In turn, the REN interrelates the concepts of environmental protection with risk prevention and sustainability of using fundamental natural resources, such as water, and it is assumed as a “basic and diversified biophysical structure that, through the conditioning to the use of areas with specific ecological features, guarantees the protection of ecosystems and the resilience and intensification of biological processes that are indispensable for a balanced framework of human activities” (DGOTDU, 2005).

In addition to the areas covered by these two regulatory constraints, it is also worth mentioning those that are assigned to protect other specific areas, from the natural parks to Natura 2000 zones. They also contribute to large areas of the Portuguese territory to stay away from the speculative processes, particularly those taking advantage of the irreplaceable environmental amenities that belong to all. According to the National Institute of Statistic (INE), the total extent of “protected areas”, including the “Natura 2000 sites and special protection zones” in the Portuguese mainland, in 2015 comprised 2,614.777 hectares, which - without RAN and REN areas (and despite likely overlaps among these types of areas) - corresponds to about 29% of the total surface area<sup>3</sup> of the mainland territory. Although the phenomenon of the expansion of tourism-related real estate in Portugal has not been comparable to that experienced in other parts of the Mediterranean and although it influenced more recent dynamics of altering the power relations between construction expansion and environmental constraints, the reality in 2018 became marked by controversies that deserve a much greater attention from the public authorities.

---

3 It is noteworthy that the areas included in the Ramsar Convention (for wetlands) are not included, nor are the Portuguese archipelagos considered, as that is not relevant to the objectives of this paper.



## THE CASE OF SECOND HOME TOURISM: SECOND HOMES PER SE, OR INTEGRATED IN TOURIST VILLAGES OR IN RESORTS

The concept of residential tourism has engendered controversies in terms of clarity and pertinence to define a complex phenomenon as the change of residence for different lengths of time or seasonally aimed at leisure-related purposes and/or other activities that may, or not, be related to tourism (Huete and Mantecón, 2012). In order to avoid dubious situations of identifying the Portuguese as “immigrants” and the British as “resident tourists” in Southern Spain (Huete & Mantecón, 2012:165), the term “second home tourism” is used here as it seems to be better adjusted to different travel motivations mainly related to recreation and leisure without changing the permanent residence.

The use of the term “second home tourism” also focusses on the construction sector, which, by its direct and indirect effects, tends to generate major territorial impacts on urban planning and management, as well as in economic and other spheres (Oliveira, Roca and Roca, 2015). In addition, the term “second home tourism” can also be used to better distinguish two forms of real estate that in Portugal deserve quite different treatment on the part of the public authorities: i) second home dwellings that are registered by INE (Oliveira, Roca and Roca, 2011) and defined as “occupied family accommodations that are only used periodically and in which nobody has usual residence”; <http://smi.ine.pt/Conceito?clear=True>; ii) tourist accommodation for one’s proper use and, according to the present-day legislation (article 45 of DL 39/2008, of 7 March, as amended by DL 80/2017 of 30 June), also for generating income, by purchasing a second home integrated, for example, in a tourist village or resort<sup>4</sup> (Oliveira, Oliveira-Roca and Roca, 2013).

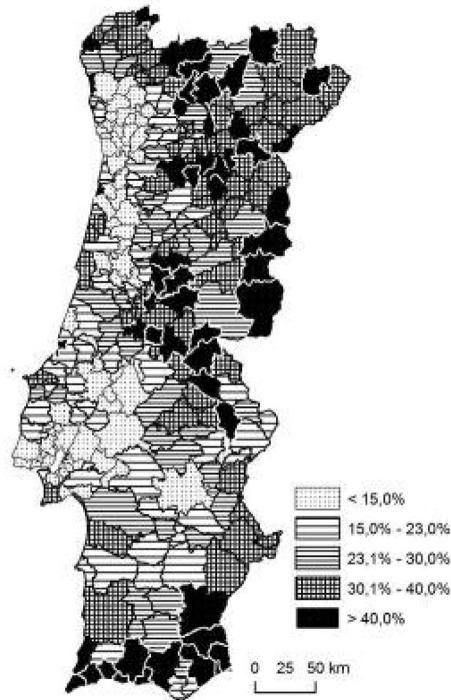
However, these two distinct ways of framing second homes, that is, their inclusion in tourism industry or independence from any organized supervision within or outside urban settlements, are an important feature that distinguishes the Portuguese situation from other parts of Europe, especially from the Nordic countries with best examples of organized supervision (Hall & Müller, 2018; Roca, 2013). Also in Spain there are statistical instruments that have already allowed a thorough knowledge about second homes, not only their physical characteristics, but also those related to their origin and ownership, as well as type and frequency of use (Colas, 2003). In Portugal, only a few basic

---

4 A total of 12073 housing units in the continental part of Portugal that are included in the concept of “tourist apartments” is not considered here since the possibility of their autonomous commercialization is not legally clear on the one hand, and, on the other, because it also seems that it is not frequent to have this type of tourist developments outside of urban agglomerations. Hence, their effects on possible transformation of land use and interference with the land-use planning process are not very relevant.

physical characteristics have been identified (Roca et al., 2014) by means of the decennial housing censuses, so that field surveys are indispensable for collecting information needed to gain better knowledge about the second home phenomenon. In the continental part of Portugal, about 1.1 million second homes were registered in 2011, corresponding to about 20% of the total number of classic households, with a growth rate of 73% since 1991 (Figure 1 and Figure 2). In addition to such a marked presence of this type of second home tourism, the National Register of Tourist Developments (RNET<sup>5</sup>) officially accounted 6085 housing units included in a total of 68 tourist villages and resorts licensed in the Portuguese mainland by May, 2018 (Figure 3). Manifestly, there are two opposed realities, not only regarding their origin and significance, but also the typology and magnitude of their effects and impacts on the territory, in particular in terms of pressure on public infrastructures and services.

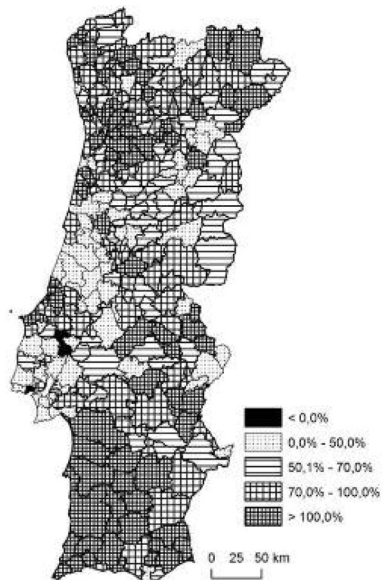
Figure 1. SHARE OF SECOND HOMES IN TOTAL NUMBER OF DWELLINGS, 2011 (%)



Source: INE and authors own

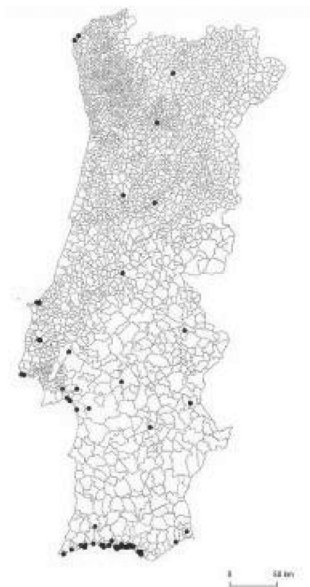
5 Available at: <https://rnt.turismodeportugal.pt/RNET/Registos.ConsultaRegisto.aspx?Origem=CP&MostraFiltro=True>

Figure 2. RATE OF CHANGE OF SECOND HOMES, 1991-2011 (%)



Source: INE and authors own

Figure 3. LOCATION OF TOURIST VILLAGES AND RESORTS REGISTERED IN 2018 AT THE LEVEL OF PARISHES



Source: RNT and authors' own

By means of a fairly simple GIS, based on the case-by-case vectorization of the polygons corresponding to each type of tourist developments, based on the RNET geo-coordinates and on the qualitative spatial analysis of the identifiable objects in digital orthophotomaps of the continental part of Portugal, it was possible to make an estimate of 2084.27 hectares of the occupied area (not of the surface), with 59% of the enterprises occupying less than 10 ha and with the remaining 41% above this area only 13% occupying more than 100 ha. It is worth noting that only one of the 9 cases that occupy over 100 ha is located in the Algarve, a region in which the largest number of projects of this type has been concentrated. This exercise was also intended to overcome an information gap of RNET itself, where there are no data about the number or capacity of the housing units in tourist villages or resorts.

Table 1 contains the available data and our own estimates (for the variable “occupied land area”) at the municipal level on the typologies of tourist developments that most directly contribute to the constitution of the stock of second homes and that are appropriately supervised by the State, thus with the identified (or at least perceived) effects on land use. This information is supplemented with data on the number of second homes recorded by the 2011 Census (INE, 2011). Data in Table 1 show the following:

- i) Tourist villages are much more frequent than resorts, which may result from the legal definition of the very concept of “resort”, which is required to be “subject to common administration of shared services and comprising at least two types of tourist developments referred to in Article 4 (1), one of which must be a hotel” (Decree Law no.80/2017 of June 30, which, after Law no.15/2014, of January 23, also alters Law no.39/2008, of March 7); it should be noted that since 2014 the resorts were no longer required to include an autonomous entertainment facility or a restaurant, nor a specifically four- or five-star hotel.
- ii) In general, tourist villages and resorts in the Algarve Region occupy, on average, an area inferior to those located in the Central or Alentejo Regions, which is a result of the significant regional differences in the price of the land; also, there is no evidence of differentiation in this aspect between the same two types of tourist developments ;
- iii) Average capacities (number of persons per housing unit) in each of the regions are not significantly different, thus pointing to some homogeneity in the typology of housing units, most frequently for 3 or 4 people;
- (iv) Finally, the difference between the volume of housing capacity in the referred tourist developments and that of second homes registered by the 2011 Census is incomparable; second homes have a more scattered

Table 1. GEOGRAPHIC DISTRIBUTION OF TOURIST VILLAGES AND RESORTS (YEAR 2018), COMPARED TO THE NUMBER OF SECOND HOMES (YEAR 2011) AT THE LEVEL OF NUT II AND MUNICIPALITIES IN WHICH THEY ARE LOCATED

NUT II / Municipalities	Tourist villages				Resorts				Nr. of second homes in the 2011 census
	Nr.	Occupied land area (ha) *	Nr. of accomodation units	Capacity (nr. of users)	Nr.	Occupied land area (ha) *	Nr. of accomodation units	Capacity (nr. of users)	
<b>NUT II - Alentejo</b>	<b>9</b>	<b>480,31</b>	<b>469</b>	<b>1570</b>	<b>2</b>	<b>114,81</b>	-	-	100.659
Alcácer do Sal	2	206,1	238	752	0	0	0	0	2.213
Benavente	1	1,91	11	22	0	0	0	0	1.855
Cuba	1	108	25	160	0	0	0	0	627
Grândola	2	34,31	124	356	1	112	-	-	4.332
Monforte	1	3,86	11	22	0	0	0	0	968
Montemor-o-Novo	1	124	44	192	0	0	0	0	2.066
Reg. de Monsaraz	1	2,13	16	66	1	2,81	-	-	1.813
<b>NUT II - Algarve</b>	<b>33</b>	<b>485,54</b>	<b>3811</b>	<b>14020</b>	<b>8</b>	<b>117,49</b>	-	-	149.127
Albufeira	10	90,66	1266	4296	2	61,94	-	-	21.377
Castro Marim	1	8,98	61	213	0	0	0	0	4.923
Lagoa	7	22,19	523	1645	0	0	0	0	8.950
Lagos	2	6,51	90	240	3	29,74	-	-	11.366
Loulé	8	93,64	833	3804	1	9	0	0	28.617
Monchique	0	0	0	0	1	2,91	-	-	1.035
Portimão	1	15,8	132	694	0	0	0	0	19.430
Silves	1	211	241	1154	0	0	0	0	13.460
Tavira	1	16,7	447	1124	0	0	0	0	11.223
Vila do Bispo	2	20,06	218	850	1	13,9	-	-	2.854
<b>NUT II - AML</b>	<b>4</b>	<b>356,33</b>	<b>774</b>	<b>2591</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	171.080
Cascais	2	246,6	336	1304	0	0	0	0	13.816
Palmela	2	109,73	438	1287	0	0	0	0	5.189
<b>NUT II - Centro</b>	<b>7</b>	<b>480,1</b>	<b>949</b>	<b>4019</b>	<b>1</b>	<b>0,72</b>	-	-	352.991
Ferreira do Zêzere	1	9,28	76	207	0	0	0	0	3.036
Mortágua	1	19,2	152	502	0	0	0	0	1.461
Óbidos	3	361,3	377	1848	0	0	0	0	3.288
Oliveira do Hospital	1	0,12	30	80	0	0	0	0	3.911
Torres Vedras	1	90,2	314	1382	1	0,72	-	-	9.535
<b>NUT II - Norte</b>	<b>3</b>	<b>48,02</b>	<b>82</b>	<b>240</b>	<b>1</b>	<b>0,95</b>	-	-	324.479
Caminha	2	30,22	67	208	0	0	0	0	6.780
Lamego	0	0	0	0	1	0,95	-	-	4.359
Vila Pouca de Aguiar	1	17,8	15	32	0	0	0	0	4.268
<b>Total do Continente</b>	<b>56</b>	<b>1850,3</b>	<b>6085</b>	<b>22440</b>	<b>12</b>	<b>233,97</b>	-	-	<b>1098336</b>

AML – Lisbon Metropolitan Area  
- Without oficial data

\* Estimations calculated by the authors

Source: National Register of Tourist Developments (*Turismo de Portugal, IP*), INE (2011)  
and author's own

pattern of distribution that is more related either to the population size, or to the greater occurrence of internal and/or international migration in each Region.

There is no statistical information that could clearly show how the supply of housing in tourist villages and resorts in each Region has evolved. In fact, even INE data on tourism suffer from some faults that are not clarified or admitted by the legislation, such as the fuzziness of the category of tourist resorts whose data about their capacity is also lacking in the RNET. However, it is well known that the tourist villages and resorts in the Algarve expanded rapidly, while in the Alentejo this expansion is more recent, representing in terms of capacity only about 10% of that in the Algarve, but with a great potential for growth in the light of the expressed or expected investment intentions, for instance, in the years prior to the last financial crisis.

#### THE FUTURE OF SECOND HOME TOURISM DEVELOPMENT AND THE ROLE OF SPATIAL PLANNING

It has been well-known that second homes are not only used for recreation and leisure. The same holds for tourism. It is also recognized that recreation and leisure and the associated attraction for environmentally rich and diversified areas (seashore, mountain, riverside, rural, etc.) are the main motivation and *raison d'être* of tourism and second homes (Claval, 2013). Thus, tourism as an activity and second homes as a type of accommodation are now integrated into the concepts of domestic, outbound and inbound tourism, increasingly evident at the level of relatively new patterns of interaction between regions and countries.

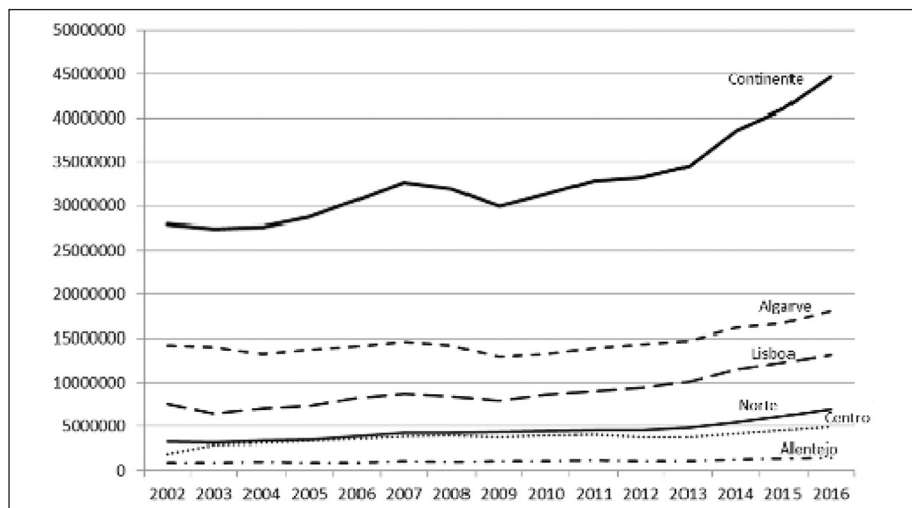
The readiness of certain social groups to have second homes in foreign countries has been a fact, just like the growth of this phenomenon as follow-up to emigration, which is very evident in the countries of Southern Europe, especially Portugal. In fact, there is no doubt that in Portugal there is a strong correlation between the areas with the highest presence of this phenomenon and the share of second homes in proportion to the total family housing (Figure 1) (Oliveira, 2013). On the other hand, it is also evident in both temporal and regional terms that foreigners stay more or less longer in some parts of the Portuguese territory depending on whether they belong to those that are “searching for a quiet, leisured and inexpensive lifestyle (...), [or] those considered as neo-ruralists who move (...) to escape the hustle and bustle of big city living” (Sardinha, 2014:178).

The duration of stay and the geographical origin has become a differentiating element of the motivation (choice and location) and use (frequency and activities) of the second home owners, (Caldeira, 1995). Likewise, the increasing tourist demand and the use of telematics also became integrated

in the wide domain of short-term rentals for foreign tourists. In the latter case, at least in big cities where the stock of second homes has been larger in absolute numbers (Table 1), they are certainly part of a growing supply of short-term accommodation<sup>6</sup> with two immediate effects: (i) mobilization of a large portion of real estate, a part of which had a low frequency of use or no use at all; (ii) rapid and significant increase in owners' income. A contrary effect has been the aggravation of prices, at least in the historic centres of the largest Portuguese cities, in the supply of housing for long-term rental. This issue, however, falls out of the main focus and is not further analysed here.

The growth of tourism in Portugal as a receiving country, especially since 2013 (Figure 4), following several events that largely combined low prices with a perception of safety, some exoticism and plenty of sun and sea products, as well as cultural touring and short city breaks, was also reflected in the rise of new investment projects in tourist developments as is the case of resorts (Figure 5). However, such investments did not register an exponential growth as it was predicted in 2006 (over 12 thousand million euros), which would result, after ten years, in the occupation of almost 45 thousand hectares comprising about 38000 accommodation units (Turismo de Portugal, 2006).

FIGURE 4 - GROWTH OF THE NUMBER OF OVERNIGHT STAYS IN HOTELS, TOURIST VILLAGES, APARTMENTS AND OTHER FACILITIES, 2002-2016



Source: TravelBI (<http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/BI/paginas/default.aspx?datasetId=C2832151DAA84CCE95CED397C1B459AF>)

6 This is also due to the INE's own procedure for counting the stock of second homes, since any housing unit that was not occupied at the time of the Census but was not for sale or rental was considered a second home.



FIGURE 5 - RESORT PROJECTS APPROVED BY THE PORTUGUESE INSTITUTE OF TOURISM AND PROJECTS OF NATIONAL INTEREST, MONITORED BY THE SAME ENTITY, IN JUNE 2018 (PROVISIONAL DATA)



Source: SIGTUR (<https://sigtur.turismodeportugal.pt/>)

The reality has turned out to be quite different. According to the Portuguese Institute of Tourism, a state agency supervising tourism activities, up to 23 new investment projects are currently expected to occupy 17300 hectares (of which, 12500 ha for the resort “Herdade da Comporta”) with an estimated increase of over 15300 housing units comprising hotel rooms, apartments and country houses, even though only two projects account for more than half of this investment value: 6057 units in the resort “Mata de Sesimbra”<sup>7</sup>, and 2882 units in the “Herdade da Comporta”<sup>8</sup>.

7 A project on the south bank of the Lisbon Metropolitan Area that will include the construction of three five-star hotels and ten tourist villages in an area of 700 hectares.

8 A large tourism development project in the Alentejo Litoral Region in two municipalities closer to the Lisbon Metropolitan Area will be built: in Alcácer do Sal two hotels, two aparthotels and three tourist villages, and in Grândola four hotels (four and five-star), one aparthotel and eleven tourist villages.

It should be noted that almost all of the planned resorts are assuming a balanced supply of second homes, hotels and complementary or supporting facilities, such as golf courses, swimming pools, recreational parks and restaurants, among others. Although the quantitative information is not sufficiently clear in the SIGTUR (the geographical information system recently used by the Portuguese Institute of Tourism to disclose the dynamics and state of investments in tourist developments), it can be estimated that a significant part of the total number of 15300 accommodation units will be hotel rooms and so it does not seem to be exaggerated, in view of the territorial dispersion, the supply of apartments or houses for second homes.

#### IN LIEU OF A CONCLUSION

The concern with the economic dimension of tourism and its contribution to the public accounts and to the equilibrium of the balance of payments was always present, even during the dictatorial regime, at the forefront of national development policies. At present, tourism is an important driving force that leverages the national economy, but sometimes with damaging effects on the lifestyles and resilience of the local population that cannot be neglected.

Tourism legislation, whose major changes started with the Decree-Law 39/2008, of 7 March, putting an end to some types of tourist developments and creating a new category called “local accommodation” which is the responsibility of municipalities, has not stopped adding or removing principles and concepts that do not provide support to the dynamism and stabilization of the operating environment of different agents, from planners to investors. For example, uncertainties remain regarding the imposition that all housing units must be permanently assigned to the tourist use and their commercialization for that purpose is not accessible to individual owners but only to management agents that are responsible for the overall tourist development (resorts or tourist villages)<sup>9</sup> which oddly seems to clash with the way of functioning of some of the country’s largest resorts.

Tourism issues have always been integrated into planning and spatial planning standards and practices once local authorities were established and their competences in these areas were extended. From policy programs to spatial development plans at different scales, tourism has always been the subject of a separate treatment that, specifically at the municipal level, had to follow the recommendations produced in programs and plans at higher levels,

---

<sup>9</sup> In fact, the actual legislation clearly states that “housing units (...) cannot be commercialized directly by their owners, nor can they be the subject of contracts that jeopardize their tourist use, such as lease agreements or the constitution of rights of use and housing” (Article 45(6) of Decree-Law 80/2017 of 30 June, which is a second alteration of DL 39/2008).

sometimes in the direction of restrictions in its coverage areas (easements and restrictions of public utility) and sometimes towards the promotion of its expansion in areas outside the urban perimeters (the so-called AVT - Tourism Vocation Areas).

The proliferation of tourist developments including the real estate component, expectedly outside urban or rural agglomerations, has always been much scrutinized and closely supervised by local and central administrations, but the same cannot be said for second homes not included in any type of such developments. These kinds of second homes continue to proliferate mainly within the urban agglomerations, but also outside them, though less frequently. In the former case, there is a strict scrutiny, while in the latter nothing is done or planned.

The exercise of prospective analysis of the expansion of the residential real estate supply within resorts or tourist villages is difficult and should be subject of further reflection and evaluation of the involved investment risks. However, there is no doubt that, in addition to the financial crisis that helped to discipline some investment irrationalities in years immediately before its global outbreak, the proper Portuguese planning system proved to be a relevant instrument in managing the expansion of tourist developments. However, its impacts on the territory and the concomitant cultural, social and economic development dynamics, from local to national levels, have not been sufficiently studied yet.

#### REFERENCES

- ARAÚJO, L. et al (2017). *Estratégia 2027, Estratégia Turismo 2027*. Turismo de Portugal, IP. Available at: [http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia\\_Turismo\\_Portugal\\_ET2027.pdf](http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Estrategia_Turismo_Portugal_ET2027.pdf).
- CALDEIRA, M. J. B. (1995). *Residência Secundária na Área Metropolitana de Lisboa. Outros Espaços, Outras Vivências*. Tese de mestrado em Geografia Humana e Planeamento Regional e Local, orientada pela Profa Doutora Ma Lucinda Fonseca.
- CLAVAL, P. (2013). 'Evolving Forms of Mobility and Settlement: Second Homes and Tourism in Europe', in ROCA, Z. (ed.) *Second Home Tourism in Europe. Lifestyle Issues and Policy Responses*. Farnham: Ashgate, pp. 309-326.
- COLÁS, J. L. (2003). "La residencia secundaria en España: estudio territorial de su uso y tenencia", pp. 1-179. Available at: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?info=link&codigo=4912&orden=0>.
- CUNHA, L. (2012). *Turismo em Portugal: Sucessos e Insucessos*. 1st edn. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.

- DGOTDU (2005). *Vocabulário de Termos e Conceitos do Ordenamento do Território*. Lisboa: DGOTDU - Direção Geral de Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano.
- HALL, C. M. and MÜLLER, D. K. (eds) (2018). *The Routledge Handbook of Second Home Tourism and Mobilities*. Abingdon: Routledge.
- HUETE, R. and MANTECÓN, A. (2012). “Residential Tourism or Lifestyle Migration: Social Problems Linked to the Non-Definition of the Situation”, *Controversies in Tourism*. Wallingford: CABI, pp. 160-173. doi: 10.1079/9781845938130.0160.
- INE (2011). *Alojamentos familiares (N.o) por Localização geográfica (à data dos Censos 2011) e Forma de ocupação, Recenseamento Geral da População e da Habitação*. Available at: [http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine\\_censos\\_indicador&contexto=ind&indOcorrCod=0005972&selTab=tab10](http://censos.ine.pt/xportal/xmain?xpid=CENSOS&xpgid=ine_censos_indicador&contexto=ind&indOcorrCod=0005972&selTab=tab10).
- JANOSCHKA, M. (Ed. and HAAS, H. (Ed. (2014). *Contested Spatialities, Lifestyle Migration and Residential Tourism*. London: Routledge.
- JURDAO ARRONES, F. (1979). *España en Venta: Compra de Suelos por Extranjeros y Colonización de Campesinos en la Costa del Sol*. Madrid: Editorial Ayuso.
- MILHEIRO, E. and SANTOS, J. P. (2005). ‘O turismo em Portugal que passado que futuro’, *Aprender*, (January), pp. 119–125.
- MOREIRA, F. J. (2008). *O Turismo e os Museus nas Estratégias e nas Práticas de Desenvolvimento Territorial*. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Tese de doutoramento.
- NASARRE ALASTRUEY, R. (1972). *Las Urbanizaciones Particulares. La Ley del Suelo ante el Fenómeno Turístico*. Madrid: Editorial Montecorvo.
- OLIVEIRA, J. (2010). ‘The housing Problem and the Evolution of Homeownership Culture: from Clandestine Neighbourhoods to Second Homes’, in BELYAEV, D. and ROCA, Z. (eds) *Portugal in the Era of the Knowledge Society*. Lisbon: Edições Universitárias Lusófonas, pp. 305-339.
- OLIVEIRA, J. (2013). ‘Controversies of Second Homes and Residential Tourism in Portugal’, in ROCA, Z. (ed.) *Second Home Tourism in Europe. Lifestyle Issues and Policy Responses*. Farnham: Ashgate, pp. 235–262.
- OLIVEIRA, J. A., OLIVEIRA-ROCA, M. de N. and Roca, Z. (2013). ‘Segundas Residências E Turismo Residencial : Novas Formas De Habitação , Novo Mercado Imobiliário’, *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 32(1), pp. 57–70.
- OLIVEIRA, J. A., ROCA, M. de N. O. and ROCA, Z. (2015). ‘Economic Effects Of Second Homes: A case study in Portugal’, *Economics and Sociology*, 8(3), pp. 183-196. doi: 10.14254/2071-789X.2015/8-3/14.

- OLIVEIRA, J., ROCA, Z. and ROCA, M. de N. (2011). “Estudo das Segundas Residências em Portugal: Desafios Conceptuais e Metodológicos”, in SANTOS, N. and CUNHA, L. (eds) *Trunfos de uma Geografia Activa: desenvolvimento local, ambiente, ordenamento e tecnologia*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, pp. 247-256.
- ROCA, M. de N. O. *et al.* (2014). ‘Second Home Expansion in Portugal: Spatial Features and Impacts’, in JANOSCHKA, M. (Ed. and HAAS, H. (Ed. (eds) *Contested Spatialities, Lifestyle Migration and Residential Tourism*. London: Routledge, pp. 124-142.
- ROCA, Z. (ed.) (2013). *Second home tourism in Europe: lifestyle issues and policy responses*. London: Ashgate.
- SARDINHA, J. (2014). ‘Lifestyle Migrants in Central Portugal: Strategies of Settlement and Socialisation’, in JANOSCHKA, M. (Ed. and HAAS, H. (Ed. (eds) *Contested Spatialities, Lifestyle Migration and Residential Tourism*. Abingdon: Routledge, pp. 174-189.
- SIMÕES, J. M. (2007). “Ordenamento municipal e desenvolvimento local: uma reflexão”, *Inforgeo*, 20-21, pp. 39-48.
- TURISMO DE PORTUGAL (2006). *Resorts Integrados e Turismo Residencial. Estudo realizado por THR (Asesores en Turismo Hotelería y Recreación, S.A.) para o Turismo de Portugal, IP*. Lisboa: Turismo de Portugal, I.P.

# LA INFRAESTRUCTURA VERDE COMO ORDENACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS

*María Amparo Ortí Lucas*

Licenciada en Geografía.

amparoorti@yahoo.es

## RESUMEN

La Infraestructura Verde es el sistema territorial básico definido y caracterizado por la planificación urbanística y territorial con carácter previo a la ordenación de usos y actividades en el territorio, entre ellos el turístico. Se debe hacer hincapié en que una de sus principales funciones es preservar los elementos y procesos del patrimonio natural y cultural, y de sus bienes y servicios ambientales y culturales, articulando el territorio con itinerarios que potencien el disfrute de la cultura del territorio, la calidad de vida al potenciar la visibilidad y el conocimiento de los espacios de gran valor ambiental, paisajístico y cultural, tanto sean hitos públicos rurales o urbanos.

Estos itinerarios conectan de pleno en unos de los objetivos de la Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunidad Valenciana, siendo este la consecución de la regulación de la oferta turística corrigiendo las deficiencias de infraestructura, armonizándola con las actuaciones urbanísticas de la ordenación territorial y la conservación del medio ambiente. Así se pretende la preservación de los recursos turísticos procurando el correcto aprovechamiento de la oferta respecto a los valores culturales, histórico-artísticos, paisajísticos, urbanísticos y medioambientales.

