

Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). 2016. Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 450 pp. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.



Societat d'Història Natural de les Balears

Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo

XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE



Macià Blàzquez, Miquel Mir-Gual, Ivan Murray y Guillem X. Pons (Editores)

Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo
XV Coloquio del Grupo 10 de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación
M. Blàzquez, M. Mir-Gual, I. Murray y G.X. Pons (Editores)



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ,
B RECERCA I TURISME
AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS



G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ,
B RECERCA I TURISME
AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS





Societat d'Història Natural
de les Balears

Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo

XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la
Recreación de la AGE



Universitat
de les Illes Balears

Departament
de Geografia

Grup d'Investigació
sobre Sostenibilitat
i Territori. GIST



M. Blàzquez, M. Mir-Gual, I. Murray. y G.X. Pons (edit.).

Ajuntament  de Palma


G VICEPRESIDÈNCIA
O I CONSELLERIA
I INNOVACIÓ
B RECERCA I TURISME
AGÈNCIA TURISME
ILLES BALEARS



AJUNTAMENT DE POLLENÇA

Monografies de la Societat d'Història Natural de les Balears 23

Referencia de la obra completa:

Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). 2016. Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 450 pp. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Referencia de una contribución:

Fletcher., R. 2016. *Tours Caníbales* puesto al día: la ecología política del turismo. In: Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 19-29. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

La edición de este libro ha sido posible gracias a la ayuda del proyecto “Crisis y reestructuración de los espacios turísticos del litoral español” (CS02015-64468-P) del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Portada: fotografías de Biel Perelló (turismo ornitológico y mirador de sa Creueta o des Colomer, Formentor-Pollença) y Macià Blàzquez (apartamentos Pullman y es Comú de Muro).



del texto: los autores



de la edición: Societat d'Història Natural de les Balears

Diseño y maquetación: Los editores

Impresión: Amadip Esmert

Depósito Legal: PM 1093-2016

ISBN: 978-84-617-5115-0.

Comité organizador: Joana Maria Arrom (UIB), Antoni Albert Artigues Bonet (UIB), Asunción Blanco Romero (UAB), Macià Blázquez Salom (UIB), Jesús Manuel González Pérez (UIB), Miquel Mir Gual (UIB), Ivan Murray Mas (UIB), Rosario Navalón García, Joana Maria Petrus (UIB), Guillem X. Pons (UIB), Onofre Rullan Salamanca (UIB), Libertad Troitiño Torralba (UCM) e Ismael Yrigoy Cadena (UIB).

Comité científico:

Antoni Albert Artigues Bonet (Universitat de les Illes Balears)
Dr. Salvador Anton Clavé (Universitat Rovira i Virgili)
Dra. Asunción Blanco Romero (Universitat Autònoma de Barcelona)
Dr. Macià Blázquez Salom (Universitat de les Illes Balears)
Dr. Diego López Olivares (Universitat Jaume I)
Dr. Francisco López Palomeque (Universitat de Barcelona)
Dr. Jesús Manuel González Pérez (Universitat de les Illes Balears)
Dr. Miquel Mir Gual (Universitat de les Illes Balears)
Dr. Ivan Murray Mas (Universitat de les Illes Balears)
Dra. María del Rosario Navalón García (Universitat d'Alacant)
Dr. Guillem X. Pons (Universitat de les Illes Balears)
Dr. Onofre Rullan Salamanca (Universitat de les Illes Balears)
Dra. Libertad Troitiño Torralba (Universidad Complutense de Madrid)
Dr. Manuel Valenzuela Rubio (Universidad Autónoma de Madrid)
Dr. José Fernando Vera Rebollo (Universitat d'Alacant)
Dr. Ismael Yrigoy Cadena (Universitat de les Illes Balears)

Índice

Pròleg per Biel Barceló , Vicepresident del Govern i conseller d'Innovació, Recerca i Turisme.....	13
Presentación de los editores: Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo	15

Turismo y crisis

Fletcher, R. Cannibal Tours Revisited: The Political Ecology of Tourism.....	19
Clark, E. and Mahmoud, Y. Rent gaps in the Spanish crisis.....	31
López Palomeque, F., Font Garolera, J., Sánchez Aguilera, D., Torres-Delgado, A., Elorrieta Sanz, B., Coma Guitart, J., Font Urgell, X., Simeonova, V. y Romero Torres, J. Turismo y crisis: el comportamiento del inmobiliario turístico en la montaña española durante la última década. Estudio de casos: la Val d'Aran y Sierra Nevada.....	43
Hidalgo Giralt, C., Palacions García, A.J. y García Baltodano, K. La operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial. Una valoración de los grupos de interés a través del método Delphi.....	55
Albarrán Periañez, J.D. El concepto de Patrimonio Territorial: problemáticas de gestión y planificación turística.....	67
Meana Acevedo, R. Decrecimiento y turismo: el papel del sector turístico en la extralimitación planetaria. La necesidad de un cambio de modelo puesto al día.....	79
Ledesma, O. y Simancas, M. Una oportunidad para implementar la gobernanza territorial en la gestión de los destinos turísticos de Canarias.....	91
Berzosa Pareja, R. Destinos patrimoniales españoles: hacia una gestión integrada desde la cultura.....	105
Almeida García, F., Cortés Macías, R. y Balbuena Vázquez, A. Crecimiento turístico y crisis en la Costa del Sol.....	117
Mercado Alonso, I. y Fernández Tabales, A. La percepción del paisaje urbano como indicador de sostenibilidad turística. El caso de Sevilla.	131
Ramos, D. La magnitud del turismo en isla de la Palma: del discurso dominante a la realidad estadística.....	143
Schenkel, E. El turismo social como respuesta gubernamental ante la crisis: los principales actores beneficiados.	161
Pitarch Garrido, M.D. Claves para entender los efectos de la crisis económica actual en el modelo turístico valenciano.	171

Cañada, E. Crisis, reforma laboral y externalización en el sector hotelero: razones contrapuestas.....	183
González, R. y Ercolani, P. Dinámica y repercusiones del mercado inmobiliario en los destinos turísticos de montaña en la Patagonia norte, Argentina.....	201
Gómez Martín, M.B., Armesto López, X.A. y Cors Iglesias, M. Crisis económica y estaciones de esquí en las comarcas catalanas de la Val d’Aran, Pallars Sobirà y Alta Ribagorça.....	213

Turismo colaborativo

Coll, M.À., Obrador, M. y Seguí, M. La socialización del negocio turístico a través de la comercialización de estancias turísticas en viviendas. El caso del municipio de Lloret de Vistalegre (Mallorca).....	227
Echarri Chávez, M., Lois González, R.C. y Pérez Guilarte, Y. Experiencias turísticas colaborativas en el Área Protegida Península de Zapata (Cuba).....	237
Peñarrubia, M^a P., Simancas, M., Temes, R., Moya Fuero, A. y García Amaya, A. Análisis territorial del alquiler de la vivienda vacacional en las áreas turísticas de litoral de Canarias.....	247
Navalón-García, R. y Mínguez García, M. C. El desarrollo del fenómeno de los tours gratuitos (free tours) en los destinos culturales. El caso de la ciudad de Madrid: colaboración o negocio.....	265
Yrigoy, I. The impact of Airbnb in the urban arena: towards a tourism-led gentrification ? The case-study of Palma old quarter (Mallorca, Spain).....	281

Ecoturismo

López Palomeque, F., Font Urgell, X. y Romero Torres, J. El papel de la administración pública en el fomento y planificación del ecoturismo en la montaña española.....	293
Vacas Guerrero, T. y Santa-Cecilia, F.J. Dinámicas geográficas asociadas a las Reservas de la Biosfera de la comunidad de Madrid: los casos de la reserva de la Cuenca Alta del Manzanares y la Reserva de la Sierra del Rincón.....	305
Capdepón, Frías, M. La custodia del territorio como instrumento de gestión medioambiental y turística. Una revisión desde el análisis de experiencias.....	321
Padullés, J., Llausàs, A. y Ribas, A. Pequeñas y medianas empresas de alojamiento turístico y ahorro hídrico: una explotación cualitativa en el ámbito de la Costa Brava.....	335

Patiño Romaris, C.A. y Lois González, R.C. El producto turístico de naturaleza en el litoral gallego como instrumento de sostenibilidad ambiental.....	345
Lamnadi, Y. Signs of hope or wrong way ? The implementation of ecotourism a touristic product within Morocco destination.....	357
Pueyo-Ros, J., Fraguell, R.M., Vila Subirós, J. y Llausàs, A. Usos recreativos y conservación del patrimonio natural en los paisajes del agua del Parque Natural del Montgrí, les Illes Medes i el Baix Ter (Girona).....	369

Pósteres y resúmenes

Blanco-Romero, A. y Cànoves, G. Productos turísticos resilientes en territorios de interior. El turismo de aventura en el Ripollès catalán.....	381
Tegtmeier, L. Between urban wasteland and post-industrial ruinscape: tourism as post-crisis economic progress in the infamous shrinking city Detroit.....	383
González Morales, A., Ramón Ojeda, A., Romero Roque, F. y Quesada Medina, J. Panel informativo del Bco Guiniguada (Gran Canaria). Propuesta metodológica para la dinamización del turismo cultural y natural.....	385
Mínguez García, M^a C, García Hernández, M, de la Calle Vaquero, M., Troitiño Vinuesa, M.Á. y Troitiño Torralba, L. Airbnb un elemento clave en la transformación funcional del espacio turístico de la ciudad de Madrid.....	387
García González, J.A., Jover Martí, F. J. y González Estrada, N. L. La puesta en valor del patrimonio territorial para uso turístico a partir del surgimiento y gestión de iniciativas privadas: el ecomuseo de Alcaraz	389
Villares, M. y Roca, E. La percepción social del sector turístico ante los escenarios de cambio climático.....	391
Simancas Cruz, M.R., Temes Cordovez, R., Peñarrubia Zaragoza, M.P. y García Amaya, A. La pérdida del hecho diferencial del alojamiento turístico en Canarias: la residencialización de las plazas extrahoteleras y su conversión en viviendas vacacionales de alquiler.....	393
Picornell Cladera, M., Ramis Cirer, C.I. y Arrom Munar, J.M. La platja de Palma. Inici i evolució d'un declivi turístic (1978-2015).....	395
Karacaoğlu, S. and Yolal, M. Participation and sharing in community based tourism development: Misi Village, Turkey.....	397
Avraham, E. Financial Crisis Tourism, Slum Tours, and <i>Gulag</i> Vacations: Spinning Liabilities into Assets in Tourism Marketing.....	399

Moreno Arriba, J. La gestión alternativa de recursos ecoturísticos en la sierra de Santa Marta en Veracruz (México): un ejemplo de colaboración social intercultural y buenas prácticas socio-espaciales de(s) coloniales para la sustentabilidad integral	402
Morales Yago, F.J. Turismo de interior en el municipio de Yecla (Murcia): una alternativa sostenible ante la crisis del modelo industrial actual.....	403
Morell, M. The heritage of rent: On conservation regulation and class-monopoly rent in Majorca	405
Romero Martínez, J.M., Romero Padilla, Y. y Navarro Jurado, E. Mecanismos growth machine en la zona metropolitana Costa del Sol. Su situación en plena crisis.....	406
Arias-Sans, A. El derecho al Park Güell: repensar el espacio común a través del turismo	408
Gutiérrez Puebla, J., García Palomares, J.C., Romanillos, G. y Salas, H. La irrupción de Airbnb en los centros de las ciudades: el caso de Barcelona	410
Sánchez Aguilera, D. y Font Garolera J. Nuevas formas de alojamiento en el medio rural: la difusión de la economía colaborativa en tres destinos de la montaña española.....	412
Fernández Gallardo, J.A. y Millán Vázquez de la Torre, G. Modelización de los precios de la vivienda turística en la Costa del Sol tras el estallido de la burbuja inmobiliaria.....	414
Such Climent, M.P. Reflexiones en torno a las relaciones entre turismo y medio ambiente en el contexto de las políticas y actuaciones emprendidas desde la Administración.....	416
Pastor Coello, M. La rehabilitación de centros históricos y el desarrollo turístico en ciudades medias: Oviedo.....	417
Becerra, L. Re-considering Ecotourism: the case for systems-thinking in tourism studies.....	419
Ormaetxea Arenaza, O., Galdos Urrutia, R. y Ruiz Urrestarazu, E. Un paisaje patrimonial de uso y conservación en el que también participan el ocio y el turismo: el parque natural de Aizkorri-Aratz (País Vasco).....	420
Quagliari Domínguez, A. Desmontando Airbnb: narrativas, prácticas y conflictos. El caso de Barcelona.....	422
Adriani, H.L. y Fornesi, R. Economías alternativas en el sector turístico Argentino. Estudio de caso de economía social en la provincia de Buenos Aires.....	423
Bürk, T. Tourism and crisis: new urban tourism and multilocality as multi-scalar crisis solving agency?	425

Millán Vázquez de la Torre, G., Pérez Naranjo, L. y Rodríguez Zapatero, M. Identificación del patrimonio arqueológico en el municipio de Córdoba. Un análisis DAFO.....	426
Ramis Cirer, C.I., Picornell Cladera, M. y Arrom Munar, J.M. Palma y Fundación 365: ¿una oportunidad para el turismo cultural y urbano en la ciudad o soluciones equivocadas a viejos problemas?.....	428
Sánchez, J.J., Ferriz, I. y Tapia, J.M. Custodia del territorio, turismo y conservación de la naturaleza en la serra de Tramuntana de Mallorca. Una contribución a la conservación de la Serra de Tramuntana.....	430
Sarmento, J. The Motor Car and Tourism Development in Mozambique in the early twentieth century.....	432
Jurado Rota, J. y Pérez Albert, Y. El turisme actiu en espais naturals protegits a l'alta muntanya catalana. Una aproximació a través de l'anàlisi dels refugis.....	434
Ioannides, D. Airbnb and the shared economy in Sweden: Building resilience or illusions?.....	436
Callizo Soneiro, J.y Lacosta Aragüés, A.J. Crisis económica y procesos de reestructuración turística. El caso de Aragón, en la estela de la Expo de Zaragoza 2008.....	438
Valdivielso Navarro, J. La negación de la naturaleza.....	440
Hervás Moreno, M^a I., Frutos Mejías, L. M^a y Hernández Navarro, M.L. Emprendedoras en turismo rural en el pirineo aragonés: manteniendo y reinventando el espacio natural.....	442
Hof, A. y Llausàs, A. Multi-scale approaches to understanding urban-tourist sprawl and its implications for water use.....	444
Padullés, J., Llausàs, A. y Ribas, A. Petits establiments d'allotjament turístic i estalvi d'aigua: una exploració qualitativa en l'àmbit de la Costa Brava.....	445
Índice de autores.....	447

PRÒLEG

El futur del nostre model turístic ha esdevingut enguany un dels temes destacats del debat públic. L'increment del nombre de turistes que ens han visitat aquesta temporada, el progressiu nivell de conscienciació de la societat envers aquest tema, les modificacions legislatives que impulsa el Govern... ha introduït aquest debat als fòrums acadèmics, mediàtics, polítics i fins i tot als nostres carrers.

Els efectes positius de l'activitat turística en l'economia de les Illes Balears i en el mercat laboral són evidents. Després dels anys més durs de la crisi, en aquests moments el turisme està essent el motor de la recuperació econòmica i de la creació de llocs de feina a casa nostra.

Ara bé, també és un fet que el model de creixement de les darreres dècades en aquest país, centrat en excés en la reproducció del turisme de masses, ha provocat a la llarga una pèrdua relativa de benestar econòmic i social. La renda per càpita ha anat caient durant els darrers 20 anys: hem passat del primer lloc de l'Estat en renda per càpita en els anys 80 (quan venien 6 milions de turistes), al 7è lloc actual (ara ens visiten més de 14 milions de turistes anuals).

Aquesta temporada, a més a més, el creixement del nombre de visitants (afavorit per la conjuntura dels nostres destins competidors) ha augmentat la percepció de saturació i ha sorgit el dubte que en els propers anys es pugui superar la capacitat de càrrega que les nostres illes i els nostres limitats recursos poden tolerar.

En aquest context, els debats del congrés sobre «Geografia del turisme, oci i recreació» es revelen de plena actualitat. La nova fase de creixement liderada pel sector turístic hauria de ser una oportunitat per replantejar el model per tal de no reincidir en els errors del passat.

El Govern aposta per un turisme sostenible i responsable: orientat cap a la qualitat i no cap a la massificació, com fins ara; que generi menys impacte en el territori i consumeixi menys recursos al mateix temps que guanyi competitivitat; i que compti amb mecanismes per compensar la petjada ecològica que provoca i per redistribuir la riquesa que genera.

Un d'aquests mecanismes és l'Impost del Turisme Sostenible, recentment implantat. Amb ell podrem finançar projectes per conservar, mantenir i regenerar els nostres espais naturals i els nostres recursos (especialment l'aigua, en un moment de sequera com l'actual), i per orientar el sector turístic cap a la sostenibilitat, el producte de qualitat i la innovació.

D'altra banda, el repte immediat és la regulació del lloguer turístic i de l'oferta global de places turístiques. L'emergència de l'anomenada "economia col·laborativa" i dels nous models de negoci associats a ella està canviant les regles del mercat, i està generant un creixement

incontrolat de l'oferta de places turístiques al marge de la normativa vigent. Això provoca distorsions en el model turístic, en el paisatge urbà i en el mercat d'accés a l'habitatge. La nova regulació haurà d'ordenar l'oferta i corregir aquestes distorsions.

Finalment, la nova Llei General del Turisme Sostenible, que impulsarem els propers mesos, regularà una sèrie d'aspectes per avançar cap al nou model.

El nostre objectiu com a país és ser capaços de convertir la recuperació de la crisi en una autèntica oportunitat per millorar la vida de les persones i per millorar el conjunt del nostre ecosistema insular. Ens hem de dotar d'un model de societat que superi la imatge negativa de la "balearització", que aporti una visió positiva de la nostra terra i que ens permeti construir entre tots i totes el país modern, just i innovador a què aspira la immensa majoria de la ciutadania.

Biel Barceló

Vicepresident del Govern i conseller d'Innovació, Recerca i Turisme

Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo

El **Grupo de Trabajo de Turismo, Ocio y Recreación de la Asociación de Geógrafos Españoles** cumple 25 años con rejuvenecimiento, rigor y cumplimiento exitoso en la organización de coloquios, publicando puntualmente sus ponencias y comunicaciones. La Universitat de les Illes Balears acogió su creación, en 1989, y el aniversario del cuarto de siglo del Grupo “diez” (por el orden de su creación dentro de la AGE), se celebra nuevamente en Mallorca.



Fotografía de los participantes a la reunión previa a la creación del Grupo de Turismo, Ocio y Recreación, celebrada en la Universitat de les Illes Balears en noviembre de 1989

El **XV Coloquio**, que se realiza en Palma los días 6, 7 y 8 de octubre de 2016, pretende favorecer el debate sobre temas candentes en la agenda de la geografía española e internacional. Sus objetivos han sido, en primer lugar, elegir temáticas de debate **académico y social**: 1) el análisis de la relación del turismo con la crisis, desde la ecología política y la geografía crítica, -el apartado más extenso con 21 comunicaciones- 2) la discusión sobre las luces y las sombras del denominado “turismo colaborativo”, -con 5 comunicaciones-; 3) y la problematización de las fronteras y las fricciones del ecoturismo, -con 7 comunicaciones-. Después de estos tres grandes bloques, se incluyen los resúmenes presentados que no están en forma de comunicación.

También se ha perseguido potenciar la **internacionalización** de las contribuciones con la participación de congresistas procedentes de universidades no españolas. Con este propósito hemos invitado a Robert Fletcher, de la Universidad de Wageningen (Holanda), que tiene su especialidad en antropología cultural del turismo, especialmente del ecoturismo. Por otra parte, se ha promovido la presentación de comunicaciones y la participación de congresistas de Suecia, Argentina, México, Japón, Austria, Cuba, Alemania, Marruecos y de toda España. La participación como autores de comunicaciones o resúmenes ha sido también muy satisfactoria, con la firma de 123 autores.

Por último, hemos hecho una apuesta **transdisciplinar**, ampliando el espectro científico del encuentro de geógrafos con contribuciones procedentes de disciplinas afines que se interesan también por el fenómeno turístico.

El comité organizador eligió estas temáticas y enfoques para acometer el debate sobre el turismo desde una perspectiva crítica, con independencia y sin prejuicios, sin pleitesías, ni apriorismos proturísticos. Pretendemos enfocar el análisis al corolario del shock de la actual crisis y a los nuevos turismos (residencial y de naturaleza), que también responden a lógicas del capital, mediante estructuras económico-políticas de profunda incidencia socio-ecológica.

La organización ha propuesto la presentación de comunicaciones en este volumen especial o la de resúmenes que pueden dar, posteriormente, la posibilidad de publicar un artículo en revistas de impacto. La estructura de estas actas mantiene la división de los tres grandes temas del coloquio, con un total de 28 comunicaciones y 36 resúmenes, todos ellos de gran calidad, que se han procurado editar en formato libro de comunicaciones y resúmenes antes de la celebración de este coloquio.

La discusión científica se llevará a cabo en la sede de la Universitat de les Illes Balears en los edificios Sa Riera de Palma y Ramón Llull en el campus. Además, las salidas de campo ayudarán a completar esta discusión y a comprender mucho mejor aspectos sobre turismo, ocio y recreación en Mallorca.

Agradecemos la ayuda de las instituciones y organizaciones que han contribuido a hacer posible este encuentro científico, especialmente a la Universitat de les Illes Balears, a la Facultat de Filosofia i Lletres, al Departament de Geografia, al Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, a la Agència del Turisme de Balears del Govern de les Illes Balears y a la Societat d'Història Natural de les Balears.

Los editores

Macià Blázquez, Guillem X. Pons, Miquel Mir e Ivan Murray

En Palma, 26 de septiembre de 2016

Turismo y crisis

Cannibal Tours Revisited: The Political Ecology of Tourism

Robert FLETCHER

Sociology of Development and Change Group. Wageningen University, the Netherlands

Fletcher, R. 2016. Cannibal Tours Revisited: The Political Ecology of Tourism. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 19-29. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Abstract. The negative social and environmental impacts of the global tourism industry have been widely documented, yet there is still potential for tourism to function as a force of social justice. In this article I suggest that a political ecology perspective merging Marxist and poststructuralist lines of analysis can help to highlight both the key drivers of tourism's negative impacts and ways that these can be challenged in the interest of tapping into tourism's progressive potential. From a Marxist perspective, the tourism industry can be understood as a key mechanism by means of which the capitalist system expands and reproduces itself, while from a poststructuralist perspective it can be understood as a central element of neoliberal governance. Challenging tourism's corrosive effects, therefore, requires confronting both of these dynamics in pursuit of a post-capitalist, post-neoliberal politics.

Keywords: political ecology of tourism, Marxist perspective, poststructuralist perspective.

Introduction

I would like to begin this essay by briefly introducing two different tourism enterprises:

The first is the Emoya Luxury Hotel and Spa outside Bloemfontein in South Africa (see Büscher and Fletcher 2016). As part of its ensemble of offerings, Emoya advertises a stay in a simulated shanty town where clients can experience "traditional township (informal settlement style) living within a safe Private Game Reserve environment" (<http://www.emoya.co.za>). This is, the company claims, "the only Shanty Town in the world equipped with under-floor heating and wireless internet access!" (<http://www.emoya.co.za/p23/accommodation/shanty-town-for-a->

[unique-accommodation-experience-in-bloemfontein.html](http://www.emoja.co.za/p23/accommodation/shanty-town-for-a-unique-accommodation-experience-in-bloemfontein.html)).

Accommodating up to 52 guests at a cost of 550 Rand (about US \$44) per person per night, the experience is marketed as ideal for “team building, braais, (a South African barbecue), fancy theme parties and an experience of a lifetime” (<http://www.emoja.co.za/p23/accommodation/shanty-town-for-a-unique-accommodation-experience-in-bloemfontein.html>).

From there we move to Los Campesinos, near Quepos on the Pacific Coast of Costa Rica, where members of a local vanilla producers cooperative have developed a community-based ecotourism enterprise (see Fletcher 2014). Accessible only by private transportation over a very rough four-wheel drive track, the operation offers three modest wooden cabins accommodating a total of twelve people at a time in simple wooden bunkbeds. Attractions include a suspension bridge over a river canyon and waterfall, a guided hike through the associated nature reserve, and, for the adventurous, a rappelling excursion down the face of the waterfall itself. Meals are served in a small canteen beside the cabins overlooking the canyon.

These two examples represent tourism at its opposite extremes. In Emoya, first, we find tourism at perhaps its most exploitative, offering not merely an experience that intentionally segregates clients from the surrounding social environment, concentrates revenue in the hands of a very few entrepreneurs, and contributes to the exclusive, private appropriation of space, but one that does so by seeking to commodify as the basis of its offering the very socioeconomic inequality produced by the capitalist system of which the tourism industry stands as one of the largest and most cutting-edge components. In Los Campesinos, on the other hand, we observe the potential for tourism to function as an instrument of social justice (Higgins-Despiolles 2009), the basis for a communal, largely self-governing arrangement that does not substantially exploit or commodify the local culture, that is part of a diversified community economy contributing both to livelihood generation and environmental conservation, and that in this way provides community members with the resources not to have to out-migrate in search of employment elsewhere and thus gain greater self-determination in deciding what they want their future to look like.

These two examples, then, exemplify both the pitfalls of mainstream tourism as a component of uneven development and the activity’s potential to function instead as a form of support for community empowerment. Between these two extremes, of course, there is a world of difference, and at present the global tourism industry as a whole obviously exhibits far more of the former than the latter. The challenge for critical scholarship concerning tourism – and particularly a political ecology approach to the subject – is thus to ascertain how to best support a shift in emphasis from

the former to the latter. Requisite to this task, however, is a thorough understanding of the problem in question, and for this a critical analysis of the drivers of the global tourism industry's characteristic "race to the bottom" in its social and environmental relations is essential. For this, I believe, a political ecology approach is particularly productive, affording a nuanced analysis of the complex interconnection among the political, social, economic and ecological processes involved in tourism development, via the interconnection among different actors operating at various scales. Armed with such an understanding, we can more clearly identify paths by which we might facilitate a transition towards towards the types of more liberatory socioeconomic formations we wish to cultivate. This essay seeks to contribute to this project by outlining, first, the broad contours of a political ecology critique of the tourism industry's negative features, and second, a conceptual platform for cultivating its positive potential. My analysis is based on a review of the rapidly growing literature exploring tourism from a political ecology perspective (see esp. Douglas 2014; Mostafanezhad et al. 2016; Nepal and Saarinen 2016), to which I have contributed through my own research and publications over the past decade (see esp. Fletcher 2009, 2011, 2014; Fletcher and Neves 2012).

The Political Ecology of Tourism

Research in political ecology in general is roughly divided between strands drawing on Marxist and poststructuralist perspectives, respectively, a division replicated to some degree within tourism studies in particular (Douglas 2014). From these different perspectives, then, we can analyze tourism as both a particular form of capitalist accumulation and the function of a particular technology of government, respectively.

Tourism as an Accumulation Strategy

Considering a Marxist perspective first, it is clear that tourism – arguably the world's largest industry – is a much more significant aspect of the reproduction and expansion of the global capitalist system as a whole than is generally acknowledged (Fletcher 2011). Indeed, tourism can be seen to represent capitalism at its most creative, able to confront apparent limits, obstacles, and contradictions in the face of accumulation and not merely overcome these but actually transform them into marketable commodities that both extend capitalism's reach and in so doing pave the way for further forms of accumulation as well. In this sense, as Symmes (2003) observes, tourists can be considered some of globalization's most potent "shock troops". Essentially, in this way, it is

the uneven development produced by capitalism itself that the global tourism industry sells first and foremost, taking advantage of the wage and price differentials between wealthy and poor countries as the basis of the expansion of capitalist development. As Robinson (2008, p. 131) asserts, the tourism industry is thus predicated on the “cheap, relatively unskilled labour [of] chambermaids, waiters, drivers, clerks, porters, and so on, and made possible by the expansion of the unemployed and marginalized worldwide.” From this perspective, the entire global tourism industry can be understood to function in some sense as a form of what Klein (2007) calls “disaster capitalism,” assisting the system to essentially cannibalize itself (and in the process offering a new twist on the classic concept of *cannibal tours*¹).

As with any capitalist process, therefore, tourism is fundamentally concerned with *commodification* (Britton 1991; Bianchi 2009; Gibson 2009). Yet what is the particular commodity or commodities that the tourism industry produces? This is not nearly as straightforward an issue as one might at first assume. Bram Büscher and I have addressed this question at length in a recent paper (Büscher and Fletcher 2016) but I will briefly summarize the issues here. As Castree (2003) explains, the process of commodification encompasses six main aspects: 1) *privatisation*; 2) *alienation* (physical and moral separation from sellers); 3) *individuation* (separation from the surrounding context) 4) *abstraction* (as representative of a general class of entities); 5) *valuation* (from use value to exchange value); and 6) *displacement* (i.e. commodity fetishism). These dynamics are all easily observed in the creation of conventional commodities, such as sugar and oil, which can be physically extracted from both the earth and the human workers whose labour enables this extraction. But what exactly is the commodity sold in tourism? Obviously this depends upon the type of enterprise in question, but generally what tourism sells is a particular type of *experience*, as opposed to a physical entity per se, and one that usually involves the active participation of people whose labour is part of the experience on offer but from whom the “product” of this labour cannot therefore be physically separated in any meaningful sense. In addition, a tourism experience commonly encompasses a variety of general “background elements” (i.e., cultural milieu, locational ambiance, physical infrastructure) essential to the experience but that are not privately appropriated (or financed) by any particular enterprise (Briassoulis 2002). How, then, do such dynamics as *alienation* and *individuation* proceed in such circumstances?

¹ A reference to the classic documentary by Dennis O’Rourke - see review by MacCannell (1990).

Let us consider again the Emoya shanty town from the introduction. If we consider only the physical setting, this has clearly been *privatized* as well as *individuated* in its segregation as a private nature reserve, while the experience it provides has been straightforwardly *valuated* in its translation into a specific exchange value charged for each night's stay. The experience has also been *abstracted* to a degree in its promotion as a particular manifestation of a generic 'shanty town' and *displaced* in its erasure of the (various forms of) labour involved in the setting's production. *Alienation*, finally, can be identified in the way labour invested in the shanty town's construction is wholly divorced from the latter's subsequent sale to tourists.

Yet if we consider the experience as a whole this picture becomes more complicated. Here the tourism providers (i.e. guides) are part of the 'product' and hence this product cannot be *alienated* and *individuated* in the same sense as the physical location. In this case, rather, commodification necessitates alienation of aspects of providers' subjectivity itself, in the way that Hochschild (2003) has described with respect to the 'emotional labour' tourism commonly demands. The general point is that while tourism is commonly described as a form of capitalist commodification (Britton 1991; Bianchi 2009; Gibson 2009), how exactly this occurs is not often explicitly explored, and as highlighted here, is not necessarily as straightforward a process as is often assumed. Hence, exploring the specific dimensions of commodification (and how to reverse this) is an important yet underemphasized element of a Marxist approach to the political ecology of tourism.

Tourism as a Manifold Capitalist Fix

As a form of commodification bent on accumulation at the frontiers of capitalist expansion, tourism can be seen to function as what David Harvey (1989) calls a "fix" to capitalism's intrinsic tendency towards overaccumulation, thereby serving to help sustain the capitalist system writ large (Fletcher 2011). In fact, the global tourism industry may provide a whole series of interrelated fixes. First there is of course Harvey's (1989) classic "spatial" fix in which investment in expanded tourism development provides geographic outlets for accumulated capital. Then there is Harvey's 'temporal' fix, in which capital is invested with the promise of future return and/or in which the 'turnover time' of invested capital is reduced such that "speed-up this year absorbs excess capacity from last year" (1989: 182). In commonly selling an ephemeral experience rather than a durable commodity, tourism tends to accomplish this latter particularly well (Fletcher 2011). Tourism also facilitates a combined 'time-space' fix, where, for instance, international development aid for

tourism infrastructure construction accomplishes spatial and temporal displacement simultaneously.

Yet this is only the beginning, for there are many other ways in which tourism can be seen to harness problems created by capitalist development as further avenues for accumulation. There is, for one, what Guthman (2015) describes as a sort of ‘bodily fix’, in which industries are created to address the physical problems (e.g., obesity) created by other industries. In this way, the body itself becomes a prime site of accumulation (Harvey 2000), simultaneously absorbing and purging the fruits of capitalist production and creating additional value in both aspects of this process. Countless tourism experiences, but particularly phenomena like weight loss ‘boot camps’, can be seen to function in this way. There is also what Katja Neves and I have called a ‘psychological fix’ in which the stress, anxiety, and unhappiness commonly attributed to the alienating nature of most work within a capitalist economy is addressed through tourism experiences allowing clients to ‘get away from it all’ and thus replenish their energy for further labour upon their return to ‘real life’ (Fletcher and Neves 2012).

While the preceding are common to most types of tourism, forms of so-called “responsible” tourism seeking to specifically address particular social and environmental issues can be seen to provide an additional series of fixes. There is, for instance, what Doane (2012) calls a ‘social fix’, in which products (e.g. “fair trade”) are marketed based on their alleged capacity to redress the socioeconomic problems, such as inequality, caused by other forms of capitalist development. Activities like ecotourism that characteristically markets their capacity to also address environmental problems as well (see Honey 2008) can be seen to provide what Castree (2008) labels a series of ‘environmental fixes’ as well. Castree identifies several such fixes, including: 1) commodifying and trading new forms of ‘natural capital’; 2) replacing state control of resources with capitalist markets; 3) intensifying exploitation of a given natural resource to yield increased short-term profits; and 4) transferring resource governance responsibility (and thus revenues) from states to non-state actors. All of these can be found in different examples of ecotourism. In addition, ecotourism is able to turn the very resource scarcity caused by forms of capitalist extraction into a further source of value, marketing this very scarcity as the basis of, for instance, so-called ‘extinction tourism’ inviting tourists to see aspects of nature (glaciers, rainforests, polar bears, etc.) before they disappear (Fletcher and Neves 2012).

Tourism as Neoliberal Governmentality

A poststructuralist perspective complements the Marxist analysis previously outlined by highlighting the ways in which tourism functions as

a particular form of governance both within and beyond its function as a capitalist industry. In this, exploration of the relationship between tourism and *neoliberalism* is particularly pertinent. Foucault's (2008) recently published analysis in *The Birth of Biopolitics* analyses the rise of neoliberalism as a new form of "governmentality," complicating his enormously influential discussion of this latter concept. In Foucault's analysis, neoliberalism prescribes a particular strategy for 'the conduct of conduct,' an "environmental type of intervention instead of the internal subjugation of individuals" (2008:260) that works primarily through creating and manipulating the external incentive structures in terms of which subjects make decisions concerning appropriate courses of action. In this sense, the main aim of neoliberal governance is to deliver sufficient (primarily monetary) benefit that actors' cost-benefit calculations will resolve in support of one's desired outcomes (Fletcher 2010). While neoliberalism is commonly described as a particular form of capitalism (Harvey 2005), in Foucault's analysis it is not merely this but an overarching approach to governing human behavior in general that operates not only within economic markets but goes much further to promote market transactions as the appropriate model for governance within all social realms.

From this perspective, widespread promotion of tourism as a key international development strategy is a prime example of such neoliberal governance, intended to replace direct state regulation of the tourism industry with mechanisms by which delivery of economic benefits linked to social and environmental policies can compel firms to exercise appropriate self-governance via corporate social responsibility (CSR) (Fletcher 2011). Certification schemes for 'sustainable' tourism, increasingly adopted throughout the world, constitute a central element of this strategy (Medina 2005). In its emphasis on incentivizing natural resource conservation through making "non-consumptive" use of in situ resources more lucrative than extraction, ecotourism in particular can be seen as "not just reflective of global neoliberalism, but...one of its key drivers, extending neoliberal principles to an expanding range of biophysical phenomena" (Duffy 2012:17). Honey (2008) is quite explicit about this strategy, contending that ecotourism promotion commonly embodies what she calls the 'stakeholder theory,' the conviction that "people will protect what they receive value from" (2008: 14).

Conclusion: Towards a Post-Capitalist Tourism

The negative social and environmental impacts of much activity within the global tourism industry has been exhaustively documented for

quite some time now (Mowforth and Munt 2003). The preceding analysis, from the perspective of political ecology, helps to explain why the industry continues to grow so rapidly and be so strongly supported by such a range of influential actors, from the World Bank through diverse NGOs operating in communities worldwide, despite this. In this, the two main strands of political ecology research – Marxist and poststructuralist, respectively – offer different yet complementary explanations. A Marxist perspective demonstrates the way tourism functions not merely as a key form of capitalist expansion but more so as a key mechanism for sustaining the capitalist system as a whole in the face of inherent contradictions threatening its long-term survival. A poststructuralist perspective, meanwhile, describes tourism as a key driver of the neoliberal governance that has transformed the relationship between states, economy, and civil society throughout the world over the past several decades. Together, the two perspectives illuminate both the daunting obstacles in the face of a project to make tourism function better and potential strategies for accomplishing this.

While evidence of tourism's negative impacts leads some to conclude that the global industry as a whole is inherent exploitative and thus must be dismantled altogether (e.g. Mowforth and Munt 2003), others suggest that if practiced in the right way tourism can actually be made a force of social justice, even potentially post- or anti-capitalism (Higgins-Desbiolles 2006; 2008). Robinson thus contends, "It is not tourism per se that converts cultures, peoples and the environment into commodities, but *capitalist* tourism," insisting that tourism "need not be a *capitalist* activity" (2008: 133, emphasis in original) but may be pursued in non-capitalist forms. This is certainly not to imply, however, that non-capitalist tourism is *necessarily* any better than its capitalist counterpart, the many of the same problems have been produced by tourism within "actually existing" socialist societies as in capitalist ones (Honey 2008). It is merely to insist that movement away from capitalist accumulation is a necessarily though not sufficient condition for realizing tourism's progressive potential. Yet this does not necessarily mean, either, that reforming tourism necessarily requires dismantling the capitalist system as a whole. Rather, if we follow (to some degree at least) the diverse economies perspective of J.K. Gibson-Graham (2006), we can pursue forms of commoning and other non-capitalist practices in the interstices of the capitalist economy writ large. Even if tourism exists within an overarching capitalist political economy, then, it can still contribute to non-capitalist processes to the extent to which it counters processes of capital accumulation and consolidation.

For political ecologists, a key concern must always be the extent to which tourism either exacerbates or redresses the interrelated issues of inequality and ecological degradation, in accordance with the field's

central focus on “environmental distribution conflicts” (Martinez-Alier 2002). After all, what Frantz Fanon (1963: 69) asserted long ago is equally true at present: “what counts today, the question which is looming on the horizon, is the need for a redistribution of wealth.” And it is here that a poststructuralist focus on neoliberal governance becomes particularly relevant. In its characteristic disdain of centralized systems of appropriation and reallocation of resources, neoliberal governance must instead rely on economic growth as its “one true and fundamental social policy” enabling “all individuals to achieve a level of income that will allow them the individual insurance, access to private property, and individual or familial capitalization with which to absorb risks” (Foucault 2008:144). Yet it is clear that in eschewing mechanisms for direct redistribution of the capital they accumulate neoliberal policies in fact tend to exacerbate the very inequality they ostensibly seek to redress (Wilkinson and Pickett 2010). Hence, addressing the capacity of tourism to contribute to wealth equalization requires attention not only to its capitalist character but to the overarching neoliberal governance structures it embodies as well. Assuming a Foucaultian perspective on the subject allows us to understand neoliberalism as only one of a constellation of different governmentalities that might underpin our efforts in this regard (see Fletcher 2011).

The success of tourism as an instrument of social justice, in short, must be gauged by the extent to which it contributes to a post-capitalist, post-neoliberal environmental politics pursuing: (1) forms of production not based on private appropriation of surplus value; and (2) forms of exchange not aimed at capital accumulation; that (3) fully internalize the environmental and social costs of production in a manner that does not promote commodification and (4) are grounded in common property regimes (Agrawal 2003). Realizing this, in both the realm of tourism and elsewhere, is our main challenge for the future.

References

- Agrawal, A. 2003. Sustainable governance of common-pool resources: Context, methods, and politics. *Annual Review of Anthropology* 32: 243-262.
- Bianchi, Raoul V. 2009. “The ‘Critical Turn’ in Tourism Studies: A Radical Critique.” *Tourism Geographies* 11 (4): 484-504.
- Briassoulis, H. (2002). Sustainable tourism and the question of the commons. *Annals of Tourism Research*, 29, 1065–1085.
- Britton, Stephen G. 1991. “Tourism, Capital, and Place: Towards a Critical Geography of Tourism.” *Environment and Planning D* 9: 451-78.
- Büscher, B., W. Dressler & R. Fletcher, eds. 2014. *NatureTM Inc.: Environmental Conservation in the Neoliberal Age*. Tucson, AZ: University of Arizona Press.

- Büscher, B. & R. Fletcher. 2016. "Destructive Creation: Capital Accumulation and the Structural Violence of Tourism." *Journal of Sustainable Tourism*, DOI: 10.1080/09669582.2016.1159214.
- Castree, N. (2003). Commodifying what Nature? *Progress in Human Geography*, 27, 273-297.
- Castree, N. (2008) Neoliberalising nature: The logics of deregulation and reregulation, *Environment and Planning A*, 40, pp. 131-152.
- Doane, M. (2012), *Stealing Shining Rivers: Agrarian Conflict, Market Logic, and Conservation in a Mexican Forest* (Tucson: University of Arizona Press).
- Douglas, J. A. (2014). What's political ecology got to do with tourism?. *Tourism Geographies*, 16(1), 8-13.
- Duffy, R. (2013). The international political economy of tourism and the neoliberalisation of nature: Challenges posed by selling close interactions with animals. *Review of International Political Economy*, 20(3), 605-626.
- Fletcher, R. 2009. "Ecotourism Discourse: Challenging the Stakeholders Theory." *Journal of Ecotourism* 8(3): 269-285.
- Fletcher, R. 2010. "Neoliberal Environmentalism: Towards a Poststructuralist Political Ecology of the Conservation Debate." *Conservation and Society* 8(3): 171-181.
- Fletcher, R. 2011. "Sustaining Tourism, Sustaining Capitalism? The Tourism Industry's Role in Global Capitalist Expansion." *Tourism Geographies* 13(3): 443-461.
- Fletcher, R. 2014. *Romancing the Wild: Cultural Dimensions of Ecotourism*. New Ecologies for the Twenty-first Century series. Durham, NC: Duke University Press.
- Fletcher, R. & K. Neves. 2012. "Contradictions in Tourism: The Promise and Pitfalls of Ecotourism as a Manifold Capitalist Fix." *Environment and Society: Advances in Research* 3(1): 60-77.
- Foucault, M. 2008. *The Birth of Biopolitics*. Palgrave Macmillan, New York.
- Fanon, F. (1963). *The Wretched of the Earth*. London: Penguin.
- Gibson, Chris 2009. "Geographies of Tourism: Critical Research on Capitalism and Local Livelihoods." *Progress in Human Geography* 33 (4): 527-534.
- Gibson-Graham JK, 2006 *A Postcapitalist Politics* (University of Minnesota Press, Minneapolis)
- Guthman, J. (2015). Binging and Purging: Agrofood Capitalism and the Body as Socioecological Fix. *Environment and Planning A* 47, 12: 2522-2536.
- Harvey, David. 1989. *The Condition of Postmodernity: An Inquiry into the Origins of Cultural Change*. Oxford: Basil Blackwell.
- Harvey, D. 2000. *Spaces of Hope*. Berkeley: University of California Press.
- Harvey, D. 2005. *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford University Press, Oxford, UK.
- Higgins-Desbiolles, F. (2006) More than an "industry": The forgotten power of tourism as a social force, *Tourism Management*, 27, pp. 1192-1208.
- Higgins-Desbiolles, F. (2008) Justice tourism and alternative globalization, *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), pp. 345-364.
- Hochschild, A. (2003). *The managed heart: Commercialization of human feeling* (20th Anniversary ed.). Berkeley: University of California Press.

- Honey, M. (2008) *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?* 2nd ed (Washington, DC: Island Press).
- Klein, N. (2007a) *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. New York: Metropolitan Books.
- MacCannell, D. (1990). Cannibal tours. *SVA Review*, 6(2), 14-24.
- Martinez-Alier, J. (2002). *The Environmentalism of the poor: a study of ecological conflicts and valuation*. New York: Edward Elgar Publishing.
- Medina, L. K. (2005). Ecotourism and certification: Confronting the principles and pragmatics of socially responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(3), 281-295.
- Mostafanezhad, M., Roger Norum, Eric J. Shelton, Anna Thompson-Carr (eds). 2016. *Political Ecology of Tourism: Community, power and the environment*. New York: Routledge.
- Mowforth, M. and Munt, I. (2003) *Tourism and sustainability: New tourism in the Third World*. 2nd ed. London: Routledge.
- Nepal, S and J. Saarinen (eds). 2016. *Political Ecology and Tourism*. New York; Routledge.
- Robinson, W. (2008). *Latin America and global capitalism: A critical globalization perspective*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.
- Symmes, Patrick. 2003. The Kabul express. *Outside*, December.
- Wilkinson, R. and K. Pickett (2010). *The Spirit Level: Why More Equal Societies Almost Always Do Better*. London: Penguin.

Rent gaps in the Spanish crisis

Eric CLARK and Yahia MAHMOUD

Lund University

Clark, E. and Mahmoud, Y. 2016. Rent gaps in the Spanish crisis. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 31-42. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

[I]f everyone tries to live off of rents and nobody invests in making anything, then
plainly capitalism is headed towards a crisis
David Harvey, *Seventeen contradictions and the end of capitalism*, 2014, xii

Abstract. Rent seeking is central to processes of financialisation and crisis formation, not least in tourism economies. Rent seeking involves the making and taking of rent gaps geared to expand unearned incomes in the form of interest revenues from debt and rental revenues from property. Changes in built environments become increasingly determined by where rent gaps can be created and appropriated, rather than as outcomes of conflict-laden, democratic, use-value oriented decision-making. In this paper we address the role of creating and appropriating rent gaps in the formation of the Spanish crisis. The normative gist of the paper is to ask: How might we go about making rent gap theory not true? The analysis highlights four key dimensions: commodification vs commons; social polarization; financialization vs democracy; and ideology underlying political, legal and institutional change.