Es de gran interés que el Plan de los Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana integre los espacios incluidos en las Infraestructuras Verdes recogidas en la Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación de Territorio, Urbanismo y Paisaje (en adelante LOTUP), con el fin de potenciar una política turística eficaz y con proyección de futuro agrupada en torno a tres ámbitos territoriales que ya recoge la LOTUP: el litoral, el interior y las ciudades.



Por tanto, con esta integración se alcanzarían los objetivos de actuación de consolidación de la Comunidad Valenciana como uno de los principales destinos turísticos a nivel nacional e internacional; propiciar un desarrollo sostenible de la actividad turística; desestacionalizar la actividad turística; y promocionar la oferta, marca y productos turísticos.

Con todo, existe una clara coincidencia entre las Directrices Generales para la ordenación de los Espacios Turísticos y las Infraestructuras Verdes, ambas contienen propuestas de acción ecológicamente sostenibles respecto de los diversos elementos que condicionan el desarrollo turístico y urbanístico.

#### LA INFRAESTRUCTURA VERDE COMO ORDENACIÓN DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS

Dentro de la política europea se debe resaltar la Estrategia Territorial Europea (ETE) acordada como reunión informal en Postdam en mayo de 1999, que se puede entender como antecedente de la gestación de la Infraestructura Verde y por tanto como paso crucial en el proceso de la formación de Europa según los ministros responsables de la ordenación del territorio de la Unión Europea junto con el miembro de la Comisión Europea responsable de la política regional. Con este desarrollo territorial se pretende un desarrollo equilibrado y sostenible de todo el territorio asegurando el igual desarrollo de los tres objetivos fundamentales de esta política europea:

Cohesión económica y social

Conservación y gestión de los recursos naturales y del patrimonio cultural  
Competitividad más equilibrada del territorio europeo.

Con el tratado de Amsterdam, la política medioambiental despunta como una de las principales actividades comunitarias, destacando su enfoque de promoción del desarrollo sostenible, dentro del cometido de enlazarlas con la ordenación del territorio y el uso del suelo diseñando diferentes Redes de integración de zonas a resaltar dentro del espacio europeo.

Con este enfoque de desarrollo territorial integrado debemos destacar diferentes políticas de cooperación como: INTERREG (ordenación del territorio); LEADER (desarrollo integrado de zonas rurales); GIZC (programa de demostración de gestión integrada de las zonas costeras).

Tal y como recoge la Estrategia Territorial Europea se trabaja sobre una nueva relación entre campo y ciudad con diversas opciones políticas que se relacionan con la idea de las Infraestructuras Verdes:

“Promoción de estrategias integradas de desarrollo territorial para los “clusters” de ciudades en los distintos Estados miembros, así como en el marco de la cooperación transnacional y transfronteriza, incluyendo también el medio rural y las pequeñas ciudades de sus correspondientes entornos.

Refuerzo de la cooperación temática en materia de desarrollo territorial en redes a escala transfronteriza y transnacional.”



Potenciar las “ciudades-áreas metropolitanas puerta” como acceso al territorio comunitario independientemente de su tamaño (puertos marítimos, aeropuertos, ciudades de exposiciones y ferias, centros culturales).

Desarrollo de la competitividad de las zonas rurales y por tanto de su desarrollo agrícola y turístico.

Gestión y planificación concertada e integrada de las infraestructuras con el fin de reducir inversiones redundantes y garantizar una utilización eficaz de las infraestructuras de transporte existentes.

Desarrollo de redes ecológicas europeas, conectando entre sí las zonas protegidas y lugares de valor natural de importancia regional, nacional, transnacional y comunitaria.

Conservación de los paisajes naturales por ser singulares en su identidad local y regional, reflejando la historia y la interacción entre el hombre y la naturaleza y por tanto poseen un gran valor como atracción turística.

Conservación del patrimonio cultural constituido por los monumentos, yacimientos arqueológicos de valor histórico y cultural, así como por los distintos estilos de vida de los habitantes de las ciudades y pueblos mediante el control del turismo evitando el turismo de masas.”

Habrà que matizar que para que la cooperación de las ciudades y regiones sea efectiva estas deben ser jurídicamente equiparables y tengan competencias comparables. Por otro lado, hacer hincapié en que el futuro de numerosas zonas rurales está estrechamente relacionado al desarrollo de las ciudades dependientes unas de otras.

Anterior al antecedente de la ETE, existe la iniciativa “Cinturón Verde Europeo” que tiene sus orígenes en el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial. Se trataba de ayudar a las personas, a las culturas y de ayudar a mejorar las condiciones socioeconómicas de regiones fronterizas, con la finalidad de desarrollar socioeconómicamente las comunidades locales. Conectaba a las personas con la naturaleza y también se las conectaba entre ellas. Sería, se podría entender, como un primer eslabón en la confección de las Infraestructuras Verdes.

La política Común Europea introdujo la infraestructura verde en 2009, al incluirla en el Libro Blanco de la Comisión sobre la Adaptación al Cambio Climático.

Pero es desde 2010 cuando la formulación de una nueva estrategia para la creación de una Infraestructura Verde cobra fuerza integrando el concepto en los distintos programas de financiación de la EU (Fondos estructurales y de cohesión, PAC, LIFE).

Se ha venido a definir a la Infraestructura Verde como una red, diseñada estratégicamente, de zonas naturales y seminaturales de alta calidad, gestionada de un modo adecuado para facilitar que los asentamientos rurales y/o urbanos protejan su biodiversidad y den suficientes recursos o procesos de

los ecosistemas naturales (bienes y servicios) que beneficien tanto a los seres humanos como al medio natural.

En 2014, la Red Natura 2000 estaba conformada por más de 27.000 espacios, cubriendo un 18% de la superficie terrestre de la UE, así como importantes zonas marítimas. Esta Red es la base, en cierto modo, de la Infraestructura Verde de Europa. Estos ecosistemas protegidos sanos se pueden utilizar de modo coherente para que generen beneficios socioeconómicos múltiples, entre ellos el ocio y el turismo, para mantener la población y la naturaleza. Pero en el Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones-Infraestructura Verde: mejora del capital natural de Europa se deja claro que además de proteger la biodiversidad se busca que proporcione a la sociedad servicios rentables y sostenibles. Y matiza que a diferencia de Natura 2000, el fomento de la Infraestructura Verde no es un instrumento jurídico: el propósito de la iniciativa no es crear una red adicional de conservación de la naturaleza más allá de la Red Natura 2000 sino que tiene algún enfoque más.

Dice asimismo este Dictamen que la UE debe asumir directamente la responsabilidad de ciertos proyectos de Infraestructura Verde de relevancia europea permitiendo vincular los conceptos de una mejor protección del medio con el desarrollo económico y turístico. Dicho esto, es de interés tener en cuenta que para que se pueda mantener económicamente un uso del suelo es necesario que sea rentable, y por tanto conseguir su viabilidad.

Un primer paso para crear una Infraestructura Verde con un enfoque más integrado de la gestión del suelo planificando el territorio a nivel estratégico, puede ser el identificar zonas multifuncionales donde se impulsen usos del suelo que apoyen ecosistemas sanos con practicas mas destructivas como zonas en donde convivan usos agrarios, forestales, recreativos y de conservación de los ecosistemas. Esta combinación de “gana-gana” o “pierde poco-gana mucho” puede ofrecer ventajas a agricultores, silvicultores, prestadores de servicios turísticos, y a más actividades económicas en este momento en franco declive.

Según el Título I, Capítulo I, artículo 4 y 5 de la Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación de Territorio, Urbanismo y Paisaje de la Comunitat Valenciana (LOTUP) define casi coincidiendo con los intereses, ideas y fines a conseguir en las Directrices Generales para la Ordenación de los Espacios Turísticos.

Este Capítulo I de la LOTUP sobre la Infraestructura Verde detalla en qué consiste esta red, su composición, funciones y los espacios que la integran. Así, dice, que es un sistema territorial básico compuesto por: los ámbitos y lugares con mayor relevancia en su valor ambiental, cultural, agrícola y paisajístico; por áreas delicadas de complicada transformación sin riesgos

ni costes; y por los corredores ecológicos y funcionales que relacionan estos ámbitos y lugares.

También hace alusión a que los suelos urbanos y urbanizables estarán afectados por estas Infraestructuras. Por tanto, la identificación y caracterización de los espacios se deberá contemplar en los instrumentos de planificación territorial y urbanística, incorporándose definitivamente al aprobar el planeamiento territorial o municipal que regulará los usos y aprovechamientos compatibles para el mantenimiento y funcionalidad de esta red. Y la exclusión de algún espacio potencialmente englobado en la Infraestructura Verde del planeamiento se deberá justificar detalladamente.

En el Capítulo de la Ley al que hacemos referencia ahora se indican claramente las funciones que tiene el entramado de la Infraestructura Verde, siendo las principales: las de preservar el patrimonio natural, cultural; reafirmar la conectividad ecológica y territorial necesaria para mejora de la biodiversidad, la salud de los ecosistemas y la calidad del paisaje; dar una metodología para el desarrollo urbanístico y orientar estos hacia su diseño en los suelos de menor valor ambiental, paisajístico, cultural y productivo; reducir la implantación urbana en suelos sensibles a riesgos naturales; preservar los aspectos paisajísticos fomentando la continuidad territorial y visual de los espacios abiertos. Facilitando, con todo ello, la mejora de la calidad de vida de las personas en las áreas urbanas y rurales, y ayudando a una ordenación sostenible del nuevo y ya existente medio ambiente urbano.

Continúa refiriéndose a que constituirán la Infraestructura Verde los espacios delimitados y caracterizados por la LOTUP, por la Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana o por los instrumentos que la desarrollen, destacando: los que integran la Red Natura 2000; los espacios naturales declarados protegidos por la legislación valenciana; las áreas protegidas por instrumentos internacionales en la legislación estatal sobre patrimonio natural y biodiversidad; los ecosistemas húmedos y masas de agua, continentales y superficiales, y sus espacios adyacentes afectados por dichas aguas; igualmente estarán incluidos los espacios de la zona marina asociados por el planeamiento urbanístico a terrenos litorales; los espacios costeros de interés ambiental y cultural que se hayan recogido en el planeamiento territorial; también la integrarán los montes de dominio público y de utilidad pública catalogados, las áreas de suelo forestal de protección y los terrenos necesarios para mantener la funcionalidad de estos; las áreas agrícolas que por su elevada capacidad agrológica, por su funcionalidad, por ser paisaje cultural con uniformidad, o por ser soporte de productos agropecuarios de alta excelencia deben ser incluidos en la Infraestructura; así como los espacios de interés paisajístico, los de elevado valor cultural según la normativa de protección del patrimonio cultural, artístico o histórico, incluyendo sus entornos de protección.

Destacar que la legislación, en todo momento, tiene en cuenta los suelos y entornos adyacentes a las áreas protegidas de mayor interés natural, cultural o paisajístico como franja que amortiguará las actuaciones de mayor o menor agresión al medio. Y por tanto, se puede interpretar que deben ser también contempladas en la planificación de la Red de la Infraestructura Verde como zonas aptas para implantarse usos adecuados a la actividad turística responsable ajustados, siempre, a lo permitido por la normativa contemplada en la Ley.

Y termina diciendo que como conectores territoriales de los diversos elementos descritos de la Infraestructura Verde aparecerán los cauces fluviales y sus riberas, las vías pecuarias, los corredores ecológicos y funcionales. Destacando que todos estos ámbitos deben estar relacionados y unidos, también, con el suelo urbano y urbanizable relevante, ya que ejercen como nexo de unión e integrador paisajístico entre los espacios urbanos y rurales.

Hay que añadir que todos los espacios con regulación ambiental, cultural o sectorial específica se sumarán con su declaración, catalogación o aprobación del instrumento específico que lo regule a la Infraestructura Verde.

Cabe mencionar la Carta Europea de Turismo Sostenible de Europa en donde se marcan directrices para todas las Comunidades Autónomas en el uso turístico de los Espacios Naturales Protegidos. Pauta que potencia que las políticas turísticas y medioambientales influyan en el modelo turístico para hacer compatible la conservación de los espacios naturales con el uso, disfrute y desarrollo económico de los espacios protegidos y su área de influencia, algo que se puede contemplar en el diseño de las Infraestructuras Verdes.

Existen al menos 21 parques naturales en la región, 4 reservas naturales marinas, 1 monumento natural, 8 paisajes protegidos, 45 parajes naturales municipales, 48 zonas húmedas catalogadas, 133 cuevas catalogadas, 12 reservas de fauna y 267 microreservas en la Comunitat Valenciana.

En la Comunidad Valenciana estando la estructura espacial del turismo caracterizada por su concentración en la franja litoral. Destaca por modalidades la mayor presencia de las plazas de camping y a la baja en su demanda en el litoral, las casas rurales es una modalidad específica del interior, y ya más generalizado con una presencia más que destacable la oferta de plazas en viviendas de potencial uso turístico como especialización residencial de turismo de nuestra Comunidad en los espacios prelitorales, y de nuevos desarrollos residenciales. Esta estructura espacial del turismo puede servir de base para el desarrollo de canales o redes que lleguen a conformar Infraestructuras verdes que cohesionan el tejido turístico diseñando rutas turísticas diarias o de mayor espacio temporal con una temática temporal coherente.

Es de destacar la gran impronta en el medio ambiente que viene siendo la implantación del turismo en el litoral mayormente, así como en el resto de las áreas en donde se instala, interior y prelitoral. Por tanto, la gestión del

territorio necesita contemplar criterios relativos a la actividad turística con el fin de preservar y mantener el patrimonio natural y cultural de los espacios. Las políticas territoriales y turísticas deben tender hacia un reequilibrio urbanístico mediante políticas enfocadas hacia la búsqueda de la cohesión y la competitividad de todos sus usos diferenciados y de calidad, destacando el turístico por ser un motor principal en la economía.

Los espacios urbano-metropolitano influyen notablemente en las dinámicas turísticas; los usos recreativos de proximidad, conectados con espacios públicos y protegidos por sus valores naturales que deben ser siempre preservados y añadir valor al desarrollo sostenible de estos espacios y sus áreas de influencia son un claro punto de base para la Infraestructura Verde. El ecoturismo racional es una oferta turística especializada en el disfrute de la naturaleza y del medio rural, que también puede ser practicado en el litoral y el área marina próxima a la costa. Que unido al tejido creado por el diseño de la Infraestructura Verde puede paliar la carencia observada en la cohesión que vertebra y consolida una oferta turística competitiva, rentable económica y socialmente a potenciar.

Se completan estos canales e Infraestructuras con los municipios que frecuentemente suelen ser los que albergan un patrimonio histórico-artístico y cultural más destacado.

Los ejes temáticos y nodos turísticos son los que redistribuyen comarcamente la afluencia de visitantes, articulando la oferta y los desplazamientos. Nodos que hacen alusión a los hitos patrimoniales, de naturaleza, de salud, de turismo activo y de enoturismo a contemplar a la hora de tejer las Infraestructuras Verdes. Cuando se habla de ejes hay que distinguir entre los vinculados al patrimonio cultural y los asociados al turismo de naturaleza, pero ambos se deben relacionar y hacerse dependientes entre sí.

Es de importancia que la región aplique los instrumentos que recoge la legislación valenciana de ordenación del territorio y medio ambiente para la consecución de un desarrollo turístico sostenible bajo una visión urbanística coherente, al tiempo que otras disposiciones relativas a la renovación de los destinos turísticos consolidados del litoral, recuperación de centros históricos, mejora de la movilidad urbana, adecuación de los municipios de interior y el control de la urbanización extensiva se mantengan íntimamente relacionados potenciando su complementariedad.

La actividad turística puede contribuir con el diseño del modelo de Infraestructura Verde mediante una red de itinerarios y senderos que busque un reequilibrio territorial litoral-interior conectándolos y valorizando el patrimonio natural a la vez que el cultural en su estrategia de desarrollo rural-ciudad.

Bajo este enfoque se puede entender el diseño del Plan de Acción Territorial del Litoral de la Comunitat Valenciana planteando interesantes propuestas como la de la Vía Litoral como eje de unión de los espacios naturales del litoral propues-

ta muy aprovechable para todo el territorio y la creación de las Infraestructuras Verdes mediante la conexión de corredores fluviales, vías pecuarias, caminos o senderos que recuperarían itinerarios patrimoniales de gran valor histórico, culturales, ambientales, etnográficos o paisajísticos al generar nuevas posibilidades de disfrute y conocimiento de la Región para la población autóctona y la visitante.

El patrimonio cultural como estrategia de cualificación y diversificación del turismo tanto en el interior, en el litoral, como en las áreas urbanas hace considerar al bien cultural como un “producto turístico” sobre el que se deben crear Infraestructuras Verdes en base al patrimonio natural y cultural existente.

La Conselleria de Turisme enunció siete objetivos fundamentales a la hora de valorizar el patrimonio recurso objeto de intervenciones dando lugar a museos e itinerarios turísticos muy aprovechables a la hora de concebir un diseño de las Infraestructuras que nos atañen:

“Conservación y protección de los recursos naturales y culturales

Coordinación de iniciativas de interpretación del patrimonio, con proyección turística, que se desarrollan desde otras Administraciones Públicas.

Adecuada gestión de flujos de visitantes y aumento de su atractivo turístico, especialmente en los espacios naturales protegidos.

Fomento de un correcto uso por parte de público de los recursos: minimización de impactos sobre el patrimonio cultural y natural, sensibilización del visitante en espacios naturales protegidos a través de buenas prácticas ambientales, etc.

Máxima difusión del patrimonio cultural y natural de la Comunidad Valenciana.

Fomento de la participación local, en colaboración con agentes públicos y privados, para la conservación y valorización del patrimonio el territorio.

Incorporación de la interpretación del patrimonio con proyección turística en los programas formativos de los Centros de Turismo de la Conselleria de Turisme.”

Casi no es necesario aclarar que todo lo dicho debe estar gestionado desde la identificación y protección de los paisajes de interés regional y/o local, tal y como se contempla desde la entrada en vigor del Convenio Europeo del Paisaje en donde se recogen los compromisos políticos para su conservación. Este Convenio se aplica sobre todo el territorio incluyendo espacios naturales, áreas urbanas, periurbanas y rurales de paisajes notables, cotidianos o degradados. “El paisaje condicionará la implantación de espacios naturales y la conservación y apuesta en valor de espacios culturales, mediante la incorporación en sus planes y proyectos condicionantes, criterios o instrumentos de paisaje,” algo recogido en el concepto de Infraestructura Verde.

El turista actual maduro, exigente, experto e informado demanda una conservación y preservación del medio ambiente, de los recursos naturales

y culturales que piensa visitar y por tanto una temática de estas infraestructuras al alcance del visitante, sea autóctono o foráneo, puede ser de gran interés.

Desde décadas se intenta regular una oferta turística armonizándola con las actuaciones urbanísticas de ordenación territorial y conservación del medio ambiente con especial respeto a valores culturales, histórico-artísticos, paisajísticos, urbanísticos y medioambientales, con mayor o menor éxito.

Como ya se ha comentado anteriormente las zonas identificadas claramente abarcarían tres ámbitos territoriales que son el litoral, el interior y las ciudades. Cada una de estas zonas tiene unas posibilidades y características específicas que se tienden a relacionar.

Estas zonas pueden estar diseñadas para albergar una vertebración de Infraestructuras Verdes que salvaguardando el medio ambiente, los valores naturales, culturales y tradicionales de la población autóctona, tengan el objeto de captar y albergar al desino turístico, vacacional como el de atracción turística.

Los Espacios Turísticos entendidos como “las áreas delimitadas de territorio cuyas estructuras y actividades gocen de tal homogeneidad que permita la ejecución de una política turística común y uniforme para toda el área.” Homogeneidad mencionada referida a:

“Modelo territorial urbanístico

Recursos naturales, patrimoniales y culturales

Infraestructuras

Gestión medioambiental

Posibilidades de complementación recíproca entre los municipios que integren el Espacio Turístico

Comportamiento de la oferta y la demanda.”

Con todo, la ordenación de estos Espacios enfocada hacia el diseño de las Infraestructuras Verdes debe tener en cuenta los objetivos siguientes:

“El desarrollo ecológicamente sostenible de la actividad turística

La planificación y ordenación de la oferta turística en su conjunto

El incremento de la calidad de los servicios turísticos de manera que den respuesta a los niveles esperados por los diversos segmentos de la demanda

La consolidación de los espacios turísticos actuales y sus mercados

El desarrollo de nuevos espacios atractivos para nuevos segmentos de la demanda que permitan la incorporación a los mercados de los nuevos productos enmarcados bajo la denominación de turismo rural o de interior y turismo urbano.

Garantizar que las acciones que se prevean se realicen con total respeto a los recursos naturales existentes.”

Algunas de las propuestas ecológicamente sostenibles que deben contener el diseño de estas Infraestructuras Verdes con enfoque turístico respecto a



elementos que condicionan el desarrollo turístico coinciden de pleno. Estas pondrán en valor la vocación de cada Espacio Turístico en relación con las actividades y recursos que se pretendan mantener, modificar o activar dentro del modelo territorial y urbanístico sostenible desarrollado que pueden dar lugar al diseño de la Infraestructura Verde oportuna.

#### BIBLIOGRAFÍA

- Ley 8/1990, de 25 de julio, sobre Reforma del Régimen Urbanístico y Valoraciones del Suelo.
- Real Decreto Legislativo 1/1992, de 26 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley sobre el Régimen del Suelo y Ordenación Urbana.
- Ley 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunitat Valenciana. Última revisión 01.01.2015.
- ETE Estrategia Territorial Europea. Hacia un desarrollo equilibrado y sostenible del territorio de la EU. Acordada en la reunión informal de Ministros responsables de ordenación del territorio en Postdam, mayo de 1990. Publicada por la Comisión Europea.
- Convenio Europeo del Paisaje. Febrero 2008.
- Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana. Directrices Generales Bases para el debate La Gestión del Litoral en la Comunitat Valenciana. El papel de las comunidades autónomas en el camino hacia una Gestión Integrada de las Áreas Litorales (GIAL). Universidad de Cádiz. 2010.
- ¿Qué es la infraestructura verde? Ingrid Henzen y Graham Bennett. GREENFRANET. Greenspace. Boletín de la Red de Infraestructura Verde. Septiembre 2012. Número 1.
- Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones - Infraestructura verde: mejora del capital natural de Europa. Marzo 2014.
- Revista Investigaciones Turísticas. 2014. Los espacios turísticos de la Comunitat Valenciana: ¿planificación territorial del turismo o evolución espontánea? Los planes regionales y el caso de Peñíscola.
- Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana.
- Construir una infraestructura verde para Europa. Comisión Europea. Medio Ambiente 2014.
- Guía de recursos para gestores locales: Apuntes metodológicos para la elaboración de documentos de planificación turística de los espacios turísticos de la Comunitat Valenciana. Septiembre 2016.
- La Comunidad Valenciana, una oferta turística singular y diferenciada. Periódico Información. Enero 2018.

# CITIES, TOURISM AND SLOWNESS

*Giovanni Tocci*

Department of Business and Law – University of Calabria (Italy)

## 1. INTRODUCTION

In post-modern society, the concept of velocity has increasingly assumed importance because it is considered synonymous of efficiency, capacity and competence. This rapidity has set a growing gap between a slow world and an increasingly fast one with a consequent negative impact, especially on the cities as well as on the lifestyles of citizens. On the other hand, slowness has gradually established itself as a kind of manifesto which opposes the dominant system of values and reaffirms the importance of other dimensions of life in addition to labour and productivity.

In this scenario, over the last years, several models of sustainability have been developed, and among these Slow Cities play an important role (Ball 2015; Grzelak-Kostulska, Holowiecka and Kwiatkowski 2011; Heitmann, Robinson e Poverly 2011; Knox 2005; Miele 2008; Pink, 2008).

The vast majority of studies on urban sustainability (Haughton and Hunter 2004; James *et al.* 2015; Mayer and Knox 2006, 2010; Polese and Stren 2000) point out how the latest internationally adopted eco-compatible strategies praise the concept of slowness, not only combining cities of the slow network *Cittaslow*<sup>1</sup>, but also urban centres of all sizes.

However, slowness has now imposed with force as an independent concept, and it is evident how this notion also substantially represents the convergence point of all the principles of environmental science and sustainable and responsible tourism. In fact, this concept has increasingly affirmed in recent times as a result of a growing attention to the responsibility and sustainability of all aspects of urban life, including tourism.

---

1 *Cittaslow* Movement was born in Italy in 1999. The main goal of the association was, and still today is, to enlarge the philosophy of Slow Food in local communities and in towns governments, applying the concepts of eco-gastronomy to practice of everyday life ([www.cittaslow.org](http://www.cittaslow.org)).

## 2. SLOWNESS IN POST-MODERN SOCIETY

Speed, in close relation to the pace of development and growth of wealth, is the main characteristic of globalization.

The acceleration of the rhythms of life, both at work and in interpersonal relationships, has produced negative effects also, and above all, on the psychophysical well-being of individuals and on the quality of life in general.

In this context, economic growth, seen as a solution of all social problems, has become, at the opposite, «synonym of inequality, standardization and cultural homogenization, pollution and exploitation of natural resources, happiness and well-being loss» (Blanco 2011, p. 125).

«While speed is valued in our culture, it has inequitable effects that are structured into social, political and economic systems» (Carp 2012, p. 108).

In this scenario, stances that move territories tend to converge towards the necessity to change direction, that implies a radical change of the collective imagination and actions of contemporary man, according to a perspective that gives up the idea of speed and of unstoppable growth in favor of a general slowdown.

As Di Clemente *et al.* (2015) point out, the same difficulties of current economic systems, to ensure stability and continuity, have led to think of alternative policies for development and growth supported by the need to hold back the pace of life, consumption and production.

In this perspective the philosophy of slowness (Osbaldiston 2013, Carp 2012, Honoré 2004) gradually developed as an alternative path able to increase the capacity of contemporary society to curb the consumer mentality and globalization adverse effects.

Therefore, slowness is increasingly confirmed not only «as rare and precious quality, but also as a sort of manifesto that opposes the dominant value system and reaffirms the importance of other dimensions of life alongside work and productivity» (Rur 2012, p. 21).

According to Osbaldistone (2013, p. 6), «from this perspective, slowness is not simply a rebellion against speed. Rather slowness reflects a style of living that is dislocated from the norms associated with fast capitalism and is synonymous with meaningfulness».

Slow living gains an ever-increasing consensus in modern society. A series of initiatives and movements have been developed around this philosophy. Slow Movement has emerged as an alternative set of personal practices juxtaposed with the rapid pace associated with modern life (Clancy 2018). These practices are based on a substantial change in the way the consumption of goods and services and the concept of collective well-being are imagined.

At its heart, slow living is a conscious attempt to change the temporal order to one which offers more time, time to attend to everyday life (...) But slow living should not be thought of simply as a slow-motion version

of postmodern life (...) ‘Having time’ for something means investing it with significance through attention and deliberation. To live slowly in this sense, then, means engaging in ‘mindful’ rather than ‘mindless’ practices which make us consider the pleasure or at least the purpose of each task to which we give our time (Parkins and Craig 2006, p. 3)

From this point of view, slowness does not assume the meaning of “lag”, but is turned to a less frantic use of time, to rediscovery of traditions, of history and culture of places and consumption of quality local products (Tocci 2017).

Therefore, slowness plays a crucial role in changing culture and behavior, that reflects itself not only in style and place of life, but also in terms of food and tourism.

### 3. THE SLOW CITY

Promoted at the end of the nineties and modelled after the Italian *slow food* movement, which arose a decade earlier in opposition to the “McDonaldization” phenomenon (Ritzer 1997), slow cities are become a specific urban brand (Grzelak-Kostulska, Holowiecka and Kwiatkowski 2011; Knox 2005; Miele 2008; Pink 2008). Slow food initially started as a reverse trend against globalization becoming the hallmark of local development processes, being no longer the sole prerogative of the rural world. Indeed, the slow movement considers small towns as a privileged place where to experiment much more qualitative lifestyles and alternative consumption practices (Catalano e Tocci 2012).

Today, the network of slow cities (Cittaslow) includes an increasing number of cities, not only in Europe but also in other continents. Currently, there is an international network of 251 members<sup>2</sup> widespread in 30 countries around the world. The Italian network is by far the largest with 83 centers.

The Cittaslow network includes small and medium-sized cities that are committed to improving the quality of life of their residents. The philosophy of slow city is based on the following cornerstones “respect for local identity, memory and heritage of the community; respect for the environment, landscape and biodiversity; introduction of technologies for sustainability, conservation and reuse in the city as well as in the countryside; responsibility as an integral part of local development” (Rur 2012, p. 9).

These parameters do not merely represent general indications, but correspond to a set of criteria divided into six macro areas, including also other extraordinary and specific criteria related to activities and projects of the network as shown below:

---

<sup>2</sup> Data updated August 2018. The list of member cities of Cittaslow is available on the web at [www.cittaslow.org](http://www.cittaslow.org). The criteria to log in the network are selective and due to the continuous updating, some centers may be missing from the network. Policies are subject to periodical changes in order to update the benchmarks.

Tab. 1. REQUIREMENTS FOR CITTASLOW CERTIFICATION

MACRO AREAS	REQUIREMENTS
<b>ENERGY AND ENVIRONMENTAL POLICY</b>	Air quality conservation Water quality conservation Urban solid separate waste collection Energy saving in buildings and public systems Conservation of biodiversity
<b>INFRASTRUCTURE POLICIES</b>	Efficient cycle paths connected to public buildings Bicycle parking in interchange zones Planning of eco-mobility as an alternative to private cars Removal of architectural barriers “Sustainable” distribution of merchandise in urban centres
<b>QUALITY OF URBAN LIFE POLICIES</b>	Interventions of recovery and increasing the value of civic centers Recovery/creation of social green areas with productive plants and/or fruit trees Requalification and reuse of marginal areas Use of ICTs in the development of interactive services for citizens and tourists Service desk for sustainable architecture (bio-architecture, etc) Cable network city (fibre optics, wireless) Monitoring and reduction of pollutants (noise, electromagnetism, etc.) Promotion of private sustainable urban planning (passive house, building materials, etc.) Creation of spaces for the commercialization of local products
<b>AGRICULTURAL, TOURISTIC AND ARTISAN POLICIES</b>	Development of agro-ecology Protection of handmade and labelled artisan production (certified, museums of culture, etc ) Increasing the value of working techniques and traditional crafts Increasing the value of rural areas Use of local products in communal public restaurants (school canteens etc) Conservation and increasing the value of local cultural events Prohibiting the use of GMO in agriculture
<b>POLICIES FOR HOSPITALITY, AWARENESS AND TRAINING</b>	Good welcome (training of people in charge, suitable infrastructure) Increasing awareness of operators and traders (transparency of practised prices, clear visibility of tariffs) Availability of “slow” itineraries (printed, web etc) Adoption of active techniques suitable for launching bottom-up processes in the more important administrative decisions
<b>SOCIAL COHESION</b>	Integration of disable people Children care Multicultural integration Political participation The existence of youth activity areas and youth center

Source: adapted from Cittaslow International Charter (2014, p. 27-29).