Keywords: rent gaps, crisis, financialization, market fundamentalism.

Introduction

Rent seeking – “a polite and rather neutral-sounding way” to say accumulation by dispossession (Harvey 2014) – is central to processes of financialization and the formation of crises, not least in tourism economies (Blázquez et al 2015; Murray 2015; Vives & Rullan 2014). Rent seeking involves the making and taking of rent gaps, geared to expand interest revenues from debt and rental revenues from property (with no unambiguous line between them). The scales and concentrations of economic and political power driving the creation and appropriation of rent gaps have escalated remarkably in recent decades. The entangled processes of uneven (re)development, gentrification, displacement, social

polarization and touristification associated with capturing rent gaps are now understood as planetary (Slater 2015; Wyly 2015; Lees et al 2015, 2016). Neil Smith presented rent gap theory in the context of a critique of consumer sovereignty and the naturalization of markets. As ideological lodestar, market fundamentalism legitimates far-reaching processes of commodification and privatization, opening up spaces for financialization. Financialization forges social relations conducive to the penetration of finance into the production, exchange and consumption of (built) environments. It enhances financial control over the governance of human niche construction by expanding spheres for financial ‘investments’, whereby unearned rentier revenues increasingly flow to a resurgent rentier class. Exchange value becomes master; use value becomes slave (Harvey 2014). Consequently, changes in built environments become increasingly determined by where rent gaps can be created and appropriated, rather than as outcomes of conflict-laden democratic processes of use-value oriented decision-making. In this paper we sketch an analysis of crisis formation in Spain as largely the product of making and taking rent gaps, highlighting four key dimensions of social relations constitutive of rent gap mechanisms: property relations, social polarization, exchange-value driven decision-making (financialization), and market fundamentalism.

Commodification vs commons

Private property in land constitutes the very foundation of rent gaps, as it allows for extraction of capitalized land rents, speculative bidding on future rents, and the discernment of potential rents under ‘higher and better’ land uses. Private property rights “confer on the owner near-monopoly control over land and improvements, monopoly control over the uses to which a certain space is put” (Smith 1979: 541). These rights include the right to unearned rentier incomes, a form of free-riding on the work of others (Sayer 2015). Property rights in land come in many forms, the complexity of which “is quite staggering” (Harvey 1982: 276). Making sense of this staggering complexity must center on “the legal construction of both place and mobility” (Blomley 1994: 225). Place becomes broken into isolated spatial commodities for which land markets are formed: “perhaps the weirdest of all the undertakings of our ancestors” (Polanyi 2001: 187). The expansion of private property, “by restricting access, can deprive others of a place to live, even of the right to life”, thereby raising the question “whether people can be said to have a right to, literally, a place in the world” (Smith 1994: 41-42). With forced displacement among the most widespread human rights violations in the world (COHRE 2009), it seems “as if there is a systematic plan to expel low-income and unwanted populations from the face of the earth” (Harvey 2010a: 245).

This mobility is forced: it has nothing to do with the right to mobility, and everything to do with violating the right to stay put, the right to place (Clark 2011).

The struggle over legal access to land in Spain has a long history that can be traced back at least to 18th century liberal land reforms and expropriations. These served purposes to bail out state finances and create conditions for capitalist agricultural production. With considerable regional variation, these processes displayed two common features (Tomás y Valiente 1978; Gilabert 2003; Herr 1991). First, established regulations and praxis regarding use of and access to land were dismantled. Second, the nature of landed property was more strictly defined (public, private, communal, etc). This process served specific interests, creating winners and losers. 19th century Spain saw strong forces seeking to remove rigid feudal rules for acquisition of land, in order to implant a system of commodified land conducive to a market capitalist economy (Casares 2000; Herr 2015). Culminating in the 1920s, the outcome was vast privatization and commodification of land all over Spain. Most land ended up unsurprisingly in the hands of the already wealthy (Tomás y Valiente 1978; Moreno Ballesteros 2016). The move from *propiedad imperfecta* to *propiedad perfecta* (Artola 1978) formed the cornerstone for the formation of land markets and speculation in exchange values of land.

Between 1836 and 1900 expropriations of church and municipal lands (*bienes comunales* and *bienes de "proprios"*) transferred to private landowners accounted for ca 20% of Spanish territory (Tomás y Valiente 1978; Tortella 1994). Sold to highest bidders, very little went to landless or poor peasants, who were largely displaced from leased lands when ownership changed hands or rents became prohibitively high. The poor experienced extreme hardships when their livelihoods disappeared together with free (or affordable) access to land, pasture, water and woods (Sánchez-Albornoz 1968; Hernanz 1993; Ibáñez 1993). The concentration of vast areas of land, forests, mountains and water in private hands exacerbated social polarization and impacted heavily on the landscape, in which two thirds of the population was employed in agriculture (Fontana 1975; Swyngedouw 1999; Carr 2000; Infante-Amate 2012). The reforms strengthened an urban economic elite more interested in speculative investment (often with linkages to global capital) than in rural development (Tomás y Valiente 1978; Ibáñez 1993). The commodification of land for creation of urban and tourist spaces has led to direct and indirect displacements of people and their livelihoods, impacted heavily on ecosystems and erased whole socio-cultural landscapes (Aledo Tur 2008; Murray 2015).

During the 1980s Spain initiated policy reforms that can be characterized as neoliberalization, strengthening links to global capital by

opening its economy to the inflow of private investments. The 1990s subsequently saw a frenzy of financial de-(re-)regulation and the introduction of new legal mechanisms that invited and empowered new financial actors engaged in land and real estate speculation, spurring rapid urbanization and expansion of tourism (Rullan 1999; Soler 2001; Vives & Rullan 2014). These sectors are characterized by temporary, low-skilled and low-wage employment. Consequently, while real estate and financial incomes experienced unprecedented growth, the share of income to labor decreased from 60.2% in 1996 to 52.3% in 2012. The Spanish economy was spinning on rent seeking activities as land prices increased 500% between 1997 and 2007 (Álvarez 2012; Royo 2013). This dramatic increase both generated and was the outcome of massive speculative flows of ‘investments’ geared to capturing rent gaps – a swell of high velocity chrematistic money-making-money, largely based on fantasy.

(In)equalities

That the growing literature on inequality attracts so many new readers and analysts is not only because there is so much of it to study but also because it makes such a great difference in so many ways, from a broad array of social and health problems, to trust, democracy and willingness to assume social and environmental responsibility (Wilkinson & Pickett 2009). Inequality is “not just about the size of wallets. It is a socio-cultural order, which (for most of us) reduces our capabilities to function as human beings, our health, our self-respect, our sense of self, as well as our resources to act and participate in this world” (Therborn 2013: 1). The costs of *The Killing Fields of Inequality* are immense: human suffering, unrealized flourishing, disabled democracy, impaired trust, loss of solidarity and security, and a whole raft of social, psychological and physical health problems. Relatedly, inequalities also underlie rent gaps, especially the dynamic strength of rent gaps as mechanisms driving urban change. With extreme concentrations of income and wealth comes the power at the one end to make and take rent gaps, be they in inner-city neighborhoods or the re-scaled rent gaps of large land grabs in the global periphery. At the other end, those weakened by inequalities are more vulnerable to displacement, as rent gaps are created and captured: Their homes and livelihoods cannot compete in the spatial market with ‘higher and better’ uses geared to expand rentier revenues.

Between 1850 and 2000, Spain’s aggregate economic activity multiplied by a factor of 43, while GDP per capita grew 16-fold (Prados de la Escosura 2008). The general trends that emerge are rising income inequalities from 1850 until the end of World War I, followed by a period

of declining inequalities (with the exception of the Civil War years 1936–1939), after which the first period of the Franco dictatorship (1939–1953) saw a marked rise in inequalities as the share of population in poverty returned to levels last seen prior to the 1920s. Inequalities declined again, first sharply in the late 1950s and then gradually until 1980 when it stabilized and then to rose again in the 1990s (Quiroga & Coll 2000; Prados de la Escosura 2008; Pijoan-Mas & Sánchez-Marcos 2010). Another analysis relates a sharp decline in inequality during the late 1970s with the transition from dictatorship to democracy (Inchausti 1999). Since 1981 the top 1% of the population controls around 8% of incomes reaching 8.79% in 2005, while the top 10% accumulates 33% of wealth (Alvaredo & Saez 2009; Atkinson et al. 2011). Recently, from 2004 to 2014, income inequality has again increased markedly as reflected in Gini coefficients rising from 31.0 to 34.7; comparable to Greece 34.5 and Romania 34.7, but well above the average of 30.9 for the 28 countries of the European Union (Eurostat 2016).

Ownership of capital and land in Spain has historically been highly concentrated (Martin 1990). This ownership generates revenues in the form of interest, rent and various forms of capital gains. Alvaredo & Saez (2009) studied the evolution of income composition of the top 0.05% from 1961 to 1981 and found a dramatic shift from real estate to financial assets and from farm to non-farm business income. They conclude that the rapid economic expansion from 1961 to 1981 involved traditional land and farm owners falling behind at the top of the distribution. This shift however took place with no change in overall income concentration. From 1982 to 2004, average wealth grew by a factor of 2.4 (with real estate accounting for 80% throughout the period), while the corresponding figure for income is a mere 1.5. Growth in average wealth has been driven primarily by rising real estate prices and to a lesser degree by increasing corporate stock prices (Alvaredo & Saez 2009).

Financialization vs democracy

The “increasing tendency to treat the land as a pure financial asset” underlies “the form and the mechanics of the transition to the purely capitalistic form of property in land” (Harvey 1982: 347). The same can be said today about music, words, ideas, organisms and ourselves, as ‘intellectual property rights’, bio-prospecting and branding open up new spheres for financial ‘earnings’ through speculative ‘investment’. Once treated as pure financial asset with expectations on financial yield, these are also reduced to just another “special branch of the circulation of interest-bearing capital” (Harvey 1982: 347). Financialization involves the

subordination of use values to exchange values, in sphere after sphere, thereby expanding the volumes of ‘investment opportunities’ for ever more concentrated centers of financial wealth. Financialization is dialectically entwined with the previously considered aspects, exploiting while intensifying inequalities in economic and political power, and driving the privatization of commons in order to expand the sphere of property as investment opportunities open to speculation on changes in exchange values.

Establishment of private property rights in land, in its broadest sense including bodies of water and elements of land commonly called natural resources, creates a foundation for the commodification of environments by judicially and administratively rendering specific parts tradable on markets, where their exchange value can guide decisions on *investment*. The profit- and rent-seeking behavior of finance capital and landed-developer interests drive the formation of market relations through the privatization and commodification of built and natural environments, extending the process wherever property relations retain the characteristics of commons that hinder the free flow of financial *investment*. Environments are securitized and enter the orbit of finance capital as potential sites for *investment*, or disinvestment, depending on their expected yield to shareholders.

Financialization is a process whereby privatization, commodification and securitization of the environment allow for the penetration of financial control and decision-making into the fabric of societies and (built) environments. It has involved “the phenomenal expansion of financial assets relative to real activity (by three times over the last 30 years)” and “the absolute and relative expansion of speculative as opposed to or at the expense of real *investment*” (Fine 2013: 6, emphasis added). Ever in search of new fields to securitize and *invest* in, the financial sector actively engages in the creation of conditions allowing nature “to circulate as financial capital” (Prudham 2007: 259), entailing enclosures of resource commons and the displacement of people, their livelihoods, knowledge and practices.

We emphasize investment because, as Sayer convincingly argues, it is “the most dangerously ambiguous word in our economic vocabulary” (2015: 34). Masking the difference between wealth extraction and wealth creation, it camouflages the former as the latter. Sayer distinguishes object-oriented definitions that focus on what is invested in (enabling production of new use values in goods, services and skills) from ‘investor’-oriented definitions that focus on “the financial gains of the ‘investor’ from any kind of spending, lending, saving, purchase of financial assets or speculation – regardless of whether they contribute to any objective investment, or anything socially useful” (Sayer 2015: 34–

35). The slippage between these usages is a source of mystification, concealing the subordination of use value to exchange value, while obscuring the moral difference “between contributing to the creation of something useful and just getting a return, no matter what” (Sayer 2015: 36). Sayer associates the rise of exchange-value-oriented ‘investment’ relative to use-value-oriented investment to “the emergence of ‘financialised’ capitalism, which prioritizes making money out of money, instead of the tricky business of organizing people to produce goods and services. It’s truly extraordinary that we treat these different things as one and the same without even noticing” (Sayer 2015: 36).

The growing role of financial and speculative activities in the Spanish economy since the 1960s, mentioned above, took a qualitative leap with financial de(re-)regulations in the 1990s, allowing financial actors to more thoroughly dominate the Spanish economy. Both domestic and foreign capital privileged housing and real estate markets as *the* site of ‘investment’. In the early 1990s, new construction exceeded 200,000 dwellings per year. This increased to ca 300,000 in 1995-97, ca 400,000 in 1998, rose to ca 500,000 by 2003 and culminated at over 650,000 between 2004 and 2007 (FOESSA 2015). Over 6.5 million new dwellings were built between 1998 and 2008. By the end of 2008 the housing stock exceeded 25 million, amounting to one dwelling per 1.83 inhabitants (Coq-Huelva 2013). Between 1997 and 2007, Spanish household debt rose from 61% of gross disposable income to 139% (Álvarez 2012).

Lending to both producers and home buyers, finance capital rapidly accumulated incredible volumes of ‘unearned incomes’ (Sayer 2015) flowing through interest payments directly attached to the realization of potential land rents. In the process, it “enrolled livelihoods into cycles of global financial and real-estate speculation”, while “signing off significant parts of future labour, decisionmaking capacity and well-being to mortgage debt repayments” (García-Lamarca & Kaika 2016: 313).

Market fundamentalism vs egalitarian ethos

The myth of market fundamentalism is changing everything, from workplaces, communities, education, health care and public institutions, to our relationships with our environment and understandings of self (Michaels 2011; Verhaeghe 2014). One form of social economic integration – market exchange – is mythologized at the expense of other forms: state redistribution and community reciprocity (Polanyi 2001). Market fundamentalism “conveys the quasi-religious certainty expressed by contemporary advocates of market self-regulation”, bearing an “affinity with religious fundamentalisms that rely on revelation or a claim to truth

independent of the kind of empirical verification that is expected in social sciences” (Block & Somers 2014: 3).

The struggle for ideas has always been central to the making of the future. Neil Smith saw gentrification and the making and taking of rent gaps as “increasingly constructed through the vocabulary of the frontier myth” (Smith 1996: 13). More recently, he insisted that “we are in a moment when the future is radically open” (Smith 2015: 964), and that forging alternatives requires that we free ourselves of “the economic conveyor belt of capitalist common sense which lurches the social body from crisis to crisis” (Smith 2011: 265). Just as the roll-out of variegated neoliberalization since the 1970s was largely orchestrated and guided through ideational path dependencies (Blyth 2002, Harvey 2005) – one moment in a longer history of imposing visions to reshape the world (Smith 2005) – the creation of alternatives cannot otherwise than build to some extent upon reinvigorated traditions with very different integrative myths and metaphors. It is not only so “that without metaphors, scientific inquiry would go nowhere” (Harvey 2010b: 198). Social movements and societal change cannot either move without the power of better ideas, metaphors and foundational myths through which to perform the creation of alternatives.

In Spain, the ideal of home ownership – commodified homes supplied and demanded on housing markets – became the ideological lodestar that led political, legal and institutional change. Spain’s first Minister of Housing, Falangist ideologue José Luis Arrese, “epitomized the role of housing in the regime’s ideology in his famous statement ‘we want a country of homeowners, not proletarians’, and his promise to ‘make a spring of homes grow in Spain’” (García-Lamarca & Kaika 2016: 317).

If the myth of market fundamentalism is co-evolutionary partner with privatization, polarization and financialization, working together to make rent gap theory true, then making rent gap theory not true must involve engaging alternative myths and metaphors. Against the rugged pioneer individual on the market frontier, the ‘self-made man’, we must emphasize our fundamental interdependence, and the interdependence of individual and collective. Indeed, “the two fundamental traits of our enduring egalitarian ethos, valuing sharing and autonomy, are connected at their roots” (Clark & Clark 2009: 316; cf. Clark & Clark 2012). Over the long stretch of human history, we have displayed “patterns of behavior that systematically prevented overreaching individuals from achieving dominance” (Shryock & Smail 2011: 255). We have a rich history from which to forge more beneficial myths and metaphors conducive to making rent gap theory not true.

Conclusion

These are the forces that make rent gap theory true: commodification of land/space/nature, polarized social relations, financialized decision-making, and market fundamentalism. From a dialectical co-evolutionary perspective, no one of the four spheres “prevails over the others, even as there exists within each the possibility for autonomous development”: we should not “see one of the spheres as determinant” (Harvey 2010a: 128, 132). Our admittedly superficial effort to analyze the Spanish crisis in terms of making and taking rent gaps suggests that these same forces, in all the historical-geographical contingencies specific to Spain, have played key roles in the formation of the Spanish crisis. In seeking “openings for the construction of viable political-economic alternatives” (Harvey 2016: 322), the line of analysis we have sketched suggests that in order to avoid similar calamities in the future, our political economies need to be reconstructed such that we: de-commodify land, and work together to cultivate and institutionalize social practices of commoning; institutionalize ceilings on inequalities by legislating floors and ceilings on both incomes and wealth; move decision-making from shareholders, boardrooms and the trading floors of stock exchanges to democratic bodies, placing use-values in focus; and replace market fundamentalism with recognition of our interdependence, how we mutually constitute one another, how we are dependent on and owe solidarity to each other.

Acknowledgments: The research has been funded by the Swedish Research Council Formas Linnaeus grant LUCID, Lund University Centre of Excellence for Integration of Social and Natural Dimensions of Sustainability (259-2008-1718).

References

- Aledo Tur A 2008 De la tierra al suelo: la transformación del paisaje y el nuevo turismo residencial *Arbor* 184(729) 99-113
- Alvaredo F & E Saez 2009 Income and wealth concentration in Spain from a historical and fiscal perspective *Journal of the European Economic Association* 7 1140-1167
- Álvarez N 2012 The financialization of the Spanish economy: debt, crisis and social cuts. Paper presented at Workshop on Debt. Berlin: Rosa Luxemburg Stiftung
- Artola M 1978 *Antiguo Régimen y revolución liberal* Ariel
- Atkinson AB, T Piketty & E Saez 2011 Top incomes in the long run of history *Journal of Economic Literature* 49 3-71

- Blázquez Salom M, AA Artigues Bonet & I Yrigoy Cadena 2015 Crisis y planificación territorial turística neoliberal en las Islas Baleares *Investigaciones Turísticas* 9 24-49
- Block F & MR Somers 2014 *The Power of Market Fundamentalism: Karl Polanyi's Critique* Harvard University Press
- Blomley NK 1994 *Law, Space, and the Geographies of Power* Guilford Press
- Blyth M 2002 *Great Transformations: Economic Ideas and Institutional Change in the Twentieth Century* Cambridge University Press
- Carr R (Ed) 2000 *Spain: A History* Oxford University Press
- Casares GT 2000 *The Development of Modern Spain: An Economic History of the Nineteenth and Twentieth Centuries* Harvard University Press
- Clark E 2011 Dispossession, displacement and human security *Industrial Transformation, Urbanization and Human Security* Proceedings of IHDP Conference Taipei
- Clark E & T Clark 2009 Isolating connections, connecting isolations *Geografiska Annaler Series B: Human Geography* 91 311-323
- Clark T & E Clark E 2012 Participation in evolution and sustainability *Transactions of the Institute of British Geographers* 37 563-577
- COHRE 2009 *Global Forced Evictions Survey 2007-2008* Geneva: The Centre on Housing Rights and Evictions
- Coq-Huelva D 2013 Urbanization and financialization in the context of a rescaling state: The case of Spain *Antipode* 45 1213-1231
- Fine B 2013 Towards a material culture of financialisation *FESSUD Working Paper Series* 15
- FOESSA 2015 Housing in Spain in the twenty-first century *Informes sociológicos* Fundación FOESSA
- Fontana J 1975 *Cambio económico y actitudes políticas en la España del siglo XIX* Barcelona: Ariel
- García-Lamarca M & M Kaika 2016 'Mortgaged lives': the biopolitics of debt and housing financialisation *Transactions of the Institute of British Geographers* 41 313-327
- Gilabert FM 2003 *La desamortización española* Ediciones Rialp
- Harvey D 1982 *The Limits to Capital* Blackwell
- Harvey D 2005 *A Brief History of Neoliberalism* Oxford University Press
- Harvey D 2010a *The Enigma of Capital and the Crises of Capitalism* Profile
- Harvey D 2010b *A Companion to Marx's Capital* Verso
- Harvey D 2014 *Seventeen Contradictions and the End of Capitalism* Profile
- Harvey D 2016 *The Ways of the World* Profile
- Hernanz G R 1993 *La desamortización en la Península Ibérica* Marcial Pons
- Herr R 1991 *La Hacienda Real y los cambios rurales en la España de finales del Antiguo Régimen* Instituto de estudios fiscales
- Herr R 2015 *The Eighteenth-Century Revolution in Spain* Princeton University Press
- Ibáñez F 1993 Transformaciones en los grupos sociales de compradores *Ayer* 9 213-251
- Inchausti JA 1999 Distribución sectorial, personal y factorial de la renta *España, Economía ante el siglo XXI* Espasa Calpe 457-482

- Infante-Amate J 2012 The ecology and history of the Mediterranean olive grove: the Spanish great expansion, 1750-2000 *Rural History* 23 161-184
- Lees L, HB Shin & E Lopez-Morales (Eds) 2015 *Global Gentrifications: Uneven Development and Displacement* Policy Press
- Lees L, HB Shin & E Lopez-Morales 2016 *Planetary Gentrification* Polity
- Martin B 1990 *The Agony of Modernization: Labor and Industrialization in Spain* 16 Ilr Pr
- Michaels FS 2011 *Monoculture: How One Story is Changing Everything* Red Clover Press
- Moreno Ballesteros V 2016 *La desamortización de Madoz en España, 1855-1856*.
- Murray I 2015 *Capitalismo y Turismo en España: Del 'Milagro Económico' a la 'Gran Crisis'* Alba Sud
- Pijoan-Mas J & V Sánchez-Marcos 2010 Spain is different: falling trends of inequality *Review of Economic Dynamics* 13 154-178
- Polanyi K 2001 [1944] *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of our Time* Beacon Press
- Prados de la Escosura L 2008 Inequality, poverty and the Kuznets curve in Spain, 1850–2000 *European Review of Economic History* 12 287-324
- Prudham S 2007 Sustaining sustained yield: class, politics, and post-war forest regulation in British Columbia *Environment and Planning D: Society and Space* 25 258–283
- Quiroga G & S Coll 2000 Income distribution in the mirror of height differences: the case of Spain 1895–1950 *Journal of Income Distribution* 9 107-131
- Royo S 2013 A 'ship in trouble': the Spanish banking system and the international financial crisis' *Market-Based Banking and the International Financial Crisis* 151
- Rullan Salamanca O 1999 La nueva Ley del Suelo de 1998 en el contexto del neoliberalismo postmoderno *Investigaciones geográficas* 22 5-21
- Sánchez-Albornoz N 1968 *España hace un siglo: una economía dual* Península
- Sayer A 2015 *Why We Can't afford the Rich* Policy Press
- Shryock A & DL Smail 2011 *Deep History: The Architecture of Past and Present* University of California Press
- Slater T 2015 Planetary rent gaps *Antipode* preprint
- Smith D 1994 *Geography and Social Justice* Blackwell
- Smith N 1979 Toward a theory of gentrification: a back to the city movement by capital not people *Journal of the American Planning Association* 45 538-548
- Smith N 1996 *The New Urban Frontier: Gentrification and the Revanchist City* Routledge
- Smith N 2005 *The Endgame of Globalization* Routledge
- Smith N 2011 Uneven development redux *New Political Economy* 16 261-265
- Smith N 2015 The future is radically open *ACME: An International E-Journal for Critical Geographies* 14 957-964
- Swyngedouw E 1999 Modernity and hybridity: nature, regeneracionismo, and the production of the Spanish waterscape, 1890–1930 *Annals of the Association of American Geographers* 89 443-465
- Therborn G 2013 *The Killing Fields of Inequality* Polity Press