In order to become a member of the network, cities must meet several criteria concerning environmental and infrastructural policies, urban planning, promotion and enhancement of local products, conviviality and hospitality. “Environmental measures such as air-quality control, waste management, light pollution control, and alternative energy sources are aimed at protecting the town’s environmental assets. Some of the criteria are also concerned with economic growth through the production and consumption of local products” (Mayer and Knox 2006, p.327-328).

The recovery of the sense of slowness throughout the work on the community and on local tradition, is certainly one of the most common issues in the literature of slow cities.

Thus, the brand “slow” has gone beyond the mere meaning of “good food and good life” and it has become a recurrent mode to describe sustainable cities (Tocci 2018).

It is through the importance given to a place and to the urban fabric, that Cittaslow can operate in several areas promoting “slowness”, including food, culture, urban planning, environment, energy, means of transport, and tourism (Rur, 2012).

#### 4. SLOW TOURISM

The same principles and philosophy of the slow movements can be easily applied to tourism.

Even if slow has now imposed itself as an autonomous concept, it is clear that slowness represents, in practice, also the meeting point of all the principles of environmental sciences and sustainable and responsible tourism.

In fact, the concept of slowness has gradually become established in recent times as a result of growing attention to the responsibility and sustainability of tourism activities.

On the other hand, reasons that drive towards slow living practices are different, even and especially in tourism. Issues that range from organic food to quality local products, from energy saving to separate waste collection and the search of more direct and engaging experiences which have affected and still increasingly affect tourism.

In recent decades, tourist demand seems to have reversed direction in favor of a more self-oriented tourism, as expression of the rapprochement to one’s roots and heritage, and the search for more direct experiences according to a vision of time free from anxiety and from stress of contemporary living.

As Zago (2011) notes, the eighties of the last century have marked the decline of mass tourism, and the birth of the post-tourist as a new figure no longer identified with a collective dimension, but increasingly looking for one’s own identity by means of exclusive experiences and authentic holidays.

Slow Tourism is a philosophy of travel that encourages increasingly sustainable touristic practices. It is a form of tourism that respects local cultures, history and environment and values social responsibility.

Since Slow tourism consists in a way of spending holiday, it turns out to be a transversal model to all types of post-tourism that can be declined in a slow key, such as ecotourism, food and wine tourism, rural, cultural, social and sporting tourism.

Slow tourism pays attention to sustainability of the places and the quality of life of residents, therefore it allows to avoid the conflict that manifests itself in destinations with a high tourist concentration, instead.

In this perspective, it becomes a distinguishing feature able to enhance attractiveness of those so-called slow territories (Zago 2011).

Practically, “being slow” becomes a mark of guarantee and reliability having implications both for the quality of life of the inhabitants as for the outward image of the territory (visitors), and so establishing itself as a real brand of tourist reliability.

## 5. SLOW CITIES AND TOURISM

The aspects, which link tourism and slow city, represent a feature that deserves greater attention in the analysis of the slow movements and the urban sustainability.

Although Slow Cities are not directly aimed at tourism – despite reference being made to hospitality in the charters – they can influence local tourism in different ways (Heitman, Robinson and Poverly 2011).

Tourism, rather than being considered as an industry on the edge of carrying capacities<sup>3</sup> (McCool and Lime 2001; O’Reilly 1986), is more properly meant as a model of hospitality with facility policies at a “slow-pace”. The principle of hospitality is reflected in the promotion of slow and high quality activities based on the enhancement of local resources and on the rejection of mass tourism. In this perspective, the assumption is that tourism draws benefits from the “slow” strategies of slow cities (Thimothy and Boyd 2003): the experience of a voyage becomes more concrete in a urban environment where there is a stronger security and social cohesion, as well as a sufficient presence of relationships and more environmentally friendly social contexts.

From this point of view, slow cities can have an influence on destination development, furthermore the brand “Slow” can bring a quality reputation

3 “Increased interest in the sustainability of tourism development initiatives has triggered expanding concerns about the capability of both tourism destinations and protected areas to accommodate recreational use” (McCool and Lime 2001, p. 372).



with it (Nilsson *et al.* 2007). Consequently, the events that slow cities promote play an important role for the development of tourism.

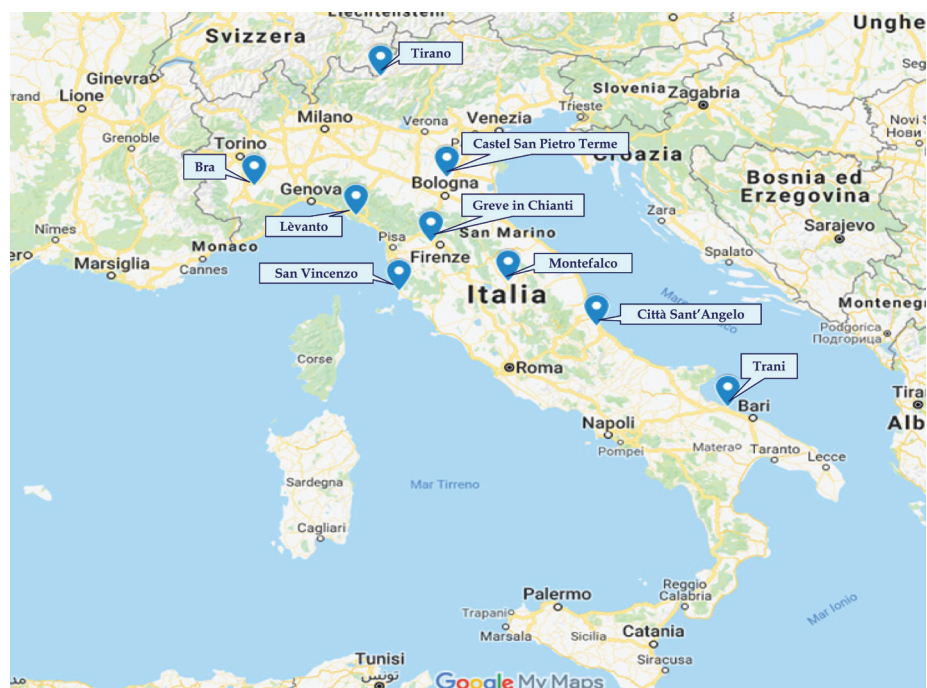
### 5.1. The case of some Italian slow cities

In this perspective, the paper describes the tourism phenomenon in the Italian cities of Cittaslow network, underlining the development and the trend of tourism in some of these cities.

The network of Italian slow cities includes municipalities certified according to strict selective criteria and scattered over all the national territory.

Some of these are already very sought-after quality tourist destinations such as Orvieto, Amalfi, Positano, Capalbio, Todi. Others cities of the network, that are less known localities instead (cf. Fig. 1), have established themselves in recent years as important tourist destinations thanks to slow philosophy and the development of a slow and quality tourism. The cities shown in figure below represent the most significant cases, among Italian slow cities, in which tourism has recorded the most important growth in recent years.

Fig. 1. MAP OF SOME ITALIAN SLOW CITIES OF THE NETWORK CITTASLOW



Source: Our processing

Tab. 2 – SOME ITALIAN CITIES OF THE NETWORK CITTASLOW

Slow City	Type of tourist interest localities <sup>71</sup>	Population <sup>72</sup>	Brands and Events	Notes
<b>Bra</b>	Mountain localities	29.645	Children's Book Fair - exhibition dedicated to literature for childhood and adolescence Short in Bra - film short festival Folkestate - international folk music festival Cheese: the forms of milk - international review dedicated to quality cheese and milk	Bra today hosts the University of Gastronomic Sciences and the international headquarters of the Slow Food movement.
<b>Tirano</b>	Mountain localities	9.050	Tirano is among the "100 destinations of Italy" <sup>73</sup>	Italian terminal of the "Rhaetian Railway" to St. Moritz and Davos, UNESCO World Heritage Site
<b>Città Sant'Angelo</b>	Other municipalities	15.034	Oil City Wine City	Members of the "Most beautiful villages in Italy", members of the National Oil City Association and of the National Wine City Association
<b>Greve in Chianti</b>	Town of historical and artistic interest	13.814	Expo of Chianti Classico Expo of the Classic Red Wine Chianti	Since 2012 establishment of the Bio-District
<b>Montefalco</b>	Hill localities	5.577	Production of the red wine "Sagrantino DOCG" "Oil City" Artisan tradition: development of the potters art	Thanks to its excellent geographical position, Montefalco has been named the "Umbria Railing"
<b>Levanto</b>	Seaside localities	5.403	Amphitheater: choral and organic exhibition "La Mangialunga" and the "De Gustibus Tour": food and wine walks Blue Flag <sup>74</sup> 2018	It is part of the National Park and Protected Marine Area "Cinque Terre"

<b>San Vincenzo</b>	Seaside localities	6.827	Blue Flag since 2006 “Pelamyd and San Vincenzo”: a traditional enogastronomic review dedicated to the blue fish	Is the most equipped tourist locality of the “Costa degli Etruschi”
<b>Trani</b>	Seaside localities	56.031	“Pearl of Puglia”	Trani is famous for the Romanesque Cathedral that overlooks the sea, and it is included in the list of “Italian wonders”
<b>Castel San Pietro Terme</b>	Thermal areas	20.862	Slow Carnival – Children’s Carnival Thermae & Chocolate Honey Fair	Seat of the National Honey Observatory

Source: Data processed by us

- 4 Classification of tourist localities adopted by Istat.
- 5 Resident Population as at 1st Jan 2018 (ISTAT 2018).
- 6 On 2017 Municipality of Tirano has been recognized as one of the “100 destinations of Italy” along with other 99 Italian locations to have promoted important sporting and artistic activities on its territory.  
The “100 destinations of Italy” is a RDE publishing’s publication that collects 100 locations considered the excellences of the Italian territory in a volume. The assessment is based on a set of indicators: the beauty of the landscapes, the rich historical, artistic and cultural heritage combined with the many and ancient traditions, the quality of food, but also practices aimed at hospitality and at policies to incentive sports and artistic activities (<http://www.rdeditore.it/> - Accessed: 14th July 2018).
- 7 The iconic Blue Flag is one of the world’s most recognised voluntary eco-labels awarded to beaches, marinas, and sustainable boating tourism operators. It is an International Eco-label for the certification of the environmental quality of the localities and it is assigned to marine and lake tourist sites that respect criteria related to the sustainable management of the territory and environmental education. In order to qualify for the Blue Flag, a series of stringent environmental, educational, safety, and accessibility criteria must be met and maintained (Available from: <http://www.blueflag.global/> - Accessed: 17th July 2018).

The most interesting aspect, relating to most of the slow cities, is the possibility of enhancing local resources through slow philosophy, increasing the notoriety of centers often destined for marginality. As shown in Tab. 2, in addition to several seaside localities, there are mountain and hill localities, towns of historical and artistic interest and thermal areas.

Thanks to the policies for the enhancement of territory and its own local resources (history, culture, landscape, traditions, handicraft, local products), these places have become important destinations for quality tourism.

These are mountain localities such as Tirano (Sondrio), a town of 9,000 inhabitants, located on the border with Switzerland; it is the Italian terminal of the “Rhaetian Railway” to St. Moritz and Davos and UNESCO World Heritage Site, and Bra (Cuneo), a town of about 30,000 inhabitants located in the Langhe, seat of the University of Gastronomic Sciences and international headquarters of the Slow Food movement.

There are also seaside localities such as Levanto (La Spezia), whose territory is part of the Protected Marine Area “Cinque Terre” and San Vincenzo (Livorno) which is considered the most equipped tourist locality of the “Costa degli Etruschi”.

We also find hill localities such as Montefalco (Perugia) named the “Umbria Railing” thanks to its excellent geographical position, and thermal towns like Castel San Pietro Terme, the “honey city” and seat of the National Honey Observatory<sup>8</sup>.

In terms of tourism supply, slow cities have a varied tourist offer that ranges from landscape, to culture and to food tied above all to the agricultural produce and traditions of the territory. In addition to environment keeping, which characterizes all slow cities, tourism enjoys a community life and initiatives aimed to encourage any forms of culture.

In 91% of cases such cities include a historical center of great historical-artistic value, in 79% a museum or an archaeological site; in 65% at least a bookshop, in 56% at least an art gallery and in 85% of cases a theater or a concert hall (Cittaslow International 2015).

Produce of the territory, are of paramount importance, they are very often the emblem of slow cities that are repository of ancient traditions and products like wine, oil, cheese, meat, vegetables and fish<sup>9</sup>.

The tourist attraction of the Italian slow cities has had an important growth over the last years (cf. Tab. 3). According to the most recent ISTAT data (2018) all Italian slow cities have recorded an increasing trend in tourists arrivals and in nights spent in tourist accommodation establishments.

8 The National Honey Observatory deals with honey’s monthly price surveys and production trends throughout the country. It is a reference point for beekeepers, trade associations and the competent Ministry.

9 Information is obtained from the official Cittaslow website. Available from: [www.cittaslow.org](http://www.cittaslow.org) [Accessed: 27th July 2018].

Tab. 3. OCCUPANCY IN COLLECTIVE ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS IN SLOW CITIES - YEARS 2014 - 2015 - 2016

Cities	Years						% Var. 2014-2016	
	2014		2015		2016		Arrivals	Nights Spent
	Arrivals	Nights Spent	Arrivals	Nights Spent	Arrivals	Nights Spent		
Bra	28.014	66.213	31.044	68.507	32.580	71.672	16,30%	8,24%
Tirano	6.665	15.279	14.703	26.504	19.572	31.452	193,65%	105,85%
Città Sant'Angelo	30.962	57.620	35.740	60.367	45.594	69.964	47,26%	21,42%
Greve in Chianti	36.845	152.792	40.356	165.646	42.633	170.531	15,71%	11,61%
Montefalco	14.283	35.256	15.213	36.466	16.799	38.872	17,62%	10,26%
Levanto	87.756	288.685	94.293	313.696	105.178	340.152	19,85%	17,83%
San Vincenzo	136.357	1.014.068	136.235	1.016.844	154.432	1.141.450	13,26%	12,56%
Trani	33.433	59.589	37.789	68.286	39.979	75.660	19,58%	26,97%
Castel San Pietro Terme	31.762	60.204	41.186	77.522	44.921	89.035	41,43%	47,89%
Others Slow Cities	1.029.008	3.252.350	1.071.046	3.360.680	1.058.444	3.354.439	2,86%	3,14%
<b>Total Slow Cities</b>	<b>1.435.085</b>	<b>5.002.056</b>	<b>1.517.605</b>	<b>5.194.518</b>	<b>1.560.132</b>	<b>5.383.227</b>	<b>8,71%</b>	<b>7,62%</b>
<b>Total Italy</b>	<b>106.552.352</b>	<b>377.770.806</b>	<b>113.392.137</b>	<b>392.874.070</b>	<b>116.944.243</b>	<b>402.962.113</b>	<b>9,75%</b>	<b>6,67%</b>

Source: Our processing on Istat data (2018)

Tab. 4. CAPACITY OF COLLECTIVE TOURIST ACCOMMODATION BY TYPE OF ACCOMMODATION IN ITALIAN SLOW CITIES - YEAR 2016

	Other collective accommodation establishments						Total other collective accommodation establishments		Hotels		Tourist accommodation establishments - TOTAL			
	Holiday dwellings		Farmhouses		B&B		Other accommodation		Nr	Beds	Nr	Beds		
	Nr	Beds	Nr	Beds	Nr	Beds	Nr	Beds						
<b>Total slow cities</b>	764	12.088	948	13.940	662	3.395	165	19.652	2.539	49.075	490	27.056	3.029	76.131
<b>Average</b>	9	149	12	172	8	42	2	243	31	606	6	334	37	940
<b>% Values</b>	25,2%	15,8%	31,3%	18,3%	21,8%	4,5%	5,4%	25,81%	83,8%	64,4%	16,1%	35,5%	100%	100%

Source: Our processing on Istat data (2018)

The number of tourists has increased in all the Italian slow cities. The ISTAT data (2018) show a growing trend in arrivals and nights spent over the period considered<sup>10</sup>. Year 2016 recorded 1,560,132 arrivals and 5,383,227 nights spent with an increase of 8.71% and 7.62% compared to 2014. Data reflect the growing trend throughout the country, in particular the number of nights spent has increased more than the national reference value.

Looking at the 10 selected cities, among these the case of Tirano stands out, where the nights spent grew by over 100%, but also Castel San Pietro Terme with an increase of 48% and Trani which registered a rise of 27%.

As concern arrivals, data show increases of over 10% in all the cases examined.

In terms of accommodation capacity, Italian slow cities have a significant number of tourist accommodation<sup>11</sup>, both facilities and beds, (cf. Tab. 4).

Italian slow cities have an average of 37 tourist accommodation and 940 beds, of which 35,5% in hotels and 64,4% in complementary collective accommodation establishments such as Holiday dwellings (15,8%), Farmhouses (18,31%), B&B (4,5%) and Other type of accommodation, including Tourist camp-sites (25,81%).

## 6. CONCLUSION

The frenetic rhythms of contemporary life have led to a reflection on the role of the slowness in modern society (Osbaldiston 2013; Clancy 2014, 2018).

The crisis of the current economic systems has led to the consideration of policies for both social and economic development, focused on the slow philosophy and need to reduce the pace of life and consumption (Di Clemente *et al.* 2015)

Tourism, today, plays an increasingly important role in the political agenda of urban governments because it is considered as an important development factor of the territory.

The trend of recent years highlights a strengthening of the relation between territory development and tourism. The significant increase in nights spent in camp-sites, Bed & Breakfast and farm houses, compared to traditional tourist

10 Data are obtained from the publication *Tourist movement in Italy 2016* (Istat 2017), with which Istat disseminates, for the first time, data relating to the survey *Movement of customers in accommodation facilities at the municipal level* (available on the datawarehouse I.stat – <http://dati.istat.it>).

11 According to Istat, tourist accommodation establishments are divided in Hotels and Other collective accommodation establishments. In detail, in addition to hotels strictly speaking, hotels include also hotel-tourism residences. While, Other collective accommodation establishments include Tourist camp-sites, Holiday dwellings, Farmhouses, Youth hostels, Tourist dormitories, Mountain huts. Private accommodations for rent are divided in Bed & Breakfast and other accommodations ([www.istat.it](http://www.istat.it)).



accommodation establishments (ISTAT 2017), is the result of travellers' desire for greater autonomy, where the territory to visit becomes more important than the territory to live.

Similarly, the growth in the tourist attraction of territories located outside the most known and frequented areas (Cittaslow International 2015) confirms the increase of tourists who, for the holidays, look for real and engaging experiences attuned to the slow tourism practices. In effect, slow tourism is based precisely on an idea of territory as a widespread cultural asset and requiring the overcoming of the logic of individualisation in favour of a logic of sustainability.

«In the tourism sector slowing pace takes on a special meaning as it is not only a way to defend and preserve finite resources, but above all, it offers a new opportunities for the diversification and legitimization of tourism in certain fragile environments, such as rural or mountain areas» (Di Clemente *et al.* 2015, p. 32-33).

The growing trend of arrivals in slow cities confirms how tourists are more and more looking for nature, culture and good food because of tourism, today, is no longer understood only as a fruition of natural or artistic-cultural resources, but it assumes the connotation of authentic experience and rediscovery of local values and traditions.

«The adoption of lower rates of consumption and of a simpler life represents a potential tool for destination management, and the chance to conceive, create and promote a tourism system in line with the expectations of the modern tourist» (*Ibidem*, p. 33).

Excluding those cities that represent some of the most important touristic destinations in Italy (such as Orvieto, Amalfi, Positano), in most cases slow cities are small centers located outside the most known and frequented areas. This means that grow tourists who are looking for exclusive and involving experiences for the holidays, and more and more oriented to the knowledge of authentic aspects, related to the history, tradition and local culture of places.

Tourist success of slow cities derives from the ability to integrate all the resources of environment, energy, food, but also social solidarity. In these localities tourists find authentic values, identity of places and geo-diversity and the flows growth is the result of continuous care of the territory.

The growth of tourist attraction, the significant availability of tourist accommodations and the rich offer in places to visit, naturalistic landscapes, artistic and cultural beauties, as well as recreational activities, show a growing attention towards tourism by the public administrators of slow cities.

Beyond these considerations, the relationship between slow city and tourism remains a relevant feature that deserves to be further examined in order to investigate the themes of development and sustainable tourism.

## 7. REFERENCES

- BALL, S. (2015). Slow Cities. In: Davies W.K.D., editor, *Theme Cities: Solutions for Urban Problems*. Dordrecht: Springer.
- BLANCO, A. (2011). Una aproximación al turismo Slow. El turismo Slow en las Cittaslow de España. *Investigaciones Turísticas*, 1: 122-133.
- CLANCY, M. (2014). Slow tourism: ethics, aesthetics and consumptive values. In: Weeden C. and Boluk K., editors, *Managing ethical consumption in tourism*. London: Routledge.
- CLANCY, M. (2018). The rise of slow in a fast world. In: Clancy M. (ed.), *Slow tourism, food and cities. Pace and the search for the "Good life"*, Abingdon: Routledge,
- CARP, J. (2012). The study of slow. In: Goldstein B.E., editor. *Collaborative resilience: moving through crisis to opportunity*. Cambridge (MA): MIT Press.
- CATALANO, G. e TOCCI, G. (2012). Le Comunità Urbane Ecocompatibili. Città lente e intelligenti. In: CALZATI, V. e DE SALVO, P., a cura di. *Le strategie per una valorizzazione sostenibile del territorio. Il valore della lentezza, della qualità e dell'identità per il turismo del futuro*. Milano: FrancoAngeli.
- CITTASLOW INTERNATIONAL (2015). *In crescita il Turismo Slow: alla ricerca di natura, cultura e buon cibo milioni d'italiani rifiutano il "mordi e fuggi"*. Available from: <http://www.cittaslow.org/article/in-crescita-il-turismo-slow-alla-ricerca-di-natura-cultura-e-buon-cibo-milioni-d-italiani-rifiutano-il-mordi-e-fuggi> [Accessed: 17th June 2018].
- DI CLEMENTE, E., HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M., DE SALVO, P. and CAMPÓN-CERRO A. M. (2015). Slow tourism: an alternative model for local and tourist development. In: MONDÉJAR-JIMÉNEZ, J., FERRARI, G., DEL VAL SEGARRA-OÑA, M. and PEIRÓ-SIGNES, A., editors. *Sustainable Performance and Tourism: A Collection of Tools and Best Practices*. Oxford: Chartridge Books Oxford.
- GRZELAK-KOSTULSKA, E., HOLOWIECKA, B. and KWIATKOWSKI, G. (2011). *Cittaslow International Network: an example of a globalization idea? The Scale of Globalization. Think Globally, Act Locally, Change Individually in the 21st Century*. Ostrava: University of Ostrava.
- HAUGHTON, G. and HUNTER, C. (2004). *Sustainable cities*. London: Routledge.
- HEITMANN, S., ROBINSON, P. and POVERY, G. (2011). Slow Food, Slow Cities and Slow Tourism. In: ROBINSON P., HEITMANN S. and DIEKE P., editors. *Research Themes for Tourism*. Wallingford: CABI Publishing.
- HONORÉ, C. (2004). *In praise of slowness: challenging the cult of speed*. New York: HarperOne.

- ISTAT (2017). *Capacità degli esercizi ricettivi - dati comunali*. Available from: <http://dati.istat.it/> [Accessed: 25th July 2018].
- ISTAT (2018). *Popolazione residente - dati comunali*. Available from: <http://dati.istat.it/> [Accessed: 30th July 2018].
- JAMES, P. *et al.* (2015). *Urban Sustainability in Theory and Practice: Circles of Sustainability*. London: Routledge.
- KNOX, P.L. (2005). Creating ordinary places: slow cities in a fast world. *Journal of Urban Design*, 10: 1-11.
- MAYER, H. and KNOX, P.L. (2006). Slow cities: sustainable places in a fast world. *Journal of Urban Affairs*, 28: 321-334.
- MAYER, H. and KNOX, P.L. (2010). Small town sustainability: prospects in the second modernity. *European Planning Studies*, 18: 1545-1565.
- MCCOOL, S. F. and LIME, D. W. (2001). Tourism Carrying Capacity: Tempting Fantasy or Useful Reality?. *Journal of Sustainable Tourism*. 9 (5). pp 372-388.
- MIELE, M. (2008). Cittàslow: Producing slowness against the fast life. *Space and Polity*, 12: 135-156.
- O'REILLY, A. M. (1986). Tourism carrying capacity: Concept and issues. *Tourism Management*. 7 (4). pp.254-258.
- OSBALDISTON, N. (2013). *Culture of the Slow. Social Deceleration in an Accelerated World*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- PARKINS, W. and CRAIG G. (2006). *Slow living*. Oxford: Berg Publishers.
- PINK, S. (2008). Sense and sustainability: The case of the slow city movement. *Local Environment*, 13: 95-106.
- POLESE, M. and STREN, R. (2000). *The Social Sustainability of Cities: Diversity and the Management of Change*. Toronto: University of Toronto Press.
- RITZER, G. (1997). *Il mondo alla McDonald's*. Bologna: il Mulino.
- RUR (2012). *Cittàslow: dall'Italia al mondo*. Milano: FrancoAngeli.
- THIMOTHY, D.J. e BOYD S.W. (2003). *Heritage e Turismo*. Milano: Hoepli.
- TOCCI, G. (2017). Valorizzazione del territorio e delle identità locali. *Sociologia urbana e rurale*, 114: 113-129.
- TOCCI, G. (2018). Slow and intelligent cities. When slow is also smart. In: Clancy M. (ed.), *Slow tourism, food and cities. Pace and the search for the "Good life"*, Abingdon: Routledge, pp. 110-128.
- ZAGO, M. (2011). Lo slow tourism per il rilancio del turismo transfrontaliero. In: Gasparini A. e Zago M., a cura di. *Relazioni transfrontaliere e turismo. Sinergie e strategie di cooperazione e sviluppo turistico nell'Alto Adriatico*. *IUIES Journal*, 5: 91-107.

# **CAMBIOS TERRITORIALES Y PROCESOS DE DIFUSIÓN DEL RESIDENCIALISMO EXTRANJERO EN LA MARINA BAIXA (PAIS VALENCIÀ)**

*Àngels Doménech García*  
(adg3@alu.ua.es)

*José Fernando Vera Rebollo*  
(jf.vera@ua.es)  
Universitat d'Alacant

Palabras clave: residencialismo, demografía, cambios territoriales, desarrollo urbano, escala comarcal.

## INTRODUCCIÓN

El objetivo de la presente comunicación es poner de manifiesto los procesos de cambio territorial asociados a la difusión del asentamiento de población extranjera en la Marina Baixa, una comarca paradigmática por el alcance y magnitud de las migraciones por motivos residenciales, a la vez que se analizan las pautas de su difusión y distribución en el territorio, tomando como referencia inicial los años 60 del siglo XX, para llegar hasta la actualidad.

Un rasgo singular del sistema turístico del litoral de la Comunitat Valenciana, en su conjunto, y en particular de la costa de la provincia de Alicante, la denominada Costa Blanca a efectos de su promoción e imagen turística, es la prevalencia del alojamiento en viviendas de uso vacacional y segunda residencia (Huete, 2016), utilizadas por sus propietarios o insertas ahora en nuevos modelos de comercialización turística (plataformas digitales para el alquiler). Si bien lo verdaderamente relevante es la desproporción entre el alojamiento en establecimientos hoteleros y el que se vincula a dinámicas inmobiliarias. Un hecho que la Marina Baixa reproduce a escala local, con la única excepción de Benidorm, ciudad paradigma de la concentración de plazas hoteleras en el litoral mediterráneo (Mazón, 2010).

Desde los primeros momentos del despegue del turismo masivo en este espacio, a finales de los años cincuenta del siglo XX, una de las claves del nuevo modelo de especialización territorial y funcional que se configuraba fue la promoción y construcción de viviendas para uso vacacional y segunda residencia, ante la demanda procedente del propio mercado nacional y, en buena medida, de países europeos. De esos mercados, una parte sustancial lo integraba población de la tercera edad capaz de generar un flujo de movilidad por motivos residenciales y la consiguiente fijación definitiva o casi definitiva en los municipios receptores. De este modo, la combinación entre la llegada de población extranjera por motivos residenciales y la atracción que el propio mercado de trabajo ejercía para la población de otras regiones españolas más atrasadas, ante el impulso de la construcción y los servicios turísticos, hacen que lugares caracterizados hasta ese momento por el estancamiento demográfico e incluso la regresión poblacional, experimenten dinámicas demográficas con incrementos espectaculares. Es significativo que, para el periodo 1960-1991, las tasas de crecimiento demográfico superen un 850%, en L'Alfàs del Pi, o el 500% en Benidorm.

La Marina Baixa<sup>1</sup> refleja estos procesos y se presenta como un ejemplo representativo de los cambios demográficos y territoriales vinculados al denominado residencialismo. Tal y como señalan Doménech y Llorca (2014: p. 64) “la actividad económica principal en la Marina Baixa hasta los años 60 del siglo XX fue la agricultura y la pesca, con un pequeño desarrollo industrial en el municipio de La Vila Joiosa basado en las redes y el chocolate, y fue, en este momento, con el desarrollo turístico de la comarca, cuando se produjo la transformación territorial y el cambio de modelo social y cultural de este espacio”.

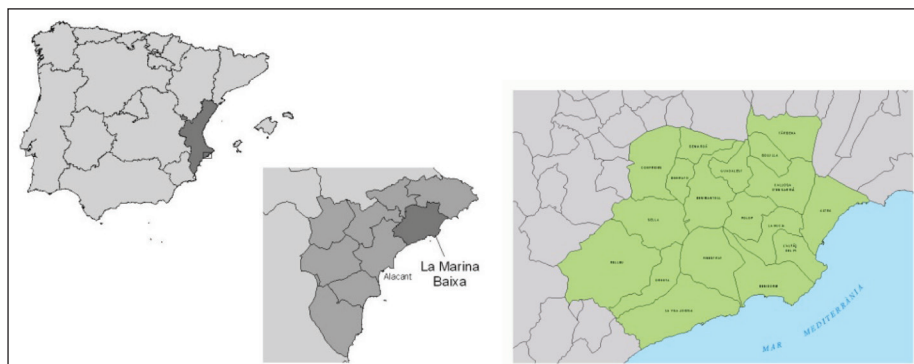
Es significativo de estos cambios el modo en que la capital histórica, que había sido La Vila Joiosa, se vea desplazada en la década de los años 90 del siglo XX, cuando la ciudad de Benidorm se posiciona como centro administrativo y de servicios, consecuencia de su crecimiento económico, al localizarse en ésta la mayor parte de los servicios especializados y de mayor rango.

El crecimiento de la población comarcal ha sido durante este periodo espectacular en municipios como Benidorm, La Nucia o Altea, motivado por la llegada tanto de población extranjera, en su mayor parte por motivos no laborales, como del propio país, ya que el mercado de trabajo asociado a la

---

1 Es una comarca formada por 18 municipios, con una población de 182.196 habitantes, a fecha 1 de enero de 2017 (INE), y una superficie de 578,7 km<sup>2</sup> (2,5% regional), lo que supone una densidad de 314,8 habitantes/km<sup>2</sup>, por encima la media de la Comunitat Valenciana (213 habitantes/km<sup>2</sup>), si bien es notable la concentración litoral y prelitoral de los efectivos demográficos. La población femenina, con 91.319 mujeres, supone el 50,12% del total, mientras que los hombres son el 49,88%.

## LOCALIZACIÓN DE LA COMARCA DE LA MARINA BAIXA



construcción de la planta de alojamiento y la creación de un importante aparato de servicios relacionados con el propio sector turístico han sido un potente factor de atracción de población.

## DINÁMICA DEMOGRÁFICA DE LA COMARCA DE LA MARINA BAIXA

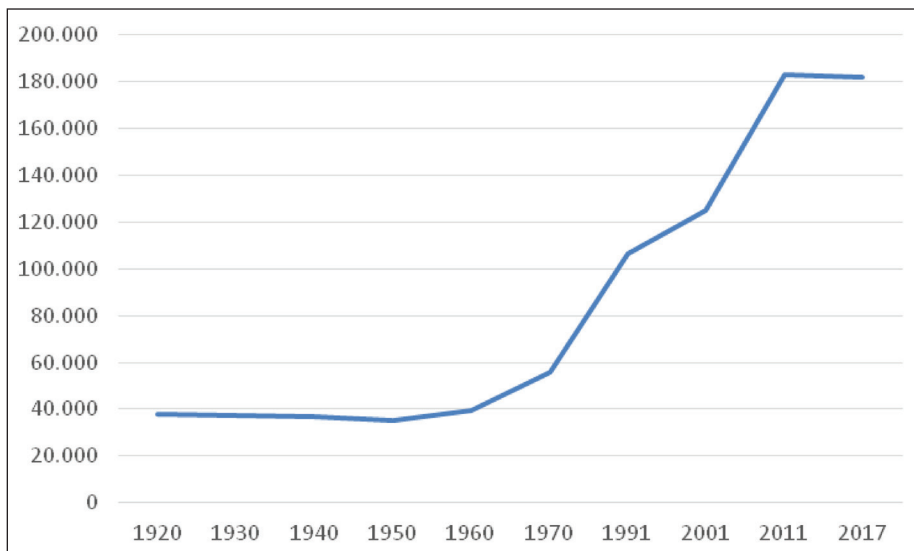
La Marina Baixa, como el resto de comarcas del territorio valenciano, ha registrado variaciones demográficas asociadas a los diferentes contextos socioeconómicos e históricos. Pero, sobre todo, es en el espacio litoral donde, desde finales de los años 50 del siglo XX, se aprecia el crecimiento poblacional más importante, relacionado con la eclosión de la actividad turística e inmobiliaria.

De este modo, la Marina Baixa, como se observa en la Figura 1, mantiene una población estable desde principios del siglo XX hasta 1950<sup>2</sup>, momento en el que contaba con 35.319 habitantes; pero, a partir de la década de los 60 del siglo XX, la población va incrementándose de manera ininterrumpida hasta la actualidad, con un proceso de aceleración en dos periodos, de 1970 hasta el año 1991, cuando contaba con 55.991 habitantes y pasa a tener 106.632 habitantes, lo que supone una tasa de crecimiento del 90,44%. Y entre 2001 y 2017, siendo 182.196 la población con la que cuenta en 2017 y, por tanto, una tasa de crecimiento del 70,86%. Datos que evidencian que en un período de 40 años la población comarcal se incrementa en un 227%.

2 De 1920 a 1970 se ha considerado la población de hecho señalada en los diferentes Censos de Población.

3 2017 se toman los datos del Padrón Municipal a fecha 1 de enero de 2017 para poder comparar un periodo similar al anterior.

Figura 1. EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN COMARCAL DESDE 1920 HASTA 2017



Fuente: Instituto Nacional de Estadística<sup>4</sup>. Elaboración propia.

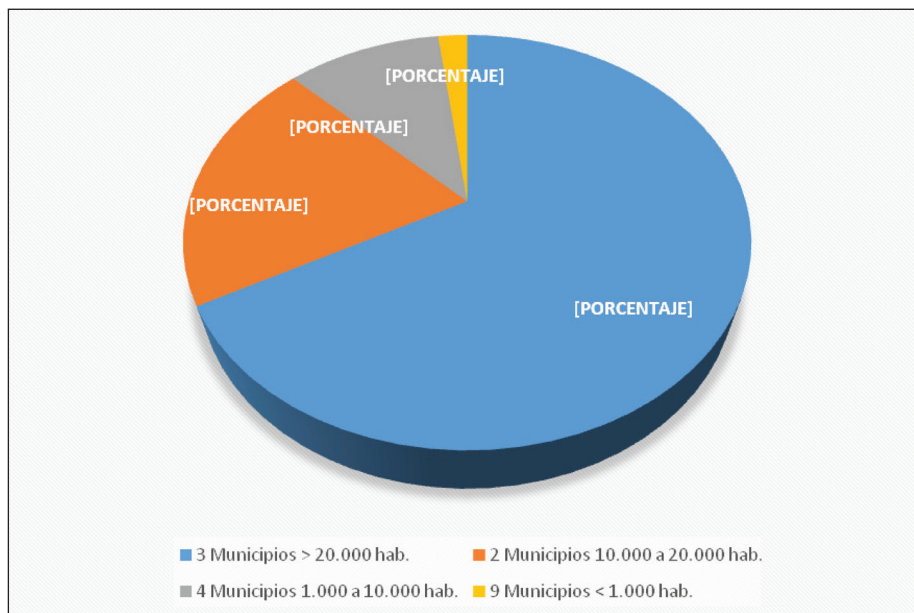
Esta evolución viene marcada por el desarrollo de la actividad turística en la comarca, a partir de una fase preturística caracterizada por la función veraniega de la burguesía del interior de la provincia de Alicante que se proyectaba en municipios como Benidorm, La Vila Joiosa o Altea, consecuencia del desarrollo industrial de los valles de Alcoi. El despegue se produce a partir de los años 60, en un contexto de desarrollo turístico de la provincia de Alicante, en general, y de la comarca de la Marina Baixa, en particular, hecho que constata la relación ya indicada del crecimiento poblacional y de la actividad turística (Navalón, 1999), si bien no se produce de igual modo en todos sus municipios.

En la actualidad, el papel de cabecera comarcal, si se atiende al número de habitantes y flujos económicos, corresponde a Benidorm, con 68.045 habitantes según el Censo de Población del 2011, mientras que a su alrededor se articulan y jerarquizan una red de pequeñas poblaciones como La Vila Joiosa y Altea, con más de 20.000 habitantes; L'Alfàs del Pi y la Nucia, más de 10.000; Callosa d'en Sarrià, Finestrat, Polop de la Marina y Relleu, con más de 1.000; y el resto de municipios, 9 en total, con menos de 1.000 habitantes.

<sup>4</sup> Se utiliza el Censo del 2011 por ser el año censal más próximo al periodo de estudio.



Figura 2. REPRESENTACIÓN DE LOS MUNICIPIOS POR VOLUMEN DE POBLACIÓN EN 2017



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Elaboración propia.

Si se analiza la dinámica de los diferentes municipios desde 1960 hasta 2017, se observa el crecimiento positivo en todos los que en la actualidad son mayores de 1.000 habitantes, con la excepción de Callosa d'en Sarrià que entre 1991 y 2017 presenta una tasa de crecimiento negativa del -3,58%. Destaca, además, para este periodo un proceso de ralentización que se produce en los municipios mayores de 20.000 habitantes donde el caso más significativo se registra en Benidorm que tras haber crecido un 578,10% entre 1960 y 1991, pasa a crecer un 57,46% en el periodo 1991-2017; o Altea, que de 1960 a 1991 tiene una tasa de crecimiento del 118,61% mientras que entre 1991 y 2017 se queda en el 77,54%.

Como se observa en la Tabla 1, Benidorm es el primer municipio por número de habitantes y el que más población ha ganado en términos absolutos desde 1960 a 2017 con 60.572 nuevos habitantes, al que sigue La Vila Joiosa con 22.601, l'Alfàs del Pi con 17.439 nuevos habitantes y La Nucia, que suma 17.152 nuevos habitantes. En cambio, si se observan los datos en términos relativos y por periodos se ve como Benidorm, siendo el municipio que más creció de 1960 a 1991, en el periodo 1991-2017 baja su crecimiento (57,46%) por debajo de la media comarcal. Así, el conjunto de la comarca ha crecido,

para el mismo periodo, un 70,86%. Altea, por su parte, también ralentiza su crecimiento pasando de un 118,61% a un 77,54% y La Vila Joiosa también ralentiza su crecimiento, pasando del 99,73% de 1960-1991 al 52,88% en el periodo 1991-2017.

De esta manera, y con respecto a estos tres municipios mayores de 20.000 habitantes, Altea, Benidorm y La Vila Joiosa, destaca que su tasa de crecimiento en los últimos 20 años está por debajo del 100%, pero, en cambio, los municipios como La Nucia y l'Alfàs del Pi, situados en umbrales entre 10.000 y 20.000 habitantes, también ven ralentizado su crecimiento, pero continúan teniendo una tasa de crecimiento por encima del 100%.

Tabla 1. POBLACIÓN DE LA COMARCA DE LA MARINA BAIXA

Municipios	Población 2017		Tasa Crecimiento 1960-1991	Tasa Crecimiento 1991-2017
	Nº	%	%	%
L'Alfàs del Pi	18.394	10,10	850,26%	102,69%
Altea	21.813	11,97	118,61%	77,54%
Beniardà	183	0,10	-41,81%	-20,78%
Benidorm	66.831	36,68	578,10%	57,46%
Benifato	148	0,08	-36,08%	19,35%
Benimantell	495	0,27	-27,75%	9,27%
Bolulla	414	0,23	-47,34%	49,46%
Callosa d'En Sarrià	7.223	3,96	62,25%	-3,58%
El Castell de Guadalest	205	0,11	-54,29%	24,24%
Confrides	221	0,12	-50,58%	-25,59%
Finestrat	6.292	3,45	11,63%	378,48%
La Nucia	18.548	10,18	335,39%	205,17%
Orxeta	760	0,42	-6,52%	47,29%
Polop de la Marina	4.725	2,59	44,25%	154,72%
Relleu	1.118	0,61	-51,79%	50,67%
Sella	579	0,32	-53,17%	-1,86%
Tàrbena	640	0,35	-31,51%	-10,24%
La Vila Joiosa	33.607	18,45	99,73%	52,88%
<b>TOTAL COMARCA</b>	<b>182.196</b>	<b>100,00</b>	<b>170,54%</b>	<b>70,86%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Elaboración propia.

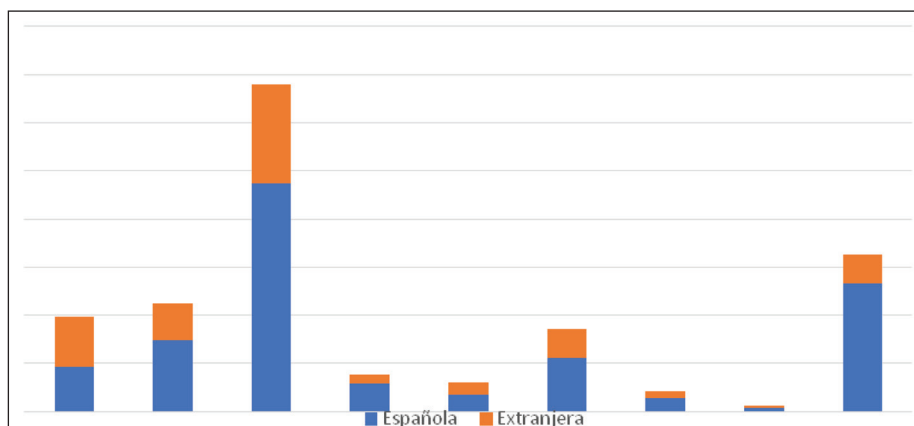
Ahora bien, los casos más destacables en el periodo 1991-2017 son los municipios de Finestrat y Polop de la Marina, ambos en el grupo de más de 1.000 habitantes, que han visto como su tasa de crecimiento en el periodo de análisis anterior estaba por debajo de la media comarcal y en este periodo no sólo está por encima sino que figuran entre las tres tasas de crecimiento mayores de la comarca, de modo que la de Finestrat es la mayor tasa de crecimiento del periodo 1991-2017 con 378,48%; y Polop de la Marina con 154,72%.

Cabe destacar también dos pequeños municipios interiores, Orxeta y Rellou, ambos con una población cercana a los 1.000 habitantes, que han visto como su tasa de crecimiento se sitúa alrededor del 50%.

Los datos de la población comarcal en el Censo de Población de 2011, por su parte, reflejan que de los 183.100 habitantes que tiene la comarca, el 32% son extranjeros de los cuales el 72% es de origen europeo. Se trata de una población residente, con unas características sociodemográficas propias (edad, lengua, cultura, etc.) y necesidades (servicios sociales, atención sanitaria, etc.) y diferentes a las que presenta la población autóctona y que, por tanto, influyen en los procesos de cambio que experimenta la comarca.

En esta dinámica, vista desde la escala municipal, se observa en municipios como l'Alfàs del Pi, donde alrededor de la mitad de su población total es extranjera, siendo el 91,8% originaria de países miembros de la Unión Europea. También en Finestrat, con el 43% del total de su población de origen extranjero, de los que el 84,4€ son de países de la Unión Europea; y el municipio de La Nucía, con el 35% de su población de origen extranjero; mientras que en Benidorm ese porcentaje de extranjeros se reduce al 30%.

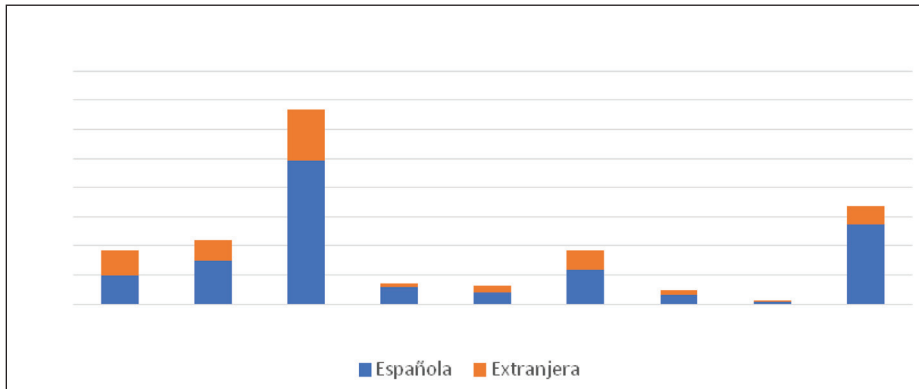
Figura 3. ORIGEN POBLACIÓN MUNICIPIOS MAYORES 1.000 HABITANTES (CENSO 2011)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Elaboración propia.

Si se observan los mismos datos en el Padrón Municipal del 2017 de los municipios mayores de 1.000 habitantes se aprecian ligeros cambios de tendencia que habrá que tener en consideración para ver cómo evolucionan. Si bien, como se observa en las dos figuras, al comparar los datos de población extranjera residente en la comarca se comprueba que en todos los municipios la población extranjera supone más del 15% del total de la población.

Figura 4. ORIGEN POBLACIÓN MUNICIPIOS MAYORES 1.000 HABITANTES (PADRÓN 2017)



Fuente: Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana. Elaboración propia.

De esta manera, se percibe que la dinámica general de estos municipios tiende a la pérdida de población extranjera<sup>5</sup> mientras aumenta la población de nacionalidad española, menos en el municipio de Relleu que pierde población tanto extranjera como de nacionalidad española. Así, destacan municipios como l'Alfàs del Pi que pasa del 53% de extranjeros al 46%; o Benidorm, del 30% al 26% de población extranjera sobre el total de su población. Pero es que, además, los pocos municipios en los que aumenta la población extranjera entre 2011 y 2017 tampoco es significativo en términos relativos puesto que el total comarcal de extranjeros es menor que el que se registró en el Censo de 2011. Por ejemplo, La Vila Joiosa que contaba en 2011 con un total de 32.649 habitantes de los que el 18% eran extranjeros, según el Padrón de 2017 tiene 33.607 habitantes y mantiene ese 18% de población extranjera.

Otro caso a destacar es el municipio de Polop de la Marina, que se beneficia de la expansión del proceso urbanizador a través de uno de los ejes de

<sup>5</sup> Hay que tener en cuenta que en estos datos influye la regulación de población realizada por el INE ante la inflación de los padrones y la dificultad de control de la población extranjera censada; de ahí la importancia que tendrá el próximo Censo de Población.

crecimiento comarcal que se proyectan hacia el interior. En este caso, según el Censo de Población de 2011 tenía 4.159 habitantes de los que 1.375 eran extranjeros (33%) y según el Padrón Municipal del 2017 tiene 4.725, pero solo el 30% es extranjero. Se entiende pues que la mayoría de habitantes que llegan a este municipio proceden de la propia comarca y son migraciones de proximidad debidas a su dinámica urbanizadora y a la mejora de las conexiones viarias con Benidorm y el litoral, lo que justifica la necesidad de aumentar las dotaciones de servicios públicos y equipamientos desde una visión supramunicipal.

Por su parte, los residentes extranjeros son de origen europeo y generan una demanda que impulsa el desarrollo urbanístico y territorial, mediante la generalización de un modelo urbano difuso basado en la construcción de asentamientos nuevos, más o menos aislados y bastante desligados de los propios núcleos tradicionales de población, propios del modelo de sociedad dual que se configura en estos espacios del residencialismo (Huete, Mantecón, Mazón, 2008; Huete, 2016).

#### CAMBIOS TERRITORIALES Y NUEVA DINÁMICA URBANA

La comarca de la Marina Baixa es uno de los exponentes más claros de destino turístico basado en el atractivo del binomio clima y mar, propio del litoral mediterráneo. Esta especialización se produce por diferentes motivos, pero sobre todo gracias a factores clave como el clima, la calidad y diversidad de las playas, la dinámica de la sociedad local, los operadores internacionales que comercializaron el alojamiento, la accesibilidad y la integración en la estructura regional/local preexistente (Vera et alii, 2011).

El turismo, como actividad económica, se ha convertido en motor de transformación territorial de la comarca, ya que no solo ha impulsado el crecimiento del empleo y la renta, sino que ha resultado ser un agente de cambio del modelo social y cultural, provocando la transformación de las estructuras preexistentes.

En esta etapa y tras medio siglo de cambios, se manifiestan una serie de necesidades relativas a infraestructuras, equipamientos y servicios no solo para atender a la población estacional sino a los propios residentes, si se atiende al crecimiento poblacional y expansión de los núcleos, además de la concentración de las actividades económicas derivadas del turismo y de la necesaria visión del espacio comarcal como un ámbito operativo para la planificación. Son notables también los efectos en la modificación del mercado laboral, en las estructuras sociodemográficas o en las pautas culturales ya que los cambios experimentados no tienen precedentes en la comarca.

La Estrategia Territorial de la Comunitat Valenciana (2010-2030) define a la Marina Baixa como una comarca con una fuerte especialización terciaria,

con tasas del 78,6% de su población activa y un sector de la construcción también considerable en el entorno del 14%. Mientras que la actividad industrial es prácticamente residual y la agricultura mantiene una proporción de activos del 3,2%.

En cuanto a los usos del suelo, se indica que la tasa de artificialización del territorio es del 10%, duplicando la media de la Comunitat Valenciana, con una tasa de incremento del suelo urbanizado en la Marina Baixa que en los últimos 20 años se ha mantenido en un 55%, por debajo de la media regional.

Es relevante señalar que el crecimiento urbano iniciado en Benidorm se proyecta a los municipios de su entorno, en forma de asentamientos residenciales, lo que responde al hecho de que esta ciudad impulsó un modelo urbanístico<sup>6</sup> basado en la opción por la edificación vertical, la densidad y la concentración en el territorio, por lo que el fenómeno urbanizador extensivo se desarrolló, ya desde las primeras etapas del desarrollo turístico, en los municipios adyacentes, a modo de espacio metropolitano.

El marco de planificación que supone el Plan General de 1956 de la ciudad de Benidorm resulta esencial para entender la relación entre Benidorm como destino turístico y la propia estructura urbana, basada en un cúmulo de actividades comerciales y recreativas propulsoras del destino turístico. Pero no se puede explicar ni entender la *ociurbe* sin el papel de complementariedad jugado por su entorno territorial más cercano y, en definitiva, por la comarca de La Marina Baixa como ámbito espacial de referencia.

Todo este cambio se refleja en la evolución demográfica de los diferentes municipios, como se ha visto, y en su desarrollo urbano, lo que ha incrementado la complejidad de las relaciones urbano-demográficas desde Benidorm hacia el interior comarcal, a medida que se configura el territorio en atención a nuevas funciones.

Desde 1920 a 1970 el municipio con más habitantes era La Vila Joiosa, pero ya desde 1960 Benidorm va incrementando su población. Hecho que se aprecia en su tasa de crecimiento para ese periodo 110,32%, siendo siempre positivo si bien en los últimos periodos censales, 1991, 2001 y 2011, ve ralentizado su crecimiento por debajo del 100%, mientras otros continúan creciendo por encima de este umbral del 100%, como La Nucia, L'Alfàs del Pi; al tiempo que otros se incorporan a este crecimiento, como Finestrat (La Cala) o Polop de la Marina.

En la actualidad, se perfilan y delimitan áreas diferenciadas en cuanto a la concentración de la población, en un espacio jerarquizado por Benidorm

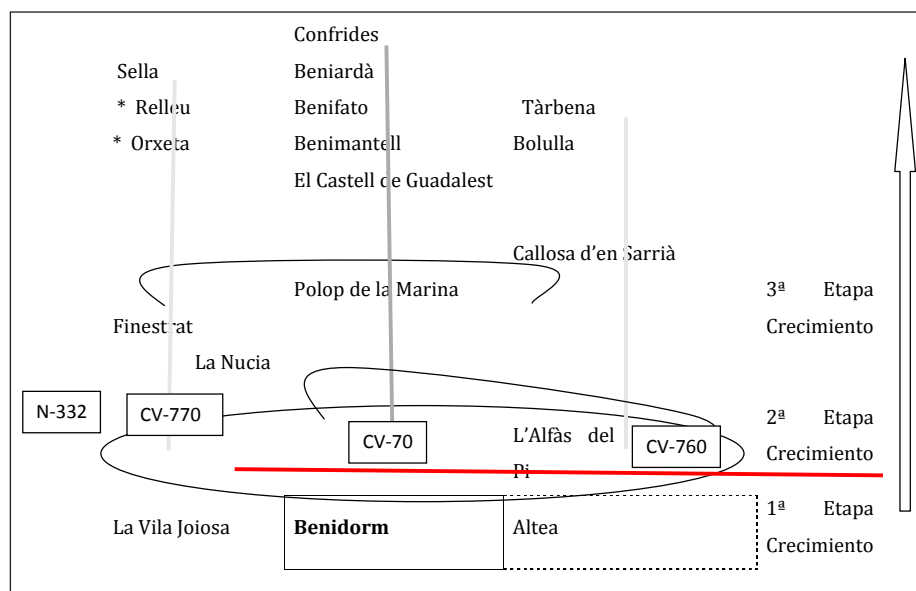
---

6 La configuración urbana de la ciudad de Benidorm es el resultado del modelo de planeamiento marcado por el Plan General de Ordenación Urbana aprobado inicialmente en 1956, modificado parcialmente en 1963, y seguido por el Plan General de 1990, vigente en la actualidad.

como núcleo central que organiza el territorio. Desde los municipios de Benidorm y Altea, los mayores en cuanto a volumen de población, apoyados en el eje principal de comunicación de la N-332 que discurre por el litoral, se estructuran unos corredores que se expanden hacia el interior de la comarca, como el de la carretera CV-70, con una mayor concentración de urbanizaciones; y el de la CV-770 y la CV-760, ejes de penetración hacia el interior rural.

Un caso diferenciado es el de La Vila Joiosa ya que, por su dinámica socioeconómica y su desarrollo urbanístico más tardío, sobre todo en la parte de su término municipal lindante con los municipios de Finestrat y Benidorm, sigue una dinámica diferenciada del resto de municipios costeros de la comarca.

Figura 5. ESQUEMA DE LA EXPANSIÓN DEL CRECIMIENTO HACIA EL INTERIOR COMARCAL A LO LARGO DE EJES VIARIOS



Fuente: Elaboración propia.

Todo este fenómeno se ve también a través de las viviendas censadas y su evolución. Así, en el año 1991, en la comarca había un total de 90.950 viviendas de las cuales el 35% eran de segunda residencia, volumen que aumentó en el Censo de 2001, cuando había un total de 109.651 viviendas, de las que el 56,74% eran de segunda residencia.

Si se observan los datos del Censo de Población del año 2011, en la comarca de la Marina Baixa había un total de 137.000 viviendas, de las que el



31,60% eran de segunda residencia y el 13,68 constaban como vacías, hecho que supone más del 45% de las viviendas.

A modo de ejemplo está el municipio de Altea ya que, entre 1950 y 2011, la población crece de 5.738 habitantes a 22.385, es decir un crecimiento del 290,12%, mientras que el número de viviendas ha pasado de 9.600, en 1991, a 16.430 en 2011, lo que supone un incremento del 71%, de las que el 23,65% son de segunda residencia y el 21% están vacías.

## CONCLUSIONES

La comarca de la Marina Baixa ha experimentado, desde los años sesenta del pasado siglo, los efectos del crecimiento de la función residencial asociada a la promoción y construcción de viviendas y apartamentos para uso vacacional, segunda residencia y, sobre todo, residencia definitiva para una población de origen nacional y extranjero, generando así lugar un flujo migratorio por motivos no laborales que explica aspectos clave de la demografía de este territorio en la actualidad, tales como el incremento poblacional de determinados municipios y la propia la estructura de su población, marcada por un elevado grado de envejecimiento. Además, otro aspecto relevante de este proceso ha sido la expansión, sin precedentes, del uso residencial del suelo y los cambios en la estructura territorial y urbana que se producen a tenor de la dinámica inmobiliaria y de la difusión del modelo de asentamientos dispersos en un espacio cuya función anterior era básicamente rural (Vera y Díez, 2016).

En su conjunto, el asentamiento de población y su difusión territorial tuvo un primer impulso que afectó a los municipios costeros, pero el hecho más relevante es el modo en que, en las últimas décadas, se expande y afecta en áreas no estrictamente costeras, tanto del prelitoral (La Nucia, Polop) como del interior comarcal, en sentido estricto, lo que permite, en algunos casos, saldos migratorios positivos que contribuyen a frenar una tendencia marcada por el vaciamiento demográfico; por tanto, la fijación de nuevos residentes, en particular de origen extranjero, está contribuyendo a cambiar la tendencia propia de las áreas rurales de la comarca. Si bien son previsibles otros efectos, como los derivados del envejecimiento, o la “dualización” de la sociedad local.

En apretado balance, en el periodo 2001 a 2017, han sido los municipios medianos los que han experimentado un crecimiento mayor, en términos relativos, e incluso algunos municipios rurales del interior, favorecidos estos últimos por la mejora de la accesibilidad, el aumento del precio de la vivienda en la costa, el auge de las nuevas tecnologías y los nuevos modelos de trabajo, como se observa en lugares donde se han construido unidades residenciales para atraer a nuevos perfiles de población.

Con los datos del Padrón de 2017, la población de origen extranjero supone más del 30% del total de habitantes empadronados en siete municipios, litorales y prelitorales, y solo La Vila queda por debajo del 20% en cuanto a población extranjera.

Desde una lectura de los procesos en el territorio, se observa que el núcleo de Benidorm, modelo de la edificación vertical, la alta densidad y la concentración urbana, proyecta su expansión más difusa hacia los municipios adyacentes, a través de asentamientos residenciales de baja densidad.

En el primer periodo analizado, que abarca desde 1960 a 1991, son los municipios ubicados a lo largo de la N332 (Benidorm, Altea, L'Alfàs) y en el prelitoral más accesible (La Nucia) los que presentan un mayor crecimiento de la población y consiguiente expansión urbana. Mientras que, en el segundo periodo de análisis, 1991-2017, los casos más destacables por su tasa de crecimiento poblacional son los municipios de Finestrat y Polop de la Marina. De hecho, Finestrat presenta la mayor tasa de crecimiento en el periodo 1991-2017, con un 378,48%, y Polop de la Marina con un 154,72%.