- Tomás y Valiente F 1978 El proceso de desamortización de la tierra en España *Agricultura y sociedad* 7 11-33
- Tortella G 1994 *El desarrollo de la España contemporánea: historia económica de los siglos XIX y XX*
- Verhaeghe P 2014 *What About Me? The Struggle for Identity in a Market-Based Society* Scribe
- Vives S & O Rullan 2014 La apropiación de las rentas del suelo en la ciudad neoliberal española *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 65 387-408
- Wilkinson R & K Pickett 2009 *The Spirit Level* Allen Lane
- Wyly E 2015 Gentrification on the planetary urban frontier *Urban Studies* 52 2515-2550

Turismo y crisis: el comportamiento del inmobiliario turístico en la montaña española durante la última década. Estudio de casos: la Val d'Aran y Sierra Nevada

F. LÓPEZ PALOMEQUE, Jaume FONT GAROLERA, D. SANCHEZ AGUILERA, A. TORRES-DELGADO, B. ELORRIETA SANZ, J. COMA GUITART, X. FONT URGELL, V. SIMEONOVA y J. ROMERO TORRES

Departamento de Geografía, Universidad de Barcelona, España F. López Palomeque; lopez.palomeque@ub.edu, Jaume Font Garolera; jaume.font@ub.edu; D. Sánchez Aguilera; dsanchez_aguilera@ub.edu; A. Torres-Delgado; torresdelgado@gmail.com; B. Elorrieta Sanz; berezielorrieta@ub.edu; J. Coma Guitart; josepcoma@ub.edu; X. Font Urgell; xfontu@ub.edu; V. Simeonova; v.simeonova@ub.edu; J. Romero Torres; jromerotorres@ub.edu

López Palomeque, F., Font Garolera, J., Sánchez Aguilera, D., Torres-Delgado, A., Elorrieta Sanz, B., Coma Guitart, J., Font Urgell, X., Simeonova, V. y Romero Torres, J. 2016. Turismo y crisis: el comportamiento del inmobiliario turístico en la montaña española durante la última década. Estudio de casos: la Val d'Aran y Sierra Nevada. In: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 43-53. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. En esta comunicación se analiza, como respuesta al enunciado del título, la evolución reciente del parque de viviendas que puede estar vinculado a una función turístico-residencial. Se pretende valorar, a partir de los resultados, el papel que desempeña esta función en el proceso de dinamización local y de renovación de la montaña española como escenario turístico y detectar, asimismo, otros posibles fundamentos de dicha renovación. Se analizan específicamente los datos de los censos de vivienda y las estadísticas de viviendas construidas en destinos significativos previamente seleccionados. El estudio se centra en los últimos quince años, y se realiza a escala municipal. La comarca y el municipio constituyen unidades espaciales operativas idóneas a efectos del tratamiento estadístico de la información obtenida.

Palabras clave: turismo, montaña, construcción, crisis, turismo residencial.

Introducción

La montaña española se identifica como un escenario turístico singular y diferenciado, características que le confieren una gran

diversidad de recursos capaces de cubrir una notable variedad de segmentos turísticos. No obstante, se puede afirmar, como valoración general, que las zonas de montaña constituyen, salvo algunos enclaves, un destino secundario dentro del mapa turístico español. El turismo de montaña, tanto el de invierno como el de verano, atrae fundamentalmente a una demanda interior. Asimismo, se puede afirmar que en muchas comarcas de montaña la actividad turística (incluida su dimensión inmobiliaria) ha supuesto y supone aún un factor de desarrollo y modernización, y una de sus principales bases económicas (VERA et al., 2013).

En la dialéctica turismo-montaña, el papel del sector inmobiliario residencial vinculado en mayor o menor grado con el turismo, entendido en un sentido amplio, juega un importante papel. Ello es particularmente relevante en las áreas de alta montaña y de forma intensiva en algunos destinos turísticos concretos, como los vinculados a las estaciones de esquí. En contextos de estas características es donde se evidencian las relaciones entre el turismo y la actual crisis, cuyas manifestaciones se concretan en el freno del desarrollo inmobiliario y sus diversas consecuencias. Ante esta situación, cabe preguntarse si el sector de la construcción y el turismo pueden reactivarse de nuevo, y con ello la intensificación de las economías de montaña, promoviendo una nueva fase de crecimiento. O bien si, después de las experiencias de los últimos años, interesa buscar modelos alternativos en el actual proceso de renovación de la montaña española como escenario turístico. De hecho, durante el periodo de crisis ya se han apuntado algunas alternativas, en una estrategia de diversificación de productos, destacando el turismo de naturaleza y el ecoturismo.

De acuerdo con estas premisas, la presente comunicación analiza, en dos ámbitos territoriales seleccionados y diferenciados entre sí (Sierra Nevada y la Val d'Aran), la evolución reciente de algunas variables significativas del denominado turismo residencial. Se analizan los datos de los censos de vivienda de los años 2001 y 2011 y, por otra parte, los datos de la construcción de nuevas viviendas (iniciadas, acabadas). El estudio se centra en los últimos quince años, y se realiza a escala comarcal y municipal.

La comarca de la Val d'Aran, en la provincia de Lérida, está formada por 9 municipios. En cuanto al ámbito de Sierra Nevada, su extensión y delimitación ofrece varias opciones. En el marco del Proyecto de investigación CSO2014-59660-P, y a efectos de la presente comunicación (1), se ha elegido como ámbito de estudio el que corresponde al Área de Influencia Socioeconómica (AIS) del Parque Nacional de Sierra Nevada, cuya delimitación y perímetro incluye, a su vez, a la estación de esquí y al Parque Nacional El AIS del Parque

Nacional de Sierra Nevada está formado por 44 municipios, 15 de Almería y 29 de Granada, de 6 comarcas diferentes.

Turismo residencial y crisis en la montaña española

La expresión turismo residencial es un término controvertido, pero finalmente su uso se ha consolidado como concepto analítico y operativo, así como referente de un tipo de producto del mercado turístico. En España el turismo residencial se inició a principios de la década de los setenta y con mayor influencia y desarrollo en los ámbitos del litoral mediterráneo. Del 1990 al 2008 fue la etapa del gran auge urbanizador en destinos de montaña, donde las estaciones de esquí se presentaron como el motor y el enclave principal de este proceso. En toda España este fenómeno se vio reforzado por las políticas neoliberales focalizadas en liberar suelo para la edificación, por proyectos carentes de cualquier evaluación ambiental, por procesos como el de naturbanización (PRADOS, 2011), migración por amenidad (GONZÁLEZ, 2009) y en general por la bonanza económica del país y el aumento del tiempo libre.

A partir del 2008, coincidiendo con el estallido de la crisis económica y con el progresivo freno del boom inmobiliario, en la montaña española la evolución del parque de viviendas y del mercado inmobiliario asociado a la vivienda turística perdieron vitalidad. Esta tendencia, que afectó a la vivienda secundaria, estuvo inducida por los factores económicos imperantes en los primeros años de la crisis, por la reformulación de los instrumentos de planeamiento urbanístico, sensibles a la introducción de nuevos principios y criterios correctores, y por las políticas en materia de medio ambiente, frenando así la dinámica constructiva existente en el último decenio (PLAZA, 2010). El pinchazo inmobiliario llegó a las estaciones de esquí de toda España y a sus áreas de influencia, donde hubo un descenso generalizado del precio de la vivienda en estos destinos. Como ejemplo de ello, se pueden citar la situación en Baqueira Beret (Val d'Aran): antes de la crisis se vendían las viviendas a 8.000 euros el m². Cuatro años después, las casas se comercializaban de media a la mitad de precio, a 4.000 euros el m² (SANZ, 2012). Es a partir del 2012 cuando aparecen los primeros síntomas de reactivación del sector provocados por la bajada de precios de la vivienda y por el aumento de la demanda extranjera.

Los modelos territoriales en áreas de montaña basados en el desarrollismo inmobiliario-turístico han tenido beneficios a corto plazo (nuevas orientaciones económicas distintas a las tradicionales, recuperación y puesta en valor del patrimonio arquitectónico, etc.). Pero, también han generado contaminación, degradación y destrucción del paisaje natural y cultural de la alta montaña así como cambios en las

formas de vida y desplazamientos de la población local (FONT, 2012).

Hoy día la montaña española se presenta como un espacio de producción turística singular, diferenciado y con una oferta muy diversificada. Las tendencias más recientes en cuanto a políticas públicas apuntan hacia la implementación de modelos turísticos más sostenibles, a pesar de la influencia que sigue emanando el sector inmobiliario sobre los ingresos municipales en ámbitos de montaña.

El constante auge en la demanda de productos turísticos de naturaleza con ciertos estándares de calidad, especificidad y sostenibilidad, los efectos del cambio climático y la creciente implementación y soporte de instrumentos con carácter transversal presupone un freno de los procesos urbanizadores. Otro indicio que refuerza este cambio de tendencia son los nuevos enfoques y exigencias de la demanda que se concretan en la creciente diversificación de actividades turísticas donde el segmento verde y de manera relevante el ecoturismo, está reemplazando o complementando a otras actividades turísticas consolidadas pero con síntomas de agotamiento como sucede con el turismo de nieve. El esquí pierde fuerza donde a pesar de detectarse un incremento en el número de esquiadores, el consumo ha descendido significativamente en especial las pernoctaciones (GARCÍA, 2011).

Evolución y dinámica de la actividad inmobiliaria turístico-residencial

Los ámbitos de estudio

El Área de Influencia Socioeconómica (AIS) del Parque Nacional de Sierra Nevada comprende un total de 44 municipios y su extensión total es de 86.210 km², con una población de 70.703 habitantes. En Sierra Nevada existen un total de 120 establecimientos de alojamiento turístico regulados, a los que habría que añadir la oferta no regulada y otras formas de alojamiento. Esos establecimientos regulados ofrecen un total de 9.361 plazas. Existen dos tipos de turismo diferenciado en la zona. Por un lado, la actividad en torno a la estación de esquí, en el sector occidental del AIS, con alojamiento en establecimientos hoteleros (el núcleo urbano de la estación concentra buena parte del censo hotelero); y, por otro lado, la actividad más difusa por toda la zona, con alojamientos de diverso signo. La Val d'Aran, formada por 9 municipios, tiene una extensión de 633,5 km² y una población de 9.924 habitantes. La oferta de alojamiento de la Val d'Aran comprende 108 hoteles con 6.429 plazas; 9 campings con 3.029 plazas; 16 casas de turismo rural con 159 plazas.

Los dos casos de estudio seleccionados disponen de estaciones de esquí (Sierra Nevada y Baqueira Beret), que son las más importantes de España. Estos complejos turísticos-deportivos generan dinámicas

diferenciadas con respecto a otros recursos y lugares. El turismo de nieve comporta una mayor intensificación del sector inmobiliario turístico. La irrupción y persistencia de la crisis, con una afectación notable en el sector inmobiliario en las estaciones de esquí, ha dado paso a diversas estrategias de diversificación turística, a múltiples iniciativas de puesta en valor de recursos orientados al turismo de naturaleza y al ecoturismo. Las evidencias de estos procesos aparecen tanto en las hemerotecas como en el contenido de las propuestas de los planes estratégicos redactados en los últimos años sobre los casos de estudio.

Análisis de las variables básicas: tipo de viviendas y obra nueva

El análisis de la evolución de las residencias secundarias se realiza a partir del censo de vivienda de 2001 y de 2011 (ver tabla 1). Entre 2001 y 2011, en el ámbito específico de los 15 municipios del AIS que pertenecen a la provincia de Almería, el conjunto de viviendas principales ha crecido ligeramente y las secundarias han aumentado en un 50%, pasando de 1.973 a 2.925. Se observan claros contrastes en los datos básicos, tanto en la dimensión del censo de vivienda de cada municipio como en su composición por tipos de vivienda. De hecho, no hay un comportamiento homogéneo ni en la dinámica del censo ni en la evolución de las viviendas secundarias. El turismo residencial de este sector del AIS no está vinculado a la estación de esquí (no corresponde a su primera área de influencia) y se fundamenta en otros recursos y atractivos de la montaña. Por otra parte, cinco municipios han visto disminuir sus viviendas principales, circunstancia que puede entenderse por la fragilidad del poblamiento de estas zonas de montaña.

El ámbito específico de los 29 municipios del AIS de la provincia de Granada es más poblado y tiene mayor densidad que el ámbito almeriense. El censo de viviendas ha crecido de manera notable: de algo más de 30.000 a casi 40.000; y el balance estadístico muestra una distribución similar del crecimiento entre las RP, las RS y las viviendas vacías (cuyo incremento procede tanto del desalojo de viviendas principales como de obra nueva). El comportamiento según comarcas y municipios es heterogéneo, y la implementación de la función turística residencial no se da de igual manera en los diversos municipios. Doce municipios han visto disminuir el número de viviendas principales. A diferencia del sector almeriense, en este otro ámbito en 2001 ya existían cinco municipios con más RS que RP: Bérchules, Bubión, Jerez del Marquesado, Juviles y Válor. Diez años después esta situación (municipios con función turística residencial con valor superior a 1) se amplía a seis. Se incorpora el municipio de Monachil (en el que se localiza la estación de esquí de Sierra Nevada), que con 2.894 RS es el municipio con mayor censo de viviendas secundarias y el segundo en cuanto al censo total de viviendas, después de

La Zubia. En relación con este último municipio ha de señalarse que por su dimensión demográfica y su proximidad a la ciudad de Granada participa de hecho de dinámicas periurbanas, y supone una distorsión en el análisis de los datos estadísticos del AIS.

**Tabla 1. Evolución de las variables básicas: Sierra Nevada (ámbito AIS)
Comarca Alpujarra-Alto Ándarax (Almería)**

	Km2	Poblac 2015	RP	RS	Total	RP	RS	Total
Bayarcal	2.157	347	141	65	226	174	28	231
Beires,	1.303	114	69	39	141	56	41	152
Canjáyar	350	1.405	656	106	955	622	128	870
Fondón	487	990	379	353	817	384	370	1.237
Laujar de Andarax	1.519	1.671	659	413	1.213	674	290	1.315
Ohanes	1.348	710	311	129	606	358	207	709
Paterna del Río	1.837	431	176	84	656	227	369	805
Rágol	32	340	166	4	286	198	13	220
Total comarca	9.033	6.008	2557	1193	4900	2.693	1.446	5.539

Comarca Río Nacimiento (Almería)

Abla	585	1.422	583	179	823	597	460	1.143
Ábrucena	2.605	1.299	601	167	779	550	144	711
Alboloduy	744	645	380	25	503	325	76	414
Alsodux	133	149	56	26	92	79	27	124
Fiñana,	1.366	2.270	981	164	1.281	959	333	1.548
Nacimiento	327	517	224	133	359	257	177	463
Las Tres Villas	463	665	288	86	405	292	261	592
Total comarca	6.223	6.967	3113	780	4242	3.059	1.479	4.995

Comarca Alpujarra granadina (Granada)

Alpujarra de la Sierra	2.394	1.044	459	112	772	510	338	1.006
Bérchules	4.215	759	305	356	746	325	253	780
Bubión	1.063	337	150	150	487	153	284	462
Busquístar	72	265	150	88	382	120	88	315
Cáñar	1.389	462	136	1	281	170	69	315
Capileira	4.699	484	198	85	570	241	199	623
Juñeres	232	135	66	89	168	83	86	194
Lanjarón,	2.343	3.791	1.353	619	2.353	1.400	542	2.517
Nevada	3.238	1.174	596	447	1.118	534	282	1.284
Pampaneira	863	352	124	3	362	154	99	320
Pórtugos	1.335	372	154	51	275	138	85	290
Soportújar	713	287	118	-	225	121	77	222
La Tahá	188	710	325	210	622	308	251	644
Tevélez	8.346	810	298	19	645	321	132	526
Válor	1.538	609	348	445	795	292	399	772
Total comarca	32.628	11.591	4780	2675	9801	4.872	3.184	10.272

Comarca Guadix-Marquesado del Zenete (Granada)

Áldeire	2.553	653	342	328	693	278	280	743
Dólar	791	612	276	60	392	277	106	472
Ferreira	922	344	158	102	260	139	108	274
Huéneja	1.785	1.193	532	111	935	487	133	719
Jeres del Marquesado	4.941	1.038	471	487	1.211	438	652	1.156
Lanteira	2.767	545	264	149	527	253	283	555
Lugros	2.094	333	176	30	312	173	102	335
Total comarca	15.853	4.718	2219	1267	4330	2.045	1.665	4.254

Comarca Occidente de Sierra Nevada (Granada)

Dílar	4.137	1.743	617	3	798	661	105	990
Güéjar Sierra	10.143	2.956	1.039	1	1.402	1.069	218	1.777
Monachil	3.377	7.359	1.738	1.190	3.178	2.730	2.894	7.416
La Zubia	1	18.595	4.566	572	6.219	6.585	261	8.852
Total comarca	17.658	30.653	7960	1766	11597	11.045	3.477	19.035

Comarca Valle de Lecrín (Granada)

Dúrcal	3.475	7.281	2.079	361	3.048	2.598	532	3.610
Lecrín	215	2.247	918	241	1.324	885	198	1.434
Nigüelas.	1.125	1.238	438	94	635	472	152	801
Total comarca	4.815	10.766	3.435	696	5.007	3.954	881	5.844

RP) Viviendas principales; RS) Viviendas secundarias

Fuente: Elaboración a partir de Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA)

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/iea/consultasActividad.jsp?CodOper=104&sub=38120>

Tabla 2. Evolución de las variables básicas: Val d'Aran

	km ²	Población 2015	RP	RS	Total	RP	RS	Total
Arres	11,6	67	22	2	25	37	16	55
Bausen	17,7	58	26	0	30	37	17	63
Bòrdes, Es	28,2	1.137	77	50	128	114	141	280
Bossòst	21,4	235	348	16	509	413	223	775
Canejan	48,3	100	46	11	103	54	17	82
Les	23,4	953	252	0	380	417	94	554
Naut Aran	255,8	1.760	529	2579	3197	743	2590	3734
Vielha e Mijaran	211,7	5.450	1501	1719	3414	2075	2288	4446
Vilamòs	15,4	164	47	34	90	84	58	145
Total comarca	633,5	9.924	2848	4411	7876	3974	5444	10134

RP) Viviendas principales; RS) Viviendas secundarias

Fuente: Elaboración propia a partir de Institut d'Estadístiques de Catalunya (IDESCAT). <http://www.idescat.cat/>

La Val d'Aran constituye un ámbito de menor extensión que los anteriores del AIS de Sierra Nevada. En 2001 la comarca ya disponía de

un mayor número de residencias secundarias (4.441) que de residencias principales (2.848). Por lo tanto, las cifras denotaban una importante tasa de función turístico-residencial (ver tabla 2). En diez años (2001- 2011) las RS pasaron de 4.441 a 5.444 (sin contar las vacías, que en esta comarca son en realidad RS). Los máximos crecimientos se dan en Vielha e Mijaran y, a otro nivel, en algunos municipios del bajo Aran. Sin embargo, en conjunto, el municipio de Naut Aran tiene solo un ligero crecimiento. Como balance, en 2011 la suma de las RS de Naut Aran y Vielha e Mijaran representaba el 90% del total de la comarca. En 2011 tres municipios tenían una tasa de función turística residencial superior a 1: Naut Aran (3,5), Vielha e Mijaran (1,1) y Es Bordes (1,2).

El análisis de las licencias o certificados de obra nueva se centra en el caso de la Val d'Aran. En esta comarca la evolución de la construcción de obra nueva para RS muestra un comportamiento en el que claramente se observa el impacto de la crisis y su periodización (ver tabla 3). Se deduce desde 1992, para el conjunto de la comarca, una tendencia al crecimiento del número de viviendas iniciadas, en torno a 200 anuales hasta 1998. A partir de 1999 el ritmo se incrementa durante cinco años con unas 400 anuales. El máximo se dio en 2004, con más de 800 viviendas iniciadas. En los años siguientes se sitúa en cuotas del periodo anterior y es a partir de 2008 -de manera clara- cuando se da una brusca inflexión, con cifras en torno a 30 y 70 viviendas anuales hasta 2015. El comportamiento del conjunto de la comarca corresponde *grosso modo* a las pautas de los dos municipios más importantes: Naut Aran y Vielha e Mijaran, que concentran en torno el 80% de la obra nueva. En la serie histórica se constata un ritmo constructivo similar, en conjunto, en los dos municipios citados. Sin embargo, a partir de 2008 en Vielha e Mijaran casi desaparecen las licencias de obra nueva (las cifras son testimoniales) mientras que en el municipio de Naut Aran (donde se localiza Baqueira Beret) el número de viviendas iniciadas continúa en torno a 35-60 anuales. Representan la mitad o una tercera parte de las cifras de los años anteriores a la crisis, pero suponen una actividad que sorprende en comparación con el freno de la construcción de residencias principales.