Por tanto, el proceso iniciado en los años sesenta en Benidorm, se expande hacia el interior desde los años noventa. Además, destaca lo ocurrido en pequeños municipios rurales del espacio interior, como Orxeta y Relleu, ambos con una población cercana a los 1.000 habitantes, que han visto como su tasa de crecimiento se sitúa alrededor del 50%.

Desde estas coordenadas, se advierte que el crecimiento del área central de Benidorm, ante factores como la saturación, agotamiento del suelo calificado e incremento de su coste, se expande hacia el interior por el eje de la CV-70 y, de forma más secundaria, por la CV-770, hacia Orxeta y Relleu, difundiendo el crecimiento urbano y demográfico y apuntando nuevas pautas en la distribución de la población en la comarca. No obstante, sigue siendo notable la desigual distribución de la población y del crecimiento en el territorio ya que, en el periodo 1991-2017, persisten tasas de crecimiento demográfico negativas en lugares como Sella, con -1'86%, Tàrbena, cuya tasa es de -10'24%, y el caso de Confrides, en el interior más profundo de la comarca, cuya tasa de crecimiento es de un -25'59%.

## BIBLIOGRAFÍA

- DOMENECH, À., LLORCA, F. X. (2014): «El turisme residencial: impacte en la toponimia i la identitat de la Marina Baixa (Pais Valencià)». *Actes del II Congrés de la Societat d'Onomàstica - XVII Jornada d'Antroponimia i Toponimia de la Universitat de les Illes Balears*, pp: 64-71.
- HUETE NIEVES, R. (2016): La vertiente residencial del turismo, *Canelobre*, nº 66, pp. 124-133.

- HUETE, R.; MANTECÓN, A.; MAZÓN, T. (2008): «¿De qué hablamos cuando hablamos de turismo residencial?», *Cuadernos de Turismo*, nº 22, pp. 101-121.
- MAZÓN MARTÍNEZ, T. (2010): “Benidorm, un destino turístico de altura”. *Gran Tour. Revista de Investigaciones Turísticas*, nº 2, pp. 8-22.
- NAVALÓN GARCÍA, M. R. (1999): “Caracterización del espacio turístico residencial del litoral valenciano”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 28, pp. 161-178.
- VERA REBOLLO, J.F. (coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M.; ANTON CLAVÉ, S.: (2011): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. València: Tirant lo Blanch.
- VERA REBOLLO, J.F. Y Díez Santo, D. (2016): Espacios y destinos turísticos, *Canelobre*, nº 66, pp. 84-97.

# MEGA-PROYECTOS TURÍSTICOS Y PROCESOS DE EXPULSIÓN EN BAHÍA DE BANDERAS, NAYARIT. ALTERNATIVAS DE GESTIÓN PARTICIPATIVA

*Verónica Livier Díaz Núñez<sup>1</sup>*  
*Andrés de Jesús Martínez Rodríguez<sup>2</sup>*  
*Juan Carlos González Jiménez<sup>3</sup>*  
Universidad de Guadalajara (México)

Palabras clave: Ciudad turística costera, segregación, expulsión, gestión urbana participativa.

## RESUMEN

La región de Bahía de Bandera, ubicada en la costa sur de Nayarit, que cuenta con una amplia extensión de cerca de 100 kilómetros de litoral, ha llamado la atención de capitales nacionales e internacionales para instalar consorcios hoteleros y residenciales así como servicios complementarios turísticos. En este caso en particular, los desarrollos en su mayoría son controlados por el denominado fideicomiso Bahía Banderas, mediante la construcción de fraccionamiento turísticos-habitacionales en tierras originalmente ejidales que han sido expropiadas a las comunidades originales, lo que ha desencadenado un

- 
- 1 Doctora en Ciudad, territorio y sustentabilidad, por la Universidad de Guadalajara. Miembro de Sistema Nacional de investigadores nivel II y reconocida como Perfil PROMEP. Investigadora del Cuerpo Académico Consolidado UDG-CA-604, CITEA. Coordinadora Nacional del Observatorio Nacional de Vivienda, vinculado al Laboratorio Nacional de Vivienda y Comunidades Sustentables, y Miembro de la Red Nacional de Vivienda, CONACYT. veronica.diaz.cuaad@gmail.com
  - 2 Arquitecto por la Universidad de Guadalajara, estudiante de la maestría en Procesos gráficos en la proyectación arquitectónica urbana, por la Universidad de Guadalajara, Becado por CONACYT. arq\_quetzatcoalt@hotmail.com
  - 3 Maestro en urbanismo por la Universidad Nacional Autónoma de México, estudiante de doctorado en Ciudad, Territorio y Sustentabilidad por la Universidad de Guadalajara, Becado por CONACYT. gonz\_ju@hotmail.com

acelerado proceso de urbanización sin el adecuado planeamiento urbano y territorial, lo que ha agudizado en forma alarmante el desequilibrio ecológico de la región y ha afectado a los residentes originales que han sido expulsados de forma definitiva de las tierras que les pertenecían y a las cuales tenían un apego, pues predominantemente se dedicaban a la pesca, la artesanía y el comercio en pequeña escala.

Este proceso de expulsión ha exacerbado la marcada diferenciación social y espacial del Área Metropolitana de Puerto Vallarta, Jalisco y Nuevo Vallarta, Nayarit, cuyos proceso y efectos han sido poco estudiados, este trabajo expone el caso concreto del Megaproyecto turístico conocido como *Four Seasons Punta de Mita Resorts*, que se edificó en la población conocida como Corral del Risco en Punta de Mita, Nayarit, cuya construcción implicó el desplazamiento y expulsión de los antiguos pobladores los cuales aún no aceptan ese proceso de reubicación al que fueron sometidos, para cerrar con algunas reflexiones en torno a la importancia de la *gestión urbana participativa* como mecanismo para disminuir los efectos sociales y espaciales que provocan los desarrollos inmobiliarios de este tipo en ciudades turísticas costeras.

## INTRODUCCIÓN

Bahía de Banderas es un municipio mexicano costero que se ubica en el Océano Pacífico, al sur del estado de Nayarit, que colinda con el municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, ambos municipios se encuentran en un proceso de conurbación e integran la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta. Esta AMPV se caracteriza en la actualidad por su alta vocación turística, misma que ha sido objeto de diversos programas de gobierno que han fomentado la inversión privada nacional e internacional en el sector turístico. Este es el caso del Fideicomiso Bahía Banderas (FIBBA), es el instrumento jurídico elaborado por el gobierno para llevar a cabo la promoción turística de la región, puntualmente en la microrregión llamada Punta de Mita. (Morales 2009, 93 y 94) lo que ha derivado en una gran derrama económica en la región en términos macroeconómicos, según datos del gobierno federal.

Sin embargo, a pesar de los beneficios económicos expuestos por las autoridades locales, el gran desarrollo turístico ahí llevado a cabo, lleva con él un ejemplo de mala práctica urbanística ya que esta ha generado, un aumento de la pobreza de la población original que fue “reubicada” de la zona para realizar el complejo turístico de lujo, y por ende, existe la indignación y descontento de los pobladores que se consideran engañados por el gobierno local en turno que “prometió” brindarles buenas condiciones de habitabilidad y a la fecha no ha cumplido. Es importante mencionar que en los terrenos sobre los que se materializa la riqueza y la exclusión, a través de complejos residenciales y hoteleros, que se promociona de la siguiente forma: “La península del Glamour.

Al pisar Punta de Mita y estar frente al inmenso océano sobre blancas arenas de esta península, le dará una sensación de completa tranquilidad<sup>4</sup>. Terrenos que anteriormente estaban bajo el régimen de propiedad comunal denominada Ejido<sup>5</sup>, donde vivía la población de pescadores de Corral del Risco, quienes en la década de los noventa del siglo pasado, se vieron obligados a abandonar sus casas, siendo reubicados en otra comunidad ejidal próxima conocida como Emiliano Zapata. (Aguilar, 2009). Dicha comunidad manifiesta que jamás se les consideró para la toma de decisiones, que de tal manera que el gobierno a través del FIBBA de forma autoritaria, aprobaría el mega-proyecto de ciudad turística de Punta de Mita. Este trabajo tiene como objetivo mostrar este proceso de urbanización excluyente y la expulsión de los pobladores originales de Corral del Risco, que tenían una ubicación privilegiada frente a la costa y que precisamente por eso fueron desalojados por el poder del capital inmobiliario, mismo que se centrará en la descripción del proyecto turístico presente en Punta de Mita, las condiciones previas en la que se encontraba esta zona, el proceso de expulsión y segregación de la población original como consecuencia de la imposición gubernamental, para concluir con la importancia de la gestión urbana participativa dentro de la planeación urbana y territorial para evitar malas prácticas urbanas como la aquí explicada.

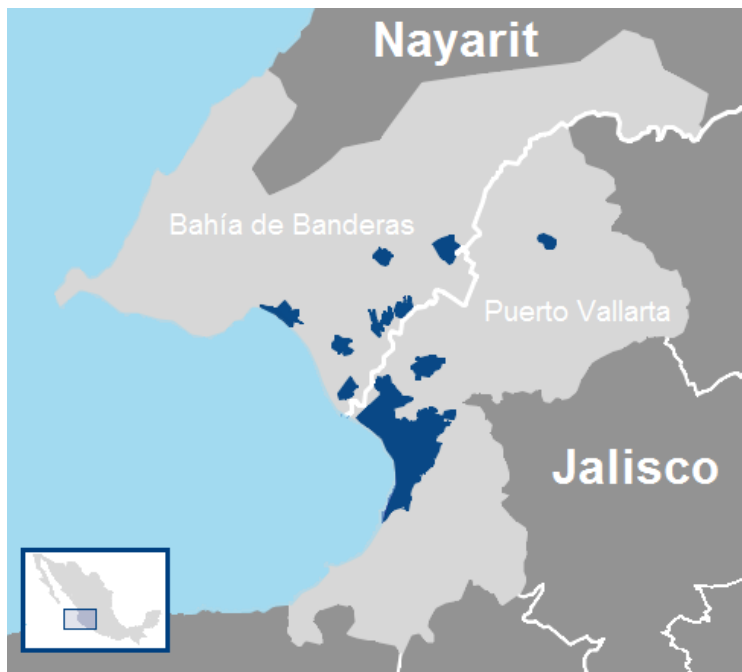
#### BAHÍA DE BANDERAS Y PUNTA DE MITA

El municipio de Bahía de Banderas como entidad federativa, nace a raíz de la fragmentación del municipio de Compostela en el año de 1989, del estado de Nayarit (Córdova 2015, 108-109), actualmente colinda al norte con este municipio al sureste con el municipio de Puerto Vallarta Jalisco, al este con la Sierra Madre del Sur del estado de Jalisco, mientras que al suroeste colinda con el océano pacífico, en cuyas aguas se encuentran las islas Marietas al frente de la península Punta de Mita. Su extensión territorial es de 768 km<sup>2</sup> más 2.5 km<sup>2</sup> adicionales a la superficie de las islas Marieta (Mariel Veronica Masse Magaña, 2017, pág. 128).

4 <http://www.rivieranayarit.com.mx/destinations/punta-de-mita/>

5 Ejido propiedad colectiva o individual otorgada a las comunidades a partir del artículo 27 Constitucional de 1915, como resultado de la Revolución Mexicana en que se otorgan tierras a comunidades campesinas para su explotación personal otorgada mediante decreto presidencial y: "...la naturaleza de estos bienes ejidales se define con base en el carácter social y público que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos reconoce a esta materia. Los bienes ejidales, por tanto, resultan ser inembargables, imprescriptibles, inalienables, e intransmisibles por otros medios que no sean los expresamente previstos en la ley, como la sucesión, permuta, fusión, en los casos expresamente autorizados por dicha ley (Calvo Blanco 2018). Sin embargo a partir del año de 1992, el artículo 27 constitucional permite a los propietarios de los ejidos y comunidades la facultad de vender sus parcelas ejidales como último recurso para aumentar su productividad (Hassanille Tovar 2018), págs.: 1-3.

Ilustración 1 LOCALIZACIÓN DE BAHÍA DE BANDERAS, NAYARIT.  
FUENTE: WIKIPEDIA.ORG



La microrregión Punta de Mita<sup>6</sup>, junto con el municipio de Puerto Vallarta forman la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta, que son a su vez, la sede de la región turística de Bahía de Banderas. Punta de Mita se compone asimismo, por las localidades de la “...Higuera Blanca al Norte y de Nuevo Corral del Risco contiguo con el Fraccionamiento Emiliano Zapata al Sur...” (Córdova 2015, 85, 108 y 109). La morfología de la Punta de Mita, es la de un saliente de tierra sobre las aguas del océano Pacífico en forma de pico de águila. En cuyo interior, al norte se encuentra un cerro conocido por la población originaria como “las Cuevas”. A continuación se muestra una imagen de Punta de Mita donde se pueden apreciar los desarrollos residenciales y hoteleros que ahí se localizan y donde se puede observar también una zona urbanizada con menor vegetación en donde se reubicaron los residente de Corral del Risco a lo que se conoce como Nuevo Corral del Risco, al lado de la comunidad Ejidal de Emiliano Zapata.

6 Punta de Mita significa según nos describe McLennan (2009) “...entrada al paraíso...” y es la “...adaptación local del vocablo azteca mictlán...” (Córdova 2015, 87)



Ilustración 2. IMAGEN AÉREA DE LA PENÍNSULA DE PUNTA DE MITA.  
FUENTE: PUNTADEMITA.COM



La península está conformada en la mayor parte de su superficie por formaciones rocosas de origen volcánico, mientras que sus playas son de arena fina, blanca, con arrecifes de coral en sus aguas, siendo una de sus principales atracciones la presencia de ballenas jorobadas en ciertas épocas del año. Originalmente la estructura, la morfología del ecosistema de Punta de Mita, era del tipo “Selva mediana y alta”, en la que el arbolado original predominante se conformaba por los tipo capomales, huanacaxtle, amapa, primavera y cedros, además de árboles “...frutales, cactáceas y algunas palmeras cocoteras...”, según relatan pobladores originarios; el paisaje en general era “...árido y llano...”, (Córdova 2015, 87, 136 y 139) pero este se vió substituido completamente con la transformación turística del lugar, predominando actualmente las palmeras y campos de golf que demandan grandes cantidades de agua dulce.

#### CORRAL DEL RISCO

Corral del Risco fue en su origen una pequeña comunidad que se asentó sobre la península de Punta de Mita, hacia el año de 1964, cuyos pobladores principalmente eran pescadores, artesanos y campesinos, gente que buscaba oportunidades y algunos “paracaidistas urbanos”, con el tiempo llegaría a contar con cerca de 274 viviendas, así como una escuela, un templo y diversos comercios. Dicha comunidad cuando se ejecutó el plan del FIBBA, hacia el año de 1992-1994 fue reubicada en las inmediaciones del ejido Emiliano

Zapata, cercana a la playa Anclote al sureste de la península. La ubicación original del poblado se encontraba al surponiente de la microrregión Punta de Mita, junto a la playa, frente a un islote y a un costado del cerro llamado “las cuevas”. (Córdova 2015, 91,92 y 98)

La morfología urbana del poblado se caracterizaba por tener una traza libre, de comercio mixto, y vivienda autoconstruida hecha de “palmita”; siendo predominantemente de uso habitacional, coexistiendo con restaurantes que daban servicio a los visitantes principalmente. Por lo que se podría definir en la actualidad, como una comunidad autosustentable, pues se desarrolló integrándose con su entorno natural. (Córdova 2015, 117,124,142 y 146).

Para efectos del poblamiento de Punta de Mita, la investigadora Tania Córdova Martínez, identifica tres periodos principales. El primero, se remonta a la Ley de Terrenos y Baldíos<sup>7</sup> de la época del periodo conocido como Porfiriato, lo cual atrajo trabajadores a las haciendas del Valle de Banderas, con la explotación de tabaco, maíz, frijol y demás recursos madereros, entre otros recursos.

De esta primera etapa, se tiene gracias a la memoria oral de la población originaria sobre los orígenes del poblado, se relata que existió una antigua hacienda, dicha experiencia es presentada a continuación:

“La hacienda estaba dedicada a la ordeña, fue nombrada como lo menciona la Sra. Georgina Solís: ( ) “hacienda Polanco que estaba acá en el Corral del Risco ese fue el fundador de ahí, que el señor pero cómo se llamaba ( ) de la hacienda era Naty pero no era el dueño es el encargado de la hacienda el fundador de aquí del Corral del Risco fue Florencio González le decíamos Polanco”. ENT-11,2014” (Córdova 2015, 99).

Posteriormente, la segunda etapa se constituye con la creación de los terrenos ejidales, derivados de la Reforma Agraria de los años treinta, lo que permite la conformación de los ejidos Coral del Risco y Emiliano Zapata<sup>8</sup>, entre otros aledaños a la península. La tercera etapa se explica a partir de la conformación del Fideicomiso Bahía de Banderas FIBBA, en el año de 1970, que derivaría finalmente en la expulsión de la población de Corral del Risco entre 1992 y 1994. Y cuya reubicación se daría en las inmediaciones del ejido Emiliano Zapata, bajo el nombre de Nuevo Corral del Risco. Dicho proceso de expulsión será abordado más adelante (Córdova 2015, 21, 91 y 96).

7 “el 26 de marzo de 1894, Porfirio Díaz promulgó la Ley sobre ocupación y enajenación de Terrenos Baldíos, que establecía que todos los habitantes de la República, incluidos extranjeros, podrían denunciar y adquirir terrenos baldíos, demasías y excedencias en cualquier parte del territorio nacional...”, con lo cual se podían comprar terrenos en casi cualquier parte del territorio nacional. (Gómez de Silva 2017). Pág. 82.

8 Este ejido, el de Emiliano Zapata, aún perdura en la actualidad con su “Salón ejidal” como evidencia histórica, y en dónde aún se reúnen los ejidatarios para tratar los temas competentes a la labor comunal. (Córdova 2015, 104)

## ANTECEDENTES DE LA PROBLEMÁTICA DE PUNTA DE MITA Y EL PROCESO DE EXPULSIÓN DE POBLADORES

El proyecto realizado por el FIBBA, descrito anteriormente, trajo consigo la reubicación del poblado de Corral del Risco y con esta el despojo de la comunidad originaria de sus hogares, de los terrenos en los que vivían y obtenían su sustento. El proceso de expulsión cobra relevancia, por ser un ejemplo más del atropello a los derechos y garantías individuales de los ciudadanos mexicanos en beneficio de los intereses del capital privado nacional y extranjero. En el presente apartado, se revisarán los antecedentes que dieron lugar al despojo, los concernientes a la expulsión de los habitantes originarios de Punta de Mita, así como las condicionantes que marcan la segregación social de la población reubicada en el nuevo Corral del Risco.

Este desarrollo turístico regional, tiene su origen en el año de 1945 en el Puerto Vallarta, cuando comenzó a desarrollarse la infraestructura turística del puerto, influyendo directamente el desarrollo de las comunidades aledañas. (Carrascal, 2010, pág. 128) Lo que conllevó a que el Gobierno Federal creará en FIBBA<sup>9</sup>, mediante decreto de expropiación de 4.236 Ha del municipio de Compostela, afectando a los ejidos siguientes:

“Las Varas, 164 Ha.; El capomo, 329 ha; Peñita de Jaltemba, 329 Ha, Sayulita, 544 Ha; Higuera Blanca, 1083 Ha; Cruz de Huanacastle, 375 Ha; Bucerías, 540 Ha, y Jarretadera, 382 ha, mismas que pasaron a formar parte del patrimonio del Fideicomiso bahía de Banderas cuya creación fue autorizado el 29 de enero de 1971, durante el gobierno de Luis Echeverría Álvarez.” (Carrascal, 2010, pág. 129)

La conformación del FIBBA, que significó el primer paso del gobierno federal para su posterior proceso de expulsión, mediante el cambio en el artículo 27 Constitucional que permite la venta de suelo ejidal para convertirse en privado, con lo que se generaron las condiciones necesarias para la venta del terreno para el desarrollo turístico regional mencionado. Para el año de 1992, la constructora DINA (operada por inversores privados) por medio del apoyo de FONATUR, comienza la urbanización de la península<sup>10</sup>, iniciando con la construcción del hotel Four Seasons, con 668.5 Ha. (M. A. Morales 2009, 93 y 94), adquiridas al FIBBA a muy bajo precio (Aguilar, 2009). Como era de esperarse, la comunidad local de Corral del Risco se opuso a la reubicación, comenzando así un largo proceso de lucha, que se mantuvo hasta el año de 1994, en que finalmente mediante el empleo de la fuerza pública fueron ex-

9 18 de Noviembre del año de 1970, publicado en el Diario Oficial de Federación. (Córdova 2015, 105 y 105)

10 Proceso que hasta el día de hoy continúa. (M. A. Morales 2009, 93).

pulsados y reubicados entre las inmediaciones del ejido de Emiliano Zapata<sup>11</sup> y la playa el Anclote. (M. A. Morales 2009, 93 y 94) La corrupción permitió la expropiación, y el despojo de la población originaria en beneficio de los grupos de poder y empresarios, éstas tierras de alto valor socio-cultural para la población local ahora sólo son accesibles a los grupos sociales con alto poder adquisitivo y por ende en su mayoría extranjeros. Viéndose incluso negado el acceso y permanencia a la población local sobre las playas que antes fueron suyas.

Al interior de la población de Corral del Risco, hubo residentes que aceptaron y otros que se opusieron. El proceso fue resultado de la aplicación de los planes de desarrollo turístico de las áreas costeras del país; puntualmente la región comprendida entre las "...poblaciones localizadas a lo largo del litoral el municipio de Compostela, desde la franja denominada las Varas-Chacala, al norte, hasta el río Ameca por el sur" (Carrascal, 2010, pág. 126). Para lo cual la inmobiliaria DINE presentó en el año de 1992 los planes de desarrollo del conjunto, en donde se contemplaba la reubicación del poblado y prometió proporcionar escrituras de las viviendas que se realizarían con material de calidad, (con sala, comedor y tres recamaras, además de cocina y baño), se dotaría de comercios, infraestructura educativa y servicios básicos: agua, luz, y drenaje. Se argumentó que el nuevo complejo turístico traería beneficios a toda la población de la zona, así como oportunidades laborales y de desarrollo. (Córdova 2015, 157, 160 y 161). Sin embargo, jamás se consultó a la población originaria sobre el proceso de reubicación ni se le consideró en el plan de diseño tanto urbano como arquitectónico de las que serían sus futuras casas.

Cuando comenzó el proceso de reubicación del poblado, la constructora ya había comenzado las obras de urbanización y construcción del complejo turístico en los predios aledaños. Los que aceptaron fueron reubicados en casas construidas en la ubicación antes mencionada, mientras que a los que se opusieron se les asignó solamente lotes. Mientras que a los más beneficiados se les dieron casas más grandes y bodegas, por lo que son señalados por "haber traicionado al pueblo", aprovechándose de sus puestos como representantes de los pobladores (Córdova 2015, 161 y 162). En palabras de otros pobladores existe la percepción de que hubo actos de coacción, de traición y engaño, pues confiaron en la gente de la mesa directiva que ellos mismos nombraron para que negociaran, al final fueron los más beneficiados, el resto del poblado se vio entonces segregado de las "negociaciones", según describe Córdova, Tania (2015).

---

11 Ahora nombrado oficialmente fraccionamiento Emiliano Zapata, por la construcción de multifamiliares, en donde se iría reubicando a la población originaria de otros ejidos. (M. A. Morales 2009, 93 y 94).

Los que se negaron continuaron en pie de lucha, manteniendo reuniones entre los vecinos para coordinar la resistencia a lo que sería la expulsión arbitraria, argumentando que ahí tenían su vida, su forma de subsistencia y que en otro lado les afectaría. Por lo que se ampararon y empezaron un proceso legal para evitar el despojo (Córdova 2015, 161 y 162). Sin embargo para el año 1994, el gobierno de Nayarit, presidido por Rigoberto Ochoa Zaragoza, los término “sacando de sus casas” (Santos, 2016), en palabras del señor Justino Niebla González, menciona en una entrevista hecha por el reportero Javier Santos, lo siguiente:

“Éramos 274 personas”, sostuvo. “Las casas de los pescadores junto al mar fueron derribadas. En su lugar fueron construidos hoteles donde una suite cuesta 15 mil dólares por noche” (Santos, 2016).

Otro poblador llamado María Alonso Montaña mencionó que:

“...un sujeto entró hace años a su casa y le dijo: “Tenemos tres demandas en tu contra, del gobierno federal, de Banca Serfin y de los gobiernos estatal y municipal”. Me llevaron al Ministerio Público. Yo no firmé nada”, contó. “Alonso asegura que ya está acostumbrada a su pequeña casa. “No tengo otro lugar donde vivir, pero este pueblo de verdad es un corral” (Santos, 2016).

El proceso fue violento, el gobierno los desalojó a la fuerza, por medio de la policía, de amenazas, golpes, encarcelamiento, en absoluto de empleo impune de la violencia psicológica y física, al final les termino llevando maquinaria de construcción para derribar el poblado completo. Otro poblador, en una entrevista dada a la investigadora Tania Córdova (2015), le dijo que:

“La reacción de la población pues más que nada fue enojo impotencia porque eso es que puede hacer con la maquinaria y gobierno, una impotencia la verdad al ver cómo te quitan de tus tierras la ley de la fuerza la reacción es esa impotencia de que no puedes hacer nada”. ENT-11,2014 (Córdova 2015, 160).

Otros testimonios nos relatan que el uso de violencia alcanzo otros límites:

(...) “hubo una licenciada que nos anduvo ayudando a ella también lo hicieron su maldad, a su barquito se lo hundieron parece que a su casa a oír la balacearon porque andaba ayudando se acaba con fuerza verdad”... (Córdova 2015, 164 y 165).

“...se llevaron a mi hermano llegaron y estábamos durmiendo y me acuerdo muy bien qué atrancábamos la puerta con una silla que era de palitos y sí me acuerdo muy bien que llegaron y voló la silla y así bien agresivos, de que mi hermano salió de su casa ... y se lo llevaron, dice el que cuando lo subieron la acostaron boca abajo la camioneta se lo llevaron como un delincuente pero estaba pelando por lo que era suyo, ... ya cuando estaba que lo iban a trasladar a la penal entonces ahí los estuvieron amenazando para que firmaran para sacarlos y salir directamente de ahí (...)” (Córdova 2015, 164 y 165).



En las siguientes imágenes, se puede apreciar el proceso evolutivo de la urbanización de la península de Punta de Mita, partiendo del año 1984. En cuyo año sólo se puede apreciar la urbanización del ejido de Emiliano Zapata, condición que se mantiene para el año de 1990. El principal cambio se evidencia en la imagen satelital del año de 1994, en dónde se aprecia ya la urbanización del poblado de “Nuevo Corral del Risco” en las inmediaciones del ejido Emiliano Zapata, a partir de cuyo año se le denomina ya fraccionamiento, por las construcciones hechas en el lugar para recibir a los “expulsados” de otros ejidos aledaños.

Ilustración 3. IMAGEN SATELITAL DE PUNTA DE MITA EN 1994.



Fuente Google Maps.

Ya en la imagen del 2004 se aprecia la creación de un lago artificial, accesos o caminos vehiculares sobre la península, franqueada por macizos de palmeras. La siguiente ilustración corresponde al presente año 2018 y en ella se ve profundamente transformada, con los campos de golf, los lagos artificiales, los nuevos fraccionamientos y toda la franja costera edificada. La antigua ubicación del poblado Corral del Risco, es dónde ahora se encuentra el hotel Four Seasons. Se observa así mismo que ya hay fraccionamientos y complejos

#### Ilustración 4. IMAGEN SATELITAL DE PUNTA DE MITA EN 2018



Fuente Google Maps.

hoteleros sobre las playas al noreste y al sur este, los cuales son desarrollos paralelos al realizado en la península de Punta de Mita.

#### SEGREGACIÓN SOCIO-ESPACIAL EN NUEVO CORRAL DEL RISCO EN LA ACTUALIDAD

Si la segregación se puede explicar como: “Las condiciones heredadas a lo largo de la historia producen un patrón de alta concentración del ingreso en unos cuantos grupos, mientras que una gran mayoría vive en condiciones de pobreza...” lo que resulta en “la segregación socio espacial” (Perez-Campuzano, 2010, pág. 145). Esta se puede ejemplificar con el caso de Punta de Mita, ya que esta se vio favorecida por la profunda desigualdad que se agudizó aun más , por la corrupción imperante en un proceso de gestión urbana excluyente, con lo cual la comunidad original se vio afectada no solo por la expulsión de la que fueron objeto, sino por la segregación al que es sometida por su estado de vulnerabilidad económica. Condición que les impidió ser tomados en cuenta a través de la gestión urbana participativa que en el caso de México se lleva a cabo solo en contados casos.

A 24 años del despojo en Punta de Mita, el gobierno se dio a la tarea de legitimar a la brevedad la urbanización de la península, confiriendo la facultad



de realizar acciones y mecanismos a seguir en la zona mediante el “Decreto No. 8452 (2002) de Autorización al Plan Parcial de Desarrollo Urbano Turístico denominado “Punta Mita” del Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit (para el predio de DINE)” (M. A. Morales 2009, 94 y 95). Mientras que el gobierno tanto federal como estatal y municipal, se ha visto incapacitado de obligar a la constructora DINE, de que cumpla con las obligaciones contraídas hacia la población reubicada de Corral del Risco, (Aguilar, 2009) ahora llamada Nueva Corral del Risco, por los vacíos legales que existen para este tipo de procedimientos de incumplimiento de promesas o compromisos adquiridos con la población local.

A partir del año 1994, en que se concretó la expulsión, la constructora ha firmado más de 30 compromisos con la población afectada, sin embargo, con el poco interés de las autoridades, ninguna de las obligaciones contraídas se ha cumplido. Lo que es el estacionamiento, las canchas de fútbol, la plaza pública, la primaria y el kínder, siguen siendo propiedad privada. Estando todas las propiedades escrituradas a nombre de la extinta Banca Serfin, no funcionan como equipamientos públicos como debería de ser aun al día de hoy (Santos, 2016). La población sigue insatisfecha, pues falta incluso área para el crecimiento urbano, y la playa “el anclote” se ve cada vez más destruida, por las deficiencias en la “construcción de espigones realizados por la inmobiliaria” (M. A. Morales 2009, 94) DINE. Falta infraestructura y servicios básicos, para el uso de la población local que se ve segregada, pues el único centro de salud que hay es privado, y este no atiende las necesidades de la población que vive en condiciones de pobreza y marginación, al lado de uno de los desarrollos turísticos más caros de la región y del país, lo que ejemplifica condiciones de desigualdad social muy marcadas. El poblado solo dispone de una calle pavimentada, por temporadas carecen de agua potable y por algunas de las calles corren aguas negras. Por otra parte se les niega el libre tránsito sobre la península, pues el acceso de las playas, que en la teoría son federales, y públicas, se ve restringido. La única salida del pueblo es por la carretera, la población se siente literal, acorralada por la opulencia que no les beneficia (Santos, 2016).

En cuanto a la vivienda, estas no tienen las superficies prometidas por la inmobiliaria DINA, provocando hacinamiento por los espacios reducidos; en palabras de la población afectada, incluso algunas ni cimentaciones tienen, así como la calidad de las mismas fue deficiente, presentando múltiples problemas. El problema se expone en la siguiente experiencia:

(...) “porque me tienen muy ofendido porque los cuartos iban a ser de tres metros y medio y no llegan a tres alguna de tres metros y medio y no llegan a tres algunos le robaron la construcción en todo 18 metros de construcción a todas las casas, si fueran 140 más 40 lotes y los lotes iban a ser de 20 por

### Ilustración 5 y 6. EJEMPLO DE CASAS EDIFICADAS EN EL NUEVO CORRAL DEL RISCO, PUNTA DE MITA, NAYARIT, MÉXICO



Fuente Google maps.

15 los dan de 7 por 24 cuánto se robaron en terreno sacaron dos lotes de un terreno. ( ) pero ahí dicen el documento que son 20 hectáreas y no tenemos más que 11 dónde están las otras nueve”. ENT-05,2014 (Córdova 2015, 177).

Mientras tanto la necesidad de espacios habitacionales, ha sido cubierta por los propios pobladores con la añadidura de cuartos: “...se estimó que el 80% son ocupados por los nuevos hogares de la misma familia, por ello se reporta como vivienda propia; el otro 20% los rentan a población que llega a incorporarse a la dinámica laboral del área” (M. A. Morales 2009, 96). Estas condiciones se ven agravadas con el paso del tiempo, y la indignación se cimenta con profundidad en el imaginario social, con una segregación marcada por la sensación de abandono. La señora María Alonso indignada comenta:

“Una vez nos dijo un candidato: “Aquí viene el señor presidente de la República (Enrique Peña Nieto). Le encanta aquí”. Le dije: “¿Sí? Dígame que se dé una paseadita por el pueblo para que vea cómo está. Si tanto le gusta, que dé un billetito para que arreglen las calles” (Santos, 2016).

#### CONSECUENCIAS DE LA EXPULSIÓN EN LA POBLACIÓN

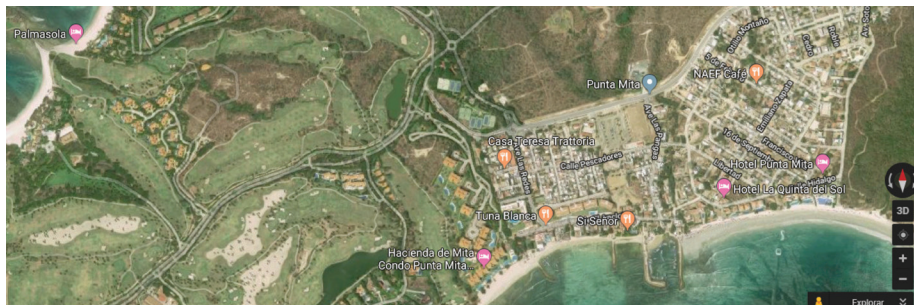
Las múltiples consecuencias para la población implican desde aspectos sociales, económicos, ecológicos, jurídicos y culturales. La población del ahora Nuevo Corral del Risco, al verse expulsada de su ubicación original, se ha convertido en víctima del desarrollo turístico, debiéndose adaptar a la nueva dinámica impuesta por el capital (Fonseca, 2009, pág. 94, citado por (Córdova 2015, 20 a 23 y 91 a 94) efectos negativos en especial sobre sus usos y costumbres. Generando asentamientos de pobreza en la periferia del mega desarrollo, aunado al abandono y falta de apoyos para su capacitación y educación, que permitan a la población ponerse en paridad para competir laboralmente. (Perez-Campuzano, 2010, pág. 146). Además de que se presentó un aumento exponencial del crecimiento demográfico de la zona, del orbe del “4.92% y

4.94% en lo que va de la década”, debido al arribo migratorio de población que se dedica a los empleos menos calificados en el sector de la construcción y del turismo, acrecentando la falta de oferta en el espacio habitacional y de servicios. (Córdova 2015, 93-94). La falta de consultas públicas y de su participación en el proceso urbano en el que se han visto envueltos, ha propiciado la percepción de abandono por parte de las autoridades, teniendo que modificar sus formas de vida para sobrevivir. Haciendo importante considerar que: “En los lugares donde la comunidad local no participa ni siente los beneficios del turismo, no están seguros ni los turistas, ni el área del entorno, ni la actividad turística” (Poon, 1998; citado por Gándara, 2003: 113). (Daniel H. Quiroz Telles 2011, 275).

Principalmente entre las consecuencias se destaca que la población se vio obligada a cambiar su empleo, a modificar su forma de trabajo, a adaptarse a la nueva modalidad laboral impuesta, teniendo incluso que aprender el idioma inglés (lo que podría manifestarse como un aspecto positivo), pero que en realidad se convierte en una desventaja para quien no lo ha aprendido, pues gran parte de las actividades están relacionadas con el comercio, el ocio y el descanso. Esto se evidencia, en que la pesca ha dejado de ser la principal actividad laboral de la población local, al pasar a ser una actividad secundaria. Por otra parte, esto se puede apreciar en el impacto de verse reubicados de forma forzada a otro lugar, lo que condujo a una adaptación de la población al verse transformado su paisaje, al ser expulsados a una localidad cercana pero distinta; la cual, a pesar de contar con una limitada oferta de servicios básicos y equipamiento, y la construcción de vivienda de material durable, genera indignación, molestia y resentimiento en la población, pues esta no satisface sus necesidades familiares al ser muy reducida. Aunada a que perdieron total contacto con su antiguo paisaje natural. (Córdova 2015, 174 a 176) y al arraigo que les brindaba el lugar.

Por otra parte existen implicaciones medio-ambientales, ya que la transformación de la península Punta de Mita, trajo consigo la desaparición e inmigración de las especies de aves y demás fauna originaria del ecosistema original. Esta transformación del paisaje condujo a la pérdida del hábitat de las especies nativas, siendo sustituida principalmente por campos de golf y zonas residenciales, destruyendo tanto zonas arboladas como cuerpos y cursos de agua. La construcción de muelles, propició también que especies marinas que antes se acercaban a las playas dejaran de hacerlo. Aunado a la contaminación derivada del mantenimiento de los campos de golf, de las zonas residenciales, y de los desechos vertidos al mar por los hoteles, *spas*, restaurantes y demás comercios (Córdova 2015, 93, 139 y 182) y (Santos, 2016). A continuación se explica el megaproyecto turístico de Punta de Mita y sus características principales, como la otra cara de la moneda en este proceso de expulsión.

**Ilustración 7. IMAGEN SATELITAL QUE MUESTRA LA SEGREGACIÓN SOCIO-ESPACIAL Y LA DESIGUALDAD URBANA, ENTRE EL POBLADO DE PUNTA DE MITA Y EL COMPLEJO TURÍSTICO DEL MISMO NOMBRE**



Fuente: Google maps.

#### PROYECTO DE PUNTA DE MITA

La región de Bahía de Banderas y Punta de Mita, según datos de la Secretaría de Turismo (2016), dispone de 18,745 cuartos, con una visita anual de 2.350.000 personas, según datos del Gobierno Municipal de Bahía de Banderas (2014). Para el turismo se ofrecen múltiples actividades, que van desde el recorrido en el mar para ver a las ballenas jorobadas en las aguas del pacífico, excursiones a las islas Marietas, surf, buceo, senderismo, golf, pesca deportiva, y turismo culinario, entre otras, (Mariel Verónica Masse Magaña, 2017, pág. 129 y 130). Lo que da una idea del peso atractivo de este destino turístico, en dónde se puede hospedar de forma temporal, o establecer residencia permanente, pues su oferta incluye tanto hoteles, como residencias y haciendas o ranchos de más de 4 mil metros cuadrados.

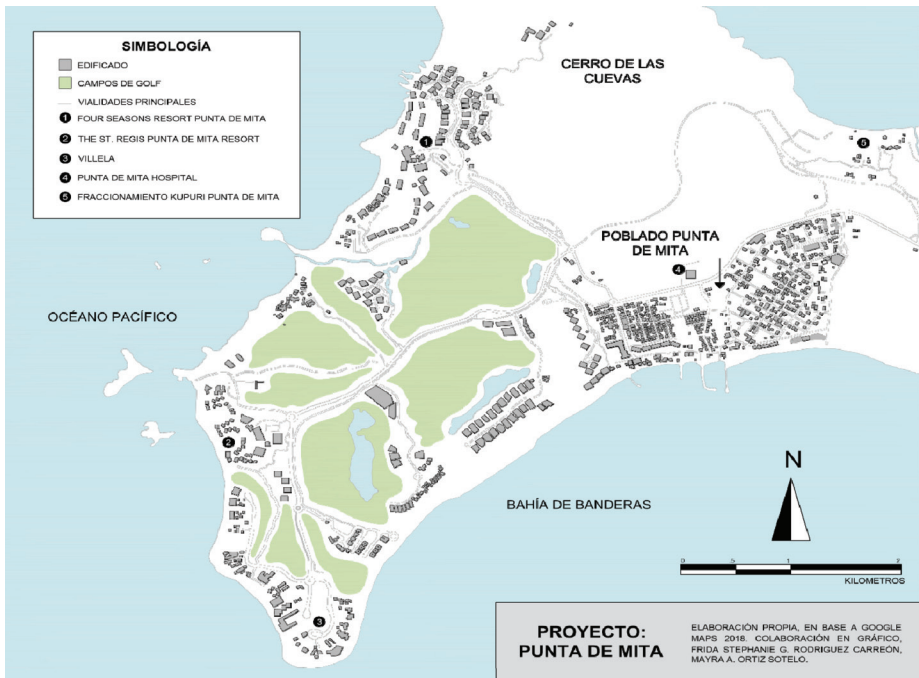
Este impulso fue resultado de las acciones emprendidas por el FIBBA con apoyo del gobierno federal y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo FONATOUR (M. A. Morales 2009, 93). El desarrollo turístico consta de los siguientes fraccionamientos:

“...localizados de norte a sur: Sol Nuevo Rincón de Guayabitos; fraccionamiento turístico ejidal y Conjunto Habitacional Emiliano Zapata; Playa de Huanacastle; Hotel ejidal Bucerías; Club de golf y tenis Los Flamings, Y fraccionamiento náutico residencial Nuevo Vallarta. Además, incluye un programa de playas populares, así como áreas reservadas para nuevos fraccionamientos”. (Carrascal, 2010, pág. 130)

El proyecto de Punta de Mita es un conjunto turístico realizado por la inmobiliaria DINE, de capital privado, desarrollado en una superficie de 668.5 hectáreas, rodeado por 14 kilómetros de litoral, y ubica en su interior los hote-

les Four Seasons Resort Punta Mita y The St. Regis Punta Mita Resort, (DINE 2017), los principales ofertantes de alojamiento temporal. Complementan el conjunto unidades habitacionales verticales o condominios de segunda residencia, villas privadas y dos campos de golf de prestigiados diseñadores. El que cuenta en la actualidad con 250 unidades construidas, con una densidad de 1000 habitantes por hectárea. (Córdova 2015, 91, 156). Con servicios de clase mundial, se ha convertido en una de las más prestigiosa comunidades privadas y resorts de México, cuyo mercado principalmente se enfoca a estadounidenses, canadienses y mexicanos con altos ingresos pues los costos de las unidades habitacionales o “ranchos” que pueden llegar a costar los 140 millones de pesos mexicanos, pero estos se cotizan en dólares americanos. Los campos de golf fueron diseñados por Jack Nicklaus y fueron considerados como el resort de golf número uno a nivel mundial en los años 2006 y 2008. Además se ofrece una serie de actividades ecoturísticas vinculadas, entre las que se encuentran nadar con mantarrayas y recorridos de observación de la

Ilustración 8. COMPLEJO TURÍSTICO PUNTA DE MITA, Y POBLADO PUNTA DE MITA -NUEVO CORRAL DEL RISCO Y EMILIANO ZAPATA- ASÑI COMO EQUIPAMIENTOS Y ESPACIOS RELEVANTES



Elaboración propia con plano base de Google Maps, 2018.



ballena jorobada, en ciertas temporadas, así como visitas a las islas Marieta, que es un ecosistema con 92 especies de aves acuáticas y subacuáticas. (DINE 2017). Para satisfacer esta gama de actividades, en el poblado de Nuevo Corral del Risco existen escuelas de surf, guías de buceo, mercados típicos así como algunas tiendas de prestigio.

Según datos proporcionados por la página promocional de Punta de Mita de la inmobiliaria DINA, se relata sobre el hotel Four Seasons lo siguiente:

“Este complejo de primer nivel le ofrece a sus huéspedes instalaciones de última generación, excursiones locales, boutiques, un yate privado y todas las comodidades de un resort de lujo, así como un lugar incomparable para disfrutar del cálido sol de la Riviera Mexicana con magníficas vistas hacia el Océano Pacífico. Las 174 suites y casitas están diseñadas para aprovechar tanto el clima privilegiado como las excepcionales vistas, al tiempo que proporcionan la intimidad y privacidad que son clave para un verdadero descanso.” (DINE 2017).

Asimismo se destaca que sus cuartos tienen una decoración sencilla, pero suntuosa, que se abren a balcones o terrazas, y están compuestas por entre una a cinco recamaras, complementan el proyecto vistas a piscinas privadas con hamacas. Dicho hotel se ubica junto al cerro de las “Cuevas”, antigua ubicación del poblado Coral del Risco. Mientras que el hotel The St. Regis Punta Mita Resort, se compone por 31 suites de lujo, 89 habitaciones, acabados y mobiliario de lujo, y dispone de “magníficos jardines”. El conjunto tiene tres grandes piscinas, un spa, bares y restaurantes exclusivos. Las alcobas, de estilo mexicano-mediterráneo, se caracterizan por sus amplios ventanales que se abren y llevan a una terraza en donde se puede dar un baño al aire libre. La misma página, promociona residencias en renta y venta. Las que se ofrecen con vistas a los campos de golf, a la bahía de Banderas, al mar o a las Islas Marieta. Otorgando la posibilidad incluso de construir vivienda nueva, si no se elige alguno de los ejemplos de vivienda existente, como a continuación se menciona:

“Ya sea que elija una ultra-residencia, villa o condominio unifamiliar, todos se caracterizan por una arquitectura imaginativa, planos de planta inspirados, fina artesanía y detalles de acabado excelentes. También se encuentran disponibles varios sitios residenciales espectaculares para elegir si desea construir la casa de sus sueños” (DINE 2017).

Como dato adicional, es conveniente mencionar que los costos por hospedaje de una habitación llegan a costar hasta los 15 mil dólares, mientras que las residencias llegan a costar hasta los 7 millones de dólares. Asimismo el proyecto habitacional pone a la venta veinte “haciendas” de hasta un acre (4.046.86 m<sup>2</sup>) de superficie. Complementan el conjunto un muelle, 6 km de pistas recreativas en donde se hacen recorridos guiados para paseo a pie o en

Ilustración 9. RESORT. PUNTA DE MITA. FUENTE PUNTADEMITA.COM



Ilustración 10. PUBLICIDAD DE PROPIEDAD EN VENTA EN PUNTA DE MITA, DONDE SE EXPLICAN LOS EQUIPAMIENTOS TURISTICOS A QUE TIENEN ACCESO

 The advertisement features two images: on the left, the exterior of a modern villa with a stone wall and palm trees; on the right, the interior of a spacious living area with a large sofa and a view of the ocean. A red ribbon graphic in the top left corner reads "VILLA HERRADURA".
 

**NUEVA PROPIEDAD EN LAGOS DEL MAR**

6 HABITACIONES • 14 PERSONAS • MEMBRESÍA PREMIER • ALBERCAS PRIVADAS Y JACUZZI • VISTA AL OCEANO Y CAMPO DE GOLF • BAR CON ACCESO DESDE ALBERCA • CASERO Y SERVICIO DE LIMPIEZA

Fuente: <http://www.mitairesidencial.com>

bicicleta, canchas de tenis, gimnasio, clubes de playa así como un hospital privado. Y se mencionan los beneficios de contar con la cercanía del aeropuerto internacional de Puerto Vallarta, al que acceden vuelos desde todo México, América Latina, los E.U.A. y Canadá. (DINE 2017). Sin embargo, es evidente la exclusión y segregación social que este megaproyecto turístico ha generado, ya que pobladores de Punta de Mita y residentes de la ZCPV, así como los propios turistas nacionales e internacionales no pueden acceder a las playas de este complejo, ya que el ingreso se permite solo a algunos restaurantes de la zona, pero mientras el consumo de alimentos y bebidas se lleva a cabo, por lo cual nacionales o extranjeros no pueden disfrutar de tan paradisiaco espacio natural que en teoría es público.



## GESTIÓN URBANA PARTICIPATIVA, LA GRAN AUSENTE EN EL PROCESO DE REUBICACIÓN DEL NUEVO CORRAL DEL RISCO

El proceso violento resultante de la expulsión del poblado de Corral del Risco, pudo haberse evitado, de haberse implementado procesos de gestión participativa, dentro del proceso del proyecto urbano arquitectónico. La población solo fue notificada de que sería reubicada (Córdova 2015, 196). De ahí en más, la falta de consenso hacia la población, es uno de los elementos que más han reclamado los habitantes. Sus quejas sobre cómo fue llevado a cabo el proyecto, sobre el lugar en dónde fueron reubicados, así como la falta de interés del gobierno y la inmobiliaria DINE, por saber su opinión, convertir la zona en lugar turístico exclusivo, esto sumado a otras condicionantes, trajeron como resultado el enojo social imperante hasta el día de hoy.

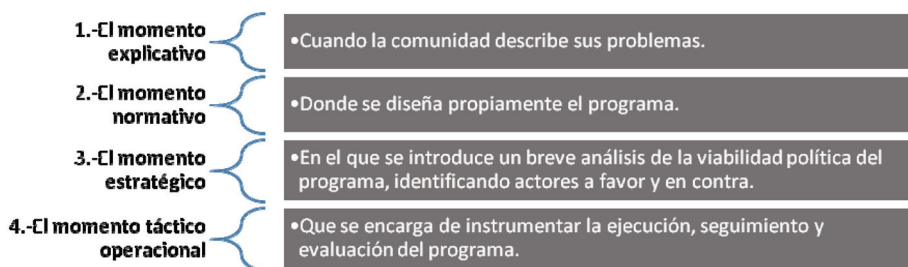
La gestión participativa urbana, es una herramienta que correctamente empleada, podría ayudar a obtener proyectos más equitativos y justos, en dónde la población local se comprometa mediante la colaboración voluntaria, en mejorar logros comunes para la sociedad. La participación de la ciudadanía se pone en práctica por medio de dos formas, el de la representación y el de la participación directa, que en el caso de Punta de Mita, a pesar de que se nombraron representantes estos no tuvieron la fuerza necesaria para negociar pata el bien común. El primero corresponde al de la elección de los representantes de gobierno y autoridades. De forma que el particular, o el ciudadano, también participe dentro de la intervención en las ciudades o poblaciones de menor escala, de tal manera que por medio de la participación se “expresen ideas, iniciativas y propuestas” (Araque, 2016, pág. 11) en pro de mejorar la interacción social urbana.

En la planeación urbana participativa, no intervienen necesariamente personas afines, por el contrario se ganan ideas de entre la diversidad de pensamientos. Se señalan los objetivos a lograr. La participación urbana es:

“...el proceso por medio del cual el gobierno y la sociedad civil dialogan, establecen acuerdos, comparten información e interactúan para diseñar, ejecutar y evaluar políticas, proyectos y programas que requieren del compromiso de todas las partes interesadas. Asimismo, es un proceso mediante el cual los interesados influyen y comparten el control de las iniciativas de desarrollo, tanto como las decisiones y los recursos que les afectan...”(Romero&García 2007, 110)

Dicho proceso depende de la voluntad y la capacidad de la sociedad para influir en un cambio dentro de su entorno. Aunque influyen también aspectos locales, geográficos, económicos y culturales. (Romero&García 2007, 111 y 112). El proceso de planificación urbana participativa, tiene cuatro procesos temporales que se describen en la siguiente gráfica:

### Ilustración 11. PROCESOS TEMPORALES, DE LA PLANEACIÓN URBANA PARTICIPATIVA



Elaboración propia con datos de (Romero&Garcia 2007, 111)

Para que la planeación urbana participativa funcione, es necesario además que se cumpla con la Integralidad en las resoluciones, así como participación del mayor número de actores y gradualidad en la aplicación.<sup>12</sup> (Romero&Garcia 2007, 111 y 112). La gestión participativa por lo general ha sido puesta a prueba en los modos de vida comunitarios, de los que los lugares turísticos podrían ser ejemplos (Daniel H. Quiroz Telles 2011, 273).

Una forma innovadora de hacer urbanismo participativo, de gestionarlo, es el *crowdsourcing*, que se basa en la participación ciudadana por medio del empleo de la *web*, principalmente haciendo uso de las redes sociales. Con lo que se difunde la información de forma rápida y eficiente, explotando al máximo su mayor potencial: la comunicación. De forma que se convierte en un espacio eficiente en dónde el ciudadano que tiene acceso a estas herramientas de interacción, verdaderamente participa en la generación de políticas públicas de gobernanza, en conformidad con sus necesidades particulares (Araque 2016, 9, 14 y 16).

“De esta forma, utilizando las herramientas del *crowdsourcing*, se intenta invitar a la comunidad a una participación colectiva en la creación de ciudades que deben estar preparadas para el futuro.” (Araque 2016, 16)

Por lo cual es plenamente aplicable a la planificación urbana de las ciudades y localidades de comunidades originarias. Partiendo del principio de la toma de decisiones en conjunto con todos los actores involucrados, gobierno, sociedad e iniciativa privada. El proceso de gestión participativa urbana se convierte de esta forma en una herramienta eficaz con múltiples opciones de

12 “Se concibe teniendo en cuenta que la participación va adoptando diversas formas en función de determinadas circunstancias específicas en el transcurso de todo el proceso, e influye en la aplicación de políticas, programas y/o proyectos; lo que significa, que no se trata de un modelo acabado y único concebido desde el principio, sino que se hace a partir de detectar los pasos para conseguirlo.” (Romero&Garcia 2007, 111 y 112)

diseño para lograr un desarrollo urbano equilibrado, principalmente en las regiones de vocación turística por su alto impacto en la sociedad.

#### REFLEXIONES FINALES

El desarrollo inequitativo del país a lo largo del último siglo, ha dejado como consecuencia profunda percepción de desigualdad, exclusión y marginación entre la población mexicana en general. El desarrollo de Punta de Mita y la consecuente desaparición del poblado Corral del Risco, es sólo uno de múltiples ejemplos existentes en la república mexicana. La falta de interés de los órganos de gobierno mexicanos, hacia con la población, principalmente la que se halla en estado de vulnerabilidad económica y social, han permitido que los intereses de privados, nacionales y extranjeros se impongan sobre los de comunidades y grupos sociales diversos.

El caso de Punta de Mita, se convierte en un caso ejemplar de la ruta que no se debe seguir, por sus múltiples consecuencias negativas aquí presentadas, y por el peligro que representa la molestia social por la afectación a su estado de derecho. Al día de hoy los reclamos de la población prevalecen, así como la injusticia y la corrupción continúa permitiendo que se sigan atropellando sus garantías individuales otorgadas en teoría por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. El derecho al libre tránsito, el derecho a llevar una vida digna y decorosa mediante espacios habitacionales y públicos acordes, así como su derecho a su integridad física y las demás condicionantes concernientes a garantizar el apropiado desarrollo del transcurso de sus vidas, fueron atropellados, mediante la expulsión y ahora segregación a la que fueron y son expuestos los pobladores de Corral del Risco Nayarit.

La falta de políticas de gobernanza, que incluyan la participación ciudadana en la toma de decisiones en el desarrollo urbano de las poblaciones, así como en otras áreas de interés público, se vislumbra como la herramienta idónea para evitar futuros casos de expulsión y despojo y para legitimar los procesos de desarrollo urbano del que se trate. La gestión de la planeación urbana participativa nos abre las puertas a oportunidades jamás consideradas, en las que sociedad, gobierno e iniciativa privada, generen respuestas que beneficien a todas las partes, bajo el principio de “ganar, ganar”; con lo que se podría evitar el descontento social, se podría obtener el apoyo y la colaboración de la sociedad así como, hacer que todos los actores se conviertan en beneficiarios del desarrollo económico, sea de índole turístico, manufacturero, o cualquier otro.

El diseño de una política de gobierno, que propicie la gestión de la planeación urbana participativa, debe de tener los elementos esenciales como libre oportunidad a todos los ciudadanos de ser partícipes; así mismo está debería en su momento ser diseñada en el detalle a cada caso puntual, tomando como

modelos experiencias anteriores, pero siempre ajustada a las condiciones locales, con lo que se lograría responder de mejor manera a los requisitos del *lugar*. Asimismo, es preciso implementar dentro del proceso, mecanismos de vigilancia eficientes, en los que todos puedan monitorear el proceso de consenso, con el objeto de evitar actos de corrupción y coacción. Los mecanismos asimismo deberían de incluir candados legales y sanciones expresas hacia la iniciativa privada, para que estos realmente cumplan con los compromisos contraídos hacia con la sociedad. La experiencia acontecida en Punta de Mita, puede ser un punto de partida para diseñar mecanismos de gestión de la planeación urbana participativa, partiendo de los aspectos negativos que no deben ser repetidos.

La experiencia de los fenómenos sociales y culturales acontecidos en Punta de Mita y Corral del Risco, nos dejan el aporte de las consecuencias de una planeación urbana unilateral. La transformación y proceso de residencia evidente entre la población demuestran, que a pesar de la adaptación social a las condicionantes impuestas, la población mantiene lazos socio culturales sobre sus orígenes, los cuales en consonancia con su experiencia vivida, incrementan y arraigan los sentimientos de insatisfacción social entre la población. La gestión de la planeación urbana participativa podría evitarlo, para lo cual esta figura de gestión requiere de una revisión y actualización minuciosa para el caso de los estados de Jalisco y Nayarit, pues existen limitaciones técnicas para que esta sea eficaz y obligatoria, en la forma en que esta se contempla en la actualidad en el marco legal vigente.

#### BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR, Paty AGUILAR. «Exigen a Gobernador Apoye a Pobladores de Punta de Mita.» *NOTICIASP.V.COM*, 27 de mayo de 2009: <http://www.noticiaspv.com/pobladores-de-punta-mita-piden-a-gobernador-haga-cumplir-a-empresa-dine-compromisos-contraidos-desde-hace-trece-anos/>.
- ARAQUE, Mary Johana HERNÁNDEZ. «Urbanismo Participativo, Construcción Social del espacio urbano.» *Revista de Arquitectura*, 2016.
- CALVO BLANCO, Julia. *Ley de derecho*. 09 de 09 de 2018. <https://mexico.leyderecho.org/ejido/>.
- CARRASCAL, Eurosia. «Actividad Turística y Asimilación Territorial en la Costa Nayarita.» *Instituto de Investigaciones de Geografía*, 2010: 125-136.
- CÓRDOVA, Tania CÓRDOVA MARTÍNEZ. *El paisaje litoral de la región turística en el periodo de 1992-2014: Transformaciones territoriales e implicaciones socio-culturales en la micro-región de Punta de Mita, Nayarit*. Guadalajara, Jalisco, México.: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño, Tesis de Maestría, 2015.

- Daniel H. QUIROZ TELLES, Jose M. GONZALVES GANDARA, Leandro MARTINS FOURTOURA, Matias POLL sperb. «Gestion Territorial y Planificacion Participativa en la ILHA DO MEL Brasil.» *Estudios y Perspectivas en turismo*, 2011: 270-287.
- DINE. *Punta de Mita*. 2017. [www.puntamita.com](http://www.puntamita.com).
- GINÉZ, Armando. «rebelión.org.» 2015. <http://www.rebellion.org/noticias/2015/3/197104.pdf> (último acceso: 09 de 09 de 2018).
- GÓMEZ DE SILVA, Jorge. *El derecho agrario mexicano y la Constitución de 1917*. México: Secretaría de Cultura, Secretaria de Gobernación, UNAM, 2017.
- HASSANILLE TOVAR, Carlos Mario. *Doctrina. Asesoría e interpretación de la Ley Agraria*. 09 de 09 de 2018. <file:///C:/Users/Ordenador/Downloads/23106-20671-1-PB.pdf>.
- Mariel Veronica MASSE MAGAÑA, Naptali MONTERROSO SALVATIERRA, Elva Esther VARGAS MARTINEZ. «Transformaciones y Turismo: Bahía Bandera y Nuevo Vallarta.» *teoría y praxis*, 2017: 121-158.
- MORALES, Maria Alicia FONSECA. «Punta mita en la din'amica del desarrollo tur'istico regional.» *E peripio sustentable*, 2009: 85-108.
- MORALES, Maria Alicia FONSECA. «Punta Mita en la Dinamica del Desarrollo Turistico Regional.» *El Peripio Sustentable*, 2009: 85-108.
- MORALES, Maria Alicia MORALES FONSECA. «Punta Mita en la Dinamica del Desarrollo Turistico Regional.» *el peripio sustentable*, 2009: 85-108.
- PEREZ-CAMPUZANO, Enrique. «Segregación Sociespacial en ciudades Turísticas el caso Puerto Vallarta, México.» *Región y Sociedad, Colegio de Sonora Vol. XVII*, 2010: 143-176.
- ROMERO&GARCIA, Guztavo ROMERO FERNÁNDEZ María de Lourdes GARCÍA VÁZQUEZ. «Planeacion Urbana Participativa.» En *Herramientas de planeamiento participativo para la gestión local y el hábitat*, de OLIVERAS/MESÍAS/ROMERO y R. MESÍAS GONZÁLEZ, G. ROMERO FERNÁNDEZ (coord.) R. OLIVERAS GÓMEZ, 107-146. San Andrés Totoltepec, Tlalpan, zona metropolitana del Valle de México; Habana Cuba.: Cuba: Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (CYTED) y PNUD Cuba, 2007.
- SANTOS, Javier SANTOS. «Empresarios, dueños de facto de Punta de Mita, dicen pobladores.» *La Jornada*, 18 de Abril de 2016: 28, <http://www.jornada.com.mx/2016/04/18/estados/028n1est>.