Página siguiente

Tabla 3. Evolución de las viviendas iniciadas y viviendas finalizadas de la Val d'Aran Fuente: Elaboración propia a partir de Institut d'Estadístiques de Catalunya (IDESCAT). <http://www.idescat.cat/>. A) Viviendas iniciadas; B) Viviendas finalizadas

	Arres		Bausén		Bossost		Es Bordes		Canejan		Les		Naut Aran		Vielha Mijaran		Vilamós		Total	
	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B	A	B
2015	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	52	108	0	0	0	0	52	108
2014	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	58	59	1	8	0	0	59	69
2013	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	35	9	0	82	0	0	37	91
2012	0	10	0	0	0	0	0	1	0	0	0	10	24	28	3	19	0	0	27	68
2011	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	18	4	13	0	0	6	34
2010	0	8	0	0	6	2	0	3	0	0	1	3	22	7	3	1	1	1	33	25
2009	0	0	0	0	0	9	0	1	0	0	0	4	24	64	4	14	0	1	28	93
2008	0	0	1	0	2	13	3	47	0	0	3	6	5	35	55	110	1	10	70	221
2007	0	2	8	1	57	0	18	13	12	0	4	38	63	298	112	102	21	3	295	457
2006	11	3	0	1	52	0	33	19	7	0	26	8	78	32	148	98	14	8	369	169
2005	3	0	2	0	41	15	29	38	0	1	15	24	82	59	182	192	4	12	358	341
2004	0	0	1	0	27	1	40	28	0	0	47	30	535	79	142	146	19	14	811	298
2003	0	0	0	0	1	30	15	6	0	0	18	21	96	74	202	137	12	2	344	270
2002	0	0	0	0	31	0	51	10	0	0	39	0	98	86	126	180	1	0	346	276
2001	0	0	0	0	0	0	1	5	0	0	8	0	59	108	250	148	3	0	321	261
2000	0	0	0	0	2	0	6	0	1	0	0	1	250	66	121	123	2	1	382	191
1999	0	1	0	0	0	0	9	5	0	0	11	0	105	58	324	64	0	0	449	128
1998	0	0	0	0	0	0	25	19	0	0	1	3	48	156	51	91	0	0	125	269
1997	2	1	0	0	0	0	9	3	0	0	3	4	122	56	112	80	0	0	248	144
1996	2	0	0	0	0	0	4	1	1	0	0	2	120	56	100	135	0	0	227	194
1995	0	0	0	0	0	2	6	16	0	0	5	4	84	213	110	80	0	0	205	315
1994	1	0	0	0	0	2	18	2	1	0	4	3	96	15	176	13	0	1	296	36
1993	0	0	0	0	5	1	2	1	1	0	4	4	124	13	51	92	4	1	191	112
1992	0	1	0	0	0	1	5	2	0	0	2	5	86	43	22	12	1	0	116	64

Consideraciones finales

El análisis del censo de viviendas, y en concreto de las viviendas secundarias (residencias secundarias- RS) entre 2001 y 2011, ha permitido detectar la importancia del turismo residencial en los distintos municipios, su intensidad y su evolución en el periodo censal 2001-2011. Además, con el análisis de la evolución de las viviendas iniciadas y viviendas acabadas se ha detectado, en sector inmobiliario residencial turístico de la montaña, ciclos y comportamientos diferenciados entre municipios y, también los primeros síntomas de recuperación tras la crisis. Estas afirmaciones se verifican, a su vez, con información de hemeroteca y del conjunto de datos sobre la construcción de obra nueva.

La dinámica del sector inmobiliario turístico se fundamenta en tres procesos específicos. Por una parte, la incorporación de obra nueva, de nuevas residencias para su uso turístico-residencial. Por otra parte, la incorporación al mercado de residencias desocupadas o vacías que en general se rehabilitan para su uso como RS. Y, finalmente, el comportamiento del mercado inmobiliario a partir de los stocks existentes. Estos procesos están determinados por diversos factores y, por otra parte, una situación de crisis general afecta a todos los procesos específicos. Ante un escenario de incertidumbre disminuye la demanda y se frena o estanca la construcción de obra nueva. En cuanto a los stocks, el mercado de compra venta de residencias secundarias pierde fuerza y ante la falta de movimiento los precios tienden fuertemente a la baja. Solo la superación de la crisis puede provocar un cambio de tendencia de estos procesos.

La aparición y persistencia de la crisis ha afectado a las dinámicas turísticas de la montaña española, en particular a la actividad constructiva asociada a las estaciones de esquí y al conjunto del turismo residencial, tal como ponen de manifiesto las evidencias de los casos analizados. No ha de ignorarse, no obstante los primeros síntomas de recuperación del inmobiliario turístico, también en la montaña. Por otra parte, se observa el despliegue de estrategias de diversificación de las modalidades turísticas, en algunos casos planteadas como alternativas a las actividades más afectadas por la crisis. Estos procesos inducen a pensar en una renovación de la montaña como escenario turístico, proceso incipiente que puede intensificarse y generalizarse.

Bibliografía citada

GARCÍA-PANDO, C. (19 de Enero de 2011). “El esquí impulsa el mercado inmobiliario de invierno”. Portal online: Pisos.com. <http://www.pisos.com/noticias/reportajes/el-esqui-impulsa-el-mercado-inmobiliario-de-invierno/> [consulta: 13.06.2016]

- GONZÁLEZ, R; OTERO, A; NAKAYAMA, L; MARIONI, S. (2009). “Las movi­lidades del turismo y las migraciones de amenidad: Problemáticas y contradicciones en desarrollo de centros turísticos de montaña”. *Revista de Geografía Norte Grande*, 44, 75- 92.
- FONT-GAROLERA, J. (2012). “Turismo y políticas turísticas en el pirineo catalán”, en *Los Pirineos. Geografía, turismo, agricultura, cooperación transfronteriza y derecho*. Vitoria: Servicio Editorial de la Universidad de País Vasco. 43-65.
- PLAZA GUTIÉRREZ, J.I; MARTÍN JIMÉNEZ, M.I; HORTELANO MÍNGUEZ, L.A; FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, R. (2010). “Desarrollo territorial y cambios en las montañas interiores (factores, tendencias e iniciativas). Contrastes y estudios de caso”. *Polígonos: Revista de Geografía*, 18, 155-191.
- PRADOS VELASCO, M.J. (2011). “Naturbanización. Algunos ejemplos en áreas de montaña y periurbanas”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 60, 19-44.
- SANZ, E. (10 de Diciembre de 2012). “El pinchazo inmobiliario llega a la nieve con desplomes de precios de hasta el 50%”. Portal online: El Confidencial. http://www.elconfidencial.com/vivienda/2012-12-10/el-pinchazo-inmobiliario-llega-a-la-nieve-con-desplomes-de-precios-de-hasta-el-50_200234/ [consulta: 13.06.2016]
- VERA REBOLLO, F. (Coord.) *et al.* (2013): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*, Editorial Tirant Humanidades, Valencia.

Notas

- (1) La presente comunicación se inscribe en las líneas de investigación del Proyecto CSO2014-59660-P, titulado “La renovación turística de la montaña española: análisis, evaluación y prospectiva de destinos turísticos”, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad; y, a su vez, el trabajo de investigación se desarrolla en el marco del Grup de Recerca Consolidat Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional, 2014SGR425, Generalitat de Catalunya.

La operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial.

Una valoración de los grupos de interés a través del método Delphi

Carmen HIDALGO GIRALT, Antonio J. PALACIOS GARCÍA y
Kenia GARCÍA BALTODANO

Carmen Hidalgo Giralt. Departamento de Turismo y Marketing. Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA). mariacarmen.hidalgo@udima.es; Antonio J. Palacios García. Departamento de Geografía. Universidad Autónoma de Madrid (UAM). antonio.palacios@uam.es; Kenia García Baltodano. Escuela de Arquitectura y Urbanismo. Instituto Tecnológico de Costa Rica. kgarcia@itcr.ac.cr

Hidalgo Giralt, C., Palacios García, A.J. y García Baltodano, K. 2016. La operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial. Una valoración de los grupos de interés a través del método Delphi. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 55-66. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. En el municipio de Madrid existen espacios culturales ubicados en antiguas instalaciones industriales que, tras el cese de sus actividades productivas, han experimentado procesos de transformación especialmente a lo que a usos se refiere. Estos contenedores culturales han sido acogidos de forma positiva por la población local y han incrementado considerablemente la oferta cultural de la ciudad. A pesar del éxito cultural de estos antiguos espacios industriales, su operatividad como recursos turísticos resulta incomprensiblemente baja. A través de esta investigación, estructurada mediante el método Delphi, se han detectado cuáles son los factores más relevantes que, según el panel de expertos seleccionado, limita la funcionalidad turística de estos espacios.

Palabras clave: espacios culturales, instalaciones industriales, Madrid, diversificación del turismo, método Delphi.

Bases teóricas de la investigación, principales líneas de trabajo y producción científica de referencia

Desde un punto de vista teórico, esta investigación se articula en tres líneas de trabajo diferentes aunque complementarias entre sí: el concepto y significado del patrimonio industrial; la capacidad potencial que tiene el

patrimonio industrial para generar impacto económico, social y cultural en el territorio; y, finalmente, las oportunidades que genera la rehabilitación del patrimonio industrial y la dotación de nuevos usos. Aunque no es objetivo de esta investigación profundizar en sus referentes teóricos se ha considerado conveniente subrayar aquellas publicaciones más representativas en las que se fundamenta desde una perspectiva bibliográfica.

En cuanto a la primera línea teórica, concepto, alcance y significado del patrimonio industrial, se ha tomado como referencia la definición manejado por el Instituto de Patrimonio Cultural Español (Plan Nacional de Patrimonio Industrial, 2011). Se trata de una noción amplia que, basada en documentos marco internacionales (Principios de Dublín, 2011; Carta de Nizhny Tagil, 2003), permite incluir tipologías patrimoniales que abarcan desde bienes agroalimentarios hasta elementos vinculados con la producción energética, el transporte o la minería entre otros. Se amplían, de esta manera, los estudios de caso susceptibles de ser analizados y, por lo tanto, la riqueza de los datos obtenidos.

Respecto a la segunda base teórica, esta investigación se posiciona en la línea de aquellos autores que, como LLURDÉS I COIT, 1999; CAÑIZARES, 1999; BENITO DEL POZO, 2002; PARDO, 2004; VALENZUELA et al., 2008, consideran al patrimonio industrial como un recurso turístico potencial, capaz de generar desarrollo turístico una vez rehabilitado adecuadamente (HIDALGO, 2010; BARRADO, 2011). Dicha línea de trabajo está estrechamente relacionada con otros aspectos conceptuales presentes también en este estudio, vinculados con las oportunidades generadas tras la reutilización del patrimonio industrial (BINNEY et al., 1990; CAPEL, 1996; BALL, 1999; YU, 2010).

Origen, configuración y caracterización de los espacios culturales de origen industrial en el municipio de Madrid

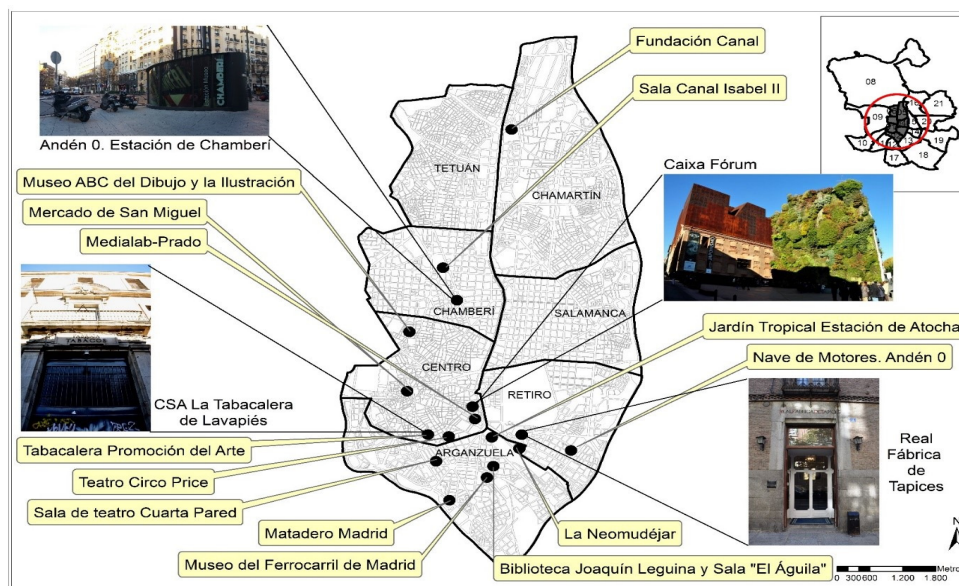
La configuración de los espacios culturales de origen industrial se basa en dos momentos claves de la historia económica de la ciudad; por un lado, a principios del siglo XVIII cuando se planificaron y edificaron las Reales Fábricas promovidas por la nueva dinastía borbónica para impulsar el comercio de productos manufacturados. Por otro, durante el crecimiento que experimentó Madrid a finales del siglo XIX y principios del XX, periodo en el que se disparó la demanda de productos agroalimentarios, se ampliaron los medios de transporte y se construyeron infraestructuras hidráulicas para canalizar el agua procedente de la Sierra de Guadarrama. Si estos dos momentos asentaron las bases de la arquitectura industrial madrileña, los procesos de vaciado industrial del último tercio del siglo

XX, derivados de la reorganización de la actividad industrial en la ciudad (PARDO, 2004), supusieron el inicio de su apreciación social como patrimonio cultural y despegaron los procesos de su puesta en valor cultural y turística.

Independientemente del proceso de configuración de estos espacios, la realización de un inventario no sistemático por parte de los autores de este estudio ha permitido detectar 18 ámbitos culturales de origen industrial en el municipio de Madrid. Merece destacarse que, el 65% de estos espacios, se ubican en los distritos de Centro y Arganzuela (Figura 1), hecho que atiende a factores de localización industrial que resultan fundamentales para la rentabilidad económica del sector. Precisamente en el distrito Centro se localizan actualmente dos de los principales “clusters” turísticos-culturales de la ciudad: “Gran Vía” y “Paseo del Prado” (BARRADO, 2010). La localización de muchos de los espacios culturales de origen industrial en sus proximidades supone una ventaja competitiva para incrementar su funcionalidad cultural y turística puesto que aquí se ubican recursos turísticos y culturales tan relevantes como el Museo del Prado o el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía que atraen flujos importantes de visitantes.

Figura 1. “Localización de los espacios culturales de origen industrial en Madrid”

Fuente. Elaboración propia



Por otro lado, algunos de estos espacios culturales de origen industrial son considerados como sitios de referencia en Madrid. El informe “Barómetro de la Cultura” de 2016 elaborado por la Fundación Contemporánea corrobora esta apreciación. El informe, además de situar a Madrid en primera posición del *ranking* de las ciudades españolas en cuanto a calidad e innovación de su oferta cultural, desarrolla otro sobre las instituciones y eventos culturales anuales más representativos. En el 2015, por ejemplo, se incluyeron tres espacios culturales de origen industrial: “Matadero Madrid”, se posicionó en la cuarta posición; “CaixaForum”, en la octava; y, “MediaLab”, referenciado por primera vez en este informe, ocupó el puesto número treinta. Además de la calidad de los programas culturales, el valor arquitectónico de estos espacios queda sobradamente demostrado a través de su protección administrativa (Tabla 1). El 50% de los espacios culturales ostentan un grado de protección BIC, todos ellos bajo la modalidad de “Monumento” y el 80% cuenta con protección municipal contemplada en el Plan General de Ordenación Urbana de Madrid (PGOU-1997).

Tabla 1. “Caracterización de los espacios culturales de origen industrial de Madrid”

PATRIMONIO INDUSTRIAL	ESPACIOS CULTURALES		USO CULTURAL	DECLARACIÓN BIC	PROTECCIÓN (PGOU-1997)
1	Real Fábrica de Aguardientes y Naipes	CSA LA Tabacalera de Lavapiés	CCC	Monumento (1977)	Nivel 1. Singular
		Tabacalera Promoción del Arte	SE		
2	Real Fábrica de Tapices	Real Fábrica de Tapices	M	Monumento (2006)	Nivel 1. Integral
3	Central elevadora y primer depósito del Canal de Isabel II	Sala Canal de Isabel II	SE	Monumento (1993)	Nivel 1. Singular
4	Estación de Delicias	Museo del Ferrocarril de Madrid	M	Monumento (1981)	Nivel 1. Singular
5	Estación de Atocha	Jardín Tropical Estación de Atocha	J	Monumento (1977)	Nivel 1. Singular
6	Mercado de San Miguel	Mercado de San Miguel	CCC	Monumento (1982)	Nivel 1. Singular
7	Fábricas de	Biblioteca	BA	Monumento (1990)	Nivel 1. Singular

	cervezas “El Águila”	Regional Joaquín Leguina			
8	Central eléctrica de Pacífico	Nava de Motores. Anden 0.	SE	Monumento (2012)	Nivel 1. Singular
9	Central eléctrica del Medio Día	Caixa Forum	M	Sin protección	Nivel 3. Parcial
10	Serrería de Los Belgas	Medialab-Prado	CCC	Sin protección	Nivel 2. Estructural
11	Fábrica Vda. e Hijos Casimiro Mahou	Museo ABC del Dibujo y la Ilustración	CCC	Sin protección	Nivel 3. Parcial
12	Instalaciones Canal de Isabel II	Fundación Canal	M	Sin protección	Nivel 3. Ambiental
13	Fábricas de Galletas Pacisa	Teatro Circo Price	SE	Sin protección	Nivel 3. Parcial
14	Matadero y Mercado Municipal de Ganados	Matadero Madrid	CCC	Sin protección	Nivel 2. Estructural
15	Talleres Renfe (Atocha)	La Neomudéjar	CCC	Sin protección	Nivel 1. Integral
16	Estación Metro Chamberí	Anden o. Estación de Chamberí	M	Sin protección	Sin protección
17	Taller de vehículos y garaje	Sala de Teatro Cuarta Pared	T	Sin protección	Sin protección

(Centro de Cultura Contemporánea: CCC; Sala de Exposición: SE; Museo: M; Biblioteca y Archivo: BA; Teatro: T). Fuente. Elaboración propia

Es conveniente hacer hincapié también en la apreciación que la sociedad tiene sobre el valor cultural del patrimonio industrial que a priori se muestra positiva aunque los estudios realizados resultan todavía insuficientes para extraer conclusiones representativas. HERRERO Y FERNÁNDEZ (2012), cuyo estudio se centra en la percepción del patrimonio industrial entre el alumnado universitario español, destacan que el 52% de los encuestados opinan que el Patrimonio Industrial tiene una gran importancia frente a otras formas de Patrimonio Histórico. En el trabajo de DE LA PEÑA, HIDALGO Y PALACIOS (2015) sobre las

nuevas tecnologías aplicadas a la educación patrimonial, se indica que el 93,3% de los encuestados consideran al patrimonio industrial igual de importante que otras tipologías de patrimonio histórico.

Frente a esta valoración circunstancialmente positiva que la sociedad civil parece manifestar sobre el patrimonio industrial, la administración pública se posiciona en el polo opuesto. El “Plan Estratégico de Cultura del Ayuntamiento de Madrid 2012-2015” (PECAM) apenas hace referencia al patrimonio industrial aunque algunos bienes como la Fábrica de Cervezas “El Águila” o “La Tabacalera” son destacados como referentes de buenas prácticas en materia de gestión cultural y rehabilitación arquitectónica (HIDALGO Y PALACIOS, 2016).

Desde la perspectiva de la planificación turística, a falta de analizar en profundidad las primeras acciones desarrolladas por los recientemente aprobados “Plan Estratégico de Turismo 2015-2019” y el “Plan de Marketing Turístico” (2016), las líneas estratégicas planteadas por el Ayuntamiento de Madrid con anterioridad no introducían ninguna acción vinculada con la valoración turística de los espacios culturales de la ciudad. A esta realidad, hay que añadir que la promoción y comercialización turística son prácticamente inexistentes de acuerdo con el estudio de HIDALGO Y PALACIOS (2016) que analiza los productos turísticos, públicos y privados, especializados en el patrimonio industrial de Madrid.

Objetivos del estudio, preguntas de investigación y metodología de trabajo

Teniendo en cuenta los complejos procesos de transformación que han experimentado los espacios culturales de origen industrial para convertirse en centros culturales de referencia en la ciudad, su excelente ubicación en las proximidades de “clusters” culturales ya consolidados y la “aparente” sensibilidad que demuestra la sociedad por su conservación, resulta paradójico que su integración en las dinámicas turísticas de la ciudad sea casi inexistente. La creación de productos articulados en espacios culturales de origen industrial ayudaría a diversificar la oferta turística de la ciudad y atraer nuevos segmentos de mercado reforzando, de este modo, el turismo cultural. Entonces, ¿cuáles son las razones por las que no se está produciendo la dinamización turística de estos espacios? ¿Se debe a un desconocimiento por parte de los agentes involucrados en el desarrollo turístico de la ciudad, tanto públicos como privados? O ¿a un desinterés sobre esta modalidad patrimonial?

Es objetivo de esta investigación profundizar en los factores que limitan la integración de los espacios culturales de origen industrial en la

oferta turística de la ciudad. Para ello, se ha diseñado una investigación que, basada en el método Delphi, determine las razones que están generando esta pérdida de oportunidades a través del análisis sistematizado de las opiniones personales de un grupo de expertos seleccionados con el objetivo de tener una representación amplia de los agentes públicos y privados involucrados tanto en el desarrollo turístico como en la gestión de los espacios culturales de origen industrial de la ciudad. El panel de expertos contó con participantes procedentes de cuatro ámbitos diferentes: administración pública autonómica y local, gestores culturales, empresas turísticas, expertos en patrimonio cultural y turismo, y especialistas del ámbito universitario.

Desde un punto de vista metodológico, se realizaron dos rondas de cuestionarios alcanzándose la participación de 13 y 10 expertos en cada caso. En el primer cuestionario (Q1), diseñado con la herramienta “Google Docs”, se plantearon 18 preguntas cerradas estructuradas en cuatro bloques: “Datos personales”, “Patrimonio industrial”, “Espacios culturales de origen industrial” y “Espacios culturales de origen industrial y su integración en la oferta turística del municipio de Madrid”.

Para algunas de las preguntas se recurrió a la escala de Likert, que si bien no permite saber con precisión el nivel de acuerdo o desacuerdo, posibilita a identificar tendencias. Además, se utilizaron preguntas simples de tipo “sí/no” con la posibilidad de ampliar información a través de comentarios. En algunos casos también se solicitó la justificación de las respuestas aportadas por los expertos para su incorporación en la segunda ronda a través de nuevas formulaciones.

Los resultados de ambos tipos de preguntas fueron procesados y enviados por correo electrónico junto con el segundo cuestionario (Q2) a cada panelista. En esta ocasión, se dispusieron un total de 20 preguntas estructuradas en los mismos bloques que en el primer cuestionario.

Descripción de la investigación. Principales resultados derivados del análisis estadístico de Q1 y Q2.

Entre los estadísticos descriptivos utilizados se encuentran la frecuencia relativa y absoluta además de medidas de posición para datos ordenados (cuartiles) y medidas de tendencia central de las respuestas (mediana, media y moda). También se emplearon medidas de dispersión (desviación estándar), consenso (rango intercuartílico relativo y coeficiente de variación) y estabilidad (variación del rango intercuartílico relativo, variación del coeficiente de variación y porcentaje de cambio).

En este trabajo se consideró la estabilidad de los resultados en cada una de las respuestas a partir de valores iguales o menores a 0,5 tanto en la

variación de rango intercuartílico relativo como en la de coeficiente de variación. Los resultados expuestos a continuación se corresponden con una selección de preguntas de los cuestionarios realizada en función de los objetivos del Coloquio.

Principales resultados obtenidos: preguntas comunes a Q1 y Q2

En el bloque “Patrimonio industrial” se preguntó al panel acerca de la precisión con la que podían definir el concepto de patrimonio industrial. La mayor parte de los panelistas en ambas rondas coincidieron en poder definirlo con “bastante precisión” (el 90% de las respuestas fueron iguales o superiores a 4), mostrando los resultados un alto grado de consenso y estabilidad y, un escaso porcentaje de cambio en las respuestas.

También se consultó la opinión de los expertos sobre la caracterización del patrimonio industrial desde un punto de vista turístico, tomando en consideración una escala de 1 (nada útil) a 5 (muy útil). Los resultados obtenidos plantean que, desde la perspectiva de los panelistas, el patrimonio industrial es “bastante” o “muy útil”. La frecuencia relativa de los resultados en ambas rondas muestra que el 90% de los participantes propusieron valores iguales o superiores a 4.

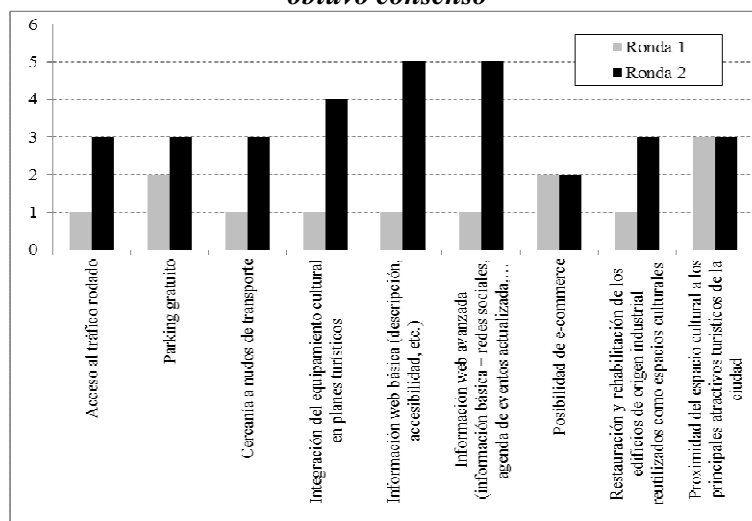
El tercer bloque, “Espacios culturales de origen industrial”, se centró en la opinión de los expertos sobre estos equipamientos. Se solicitó a los panelistas que valoraran el grado de integración de dichos espacios en la oferta turística del municipio de Madrid. Con una escala de valoración de 1 (no se integra) a 5 (se integra totalmente), estos resultados presentan una mayor variación que los casos anteriores al manifestar un porcentaje de cambio del 30% entre Q1 y Q2, sin embargo, aun así, se logró el consenso y la estabilidad. Las respuestas muestran que la integración de los espacios culturales se considera de “media” a “alta”, pues los valores elegidos por los participantes tanto en Q1 (frecuencia relativa 69%) como en Q2 (frecuencia relativa del 90%) se ubican entre los valores 3 y 4.

Finalmente, en el bloque “Espacios culturales de origen industrial y su integración en la oferta turística del municipio de Madrid”, se pretendía profundizar en la funcionalidad turística de estos espacios. En la primera pregunta se solicitó la opinión de los expertos respecto a una serie de elementos limitantes de la integración de los equipamientos culturales de origen industrial en la oferta turística. En este caso, la valoración correspondió con una escala de 1 (no limita nada en absoluto) a 5 (limita totalmente); los resultados evidencian que no se logró el consenso en todos los aspectos consultados y en los que sí se alcanzó se presentaron porcentajes de cambio entre el 10% y el 40% (Figura 2).

También se preguntó al panel si conocían la existencia de productos turísticos en el municipio de Madrid que integraran equipamientos culturales de origen industrial. En este caso se tuvieron resultados

similares en ambas rondas, pues en Q1 el 69% dijo “sí” conocer y el 31% mencionó que “no”; mientras que en Q2 el 70% señaló que “sí” y el 30% que “no”.

Figura 2. Moda de las respuestas a la pregunta “Valore los elementos que limitan integración de los espacios culturales de origen industrial en la oferta turística del municipio de Madrid”, casos en los que se obtuvo consenso



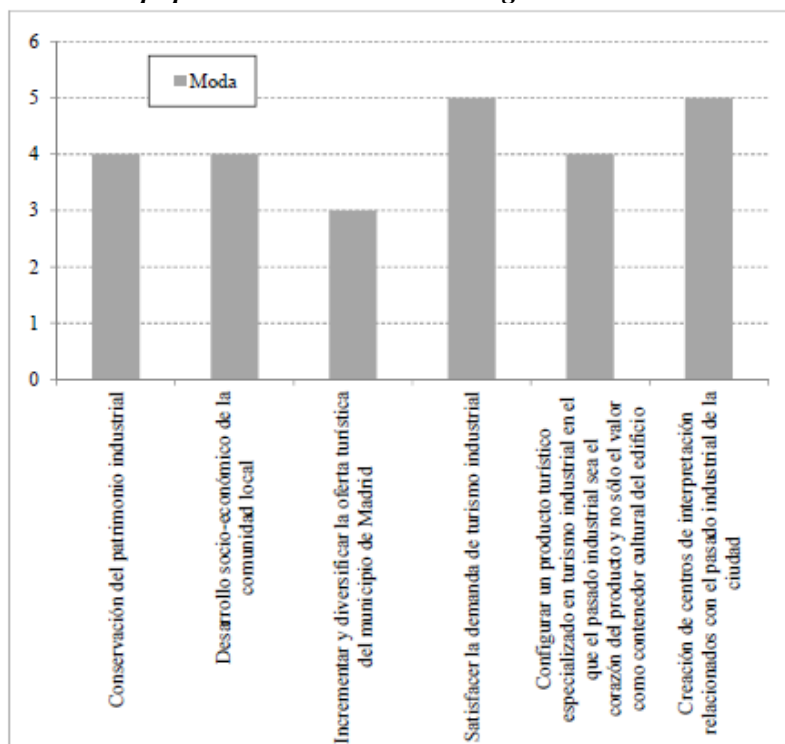
Fuente. Elaboración propia

Por otra parte, se profundizó en la viabilidad del diseño de productos turísticos especializados en equipamientos culturales de origen industrial. Para ello, se presentó a los panelistas una escala de valoración de 1 (nada viable) a 5 (totalmente viable). Las respuestas evidencian que los expertos consideran el diseño de este tipo de productos de “bastante viable” a “muy viable”. El 77% de los panelistas en Q1 asignó valores iguales o mayores a 4, mientras que en Q2, el porcentaje alcanzó el 90% para los mismos valores. En este caso el porcentaje de cambio fue del 20% y se obtuvieron medidas de consenso y estabilidad muy satisfactorias.

Como resultado de los comentarios realizados sobre su consideración acerca de si el diseño de productos turísticos especializados en equipamientos culturales de origen industrial diversificaría e incrementaría la oferta turística del municipio de Madrid, se elaboró una pregunta adicional en Q2. Los expertos contaron con una escala de valoración de 1(nada positivo) a 5 (muy positivo) para analizar los efectos de la creación del diseño de productos turísticos especializados. Los resultados muestran un alto nivel de consenso en las valoraciones que van

de “bastante” a “muy positivo” en todos los casos a excepción de uno que fue considerado como “medianamente positivo” (Figura 3).

Figura 3. Moda de las respuestas a la pregunta “Valore del 1 al 5 los efectos de la creación el diseño de productos turísticos especializados en equipamientos culturales de origen industrial”



Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

Los expertos que han participado en el método Delphi planteado para esta investigación valoran positivamente la potencialidad de los espacios culturales de origen industrial como recurso turístico. Consideran que el diseño de productos turísticos fundamentados en el patrimonio industrial puede ser una buena oportunidad para incrementar y diversificar la oferta turística de la ciudad, ayudaría a la conservación del patrimonio industrial así como a la satisfacción de una posible demanda de turismo industrial. Consideran la posibilidad de crear centros de interpretación especializados en el pasado industrial de la ciudad así como la creación un producto turístico en el que la historia industrial sea la motivación del

mismo y no el contenido cultural del edificio industrial como sucede hasta el momento.

No obstante, se ha detectado una contradicción entre la opinión que tienen los expertos sobre el grado de integración de los espacios culturales de origen industrial en la oferta turística de la ciudad y la realidad de su funcionalidad turística. Los panelistas consideran que su integración es “media-alta” mientras que el análisis sistemático de la oferta turística demuestra que es muy limitada. Esta discordancia puede atribuirse a dos razones que deberán ser revisadas: o bien a que desde un punto de vista metodológico no se ha explicado correctamente el concepto de integración en la oferta turística o bien que los límites entre recurso cultural y recurso turístico resultan confusos, llegando incluso a solaparse como consecuencia, sin duda, del éxito de algunos espacios culturales.

Independientemente de esta situación, los panelistas ofrecen claves sobre los factores que limitan la operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial destacando su escasa integración en la planificación cultural y turística de la ciudad, la baja promoción turística o la dificultad de acceder a su pasado industrial en los portales web. Incluso, los panelistas aportan sus propias opiniones como, por ejemplo, la ausencia de imagen de marca, la inexistencia de productos turísticos, la nula integración con el resto de la oferta turística o el desinterés turístico por este tipo de recursos.

Investigaciones posteriores ampliarán los datos analizados con el objetivo de profundizar en los factores que limitan la operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial. Estas investigaciones contribuirán a subrayar las oportunidades que para el turismo de la ciudad supondría invertir en la dinamización turística de los espacios culturales de origen industrial.

Bibliografía

- BALL, R. (1999): “Developers, regeneration and sustainability issues in the reuse of vacant industrial buildings”, *Building Research & Information*, 27(3), 140-148.
- BARRADO, D. (2011): “Recursos territoriales y procesos geográficos: el ejemplo de los recursos turísticos”, *Estudios Geográficos*, vol. 72, no 270, pp. 119-130.
- BENITO DEL POZO, P. (2002): “Patrimonio Industrial y Cultural del Territorio”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, nº 34, pp. 213-227.
- BINNEY, M., MACHIN, F., & POWELL, K. (1990). *Bright future: the re-use of industrial buildings*. Save Britain's Heritage.
- CAÑIZARES, M. C. (1999): “Los símbolos mineros como elementos revitalizadores de la imagen urbana en la ciudad de Puertollano (Ciudad Real)” en VV.AA. *El territorio y su imagen*, vol. II, A.G.E. y Universidad

- de Málaga, Málaga, pp. 977-986.
- CAPEL, H. (1996): "La rehabilitación y el uso del patrimonio histórico industrial", *Documents d'anàlisi geogràfica*, nº 29, pp. 19-50.
- DE LA PEÑA, F. HIDALGO, C. y PALACIOS, A. (2015): "Las nuevas tecnologías y la educación en el ámbito del patrimonio cultural. "Madrid Industrial, Itinerarios". Un ejemplo de m-learning aplicado al patrimonio industrial", *Tecnología, Ciencia y Educación*, núm. 2 (septiembre-diciembre), pp. 51-82.
- HERRERO, R. y FERNÁNDEZ, J. J. (2012): "Percepción del patrimonio histórico industrial: análisis descriptivo a través de una muestra de estudiantes universitarios españoles", *Revistas Aequitas: Estudios sobre historia, derecho e instituciones*, nº 2, pp. 175-188.
- HIDALGO, C. (2010): *El patrimonio minero-industrial y ferroviario. Nuevos recursos para nuevos turismo*s. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Madrid.
- HIDALGO, C. Y PALACIOS, A.J. (2016): "El patrimonio industrial declarado Bien de Interés Cultural en Madrid. Su integración en la oferta cultural y turística de la ciudad", *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 14, No 1, pp. 193-212.
- LLURDÉS I COIT, J. C. (1999): "Patrimonio industrial y patrimonio de la humanidad. El ejemplo de las colonias textiles catalanas. Potencialidades turísticas y algunas reflexiones" *Boletín de la A.G.E.*, no 28, pp. 147-160.
- PARDO, C.J. (2004): *Vaciado industrial y nuevo paisaje urbano en Madrid. Antiguas fábricas y renovación de la ciudad*, Ediciones La Librería, Madrid.
- VALENZUELA, M., PALACIOS, A. & HIDALGO, C. (2008): "La valorización turística del patrimonio minero en entornos rurales desfavorecidos: actores y experiencias", *Cuadernos de Turismo*, nº 22, pp. 231-260.
- YU, W (2010): *Adaptive re-use of urban industrial heritage buildings for cultural and creative industries in Hong Kong*, University of Hong Kong (Pokfulam, Hong Kong).

Documentos consultados

- Carta de Nizhny Tagil (2003) <http://ticcih.es/criterios-conjuntos-de-icomos-ticcih-para-la-conservacion-del-patrimonio-industrial/>
- Fundación Contemporánea. "Barómetro de la Cultura 2016" <http://www.fundacioncontemporanea.com/observatorio-de-la-cultura/>
- Plan Estratégico de Cultura de Madrid-PECAM-(2012-2015) http://www.madrid.es/UnidadWeb/Contenidos/EspecialInformativo/TemaCulturaYocio/Cultura/PECAM/HaciaPECAM/Ficheros/Pdf_completo_20812ok.pdf
- Principios de Dublín (2011) <http://ticcih.es/criterios-conjuntos-de-icomos-ticcih-para-la-conservacion-del-patrimonio-industrial/>
- Revisión del Plan Nacional de Patrimonio Industrial, (2011) http://ipce.mcu.es/pdfs/PN_PATRIMONIO_INDUSTRIAL.pdf

El concepto de Patrimonio Territorial: problemáticas de gestión y planificación turística

José David ALBARRÁN PERIÁÑEZ

Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Geografía Humana,
Facultad de Geografía;josedalb@ucm.es

Albarrán Periañez, J.D. 2016. El concepto de Patrimonio Territorial: problemáticas de gestión y planificación turística. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 67-78. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. El concepto de Patrimonio ha seguido una tendencia aglutinadora en su evolución histórica, dando lugar a nociones cada vez más integradoras del mismo, en cuanto a valores y tipologías. Sin embargo, las disposiciones legislativas de protección de los bienes patrimoniales no han llegado a superar la segmentación entre elementos naturales, culturales o paisajísticos que impera desde el Romanticismo, lo que supone la generación de planteamientos normativos sectorizados y muchas veces contradictorios entre sí. En este sentido, la actividad turística como instrumento para el desarrollo de las sociedades necesita de nuevos modelos que entiendan al patrimonio en clave integral, especialmente en aquellos lugares donde la interacción entre hombre y naturaleza resulta el principal recurso de atracción de visitantes, a fin de conseguir un manejo turístico más eficiente en los territorios.

Palabras clave: Patrimonio territorial, Gestión turística, Turismo rural, Desarrollo turístico.

Hacia una perspectiva integradora del patrimonio

El concepto de Patrimonio no es estático, supone un juicio que individúa a determinados elementos de los que se rodea el ser humano en su día a día y a los que atribuye características únicas que los hacen merecedores de una estima diferente y un determinado grado de protección. Debe comprenderse tal concepto como algo relativo que se ha ido construyendo a lo largo de los siglos (Lull, 2005), cuya caracterización ha ido modificándose en las diferentes etapas de la evolución del ser humano, condicionada por las tendencias filosóficas, políticas y culturales imperantes en cada momento. Conservar aquellos

elementos que componen el conjunto patrimonial se ha convertido en una tarea esencial para la sociedad desde la Ilustración, y es que son los grandes cambios sociales producidos por La Revolución Francesa los que marcan el inicio de la concepción del patrimonio tal y como se concibe hoy en día. Paradójicamente, sin embargo, a la vez que son estigmatizados y destruidos determinados bienes reales y eclesiásticos, se da inicio a los nuevos paradigmas de la protección patrimonial con la redacción de una serie de normas de conservación que suponen las primeras acciones de tutela sobre los bienes del pasado (Castillo, 2009). El patrimonio monumental es concebido entonces como un medio de expresión de la cultura común de una sociedad, derivándose de ello un valor de identidad que se extrae directamente de la dimensión histórica del mismo, lo cual provoca un cambio de actitud hacia la nacionalización de objetos con el fin de ponerlos al servicio de la colectividad (Llull, 2005), lo que González-Varas denomina la *institucionalización del patrimonio* (González-Varas, 2014).

En América, la negación de las culturas precolombinas y la escasa monumentalidad de las construcciones heredadas de éstas contrastan con la realidad europea. Sin embargo, la importancia del enorme territorio norteamericano casi virgen aún en el siglo XIX, de gran variedad paisajística, favorece el surgimiento de una conciencia de protección de la naturaleza que culmina con el nacimiento en 1872 del primer lugar natural protegido del mundo, el Parque Nacional de Yellowstone, como un espacio para el disfrute humano. Cuarenta y cuatro años después se crea el Servicio de Parques Naturales para custodiar y preservar el patrimonio natural declarado en Estados Unidos. Las cada vez más evidentes conexiones entre el patrimonio natural y cultural favorecen que esta institución se encargue de forma conjunta de la gestión de los espacios naturales, los monumentos y los lugares históricos nacionales a la vez que comienza a atender a los cada vez más visitantes que se acercan a conocer estos espacios por motivos recreativos.

Durante el siglo XX se produce una profunda renovación que parte desde una perspectiva del patrimonio en la que aún imperan los valores estéticos hacia una inclusión temática, cronológica y territorial (Florida, 2013), en gran medida favorecida por la valoración de los recursos naturales en Norteamérica o el cambio de concepto de Monumento por el de Bien Cultural a mediados de siglo impulsado por la Comisión Franceschini. A través de la Ley del Patrimonio Artístico Nacional aprobada en 1933 en España se desarrolla un extenso catálogo de monumentos declarados al que aplicar la normativa de protección institucional, estableciéndose por primera vez las categorías de monumentos histórico-artísticos, rincón, plaza, calle, barrio o de conjunto histórico-artístico, aplicables a los conjuntos urbanos y rústicos, y

adelantando planteamientos como los de la “protección de los lugares notables por su belleza natural o por su reconocido valor artístico e histórico”. También, en un contexto de éxodo rural y profunda transformación de las ciudades derivado de las políticas desarrollistas, el urbanismo comienza a ser competencia integral de la Administración, tras la aprobación en 1956 de la Ley sobre Régimen de Suelo y Ordenación Urbana, que establece parámetros a través de los que mantener la armonía estética de los lugares sometiendo el urbanismo a los bienes patrimoniales existentes: «Las construcciones de toda clase en terrenos urbanos y rústicos habrán de adaptarse en lo básico, al ambiente estético de la localidad o sector para que no desentonen del conjunto medio en que estuvieren situadas, y a tal efecto». Incluso se menciona el término *pintoresco* en una primitiva concepción del paisaje cultural que se pretende conservar. Es el inicio del interés por el entorno y la relación de éste con los bienes en la protección patrimonial.

Finalmente, es la Ley de 1985 de Patrimonio Histórico Español la que, además de la superación de los valores histórico, artístico y cultural imperantes en su predecesora, incluye por primera vez elementos propios del patrimonio natural como potenciales de ser declarados patrimoniales, recogiendo a su vez el patrimonio documental y bibliográfico. El texto introduce el concepto de patrimonio etnográfico como expresión relevante de la cultura tradicional del pueblo español en sus aspectos materiales, sociales o espirituales, a la vez que integra los conocimientos y actividades como elementos integrantes del Patrimonio Histórico Español además de los bienes muebles e inmuebles.

La definición del Patrimonio Territorial

Quizá la primera aproximación a la actual noción de Patrimonio Territorial sea el concepto de Paisaje Cultural acuñado en 1925 por C. Sauer. Adoptado por los geógrafos humanistas a partir de la década de los setenta, defiende la contemplación de paisajes como combinación de manifestaciones formales y simbólicas (Silva, 2009), un territorio modelado por las actividades rurales (Feria, 2013), lo cual conlleva a la identificación de las sociedades con los lugares en que habitan.

El concepto actual de Patrimonio Territorial es definido por Ortega Valcárcel como el conjunto de recursos tanto naturales como culturales heredados en un espacio geográfico dado, con un elevado grado de aceptación y reconocimiento social (Ortega, 1998) y que ha demostrado un notable equilibrio ambiental (Feria, 2010), permitiendo el mantenimiento de procesos ecológicos y naturales en ámbitos históricamente antropizados (Feria, 2013). A día de hoy, la presencia humana ha modificado la mayor parte de los espacios naturales existentes, lo que influye en la generación

de un reconocimiento hacia la construcción del territorio (Castrillo y Tremiño, 1998).

Para Ortega Valcárcel, además de la evolución del concepto de patrimonio, existe otra coordenada esencial en la consideración del territorio como recurso cultural y económico: la progresiva reelaboración teórica del propio concepto de territorio (Ortega, 1998). Considerado tradicionalmente a partir del sustrato natural sobre el que se desarrollan las sociedades, como espacio geométrico que delimita un área de la naturaleza, una extensión medible, el territorio es entendido a partir de las últimas décadas del siglo XX a partir de una doble perspectiva:

1. Considerando el territorio como escenario de confluencia de bienes de distinto género, en el cuál ha sido introducida la antropización de una forma equilibrada con la naturaleza. El territorio adquiere así la dimensión de marco donde los recursos se dan cabida y generan un sistema conformado por componentes tanto naturales como culturales que puede ser gestionado de manera unitaria, resultado de la permanente interacción de hombre y medio. Esta perspectiva es la seguida en instrumentos normativos como el Plan de Ordenación el Territorio de Andalucía aprobado en 2006, que introduce por primera vez en la práctica la gestión unitaria del patrimonio.
2. Entendiendo el espacio geográfico como construcción social elaborada a partir del sustrato físico, cargada de una significación cultural percibida por la población local como expresión de la memoria colectiva, adquiriendo un papel fundamental en la consolidación de las identidades. Esto es entender el territorio como espacio de organización compleja, pasándose de una visión clasificadora de fragmentos selectos de la materialidad susceptible de adquirir valor patrimonial (Fernández, 1998) a una manifestación de las relaciones entre sociedad y naturaleza, conexión de multitud de procesos variados con sus propios órdenes internos (Castrillo y Tremiño, 1998).

Una vez superados los referentes patrimoniales tradicionales, en la concepción integral del patrimonio se incluyen aquellos recursos tanto naturales como culturales que tienen una consideración de patrimonio bajo estos criterios identitarios, una valoración de recursos territoriales donde las relaciones entre el entorno y las dimensiones culturales e históricas del mismo no pueden ser disociadas (Troitiño y Troitiño, 2015b).

Patrimonio Territorial y desarrollo

En las últimas décadas se ha pasado de una asimilación de los objetos tutelados como accesibles culturalmente a través de políticas sectoriales (Castillo, 2009) a una visión que vela más por el aprovechamiento productivo de los mismos (Castillo, 2007). Se ha acrecentado el interés por el territorio debido a la generalización de una

conciencia ambientalista, la consideración del paisaje como activo mercantil en la sociedad del ocio, el surgimiento de una mentalidad interesada en la cultura y la calidad de vida, la estética y el miedo ante una patente homogeneización (Silva, 2009). Sin embargo, no ha sido superada aún la tradicional división entre patrimonio natural y cultural por completo, debido a la visión sectorial y la gestión fragmentada llevada a cabo durante siglos (Ortega, 2004), que continua a nivel normativo en la actualidad.

Durante la década de 1990 y los primeros años del presente siglo, se han puesto en marcha numerosos planes estratégicos que han abogado por establecer la cultura y el patrimonio como sectores clave para el desarrollo económico y social de los territorios, capaces de generar riqueza desde una perspectiva sostenible, reconociendo y preservando los valores y recursos por medio de sectores como el turismo, la agricultura, la extensión de los asentamientos, etc. (Sabaté, 1998). La unificación cultural y natural del patrimonio queda justificada así como forma esencial de conseguir un modelo de gestión más eficiente. La visión tradicional del patrimonio se ciñe básicamente al reconocimiento del mismo, el establecimiento de las correspondientes tutelas y el desarrollo posterior de las condiciones de utilización; mientras que la nueva visión del patrimonio supone un desplazamiento desde la protección a la puesta en valor (Feria, 2013).