# **HOW LOW COST CARRIERS ENABLE THE DEVELOPMENT OF RESIDENTIAL TOURISM.**

## **The reality of French market in the Algarve**

*Cláudia Ribeiro de Almeida*

University of the Algarve - ESGHT, calmeida@ualg.pt

### ABSTRACT

The new routes and services provided by low cost carriers (LCC) enable the emergence of new tourist destinations in Europe as well as the development of new market segments that value the cheap and easy air accessibilities. One of the best examples is residential tourism that grew in recent years, mainly in tourism destinations in the south of Europe, like Algarve (Portugal), due to the great weather conditions, security and above all new and the growing rates of air accessibilities provided by LCC.

In this article, the focus is the Algarve, one of the tourism destinations where residential tourism grew in the last decade, mainly because of the new offer of routes and frequencies of LCC throughout the year, as well as the good climate, security and, above all, the quality and diversity of golf and other tourism facilities.

Keywords: Low cost carriers; Residential tourism; Algarve; French market; Non-Habitual Residents regime.

### INTRODUCTION

In recent years, air transport has significantly increased the number of flights, routes, destinations and passengers, heavily contributing to the process of airspace liberalisation. This process has led to a shift from a management model with heavy state intervention to a competitive market model, allowing the entry of LCC. These carriers have enabled consumers to enjoy a wider range of supply and low airfares (Costa & Almeida, 2018).



In Europe, this process began in 1987 in the United Kingdom and Ireland, and strong growth allowed these carriers to capture quickly a large market share (Costa & Almeida, 2018). In Portugal, LCC started in 1997 at the Faro and Lisbon airports with Air Berlin and Ryanair, and, in 2011, LCC transported approximately 37% of the total number of air passengers in Portugal (INAC, 2012).

LCC provides new accessibilities at a low cost fare across Europe, which allows in the last years, the development of new routes and frequencies from some markets to some tourism destinations.

This situation allowed the development of new tourism segments, like for example the Residential tourism that, as stated by Almeida (2010), values the direct routes across the year from their country of residence to the destination where they have their second home. One of them is the French market that besides having new tax benefits for buying a second home in Portugal, have at the moment new routes and frequencies along the year to the Algarve.

In this article, we are going to focus our attention in this market, with some references to Faro airport data and some details about the behaviour of these new residents in the Algarve.

## 1. ALGARVE & RESIDENTIAL TOURISM

Algarve is the most popular tourism destination in Portugal and famous in Europe due in particular to the “sun and beach” product. As stated by Turismo de Portugal (2013), Golf and second home tourism are also very relevant products.

The new strategy of Turismo de Portugal – Turismo 2027 (2017) brings new products besides the ones that were presented in 2007 (Turismo de Portugal, 2007) and where residential tourism had an important role. Nowadays, residential tourism is not an isolated product, as it is included in “Living – Live in Portugal” (Turismo de Portugal, 2017). As stated by Turismo de Portugal (2017), “Living” is an emergent active of Portugal.

Portugal is a country searched by international citizens to live due to the quality of life, climate, gastronomy, value for money and above all security (Turismo de Portugal, 2017), being considered by World Economic Forum (2017), the number 1 in the Travel & Tourism Competitiveness Index (Component Safety and Security – Index of terrorism incidence).

This leads to a growing trend for investment in real estate, from international citizens that choose Portugal to live, offering a new atmosphere to several areas of the country, as for example Algarve (Turismo de Portugal, 2017).

Algarve is located in the southern area of Portugal’s mainland, bordering Spain on the east, Alentejo region in the north and the Atlantic Ocean on the

south. The region represents in 2017 around 20,6% of official accommodation establishments and 35,6% of the official total beds capacity in Portugal (Turismo de Portugal, 2018).

Second home tourism is particularly important because it influences not only the tourism market, but also other activity sectors such as real estate, construction, and financial services. As stated by AHETA (2018), the Algarve register in 2017 around 20 million overnights in official accommodation, around 4.3 million guests. When we add the second homes and family and friends home to this number, we reach 7.4 million guests and the equivalent of 37 million overnights. This data shows the importance of second home tourism to the region and above all for economic and sociocultural purposes, as it generates impacts in the destination and in the host community.

Along the years, several definitions of second home tourism or residential tourism came across but none of them is consensual, as it depends from the author reality or even from political or sociological point of view. In this article, we use our own definition that we recreate with the fusion of Almeida (2010) and Gomes, Pinto & Almeida (2017) definition for second home tourism:

“Property purchased as a second residence to use seasonally, for tourism, recreation, leisure or for economic purposes. Can be set in a tourism resort in plural property with complementary services and entertainment equipment or in a local accommodation registered properly in order to generate income through rent or as an investment”.

Cárcel (2005) emphasises that the early stages of second home initiated some centuries ago in Ancient Egypt, when prominent and rich people rested in their villas away from the routine of the urban centre. In the Hellenistic Greece, in the third and second centuries BC, the wealthy classes travelled to other locations looking for comfort, tranquillity, and leisure.

According to Müller and Hoogendoorn (2013), the first studies of second home tourism start with Ljungdahl in 1938. The author conducted an analysis of the second home market in Stockholm before World War II. However, as stated by Almeida (2010), the thematic only caught the attention of academia after the study by Coppock – “Second Homes: Curse or Blessing”, in 1977.

The literature review provide us one of the first definitions that were presented by Barbier in 1969, as the accommodation belonging to a person who already has a main residence and usually resides in a city or at least away from this villa, visiting it on weekends or holiday (Almeida, 2010). More recently, Mazón and Aledo (2005) consider second home tourism as an economic activity whose main objective is to develop urbanization, frequently in coastal areas, where retired people generally purchase accommodations. Mazón (2006), cited by Almeida (2010), pointed out that old people usually

buy or rent a residence looking for places with mild weather and a good quality of life.

## 2. AIR TRANSPORT & TOURISM

Tourism and air transport have a strong reciprocal and symbiotic relationship (Duval, 2013). Air transport is the main mean of transportation worldwide. In 2014, more than half of all tourists travelled to some destination by air (54%), while the rest travelled on surface transport (46%) - whether by road (39%), rail (2%) or water (5%) (UNWTO, 2015).

Faro airport is the international airport serving the southern region of Portugal, with the focus on international tourism traffic. According to Fonseca (2007), this airport has a catchment area of approximately 395,000 people within 60 minutes, so if you add the area of Huelva (Spain) it amounts to 535,000 people. A distance up to 180 minutes this figure may reach 1,286,360 people (Figure 1).

Figure 1. FARO AIRPORT CATCHMENT AREA



Source: ANA (2008)

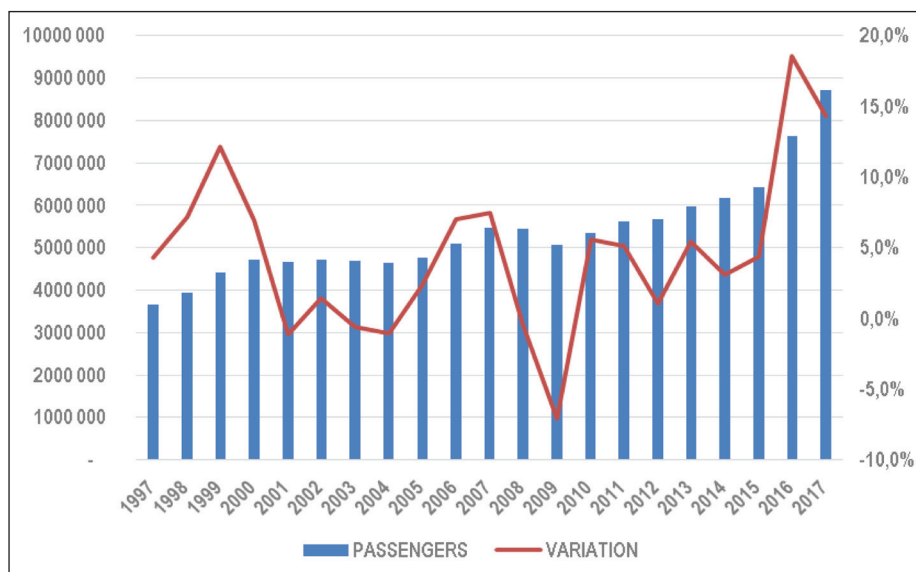
Faro Airport presented over the 53 years of operation, an increase in the number of passengers handled, accompanied by changes in its infrastructure in the early 70's, in the late 80's, in 2000 and one and more recently in 2016

and 2017. These recent changes have allowed the increase of this airport capacity to nine million passengers per year.

Since its opening, Faro Airport is mainly a tourism airport, with a charter and seasonal operation from the countries of Central and Northern Europe. From the mid 90's, and after completed the deregulation of air transport in Europe, the traffic structure has changed due to start-up of low cost airlines. Since 1997, traffic volume grew from 3.66 million to 8.7 million passengers (2017).

In 2017, this airport recorded a total traffic of over eight million passengers, of which more than 70% travelled on LCC (Figure 2).

Figure 2. NUMBER OF PASSENGERS AND ANNUAL VARIATION AT FARO AIRPORT (1997/2017)



Source: Almeida (2010); AHETA (2012); AHETA (2015); AHETA (2018).

All changes that have occurred in the terminal and other infrastructure allowed the airport to ensure a better level of service to airlines, passengers and other customers, enabling the development of traffic flow and consequently the tourism in the Algarve.

During the first decade of the 21st century, Faro Airport has witnessed a complete change in the predominant transport model, with a decline in charter operations and the emergence of the low cost sector. This change took place on the supply side, i.e. essentially, airlines did little more than adapt the low cost model quickly and efficiently to the intrinsic structural characteristics of

tourism in the Algarve in response to consumer demands (greater flexibility) and hence this did not result in a significant leap in the overall volume of visitors using this airport.

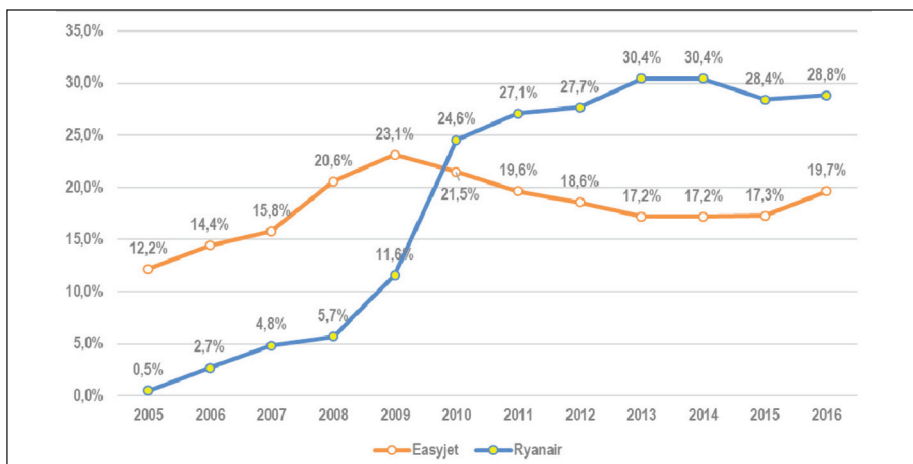
Consequently, a more accelerated and sustained growth will fundamentally take place by stimulating an increase in demand, based on a diversification of markets as well as on innovation and differentiation and by promoting the tourism products that the region and its economic agents have to offer.

The inauguration in March 2010 of the first operational base at Faro Airport by the largest and most aggressive European carrier in the low cost segment – Ryanair is now an enormous challenge for the mobilising capacity of regional economic agents (Almeida, 2011).

By the end of 2010 Ryanair reach the first position in passengers handled at Faro Airport with a growth of 123,5% compared to the previous year (1.392.702 passengers). By the same period Easyjet, the first one in the last years dropped for the second place, with less 1,9% passengers than in the previous year (1.148.730 passengers).

The growing trend of Ryanair is evident, and in 2016, Ryanair reach around 28,8% and Easyjet around 19,7% of the total amount of passengers at Faro Airport (Figure 3).

Figure 3. NUMBER OF PASSENGERS (%) AT FARO AIRPORT – RYANAIR AND EASYJET (2005/2016)



Source: ANA (2016).

The operation of low cost airlines at Faro Airport led to the provision of new routes and flights to new regions of Europe throughout the year, allowing a significant improvement in the accessibility and development of

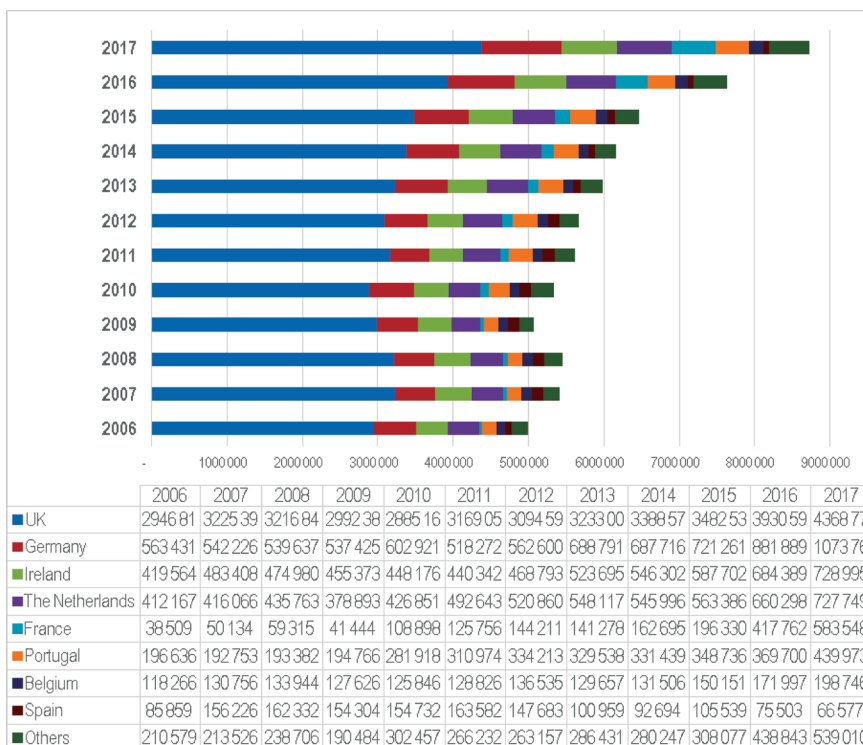
new tourism market segments, as for example the residential tourism. This market segment is associated with people that travel abroad all over the year to stay in their second home. These clients appreciate the accessibility to the destination provided mainly by low cost airlines (Almeida, 2010).

### 3. THE REALITY OF FRENCH MARKET IN THE ALGARVE

For many years the Algarve receive mainly tourists coming from UK, Germany, The Netherlands and Ireland, which represent together for several years more than 80% of the total traffic at Faro Airport.

Data provided by AHETA (2009, 2012, 2015 and 2018) show that this trend is not the same in 2017 when the eight main markets are analysed, with France gained some advantage over the Portuguese market (Figure 4).

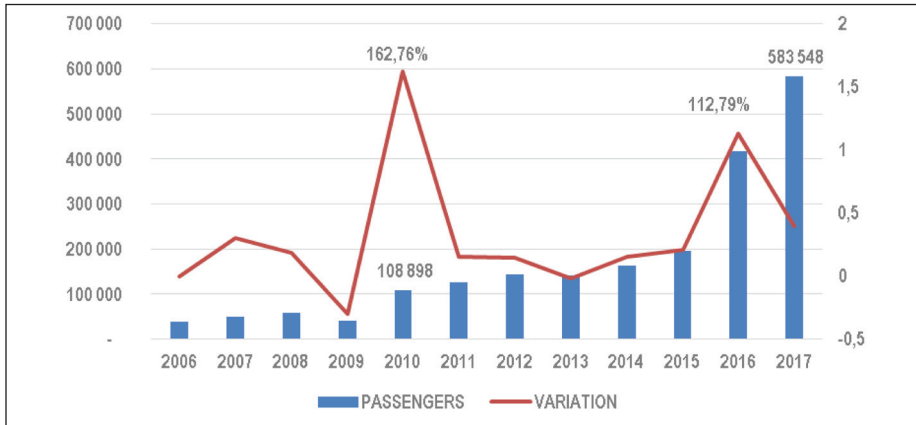
Figure 4. NUMBER OF PASSENGER PER MARKET AT FARO AIRPORT (2006/2017)



Source: AHETA (2009); AHETA (2012); AHETA (2015); AHETA (2018)

Figures from AHETA (2018) show that French market has been growing since 2006 when it register around 38.509 passengers. In 2017, the same market register around 583.548 passengers (Figure 5).

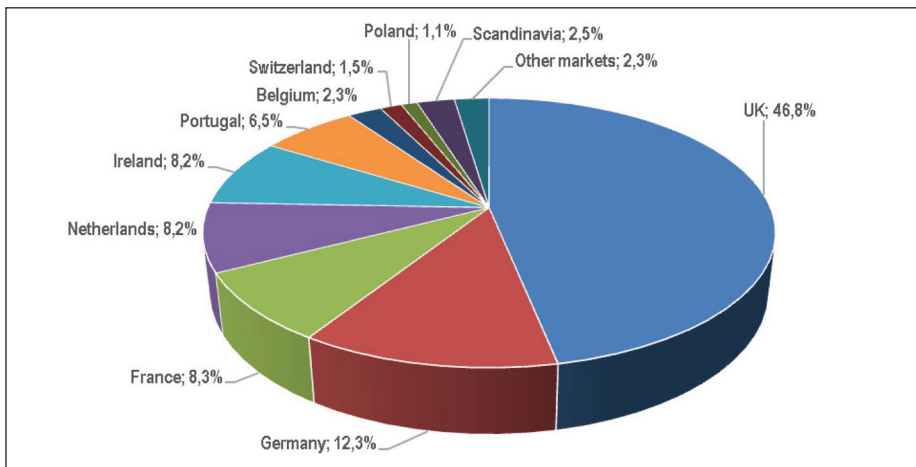
Figure 5. NUMBER OF PASSENGERS AND ANNUAL VARIATION FOR FRENCH MARKET AT FARO AIRPORT (2006/2017)



Source: AHETA (2009); AHETA (2012); AHETA (2015); AHETA (2018).

Latest data provided by ANA (2018a) and ANA (2018b), show that French market is between Winter IATA 2017/2018 (last weekend of October 2017 until last weekend of March 2018) and Summer IATA 2018 (last weekend of March 2018 until last weekend of October 2018), the third market in terms of flights (8,3% of the total). For French market, this is a record number, 566 flights, beating the Irish and Dutch market (Figure 6).

Figure 6. NUMBER OF FLIGHTS (%) PER MARKET AT FARO AIRPORT (WINTER IATA 2017/2018 – SUMMER IATA 2018)



Source: ANA (2018a); ANA (2018b).



This growth accompanied new demand trends related to the purchase of second homes in the Algarve, partly due to the new Non-Habitual Residents (NHR) regime that provides to new residents a very attractive tax benefits for their first 10 years, allowing the French citizens to invest in real estate in some destinations of Portugal.

These tourists besides spending some days in vacation in the Algarve, buy second homes in the city centers, rebuild old houses and prefer to stay nearby the residents, instead of creating a “French bubble” in some areas, has happens with other nationalities for the last decades.

France is in 2018 the number one in terms of housing market in the Algarve. In the last couple of years, the Algarve registered also a growing number of new Real Estate agencies mainly focus in French market, and normally opened by French people that know the habits and customs of their home country fellows.

## CONCLUSIONS

The growing number of LCC operating across Europe brought a new dynamic to several tourism destinations, which besides new air accessibilities know also new developments in terms of tourism segments.

Residential tourism is one of the tourism segments that developed the most. Residential tourists prefer direct flights along the year from their home country to the destination where they have bought their second home.

Due to some new legislation and also new routes and frequencies from France to the Algarve, the region is witnessing an interesting develop of this market. This happens not only in the terms of people that seek the Algarve for vacations but above all from French citizens that feel motivated to come here in order to buy a second home and live all year in the region.

The air accessibility brought by LCC in Europe is changing countries, regions and tourism destinations across the continent.

## ACKNOWLEDGE

This paper is financed by National Funds provided by FCT- Foundation for Science and Technology through project UID/SOC/04020/2013.

## REFERENCES

- AHETA (2009). *Balanço do Ano Turístico 2008. Perspetivas para 2009*. Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve.
- AHETA (2012). *Balanço do Ano Turístico 2011. Perspetivas para 2012*. Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve. Acedido

- em 08/08/2018 em <http://www.aheta.pt/site2008/2-estudos/balancos/Bal2011.pdf>
- AHETA (2015). *Balanço do Ano Turístico 2014. Perspetivas para 2015*. Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve. Acedido em 08/08/2018 em <http://www.aheta.pt/site2008/2-estudos/balancos/Balanco2014.pdf>
- AHETA (2018). *Balanço do Ano Turístico 2017. Perspetivas para 2018*. Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve. Acedido em 08/08/2018 em <http://www.aheta.pt/site2008/2-estudos/balancos/B2017.pdf>
- ALMEIDA, C. (2010). *Aeroportos e Turismo Residencial. Do conhecimento às estratégias*. Editorial Novembro;
- ALMEIDA, C. (2011). The new challenges of tourism airports: the case of Faro Airport. *Tourism & Management Studies*, 7, 109–120;
- ANA (2018a). *Weekly frequencies Report - Passenger services - November 17 to March 2018 - Aeroporto de Faro*. ANA, Aeroportos de Portugal;
- ANA (2018b). *Weekly frequencies Report - Passenger services - April to October 2018 - Aeroporto de Faro*. ANA, Aeroportos de Portugal;
- ANA, SA (2008). *Faro Airport Presentation*. ANA, Aeroportos de Portugal – Aeroporto de Faro, February 2008;
- ANA, SA (2016). *Boletim Mensal de Tráfego - dezembro de 2016* – Aeroporto de Faro;
- CÁRCEL, J. A. (2005). El Otium en la casa romana de recreo y el origen del turismo residencial. In A. A. Tomás Mazón (2005). *Turismo residencial y cambio social*. Universidad de Alicante, Spain, 31-54.
- COSTA, V. & ALMEIDA, C. (2018). Low cost carriers and tourism destinations development: case study of Oporto, Portugal. *Tourism & Management Studies*, 14(2), 7-15;
- COSTA, V; ALMEIDA, C. & CONCEIÇÃO, O. (2014). Air transport and tourism destinations: The case of Oporto Airport and Portugal's Northern Region. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 27/28, 209 – 213;
- DUVAL, D. (2013). Critical Issues in Air Transport and Tourism. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 15(3), 494-510;
- FONSECA, J.H. (2007). Gestão de Aeroportos especializados no mercado turístico. Desenvolvimento de áreas de influência transfronteiriças. *Conferência Think'nomics 07* [18/06/2007], Lisboa;
- GOMES, R.; PINTO, H. & ALMEIDA, C. (2017). Second home tourism in the Algarve: the perception of public sector managers. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(2), 197-217, São Paulo.

- INAC (2012). *O Impacto das Transportadoras de Baixo Custo no transporte Aéreo Nacional [1995-2011]*. Lisboa: Instituto Nacional de Aviação Civil;
- MAZÓN, T., & ALEDO, A. (2005). El dilema del turismo residencial: Turismo o desarrollo? In Mazón, T & Aledo, A. (Eds.). *Turismo residencial y cambio social*, Alicante: Agua Clara, 13-30.
- MÜLLER, D. K., & HOOGENDOORN, G. (2013). Second homes: Curse or blessing? A review 36 years later. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* (13), 353-369;
- RAMOS-PÉREZ, D. e ALMEIDA, C. (2015). Transporte aéreo y turismo en el Algarve (Portugal): más allá de la dualidad chárter-bajo coste. In ESPINOSA SEGUÍ, A. (coord.), *El papel de los servicios en la construcción del territorio: redes y actores* (2), 543-558. Ediciones Universidad de Alicante and AGE, Alicante.
- TURISMO DE PORTUGAL (2007). *Plano Estratégico Nacional de turismo para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Acedido em 08/08/2018 em [http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Pol%C3%ADticas%20e%20Estrat%C3%A9gia/PENT\\_2007.pdf](http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Pol%C3%ADticas%20e%20Estrat%C3%A9gia/PENT_2007.pdf)
- TURISMO DE PORTUGAL (2013). *Plano Estratégico Nacional do turismo - Revisão e objetivos 2013-2015*. Acedido em 08/08/2018 em [http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Pol%C3%ADticas%20e%20Estrat%C3%A9gia/PENT\\_2014.pdf](http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/Pol%C3%ADticas%20e%20Estrat%C3%A9gia/PENT_2014.pdf)
- TURISMO DE PORTUGAL (2017). *Estratégia do Turismo 2027 - Liderar o turismo do futuro*. Setembro de 2017;
- TURISMO DE PORTUGAL (2018). *Turismo em Portugal 2017*. Direção de Gestão do Conhecimento, abril de 2018. Acedido em 07/08/2018 em <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Documents/An%C3%A1lises/Economia/turismo-em-portugal-2017.pdf>
- UNWTO. (2015). *Over 1.1 billion tourists travelled abroad in 2014*. World Tourism Organisation. Acedido em 08/08/2018 em <http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>
- WORLD ECONOMIC FORUM (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. World Economic Forum within the framework of the Economic Growth and Social Inclusion System Initiative and the Future of Mobility System Initiative. Acedido em 08/08/2018 em [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2017\\_web\\_0401.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf)



# **UNA APROXIMACIÓN A LOS EFECTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES EN EL SECTOR EDUCATIVO DE LOS RESIDENTES EXTRANJEROS. EL CASO DE ALICANTE**

*Covadonga Ordóñez García*

Departamento de Análisis Económico Aplicado. Universidad de Alicante

## **RESUMEN**

La medición de las variables necesarias para hacer un análisis exhaustivo sobre los efectos económicos y sociales en el sector educativo de los residentes no laborales extranjeros es bastante compleja. Se pueden hacer aproximaciones a través de algunos datos disponibles en aspectos muy concretos como es la compra de vivienda, debidamente recogida por las Estadísticas Registrales. El Padrón de habitantes tiene muchas limitaciones para conocer colectivo pero una buena opción es, con datos provenientes del SIP, mejorar la caracterización, por ejemplo, nos puede dar idea la duración de las estancias en función del uso de los servicios sanitarios y así hacer mejores cálculos.

Pero en el caso del sector educativo es más difícil medir los impactos, la aproximación a la información a través de las asociaciones, aunque por su carácter, en términos generales poco formal y su atomización en lo que respecta a los motivos que llevan a su creación, las hace una fuente poco significativa. No obstante, y a pesar de los estudios que reconocen el factor de atracción que puede ejercer el colectivo a penas se utiliza.

## **INTRODUCCIÓN**

Cuando hablamos de residentes extranjeros durante muchos años se ha hablado de personas retiradas que se instalaban de manera estacional en algún destino buscando una mejora en su calidad de vida. Alicante ya era una provincia con gran número de residentes extranjeros antes que en el año 2000 comenzara el flujo migratorio a España por motivos económicos. Tal y como puede

verse en los Cuadernos de Población de Fundación BBVA, en el año 1998, el 7,2% de la población de Alicante había nacido fuera de España, mientras que la media española era del 2,9%. A medida que la emigración económica fue llegando a España, también se asentó en Alicante, en 2007 era ya la población en Alicante nacida en el extranjero el 23,1%.

En Valero (1992) ya se recoge que la afluencia de residentes europeos al litoral alicantino iba a suponer aportes positivos para la economía local, pero su masificación añadida generaría asimismo problemas de degradación; no sólo por la acumulación creciente y excesiva de residentes –autóctonos y foráneos–, de instalaciones económicas y por multiplicación de las necesarias infraestructuras en la franja litoral, sino también por un envejecimiento demográfico muy acelerado dadas las características de la nueva población, lo que según su opinión, repercutiría en la economía futura. En ese momento el autor habla del inicio de una nueva etapa demográfica, al pasar de la inmigración nacional de trabajadores, a inmigración de residentes con un alto porcentaje no activos y envejecidos. Indicaba sin dudar que era preciso conocer de manera más profunda las características y evolución de esta nueva población, para orientar el futuro de esta zona en la forma más positiva para el desarrollo integral y sin peligro de “quiebra” por “mala administración”. Pero realmente a estas alturas, en 2018, seguimos sin tener demasiada información sobre esta, ya no tan nueva población.

Si queremos conocer su perfil sociodemográfico encontramos que Huete (2008), apunta a que la mayoría de las personas que se plantean la posibilidad de trasladarse a una zona turística o cercana a ella superan los 50 años de edad, aunque según sus estudios últimamente el abanico se está abriendo a edades más jóvenes. Dicha autora refiere que la media de edad se sitúa en los 62,6 años. Son diferentes las razones por las que ese perfil se ha ido enriqueciendo dando lugar a otras realidades que incorporan familiares, acompañantes e incluso niños en edad escolar. Todo ello cambia el panorama desde el punto de vista de servicios necesarios para estos nuevos habitantes. Así pues, se plantea un nuevo reto, ¿cómo se cubren estas necesidades de formación en estos nuevos colectivos?