El papel del turismo en la concepción patrimonial integral

Hasta la década de 1960, el interés mundial por la actividad turística había sido casi inexistente, sin embargo el sector experimentó un desarrollo inusitado en la segunda mitad del siglo XX. Es tras la II Guerra Mundial cuando surge el concepto de *Estado del Bienestar* en las democracias occidentales, y con ella la introducción de una serie de mejoras en las condiciones laborales de la ciudadanía, como la conquista de las vacaciones retribuidas, el aumento del tiempo libre o la generalización de la educación obligatoria. Comienzan a diseñarse las primeras acciones públicas para el turismo según la concepción actual del mismo, pasando de estar relacionada con la cultura y la salud a ser considerada bajo la idea de ocio (Velasco, 2005), en un momento de apertura de fronteras y desarrollo de nuevas infraestructuras que provoca la incorporación de una clase media renovada al mercado turístico.

Entre las décadas de 1960 y 1970, el comportamiento de la sociedad industrial favorece la generación de una nueva conciencia crítica que considera al crecimiento económico la causa principal del deterioro ambiental. Se incrementan las preocupaciones sociales con la aceleración del crecimiento demográfico, la difusión de la producción industrial, las

desigualdades en el nivel de vida, el proceso de urbanización o los desplazamientos poblacionales, en lo que la influencia del sector turístico es indudable con la creación de destinos homogéneos donde la ubicación geográfica apenas aporta diferenciación. Esta manifestación crítica hacia el turismo se ve incrementada por el nacimiento de una consciencia popular conservacionista, de recuperación del patrimonio natural y cultural, que otorga una importancia inédita a las culturas tradicionales locales frente a las pérdidas causadas por el consumismo y la globalización, fenómenos que amenazan la conservación de los centros históricos, las zonas rurales, o el paisaje natural.

Durante la década de 1970 se produce una transformación en la demanda turística que implica la búsqueda de nuevos destinos por parte de los consumidores y una mayor sensibilización hacia la problemática ambiental, configurándose nuevas modalidades de turismo orientadas al disfrute de la naturaleza que promueven una actitud de respeto por el ámbito sociocultural que la rodea. Llega a Europa el concepto de Interpretación del Patrimonio promulgado por Freeman Tilden en Estados Unidos dos décadas antes, y los bienes culturales que dan cohesión al imaginario del pasado son rescatados, convertidos en productos para un cliente al que se comienza a denominar *turista cultural* (Santana, 2003), y que es partícipe de nuevas modalidades turísticas orientadas “fundamentalmente hacia la valoración de los aspectos ambientales del destino, la autenticidad cultural y la calidad del producto” (OMT, 1996). La sociedad industrial es progresivamente sustituida por un nuevo modelo en el que la actividad turística adquiere un papel relevante a través de su capacidad de transformación, de competitividad territorial y como instrumento capaz de articular sociedades y territorios (Monteserín, 2008), una perspectiva turística que concibe al espacio y su ambiente como un sistema complejo donde los ejes económico, ambiental, social e institucional están en permanente interacción (Blanco et al., 2015).

Comienzan a generarse nuevos productos en el sector que son ofertados bajo la diferenciación de dos grandes conceptos: naturaleza y patrimonio cultural o identitario (Santana, 2003). Estos elementos conforman una renovación de los destinos de masas, además de un elemento potenciador del desarrollo turístico de territorios donde los segmentos turísticos clásicos no habían incidido debido a sus condiciones geográficas o climáticas. Es el momento del despegue de los segmentos turísticos de interior, a través de los que se oferta una serie de manifestaciones culturales caracterizadas por su atemporalidad, vinculadas a las sociedades y la cultura. Así, desde los años noventa se han venido desarrollando nuevas modalidades y tipologías turísticas que han adquirido apellidos diferentes según el contexto geográfico en el que se producen o el fin mismo del viaje. Turismo rural, de salud, de sol y playa, de negocios,

deportivo, ecoturismo, turismo étnico, etc. han sido conceptos a través de los que los destinos han llevado a cabo una especialización en el sector de acuerdo a los recursos disponibles, aunque muchas veces las líneas divisorias entre las mismas no están claras y esto da lugar a la existencia de prácticas turísticas identificadas con más de una tipología. Nos hayamos así ante un proceso de diversificación y especialización de la demanda turística favorecido por las nuevas exigencias del mercado (Santana, 2003).

En las últimas décadas, entre los segmentos relacionados con las zonas de interior y el interés por los recursos naturales y culturales de los que dispone el territorio, se ha impuesto un concepto de aplicación amplia que hace referencia a *Turismo Rural* (Santana, 2003) del que, sin embargo, a pesar del esfuerzo académico e institucional, no existe una definición consensuada (Melgosa, 2004). Aunque muy diversas, las enunciaciones del mismo coinciden en aspectos como su desarrollo en el medio rural y una motivación de búsqueda de atractivos asociados al descanso, el paisaje, la cultura tradicional y la huida de la masificación, el contacto con lo autóctono y la sociedad local en áreas naturales poco alteradas, de manera respetuosa con el patrimonio cultural y natural (Galiano, 1991; Fuentes, 1995; Valdés y Ruiz, 1996; L. Smith citado en Santana, 2003). En la definición de esta tipología en España, el soporte geográfico donde se desarrolla la actividad turística rural es el denominado Espacio Rural, que queda definido como aquel territorio de interior que, por oposición a los núcleos urbanos, estima aquellos municipios que presentan una población inferior a 15.000 habitantes, sin perjuicio de que dentro de la diversidad del territorio español puedan encontrarse numerosas excepciones a este principio general (Galiano, 1991). Así pues la concepción integral del patrimonio territorial adquiere un protagonismo trascendental en esta tipología turística que aúna el disfrute de la naturaleza y la cultura local.

Turismo como factor de desarrollo a través del patrimonio territorial

El fenómeno turístico ha sido considerado durante las últimas décadas una actividad económica de gran relevancia en España, tanto por su contribución a la economía como por las oportunidades de desarrollo que es capaz de generar, sin embargo la sobreexplotación de sectores relacionados con el litoral ha producido en gran medida un recelo hacia el modelo turístico clásico español, dependiente de variables económicas cuantitativas. En muchas regiones el fenómeno turístico ha contribuido a sensibilizar a las poblaciones receptoras sobre los beneficios que conlleva la conservación de bienes de marcado valor patrimonial, tanto cultural como natural, un hecho más acentuado en zonas rurales y países subdesarrollados, donde por lo general se ha pretendido una gestión endógena de los recursos. Incluir al patrimonio en los planteamientos

turísticos puede constituirse como una opción beneficiosa en cuanto a la preservación de la herencia que los bienes representan, pero el progresivo aumento del turismo cultural ha favorecido la conformación de una creciente presión sobre el patrimonio de ser adaptado al mercado del turismo, poniendo en contacto dos ámbitos muy diferentes en cuanto a su naturaleza, los objetivos que éstos persiguen, o los agentes que los conforman (Velasco, 2009).

Los vínculos entre cultura, patrimonio y turismo han sido reclamados desde diferentes organismos internacionales durante las últimas décadas, resaltando las posibilidades de desarrollo que estos nexos pueden suponer a través de la construcción de modelos de colaboración. Tras los movimientos naturalistas de la década de los setenta, a partir de la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial de 1980, se aboga por un desarrollo del turismo que tenga en cuenta las necesidades de las colectividades locales y regionales por medio de la cooperación, el desarrollo de su personalidad y la toma de conciencia de la cultura propia, así como que sirva de instrumento para la conservación de la arquitectura popular, el medio natural y el patrimonio sociocultural. En 1992 se desarrolla la Conferencia sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo en Río de Janeiro, que supone el primer acuerdo al que se vinculan jurídicamente los países en favor de establecer directrices para el diseño de políticas turísticas sostenibles (Blanco et al., 2015), y tres años más tarde, en 1995, se firma en Lanzarote la Carta del Turismo Sostenible que apela a un desarrollo turístico orientado a la preservación de los recursos naturales y culturales, y se reconoce la contribución del sector turístico al desarrollo social, económico y político al mismo tiempo que puede suponer un factor de degradación medioambiental y de pérdida de identidad de los pueblos. Cuatro años más tardes, el ICOMOS adopta la Carta Internacional sobre Turismo Cultural donde se desarrolla una compleja lista de principios que buscan una interrelación entre patrimonio y turismo, a través de las correspondencias que existen entre ambos, como impulso a la conservación de los bienes patrimoniales y los atractivos que para el turismo ostentan aquellos (García y De La Calle, 2012). Finalmente, en el año 2015 tiene lugar la Conferencia Mundial sobre Turismo y Cultura organizada simultáneamente por la OMT y la UNESCO, donde es redactada la Declaración de Siem Reap, que promulga la conformación de una valoración y respeto de los sitios patrimoniales y expresiones culturales por parte de turistas y comunidades locales a partir de políticas sustentables. Al mismo tiempo tiene lugar en Vitoria la Cumbre Mundial de Turismo Sostenible, que analiza la conservación del patrimonio en relación al turismo, el cambio climático, la biodiversidad y la importancia de las comunidades locales. Por primera vez se considera al sector turístico como la primera industrial del mundo en una carta internacional,

asumiendo la importancia que gobiernos, comunidades locales, industria e investigadores tienen en el desarrollo de estrategias que cumplan con los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas, el fortalecimiento de marcos legislativos efectivos o la integración de la conservación patrimonial en los modelos turísticos.

Durante la segunda mitad de la década de los noventa en España se produce una ingente promoción de proyectos turísticos relacionados con la búsqueda de beneficios económicos a través de los recursos existentes en los territorios, con especial énfasis en zonas de interior donde el turismo se plantea como alternativa económica complementaria en espacios afectados por la despoblación y la crisis los modelos industrial y agrario (Galiano, 1991; García y De La Calle, 2004). El sector ha sido así asumido por las administraciones como un salvavidas capaz de generar diversificación económica en contextos afectados por los cambios en los mercados, reactivando en muchos casos las señas visibles de la cultura local (Blanco et al., 2015). Se ha producido un crecimiento de la oferta turística compatible con las actividades productivas tradicionales, posibilitando la incorporación del turismo a las estrategias económicas locales bajo el paraguas de la conservación cultural y natural. Sin embargo, la incorporación del patrimonio al mercado turístico de masas hace necesaria una coordinación y complementariedad de las políticas urbanísticas, patrimoniales y turísticas.

Conclusiones

El concepto de patrimonio se desplaza desde una primitiva concepción estética devenida de los cambios sociales producidos en la época de la Ilustración, a una noción más amplia e integradora ligada a la imposición de nuevos valores a los bienes patrimoniales, valores de carácter social, identitario o pedagógico. El vigente concepto de Patrimonio Territorial acuñado en los últimos años del siglo XX y desarrollado hasta la actualidad integra bienes culturales, naturales y paisajísticos que se interrelacionan en un entorno dado entendido como marco o como construcción compleja a partir de las estructuras sociales que operan en él.

Paralelamente a la evolución en la consideración del patrimonio hacia concepciones más amplias, las lógicas del mercado turístico confieren un protagonismo inédito a la revalorización de los bienes patrimoniales, especialmente a aquellos que escapan a las consideraciones monumentalistas clásicas. Con las revoluciones sociales y laborales acaecidas durante la segunda mitad del siglo XX, el uso turístico del patrimonio territorial comienza a ser considerado una actividad económica

con notables beneficios a medio y largo plazo, especialmente en los espacios menos beneficiados por las estructuras económicas industriales. Así pues, las últimas décadas del pasado siglo y los primeros años del XXI suponen un momento de profusión en las políticas rehabilitadoras, de gestión turística y patrimonial, sin embargo la complejidad en la definición de conceptos, la sectorización a nivel administrativo o las diferencias normativas en estas materias dificultan un correcto manejo turístico en clave patrimonial.

Es preciso implementar mecanismos de concertación adecuados a partir de los que perfilar estrategias de desarrollo donde la dimensión turística se integre en los planes de gestión patrimonial, y la dimensión patrimonial en el desarrollo turístico (Troitiño, 2015). Así como son necesarias infraestructuras de gestión que garanticen el liderazgo institucional, la concertación empresarial y la participación social (Troitiño, 2003), anteponiendo las necesidades de la población autóctona. Debe darse un equilibrio entre los recursos y los procesos de transformación, lo que en las últimas décadas ha venido a englobarse bajo la denominación de Sostenibilidad o Sustentabilidad, una idea de desarrollo que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales, respetuoso e integrado con el entorno. Por tanto se abre un horizonte futuro en el que es necesario encontrar modelos alternativos más eficientes que pasan por la configuración de políticas de concertación y una visión patrimonial integrada.

Bibliografía

- BLANCO LÓPEZ, P., VÁZQUEZ SOLÍS, V., REYES AGÜERO, J.A. & GUZMÁN CHÁVEZ, M.G. (2015): “Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona Altiplano de San Luis Potosí, México”. Cuadernos de Turismo, nº 35, pp. 17-42.
- CASTILLO RUIZ, J. (2007): “El futuro del patrimonio histórico: la patrimonialización del hombre”. Revista Electrónica e-rph, nº 1.
- CASTILLO RUIZ, J. (2009): La dimensión territorial del patrimonio histórico. En J. Castillo, E. Cejudo & A. Ortega (coord.). Patrimonio histórico y desarrollo territorial (pp. 25-48). Universidad Internacional de Andalucía. Sevilla.
- CASTRILLO ROMÓN, M.A. & TREMIÑO SAN EMETERIO, C. (1998): “Territorio y patrimonio en la IX Conferencia del Consejo Académico Iberoamericano: ideas y experiencias para una nueva cultura disciplinar”. Ciudades: Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid, nº 4, pp. 13-29.
- FERIA TORIBIO, J.M. (2010): “Patrimonio territorial y desarrollo sostenible: un estudio comparativo en Iberoamérica y España”. Estudios Geográficos, vol. 71, nº 268, pp. 129-159.

- FERIA TORIBIO, J.M. (2013): "El patrimonio territorial: algunas aportaciones para su entendimiento y puesta en valor". Revista Electrónica e-rph, nº 12, pp. 1-25.
- FERNÁNDEZ, R. (1998): "Topofilia americana. Hacia un concepto de patrimonio ambiental en América Latina". Ciudades: Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid, nº 4, pp. 49-71.
- FLORIDO TRUJILLO, G. (2013): "El patrimonio territorial en el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía: indefiniciones y dificultades para un conocimiento preciso". Boletín de la A.G.E., nº 63, pp. 173-201.
- FUENTES GARCÍA, R. (1995): *El turismo rural en España: especial referencia al análisis de la demanda*. Instituto de Estudios Turísticos, D.L. Madrid.
- GALIANO RAMOS, E. (1991): "Turismo rural en España". Estudios turísticos, nº 110, pp. 39-46.
- GARCÍA HERNÁNDEZ, M. & DE LA CALLE VAQUERO, M. (2004): "La investigación geográfica española en materia de turismo (1997-2004)". Anales de Geografía, nº 24, pp. 257-277.
- GARCÍA HERNÁNDEZ, M. & DE LA CALLE VAQUERO, M. (2012): "Los hitos patrimoniales en dimensión turística. Castilla y León y la Real colegiata de San Isidoro". Polígonos, Revista de Geografía, nº 23, pp. 113-145.
- GONZÁLEZ-VARAS IBÁÑEZ, I. (2014): *Las ruinas de la memoria: Ideas y conceptos para una (im)posible teoría del patrimonio cultural*. Siglo XXI Editores. México D.F.
- LLULL PEÑALBA, J. (2005): "Evolución del concepto y de la significación social del patrimonio cultural". Arte, Individuo y Sociedad, vol. 17, pp. 175-204.
- MELGOSA ARCOS, F.J. (2004): *Derecho y Turismo*. Ediciones Universidad Salamanca. Salamanca.
- MONTESERÍN ABELLA, O. (2008): Turismo y desarrollo territorial: los planes de dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio (Tesis doctoral). Departamento de Geografía Humana, Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- MULERO MENDIGORRI, A. (2015): "Hacia la gestión integrada del patrimonio en clave territorial: un análisis crítico a partir de la experiencia andaluza". Investigaciones Geográficas, nº 63, pp. 69-84.
- MULERO MENDIGORRI, A., GARZÓN GARCÍA, R. & NARANJO RAMÍREZ, J. (2011): "El Sistema de Patrimonio Territorial y su significado en el contexto de las nuevas directrices de ordenación del territorio en Andalucía (España)". Comunicación presentada en UGI-2011. Regional Geographic Conference. Santiago de Chile (Chile).
- OMT (1996): Agenda 21 for the travel and tourism industry. Towards environmentally sustainable development. WTO/World Travel Tourism Council/World Earth. Disponible en <http://www.wttc.org/stratdev/agenda21.asp>
- ORTEGA VALCÁRCEL, J. (1998): "Patrimonio territorial: el territorio como recurso cultural y económico". Ciudades: Revista del Instituto

- Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid, nº 4, pp. 33-48.
- ORTEGA VALCÁRCEL, J. (2004): “Áreas de montaña: de la supervivencia a la integración”. Boletín de la A.G.E., nº 38, pp. 5-28.
- SABATÉ BEL, J. (1998): “El patrimonio de la forma del territorio como criterio de ordenación”. Revista del Instituto Universitario de Urbanística de la Universidad de Valladolid, nº 4, pp. 233-259.
- SANTANA TALAVERA, A. (2003): “Turismo cultural, culturas turísticas”. Horizontes Antropológicos, vol. 9, nº 20, pp. 31-57.
- SILVA PÉREZ, R. (2009): “Agricultura, paisaje y patrimonio territorial. Los paisajes de la agricultura vistos como patrimonio”. Boletín de la A.G.E., nº 49, pp. 309-334.
- TROITIÑO VINUESA, M.Á. & TROITIÑO TORRALBA L. (2015): “Territorio y Sistemas Patrimoniales: la Región Urbana de Madrid”. Ciudad y territorio: Estudios territoriales, vol. XLVII, nº 184, pp. 255-273.
- TROITIÑO VINUESA, M.Á. (2003): “Ciudades históricas y turismo sostenible”. A Distancia, nº 1, pp. 47-51.
- VALDÉS PELÁEZ, L. & RUIZ VEGA, A.V. (coord.) (1996): *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*. Universidad de Oviedo, Servicio de Publicaciones. Oviedo.
- VELASCO GONZÁLEZ, M. (2005): “¿Existe la política turística? La acción pública en materia de turismo en España (1951-2004)”. Política y Sociedad, vol. 42, nº 1, pp. 169-195.
- VELASCO GONZÁLEZ, M. (2009): “Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural”. Cuadernos de Turismo, nº23, pp. 237-253.

Decrecimiento y turismo: el papel del sector turístico en la extralimitación planetaria. La necesidad de un cambio de modelo puesto al día

Rocío MEANA ACEVEDO

Universidad Complutense de Madrid, e-mail: romeana@ucm.es

Meana Acevedo, R. 2016. Decrecimiento y turismo: el papel del sector turístico en la extralimitación planetaria. La necesidad de un cambio de modelo puesto al día. In: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 79-90. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. El crecimiento ilimitado no es posible si se desarrolla en un planeta finito como el nuestro. Hoy, con muchos de los límites planetarios ya alcanzados, se hace imperativo un cambio de modelo que vaya más allá de las soluciones basadas en el mercado y la tecnología que nos ofrece el concepto actual de desarrollo sostenible. Esta transformación puede ser aportada por el decrecimiento, un camino que nos insta a abandonar la inercia del crecimiento por el crecimiento para reencontrar el equilibrio entre los seres humanos, y entre éstos y la naturaleza. En este contexto, el turismo, una industria destructiva con el medio ambiente y las comunidades locales en sus manifestaciones mayoritarias, podría tener cabida si se desarrolla de un modo realmente sostenible, lo que implicaría una profunda reestructuración del sector.

Palabras clave: Límites del crecimiento, sostenibilidad, decrecimiento, turismo.

La insostenibilidad del crecimiento ilimitado

El Holoceno ha llegado a su fin, según una parte importante de la comunidad científica, dando lugar al Antropoceno, una nueva era marcada por la incidencia del ser humano en el planeta. *“Esta nueva época es consecuencia del despliegue del sistema agroindustrial a escala global que se da junto con un incremento poblacional mundial sin parangón histórico. Todo ello ha actuado como una auténtica fuerza geológica con fuertes implicaciones ambientales: ha alterado el funcionamiento del clima de la Tierra, la composición y características de los ríos, mares y océanos, la magnitud de la biodiversidad planetaria, y el propio paisaje y territorio”* (Durán, 2011:9-10).

En 1972 el Club de Roma alertó por primera vez de los límites del crecimiento, señalando que el crecimiento exponencial de la población y la

economía real generaría la necesidad de emplear cada vez más capital para hacer frente a los impedimentos que se producirían por el agotamiento de los recursos y la capacidad limitada del planeta para absorber las emisiones, por lo que se llegaría a un punto en el que ya no se podría sostener la producción industrial. En la actualidad ya hemos llegado a una situación de extralimitación debido a tres causas: el paradigma de crecimiento sin fin sostenido por el sistema capitalista, la naturaleza finita de nuestro planeta como proveedor de recursos y sumideros, y la ausencia de una acción respecto a nuestra aproximación a esos límites. Dicho de otro modo, no hemos actuado a tiempo, por lo que ya se ha producido un desfase en nuestra respuesta ante esta grave situación (Meadows et al. 2006). Concretamente, la huella ecológica -que representa la porción de terreno que se necesita para suministrar los recursos naturales consumidos por la población y para absorber sus residuos- nos indica que, desde finales de 1980, vivimos por encima de la capacidad de carga del planeta, lo que quiere decir que consumimos más recursos de los que la Tierra nos puede proporcionar y emitimos más residuos de los que puede absorber. En la actualidad superamos la biocapacidad del planeta en un 40%, por lo que se necesita el equivalente a 1,4 Tierras cada año para satisfacer las demandas de la humanidad. Y lo que es más, si mantenemos un nivel de crecimiento económico del 3% del PIB – que asegure el bienestar de la humanidad según el Banco Mundial- en 2050 nuestra huella ecológica alcanzará las dos Tierras, lo que dificultará cada vez más satisfacer las necesidades de la población creciente y las generaciones venideras. En este contexto, es importante destacar que la huella ecológica se distribuye de manera muy desigual entre territorios y sectores sociales, siendo cinco veces mayor en los países industrializados que en aquellos que disponen de ingresos medios y bajos, de forma que la mitad de la población más pobre del planeta vive muy por debajo de la capacidad biológica de éste (McLellan et al., 2014). En contraposición, la huella ecológica de los países ricos es tan alta que no sólo superan su propia biocapacidad, sino que también absorben la de otras naciones -algo que se puede apreciar con claridad en la Figura 1. Como consecuencia, los países del Norte geopolítico han adquirido una enorme deuda ecológica con los países del Sur (Durán, 2011).