Clasifica Huete (2008) los impactos económicos del turismo residencial en gastos turísticos y de ocio; gastos residenciales (alimentación, servicios al hogar, servicios a las personas); creación de empleo, tanto directo como indirecto e inducido; negocio bancario; aportación tributaria (directa e indirecta), mantenimiento de servicios profesionales (arquitectos, abogados, agencias de intermediación inmobiliaria, aparejadores, economistas, notarios, registradores, etc.); creación de servicios empresariales, restaurantes, bares, cafeterías, comercios, ocio, etc.; nuevas orientaciones económicas en la localidad distintas a las tradicionales; diversificación productiva con un mayor

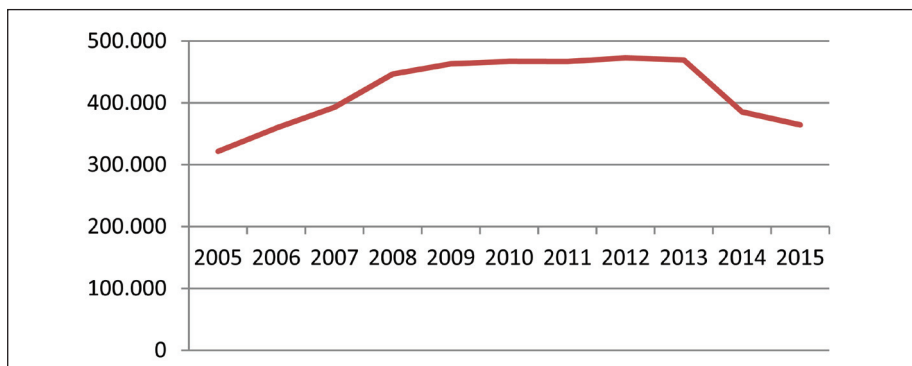
dinamismo empresarial y económico. Pero sobre todo resalta la generación de nuevas actividades económicas del turismo residencial, y ahí es donde el sector educativo, no sólo tiene cabida. Se habla de sectores como los Centros culturales, actividades lúdico-culturales tales como dibujo, pintura, artesanía, restauración, idiomas, estética, de la naturaleza, actividades físicas...etc.

#### RESIDENTES, LO QUE NOS DICEN, O NO, LAS ESTADÍSTICAS

Para hablar de efectos se hace necesario medir el fenómeno, revisar las fuentes de datos con las que poder conocer cuáles son las características del colectivo, su origen, su edad, cómo se mueven en España, cuál es el periodo de residencia, etc. La primera fuente a la que se acude para conocer la población de un lugar es sin duda el padrón. Pero tal y como indican Ortiz et Al. (2007) se da en este colectivo una la falta de registro sistemático de algunos grupos de población extranjera, por lo que esta fuente no es siempre reflejo real de la modalidad de estancia de las personas en el territorio. Las cifras de empadronamiento debido a diferentes motivos legales vinculados en muchos casos a la ley de extranjería hacen que tenga más importancia para los ciudadanos no comunitarios que comunitarios. Aún así en el año 2016 el porcentaje de europeos empadronados en Alicante era del 53,2% mientras que en conjunto de España eran el 39,9%.

Si observamos la Tabla 1 podemos ver que desde el 2013 el número de empadronados extranjeros se reduce. Entre otras causas se apunta el efecto de algunos cambios legislativos en materia tributaria como la ocurrida en 2012, la Ley 7/2012, de 29 de octubre, de modificación de la normativa tributaria y presupuestaria y de adecuación de la normativa financiera para la intensifica-

Tabla 1. TOTAL EXTRANJEROS/AS EMPADRONADOS EN LA PROVINCIA DE ALICANTE



Fuente: Padrón a 1 de enero según el INE.



ción de las actuaciones en la prevención y lucha contra el fraude, ha introducido una nueva disposición adicional decimoctava en la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria, por la que se establece la obligación de informar sobre los bienes y derechos situados en el extranjero. La obligación de presentar esta declaración ante las autoridades españolas ha tenido un efecto disuasorio a la hora de seguir empadronado, ya que la manera de evitarla es la de tener la consideración de no residente en nuestro país. La diferencia entre residente o no residente fiscal en materia de impuestos es un factor importante para decidir donde fijar la residencia en términos económicos.

En la Comunidad Valenciana disponemos de un sistema de información vinculado a la atención sanitaria; el SIP (el Sistema de Información Poblacional). Creado por el Decreto 126/1999 de 16 de agosto, del Gobierno Valenciano en ese momento incluía, además de a los empadronados, a residentes de más de 1 mes. Fue necesario incluirlos porque para dar cita previa se necesitaba del número SIP, por lo que se tenía que dar de alta a cualquier persona que solicite ser atendido en cualquier centro de Salud. En el 2004 hay que modificar las condiciones del acceso a SIP, introduciendo usuarios de estancias reducidas para darles acceso a la atención primaria. Finalmente, el sistema acaba recogiendo esta realidad más compleja que empadronado o no empadronado, así acaba distinguiendo entre; población empadronada aunque no tengan derecho asistencial reconocido; población no empadronada que solicita consulta al Sistema Sanitario Público: con estancias prolongadas (más de 1 mes), que sería donde entran los turistas residenciales y estancias reducidas (menos de 1 mes).

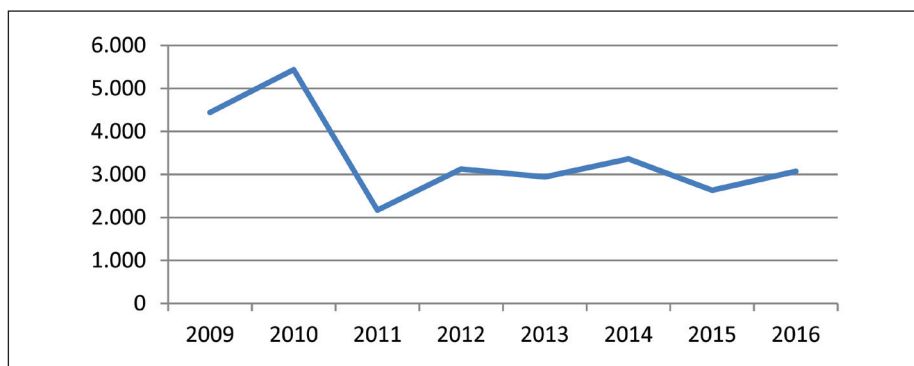
Así entonces este número SIP vinculado a la atención sanitaria y que recoge a través de la presencia permanente de población residente no empadronada (PRNE), además de los empadronados por supuesto, genera trazas de registro en las que se dan altas (a petición del interesado) y bajas (administrativas) sucesivas lo que nos permite, por ejemplo, conocer las estancias de aquellos ciudadanos que no se empadronan pero que necesitan mientras que están en España el acceso a servicios médicos o de enfermería.

Como señalan Simó et Al (2007) al análisis de esta información pone de manifiesto las diferencias entre el número de personas empadronadas con los datos del SIP, lo que indica que la utilización del padrón municipal de habitantes como única fuente de información demográfica no parece ser un buen reflejo de la realidad para la planificación y la asignación de recursos sanitarios. Por diversos motivos, no todos los ciudadanos europeos residentes en nuestro territorio se registran en los padrones municipales. La consideración de esta población como simples turistas ha dificultado su identificación como parte integrante de nuestra sociedad y dificultado la debida planificación para el buen funcionamiento de infraestructuras y dotación de recursos.

De esta fuente se nutre la elaboración de algunos planes sanitarios de la Comunidad Valenciana, por ejemplo, en el Plan de Salud de la Comunidad Valenciana 2005-2009 ya se recogía que la inmigración es el componente demográfico que mayor modificación aporta a la composición de la población valenciana. Es fundamental analizar de qué manera la modifica; si la envejece o incorpora dolencias no habituales entre la población autóctona. En este sentido, dicho plan resalta que la población extranjera que vive en dicha comunidad presenta estructuras de edad y sexo muy variadas. Los más mayoritarios, los residentes de la Unión Europea presentan una estructura de población donde lo más destacado es el carácter envejecido. Aún así los datos del SIP no se han explotado lo suficiente para conocer a fondo el comportamiento de nuestros turistas residenciales.

Si tomamos los datos de las Oficinas de Extranjeros, la información disponible es más completa en el caso de los ciudadanos no comunitarios, ya que tienen que cumplir con mayor número de requisitos legales para no caer en la irregularidad. Las personas que residen en la provincia y que disponen de una situación de residencia en la que no tienen permiso para trabajar podemos verlo en la tabla 2, en esos datos encontramos los ciudadanos no comunitarios y cuya estancia en España es por motivos laborales (quedan fuera también colectivos como el de estudiantes y otros).

Tabla 2. RESIDENTES CON RESIDENCIA NO LUCRATIVA EN LA PROVINCIA DE ALICANTE



Fuente: Ministerio del Interior.

Si queremos ahondar en los residentes no comunitarios podemos analizar una variable de flujo (es decir, de entrada) con las estadísticas del Ministerio de Asuntos Exteriores no son de gran ayuda a la hora de diferenciar los motivos de la concesión de los visados, al menos en lo que a la información pública se refiere, está muy agregado, por lo que la caracterización del co-

lectivo se hace muy difícil y por supuesto los comunitarios al no necesitar visados no figuran.

Si en lugar de cuantificar a personas nos fijamos en las fuentes que recogen el sector inmobiliario encontramos la Estadística Registral Inmobiliaria. En su Anuario 2017 recoge que las comunidades autónomas con mayores pesos de compra por extranjeros han sido Canarias (31,35%), Baleares (31,27%), Comunidad Valenciana (26,04%), Murcia (18,77%), Andalucía (13,84%) y Cataluña (12,94%).

Si estudiamos los datos por provincias, encontramos que aquellas con un mayor peso de compra de vivienda por extranjeros han sido Alicante (40,76%), Tenerife (40,72%), Baleares (31,27%), Girona (30,74%), Málaga (29,64%), Las Palmas (22,33%), Murcia (18,77%), Almería (16,87%), Tarragona (14,45%) y Castellón (14,06%). Es decir, Alicante es desde hace ya varios años la provincia donde porcentualmente más viviendas son adquiridas por ciudadanos extranjeros como puede verse en la tabla 3.

Tabla 3. PORCENTAJE ANUAL DE COMPRAS DE VIVIENDAS POR EXTRANJEROS EN ALICANTE Y ESPAÑA (2014-2017)

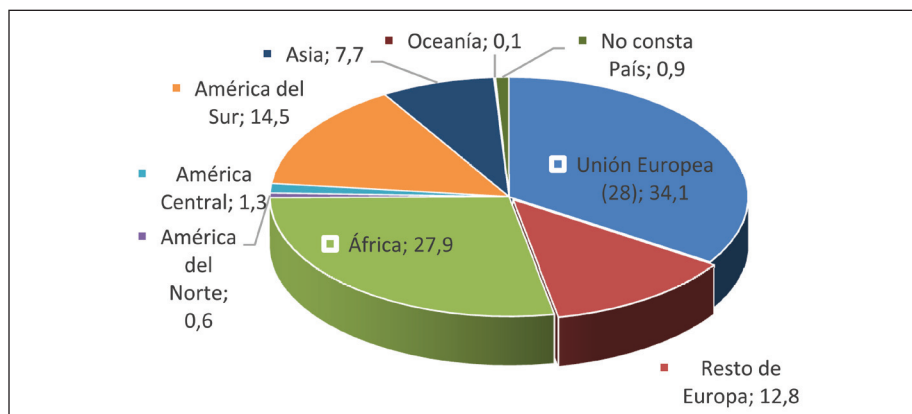
	2014	2015	2016	2017
Alicante	43,88	42,57	43,08	40,76
Nacional	13,01	13,18	13,25	13,11

Fuente: Estadística Registral Inmobiliaria.

Si consultamos otras fuentes públicas encontramos que el OOVV (2015), es decir, el Observatorio de la Vivienda de la Comunidad Valenciana, los demandantes extranjeros presentan un porcentaje significativamente superior al resto en la demanda de viviendas unifamiliares independientes o aisladas. La vivienda multifamiliar destaca entre los individuos de entre 36 y 50 años. Así como que el 11% de los cambios de vivienda entre el 2011 y el 2015 vivían en el extranjero en países como Ecuador, Colombia, Brasil, Venezuela, Reino Unido, Italia, Rumanía y Marruecos, ahí están más bien recogidos datos sin distinguirlos de los emigrantes por motivos laborales.

Los datos educativos son aún si cabe menos exhaustivos, podemos ver el porcentaje de matriculados en centros públicos o privados, pero realmente poco conoceremos a través de estas estadísticas del estatus de la familia y menos aún, ser capaces de discriminar si el alumnado está por razones laborales o no de sus progenitores, podemos ver la distribución de nacionalidades en enseñanzas no universitarias en la Tabla 4.

Tabla 4. PORCENTAJE DE ALUMNADO EXTRANJERO EN ENSEÑANZAS NO UNIVERSITARIAS EN ALICANTE POR NACIONALIDAD. CURSO 2017-2018



Fuente: Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte.

Si lo vemos por provincias en la Tabla 5, indica Mora (2018) que se puede inferir que la proporción del alumnado por área geográfica de nacionalidad no

Tabla 5. ALUMNADO EXTRANJERO EN LA COMUNITAT VALENCIANA, POR PROVINCIAS Y POR ÁREA GEOGRÁFICA DE NACIONALIDAD. DATOS AVANCE CURSO 2015-16

ÁREA GEOGRÁFICA	Provincia						Comunidad Valenciana	
	Alicante		Castellón		Valencia		Comunidad Valenciana	
	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%	Absoluto	%
Unión Europea (28)	13.447	34,6	6.669	45,8	12.757	33,6	32.873	35,9
Resto de Europa	4.857	10,6	480	2,9	1.919	4,7	7.256	7
África	10.697	25,7	5.196	36,3	7.795	20,2	23.688	25,1
América del Norte	254	0,6	64	0,3	383	1	701	0,7
América Central	518	1,4	180	1,2	1.070	2,7	1.768	1,9
América del Sur	6.573	19,9	1.341	9,8	8.729	26,7	16.643	21,1
Asia	2.915	7	552	3,6	4.313	11	7.780	8,1
Oceanía	24	0	2	0	34	0,1	60	0,1
No consta País	15	0	4	0	4	0	23	0
Total	39.300	100	14.488	100	37.004	100	90.792	100

Fuente: Estadística de las enseñanzas no universitarias. Subdirección General de Estadística y Estudios del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Instituto de Derechos Humanos de la Universidad de Valencia.

guarda relación con la distribución por áreas para el conjunto de la población extranjera. Puede comprobarse como el 36% de los estudiantes procede de un país de la Unión Europea, frente a cerca del 45% que suponen los extranjeros comunitarios en el total de población extranjera. Esta infrarrepresentación en el ámbito escolar, tal y como indica el informe, se debe a su estructura por edades, puesto que en este grupo se encuentran las personas mayores que han elegido la costa alicantina como lugar de residencia (británicos, alemanes, belgas, noruegos, holandeses, rusos, suizos, daneses, finlandeses o suecos) que, suponen el 37% de la población asentada en la provincia de Alicante en el 2015.

Así pues, con estas fuentes es bastante difícil caracterizar del todo desde un punto social y educativo al colectivo. Podemos conocer un poco mejor las estancias medias a través del SIP, y sus preferencias inmobiliarias por nacionalidades, pero poco más y menos relacionado con sus demandas o necesidades educativas y/o culturales. Así pues, surge la necesidad de aproximarse a la cuestión desde otros métodos.

#### LO QUE NOS DICEN LAS ASOCIACIONES

A través del seguimiento de la evolución de las asociaciones de residentes en la Comunidad Valenciana en general y la provincia de Alicante en particular, se pueden detectar cuáles son las necesidades que impelen a las diferentes nacionalidades a asociarse para conseguir mejorar sus condiciones de vida. Cuantitativamente es difícil de saber, pero al menos desde el punto de vista cualitativo podemos intentar hacer una aproximación a la cuestión.

En el estudio realizado por Simó (2005) refiere que las organizaciones de residentes comunitarios aparecen también como un reflejo del tipo de inserción social tan particular de este colectivo que conduce a la formación de “minisociedades”; conformando vecindarios “étnicos” no solo como resultado de una segregación impuesta, sino también como consecuencia de la búsqueda insistente del confort cultural.

Según el mismo autor muchas de las asociaciones que se inspiran o se fundan sobre modelos específicos de participación social originados en los países de los que provienen. Son países donde existe una mayor tradición y ejercicio de asociacionismo que en España. La investigación se ha realizado a través de la búsqueda tanto en el Registro de Asociaciones de la Comunidad Valenciana, como en medios de Comunicación, webs de ayuntamientos. Como resultado refiere que entre las asociaciones de ciudadanos comunitarios se encuentran organizaciones de exprofesionales (exmilitares, por ejemplo), grupos de vecinos que funcionan como asociaciones, que ante la convocatoria de elecciones locales pueden llegar a constituirse como partidos, asociaciones

que realizan funciones de apoyo para trámites administrativos y de servicios dirigidas principalmente a sus miembros, pero también a terceros (acompañamiento, mutuo apoyo, etc.) sin ánimo lucro.

En números, el estudio recoge para la provincia de Alicante 724 asociaciones, unas registradas formalmente y otras no, algunas reconocidas por los ayuntamientos en los que se ubican y otras descubiertas a través de los periódicos orientados a los colectivos extranjeros. Algo más del 20% de esas asociaciones, llamadas de sociabilidad, tienen entre sus objetivos fines culturales.

En el caso de residentes no europeos el asociacionismo es más tardío y con mucha menos efervescencia entre sus miembros y escasa visibilidad social tal y como refleja el mismo informe. Un ejemplo, la Asociación de Amistad Hispano-Argelina “Las dos orillas” creada en 1996.

En el trabajo de Gómez Gil (2008) los datos usados, exclusivamente los del Registro, coinciden con el informe anteriormente mencionado. Recalca que el movimiento asociativo comunitario mantiene las señas de identidad y las características propias de sus promotores en sus países de origen hasta el punto de mantener los propios nombres extranjeros y las finalidades que las dieron origen en el siglo XX, como sucede con el Rotary Club, Help Internacional, Cancer Charity Center, Open Door Foundation, Charity Shops, Internacional Salvation Army, Jávea Park Roundabout Charity, Stiftung Tierhilfe Costa Blanca o Tierschutzverein Calpe, entre otras, sirviendo de esta forma como espacios que enfatizan el origen y las características socioeconómicas de sus miembros. Así también destaca el uso de dichas asociaciones por parte de los organismos políticos; Diputación, ayuntamientos para acceder a dichos colectivos. En el caso de los ciudadanos no comunitarios destaca que los nexos de unión para las asociaciones son la nacionalidad, la religiosidad y la representatividad frente a las administraciones y sociedad española. En cualquier caso y dado que el movimiento es fragmentado y con poca fuerza no cree que tenga la fuerza necesaria para alcanzar sus objetivos.

En ambos informes poco o nada podemos concluir en lo referente a la influencia de estos grupos de residentes en elementos culturales o educativos en la provincia de Alicante.

#### EFFECTOS ECONÓMICOS MEDIBLES

Sin duda y gracias a los datos recogidos por la Estadística Registral Inmobiliaria el efecto en la provincia de los residentes no laborales en Alicante es un hecho medible. Por eso cuando en 2013 el 40% de la vivienda en Alicante era comprada por extranjeros, las nuevas medidas aprobadas a nivel nacional fueron bienvenidas. Dichas medidas se incluyeron en la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

En dicha norma se recoge la posibilidad de obtener visados de residencia a ciudadanos no comunitarios si adquirirían una vivienda de más de 500.000 €, son las llamadas Golden Visa. En 2017 el 5,72% del total de compras de vivienda realizadas por extranjeros presentaron un importe igual o superior a los 500.000 € (5,32% en 2016). El 37,53% de estas compras correspondieron a nacionalidades no comunitarias, frente al 36,54% de 2016. En el caso de la Comunidad Valenciana, dicha compra en el 2017 supuso un 1,79%, siendo un 40,63% no comunitarios, es decir a los podrían salir beneficiados por la normativa de visados. El Colegio de Registradores en su anuario del 2017 finalmente no duda en reconocer que la medida no ha supuesto un incentivo con un efecto significativo ya que los resultados son similares a los de los últimos años e incluso inferiores a los de los primeros años de puesta en marcha de la ley, estos resultados aún menos significativos en Alicante donde el metro cuadrado es más barato que en Madrid o Barcelona.

Otros efectos económicos no hay duda de que están, pero desde luego son más difíciles de medir. Es el sector inmobiliario el que más atención despierta por la inmediatez del impacto, así el 10 de julio de 2016 aparece en El País Comunidad Valenciana, que ayuntamientos noruegos, en concreto Bergen, Baerum y Oslo, compran terrenos para hacer residencias geriátricas en la Costa Blanca. Las razones aducidas que las autoridades reconocen que el clima es favorable y la atención sanitaria más económica.

Recientemente, Llopis Vañó (2017) se plantea, usando datos del 2014, en su informe para el Observatorio del Turismo Residencial de la Costa Blanca y en colaboración con la Asociación de Promotores Inmobiliarios de la Provincia de Alicante unos cálculos para cuantificar este impacto. Según dicho estudio, en las principales actividades, son seis sectores los más beneficiados, sumando el 89,45% del impacto total estudiado, tal y como refleja la Tabla 6.

Tabla 6: IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO RESIDENCIAL EN LOS SEIS PRINCIPALES SECTORES

Sector	Millones de Euros	% sobre el total
Alimentación y restaurantes	1.534,905	26,71%
Actividades turísticas	865,267	15,06%
Transporte internacional	865,267	15,06%
Mantenimiento de la vivienda	729,222	12,69%
Otros gastos	727,917	12,67%
construcción de nuevas viviendas	417,21	7,26%

Fuente: Vañó (2017).



En lo que respecta a tributación, según el mismo autor los impuestos vinculados directamente con la vivienda ascienden a 282,72 millones de euros (4,98%). También realiza sus estimaciones en la generación de empleo, que suponen, el 77,64 de los puestos de trabajo generados: Alimentación y restaurantes, 27.382 empleos (28,24%); actividades turísticas, 21.632 empleos (22,31%); transporte internacional, 2.472 empleos (2,55%); mantenimiento de la vivienda, 18.231 empleos (18,80%); y finalmente, construcción de nuevas viviendas, 5.563 empleos (5,74%).

#### EFFECTOS SOCIALES EN EL SECTOR EDUCATIVO Y CULTURAL

En este aspecto las fuentes de datos investigados dan pocas pistas. Los medios de comunicación aportan algunos datos en el caso del sector educativo no universitario, cuando la actualidad saca a la luz algunos elementos durante elecciones municipales o europeas. En el caso de estudios universitarios algunos estudios incipientes sobre los motivos de elección de un destino para realizar estudios superiores o idiomáticos, recogen de forma muy poco exhaustiva el efecto que puedan tener para elegir un destino el hecho de que familiares o amigos compatriotas vivan en la zona.

El hecho de crearse una serie de colonias de nacionales para dar servicio a esos residentes genera la necesidad de crear colegios que se adapten a las necesidades de los niños que acompañan a sus progenitores. Es el caso de los tres colegios noruegos que existen en la provincia de Alicante de los siete que existen a nivel nacional. Por ejemplo, El Oasis, el Colegio Noruego cuenta con una plantilla de 45 profesionales y con 250 alumnos matriculados. Fundado en 1972, el de L'Alfàs es uno de los centros escolares que el Estado noruego tiene repartidos por la costa alicantina. Aunque en Noruega los privados no son comunes, los colegios que están fuera de sus fronteras sí lo son, de una manera coparticipada; el 85% de los ingresos salen del presupuesto público y el 15% restante lo abonan los padres (El País, Comunidad Valenciana, 11 de diciembre de 2011).

En el caso de los estudios universitarios e idiomáticos algunos estudios apuntan el factor de tener referencias del destino a través de familiares o amigos que residen en la zona (Olivella y Calleja (2015), Varasteh et Al. (2014)). De alguna manera los residentes se convierten en prescriptores del destino aunque sea con fines diferentes a la residencia como es el caso de realizar estudios, bien universitarios, bien de otra naturaleza.

Desde la Diputación de Alicante se han llevado algunas acciones para promover el Turismo idiomático, llevándolas a cabo a países con grandes colonias residentes en la provincia (Noruega, Reino Unido, Alemania). Aún es pronto para valorar los efectos de estas acciones. Aún así, aunque en fase

incipiente y todavía intermitente, es una vía que aún está poco explorada y de la que se podría obtener resultados positivos en un futuro. Cabe destacar la dificultad ya que aunque a dichos países les une el hecho de tener en la provincia de Alicante un número importante de residentes, las características de sus sistemas educativos y sus necesidades desde dicho punto de vista, son muy diferentes.

## CONCLUSIONES

La medición de las variables necesarias para hacer un análisis exhaustivo sobre los efectos económicos y sociales en el sector educativo de los residentes no laborales extranjeros es bastante compleja. Podemos hacer aproximaciones a través de algunos datos disponibles en aspectos muy concretos como es la compra de vivienda, debidamente recogida por las Estadísticas Registrales y más estudiada por el sector inmobiliario. Podemos afinar los datos del Padrón con datos provenientes del SIP, que nos puede dar idea la duración de las estancias en función de el uso de los servicios sanitarios.

En el caso del sector educativo es más difícil aún de medir los impactos, la aproximación a la información a través de las asociaciones, aunque por su carácter, en términos generales poco formal y su atomización en lo que respecta a los motivos que llevan a su creación, las hace una fuente poco significativa. Qué decir de las estadísticas educativas accesibles, tan solo hacen referencia a la nacionalidad y en caso alguno refleja el motivo por el cuál se sentó en el aula el estudiante.

Los efectos, están, sabemos que existen pero para lograr una mejor cuantificación deberíamos plantearnos la mejora de los sistemas de información disponibles, y sacar mayor provecho de los existentes, como es el caso de SIP, todavía por explorar.

## BIBLIOGRAFÍA

CONSELLERIA DE SANITAT UNIVERSAL Y SALUT PÚBLICA (2016): “Memoria de gestión de la Conselleria de Sanitat Universal i Salut Pública. Año 2015” disponible en: <http://www.san.gva.es/documents/157385/6697728/Memoria+de+Gesti%C3%B3n+2015.pdf> visitado el 16 de agosto de 2018.

ESTADÍSTICA REGISTRAL INMOBILIARIA, varios años, disponible en <http://www.registradores.org/portal-estadistico-registral/>

FUNDACIÓN BBVA: “Cuadernos de Población” recogidos en La localización de la población española sobre el territorio: un siglo de cambios (2006). Disponible [http://web2011.ivie.es/downloads/2009/02/notaprensa\\_poblacion\\_cv.pdf](http://web2011.ivie.es/downloads/2009/02/notaprensa_poblacion_cv.pdf) visitado el 17 de agosto de 2018.

- GÓMEZ GIL, C. (2005): Evolución de la población extranjera en la comunidad valenciana 1998-2005. Universidad de Alicante.
- GÓMEZ GIL, C. (2008): El asociacionismo de los inmigrantes. En GARCÍA ROCA, J. y LACOMBA, J. (eds.): *La inmigración en la sociedad española*, Bellaterra, Barcelona, 541-557.
- HUETE, R. (2009): “Turistas que llegan para quedarse. Una explicación sociológica sobre la movilidad residencial”. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Alicante.
- MORA CASTRO, A. director (2018): “Informe Jurídico-social sobre la situación de las personas inmigrantes en la Comunitat Valenciana” Instituto de Derechos Humanos, Universitat de València.
- OBSERVATORIO VALENCIANO DE VIVIENDA (OVV) (2015): “Estudio de las necesidades de y demanda de vivienda en la Comunitat Valenciana 2012-2015”.
- OLIVELLA, J., CALLEJA, G. (2016): “Principales tendencias en el ámbito universitario a nivel internacional en el año 2015”. Disponible en <http://hdl.handle.net/2117/86087>
- OLIVELLA, J., CALLEJA, G. y SOLÉ, F (2016): España como destino de estudiantes universitarios internacionales. *Investigaciones de Economía de la Educación*, 11, 59-76.
- ORTIZ, F, ILLUECA, M.: Informe sobre la validez de los datos contenidos en el sistema de información poblacional: diferencias respecto a los datos del padrón municipal de habitantes del INE. Valencia: Conselleria de Sanidad; 2006. Informe técnico.
- SIMÓ, C., JABBAZ, M., TORRES, F., GINER, J., HERZOG, B.: Asociacionismo y población extranjera en la Comunidad Valenciana. Cuadernos de Filosofía del Derecho [edición electrónica]. 2005 [citado 8 noviembre 2006]; 1138 [aprox. 57 pág.]. Disponible en <http://www.uv.es/CEFD/12/simo.pdf>
- SIMÓ, MÉNDEZ, ALFONSO, ORTIZ, SANCHIS, FABUEL, ESCUDER (2007): “El envejecimiento de la población extranjera comunitaria en la Comunidad Valenciana y su impacto en el sistema de salud”. Gaceta Sanitaria, Volumen 21 - Número 06 p. 525-526.
- VALERO, J. R. (1992). *La inmigración extranjera en Alicante*. Instituto de Cultura Juan Gil-Albert, Alicante. Disponible en [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/26543/1/Inmigracion\\_extranjera\\_Alicante.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/26543/1/Inmigracion_extranjera_Alicante.pdf) Consultado:08/08/2018.
- LLOPIS VAÑÓ, F. (2017): “Impacto Económico del Turismo Residencial de Extranjeros en la provincia de Alicante” Costa Blanca y Provia (Asociación de Promotores Inmobiliarios de la Provincia de Alicante. Disponible; <http://provia.es/wp-content/uploads/2018/05/Impacto-Econ%C3%B3mico-del-Turismo-Residencial-de-Extranjeros-en-la-provincia-de-Alicante-.pdf> Consultado el 15/09/2018.

VARASTEH H., MARZUKI A., and RASOOLIMANESH, S.M. (2014):  
“Factors affecting international students’ travel behavior” *Journal of Vacation Marketing* Vol 21, Issue 2, pp. 131-149 Disponible en;  
<https://doi.org/10.1177/1356766714562823> Visitado en 10/08/2018.