En definitiva, se puede concluir que la economía humana utiliza recursos y produce residuos a un nivel que no es sostenible. Los puntos de inflexión son difíciles de cuantificar, pues las fuentes y sumideros del planeta forman un sistema complejo e interrelacionado que lleva a que traspasar unos límites nos acerque a sobrepasar otros. No obstante, sí es seguro que ya hemos llegado a la extralimitación en aspectos como la pérdida de biodiversidad, que sufrió un declive respecto a 1970 del 52% en el año 2010 según el Índice del Planeta Vivo (McLellan, 2014); o el

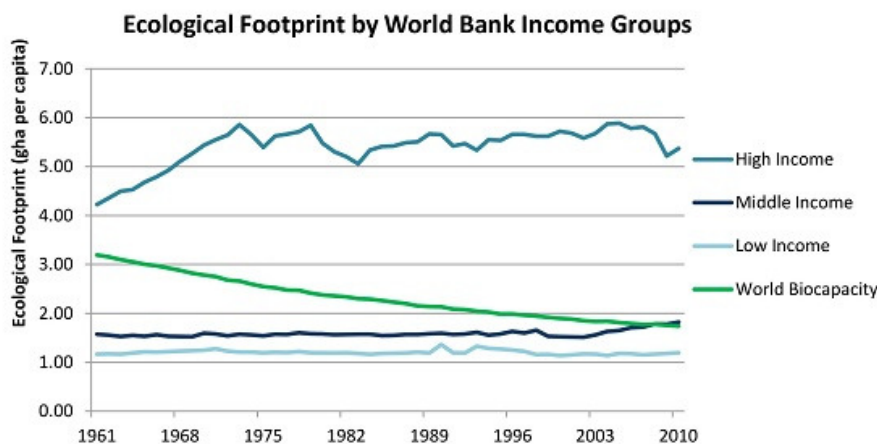


Figura 1: Evolución de la huella ecológica per cápita por nivel de ingresos (Global Footprint Network, 2014)

cambio climático, ya que se estima que, con las pautas demográficas y económicas actuales, habrá un incremento de la temperatura respecto a los niveles preindustriales de entre 3,7 y 4,8°C –un aumento de temperatura muy por encima de los 2°C establecidos para no alcanzar puntos de no retorno- (IPCC, 2014). Como consecuencia, la humanidad se encuentra hoy ante dos posibles escenarios: Uno tendencial y de posterior colapso por el agotamiento de combustibles fósiles y los descensos en la producción agrícola y en la disponibilidad de agua a causa del cambio climático, la deforestación y la pérdida de biodiversidad; y otro de sostenibilidad si logramos reajustarnos a la capacidad de carga del planeta. El desarrollo sostenible ha resultado ser un acercamiento insuficiente para alcanzar el segundo escenario, a través de soluciones basadas en la utilización del mercado y la tecnología dentro del mismo modelo económico y sin poner en tela de juicio al crecimiento, llegando a considerarlo incluso imprescindible para incrementar la calidad ambiental o reducir la pobreza. Por lo tanto, sólo cabe optar por un cambio de modelo y comportamiento que permita que nuestra producción y nuestro consumo se adecúen a los recursos del planeta y la capacidad de sus sumideros, así como que reduzca las desigualdades entre seres humanos logrando satisfacer las necesidades fundamentales de toda la población. En la búsqueda de este objetivo, es donde cabe comenzar a hablar de decrecimiento.

El decrecimiento como respuesta

Al abrigo de la reivindicación de la existencia de límites al

crecimiento y del desarrollo de la teoría bioeconómica del economista rumano Georgescu-Roegen, que enmarcó por primera vez a la economía en la biosfera a través de principios físicos como irreversibilidad del tiempo y la transformación entrópica de la energía y la materia, se desarrolla la noción de decrecimiento, si bien ésta no se ha convertido en objeto de debate hasta principios del presente siglo. Serge Latouche, economista y profesor emérito de la Universidad de París, ideólogo y principal defensor del decrecimiento, lo define en su artículo *Por una sociedad de decrecimiento* en *Le Monde Diplomatique* como “una necesidad, no un principio, un ideal, ni el objetivo único de una sociedad del post-desarrollo y de otro mundo posible”. Así mismo, añade que “su consigna tiene como principal objetivo el abandono del crecimiento por el crecimiento” (Latouche, 2003:3-4). De esta forma, el decrecimiento es, según Paul Ariès una palabra obús y no un concepto científico. Un contra-concepto que busca lo opuesto al productivismo, el libre mercado y el crecimiento ilimitado. El decrecimiento no significa entonces crecimiento negativo, sino un cambio de lógica y de trayectoria, pues “sabemos que la simple desaceleración del crecimiento hunde a nuestras sociedades en el desasosiego, aumenta las tasas de desempleo, y precipita la renuncia a programas sociales, sanitarios, educativos, culturales y medioambientales que garantizan el mínimo indispensable de calidad de vida. No hay nada peor que una sociedad de crecimiento en la que el crecimiento no está a la orden del día” (Latouche, 2009: 16). Dicho de otro modo, el sistema actual está condenado a crecer continuamente, y si esto no ocurre entra en crisis. Por lo tanto, el decrecimiento no puede ser desaceleración dentro del sistema actual. Se trata de un nuevo enfoque, una filosofía que nos apremia a cambiar nuestra forma de ver el mundo y a abandonar la sociedad de consumo, renunciando a la inercia del crecer por crecer para reencontrar un equilibrio entre los seres humanos y entre éstos y la naturaleza.

Para tomar este camino, Serge Latouche insiste en la necesidad de una revolución cultural basada en el llamado círculo virtuoso de las ocho “R”, ocho principios interdependientes e imprescindibles para comenzar un proceso de decrecimiento: reevaluar sustituyendo el individualismo, el consumismo y la competencia por la colectividad, la sencillez y la cooperación; reconceptualizar la riqueza y la pobreza dejando de definir las únicamente en términos monetarios, y la felicidad y el progreso como indicadores de mejora cualitativa y no de abundancia cuantitativa; reestructurar el aparato productivo y las relaciones sociales en función de la nueva escala de valores para hacer frente a la crisis ecológica; redistribuir la riqueza y el acceso al patrimonio natural entre el Norte y el Sur, entre clases sociales y entre las distintas generaciones; relocalizar la economía y descentralizar la toma de decisiones; reducir nuestro impacto en la biosfera a través de un cambio en nuestra forma de producir y

consumir; y por último reutilizar y reciclar de modo que se alargue el ciclo de vida de los productos y se evite el derroche (Latouche, 2009). Ante todo lo expuesto cabe preguntarse cuál es el papel del turismo en una necesaria sociedad de decrecimiento. La respuesta no es sencilla, así como no puede darse sin analizar antes la contribución de este sector a la situación de extralimitación planetaria y sus impactos en las comunidades locales de destino.

El papel del turismo en la crisis socioambiental

El turismo es hoy una de las mayores industrias del mundo, pues representa el 11% del Producto Mundial Bruto -incluyendo actividades auxiliares al sector como el transporte-, habiendo experimentado además, desde la mitad del pasado siglo, un crecimiento exponencial (Buades, 2012). Concretamente, el número de desplazamientos internacionales fue de 20 millones en 1950, una cifra que pasó a ser de 200 millones en sólo 25 años, más de 426 millones a finales de los años 80, 920 millones en 2008 y 1.200 millones en 2015 (Figuras 2-3). Las tasas de crecimiento son abismales: un 800% entre 1950 y 1975, un 113% entre 1975 y 1989, y un 115% desde esa fecha hasta 2008 (Miranda, 2011). De este modo, en sólo 65 años los desplazamientos internacionales de personas con fines turísticos se multiplicaron por sesenta a causa de un crecimiento prácticamente continuado con la excepción del año 2009, que experimentó una caída del 4% en el contexto de una crisis sistémica que, sin embargo, no ha impedido que a partir del año 2010 el turismo continuara con la misma tendencia, alcanzando una tasa de crecimiento interanual de más del 4% hasta 2015. Adicionalmente, en estos años de crecimiento turístico, la participación de los países del Sur en la recepción de visitantes se ha visto incrementada, habiendo cursado, por ejemplo, un incremento del 10% entre 1995 y 2009 (Miranda, 2011).

Con todo, las cifras mencionadas hasta ahora no deben ocultar dos hechos indiscutibles y esenciales a la hora de analizar el sector. El primero, es que, pese a su incremento, el fenómeno turístico no deja de ser exclusivo de la clase consumidora mundial -habitante en su mayoría en los países del Norte- dejando totalmente fuera de su demanda a más de tres cuartas partes de la población mundial (Gardner et al., 2004). El segundo, es que este crecimiento continuado choca con los límites biofísicos del planeta -tanto en términos de finitud de recursos como de saturación de sumideros-, así como conlleva en los destinos una serie de impactos sobre las poblaciones locales a causa de la masificación de los visitantes y de la explotación de sus territorios.

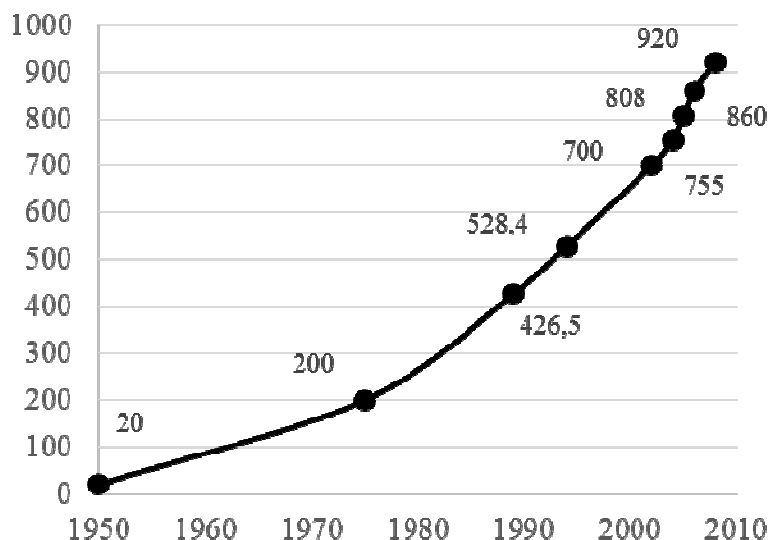


Figura 2: Evolución de desplazamientos internacionales en millones entre 1950 y 2008 (Miranda, 2011).

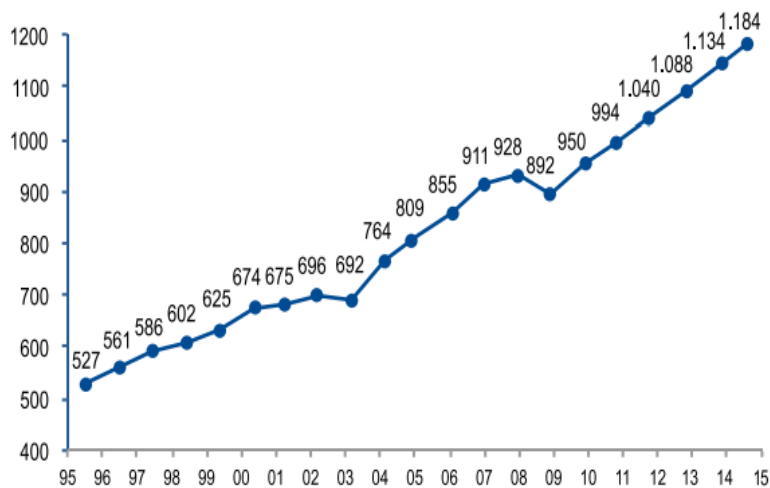


Figura 3: Llegadas de turistas internacionales en millones entre 1995 y 2015 (OMT, 2015)

En términos económicos, las alabanzas recibidas por el turismo son bien conocidas y van muy en la línea del discurso dominante que considera el crecimiento del PIB, la inversión extranjera, o la entrada de divisas como indicadores válidos y positivos de desarrollo: El turismo genera el 8% de los empleos del planeta y a su expansión se destinan el 10% de la inversiones públicas y privadas legales (Buades, 2012). Además,

promueve la creación y mejora de infraestructuras, impulsa otras actividades productivas, pone en valor el patrimonio y equilibra las balanzas de pagos de los destinos. El broche a todo este argumentario lo pone la teoría del denominado *trickle down effect*, que viene a decir que el crecimiento económico beneficia a los estratos socioeconómicos más desfavorecidos a través de una suerte de derrame de arriba hacia abajo que hace que el turismo, pese a beneficiar en primer término a los estratos superiores, sea un camino para reducir la pobreza (Miranda, 2011). Todos estos beneficios deben ser no obstante analizados en el contexto en el que el turismo se desarrolla, es decir, en el marco de una economía neoliberal globalizada que tiene al crecimiento como único motor de desarrollo. De este modo, como generador de empleo, el turismo está caracterizado por una alta estacionalidad y, en ocasiones, una baja cualificación, así como es también destructor de puestos de trabajo en otros sectores –sobre todo en aquellos relacionados con la alimentación-. Como consecuencia, se tiende a una excesiva especialización de muchos destinos, donde esta actividad llega a convertirse en un monocultivo, disminuyendo su capacidad de autoabastecimiento y haciéndoles mucho más dependientes de la economía global en lo que a evolución de precios y demanda se refiere. Por otro lado, el turismo es responsable de cambios en los usos del suelo y del encarecimiento del mismo en detrimento de las poblaciones locales, algo que se extiende a otros recursos básicos como el agua o los alimentos. Todo ello sin olvidar la elevada tasa de retorno que existe en muchos destinos situados en los países del Sur, donde la mayor parte de los ingresos recibidos por turismo –entre un 20 y un 80%- se ven repatriados a los países del Norte a pesar de ser contabilizados como beneficios en términos de PIB, un indicador que, dicho sea de paso, tampoco garantiza que las rentas que sí se quedan en destino sean justamente distribuidas (Gascón, 2012).

Por otro lado, el turismo es también frecuentemente alabado en cuanto a su papel como factor de intercambio sociocultural entre los visitantes y las poblaciones autóctonas. Sin embargo es necesario tener en cuenta que cuanto menor es la participación de las poblaciones locales sobre la toma de decisiones y la gestión turística, más asimétrico resulta este intercambio y más negativos son sus efectos a causa de una excesiva mercantilización y degradación de la cultura del destino.

Pasando a analizar la contribución del turismo a la crisis ecológica descrita en el primer apartado de esta comunicación, resulta destacable que el discurso dominante posiciona a esta actividad como beneficiosa para el medioambiente, alegando que contribuye al mejoramiento de los entornos naturales para el disfrute de los visitantes y de la sociedad de destino. Los motivos son dos: por un lado, la propia definición, tan extendida, del concepto de desarrollo sostenible, que considera al crecimiento económico

como necesario para la mejora ambiental. Y por otro lado, la propia naturaleza del turismo como industria multisectorial, algo que le ayuda a desviar la atención de sus impactos a otros sectores -como la construcción o el transporte-. A pesar de todo, es un hecho que el turismo de masas tiene una implicación directa e indirecta en los principales problemas ambientales del planeta: En primer lugar, se sirve del territorio para el desarrollo de sus infraestructuras y civiliza del paisaje para que éste se adapte a los gustos y comodidades del turista, lo cual inevitablemente tiene consecuencias sobre los ecosistemas locales y la pérdida de biodiversidad. En segundo lugar, aumenta los requerimientos energéticos y materiales, incrementando la presión sobre las fuentes del planeta y también sobre los sumideros a causa de una mayor generación de residuos y de emisiones de gases de efecto invernadero a la atmósfera, principalmente a causa del transporte aéreo. En este sentido, teniendo en cuenta que el 43% de los viajes turísticos se realizan en avión y que los viajes en este medio de transporte contribuyen al 3% del total de emisiones mundiales de CO₂, resulta obvio que el turismo se encuentra estrechamente relacionado con el cambio climático. Concretamente, su contribución a esta emergencia global representa un 5% -de la cual un 40% es responsabilidad del transporte aéreo y un 20% del sector hotelero- (Miranda, 2011). Lo preocupante es que esta tendencia parece estar aún lejos de revertirse a causa de medidas como la ausencia de carga impositiva en el combustible de los aviones, la consecuente proliferación de los vuelos low cost, o la no inclusión de la contaminación aérea en los objetivos de tratados internacionales sobre cambio climático como el Protocolo de Kioto o la COP21 de París -algo que también se aplica al transporte marítimo-. Así mismo, las proyecciones en cuanto a hábitos de viaje, que apuntan a desplazamientos cada vez más largos, fragmentados y frecuentes, tampoco resultan esperanzadoras.

En definitiva, se puede concluir que el turismo es hoy una industria estructuralmente insostenible, basada en la explotación a gran escala de los recursos de los destinos, en desplazamientos cada vez más frecuentes, a más distancia y más velocidad y en una desregularización y liberalización cada vez mayor. Como consecuencia, es momento de buscar un cambio de modelo en el sector que lleve por un lado, a su ajuste dentro de los límites biofísicos del planeta, y por otro lado al bienestar de las comunidades locales de destino a través de la reducción de la pobreza, la satisfacción de sus necesidades básicas y el respeto a su cultura.

Decrecimiento y turismo

A partir del debate suscitado por los impactos socioculturales y ambientales del turismo y al abrigo del desarrollo sostenible, aparece el

concepto de turismo sostenible como aquel que responde a las necesidades de los turistas, las comunidades anfitrionas y las generaciones futuras en una dimensión económica, social y medioambiental. Es a partir de entonces cuando surgen nuevas formas de turismo alternativo, como el ecoturismo, el turismo rural, o el pro-poor tourism. Alternativas que, desafortunadamente, no han auspiciado una reflexión sobre la insostenibilidad del sector dentro del modelo económico dominante, sino que simplemente han respondido en la mayoría de los casos a una necesidad de descentralización y búsqueda de nuevos segmentos de mercado.

En la búsqueda de un modelo socioeconómico más sostenible como el que propone el decrecimiento, el turismo debe seguir dos caminos complementarios: uno de reducción que le permita ajustarse a la capacidad de carga del planeta y de los destinos, y otro de reestructuración que le lleve a convertirse en un sector verdaderamente sostenible y responsable con el medioambiente y la sociedad. Por lo tanto, la industria turística -y más concretamente el turismo internacional- deben decrecer por motivos lógicos, tales como sus graves impactos sobre la biodiversidad y el clima del planeta, o la finitud de los recursos naturales y energéticos; pues no olvidemos que el turismo es un sector intensivo en consumo de combustibles fósiles, lo que le hace especialmente vulnerable ante el pico del petróleo, que si no ha sido alcanzado ya, no tardará en llegar. Por este motivo se hace imperativo, por un lado, que el precio de los viajes aéreos comiencen a incluir todas sus externalidades sociales y medioambientales, y por otro lado, limitar la escala en los destinos turísticos para disminuir su dependencia energética y de recursos a través del estudio de su huella vacacional para no superar su capacidad de carga. Dicho esto, cabe precisar que, teniendo claro que el turismo debe decrecer, debe hacerlo sin exclusión social, evitando, por ejemplo, la estrategia de abogar por un turismo de alto poder adquisitivo y optando por otras medidas, como gravar fiscalmente el exceso, la acumulación y el derroche de recursos (Blázquez, 2016). Como consecuencia, si hablamos de decrecimiento debemos hablar también de dinámicas de redistribución y de empoderamiento colectivo que pongan contra las cuerdas las reglas del capital. Aquí es donde entra en juego el camino de la reestructuración del sector, tanto desde el lado de la oferta como desde el de la demanda.

Centrándonos en la oferta, es necesario en primer lugar que las poblaciones locales participen de forma equitativa en el control y la gestión del turismo, así como en la repartición equitativa de sus beneficios. Así mismo, el decrecimiento debe combinarse con el desarrollo de otros sectores productivos en los destinos que permitan una mayor diversificación económica y capacidad de autoabastecimiento, evitando así el monocultivo turístico y como consecuencia una excesiva dependencia

del sector. De esta forma se reducirían las altas tasas de retorno de muchos países del Sur, que podrían producir localmente para cubrir las necesidades de su población y de los visitantes. Por otro lado se precisa una mayor ecoeficiencia –condición necesaria aunque no suficiente para la sostenibilidad-, así como una gestión coherente del patrimonio y de los destinos, que adecúe el modelo turístico a las especificidades de cada territorio huyendo de la mercantilización y el consecuente deterioro de los valores endógenos de las comunidades locales. Llegados a este punto, tiene mucho sentido dirigir la mirada hacia el Turismo Rural Comunitario, un modelo de gestión turística presente principalmente en algunos países de América Latina, en el que “la población rural, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejercen un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios”, todo ello sin sustituir las actividades agropecuarias tradicionales -agricultura, ganadería, pesca o artesanía-, sino ampliando y diversificando las opciones productivas de las comunidades rurales y complementando así las economías de base familiar campesina (Cañada, 2012: 123). De esta manera, se favorece la soberanía alimentaria, la conservación del territorio y la participación de las comunidades locales en la toma de decisiones y el reparto de beneficios, logrando así la sostenibilidad en las tres dimensiones que la componen: medioambiental, social y económica.

Por último y a nivel global, es ineludible apostar por un turismo de proximidad –imprescindible por la emergencia climática y el inminente fin del petróleo barato- y por una tendencia hacia viajes más largos y menos frecuentes, lo cual implica irremediamente un desaprendizaje del consumo viajero y un consecuente cambio de mentalidad en la clase consumidora mundial en lo que se refiere a su búsqueda de la velocidad, el elitismo y el privilegio social (Miranda, 2011). En esta dirección surge el concepto del *Slow Tourism* o Turismo lento, cuya idea central es -dentro de la filosofía slow sobre la desvinculación de la vida materialista impuesta por la economía globalizada- comenzar la experiencia turística desde la elección del transporte bajo un criterio sostenible, así como efectuar viajes más largos y menos frecuentes para disfrutar de más tiempo de ocio para recuperarse, desarrollarse como persona y aprender del destino y sus gentes. Todo ello sin olvidar la oferta de un producto más local y la demanda de un consumo responsable que lleve a un menor gasto energético y material (De Luis, 2011).

En definitiva, al igual que se precisa cuestionar el modelo de crecimiento ilimitado en cuanto a su capacidad para la satisfacción de las necesidades humanas, se hace necesario que, ante la crisis ecológica y los impactos sociales de esta industria, se realice una reflexión sobre el actual

modelo turístico. Siendo el objetivo “una reducción transformadora que podría materializarse en un tipo de turismo en el que se de prioridad al cuidado del medio ambiente, la frugalidad, la lentitud, la mesura y la revaloración de la proximidad” (Miranda, 2011: 319). Esto implica poner en marcha mecanismos de transición integrados, que incluyan a otros sectores productivos y que se adapten a las singularidades de cada territorio. Evidentemente, estos procesos de cambio no serán sencillos, ya que en la actualidad, existen muchas sociedades que son muy dependientes del turismo, así como hablamos de un sector que se encuentra controlado por un número reducido de grandes grupos que tienen una gran capacidad de incidencia política y que, no dispuestos a renunciar a sus altos niveles de rentabilidad, van a luchar para mantener y seguir ampliando el modelo actual. Por tanto, el reto consiste ahora en plantearse cómo preparar la transformación económica y ecosocial que se precisa, y en cómo estimular su expansión para lograr un modelo turístico realmente sostenible en un contexto de decrecimiento.

Bibliografía

- BLÁZQUEZ, M. (2016). “Per on decréixer turísticament? Una alternativa ecosocialista”. Alba Sud, 26 de mayo. (<http://www.albasud.org/blog/ca/883/per-on-decr-ixer-tur-isticament-una-alternativa-ecosocialista>)
- BUADES, J. CAÑADA, E Y GASCÓN, J. (2012). *El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces*. Colección Thesis, 3. Foro de Turismo Responsable. Madrid.
- CAÑADA, E. Y GASCÓN, J. (2005) *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Icaria. Barcelona.
- CARPINTERO REDONDO, O. (2006). *La bioeconomía de Georgescu-Roegen*. Montesinos. Barcelona.
- DE LUIS BLANCO, A. (2011). “Una aproximación al turismo slow: el turismo slow en las Citta.low de España”. *Investigaciones Turísticas*, 1. pp. 122-133.
- DURÁN, R. F. (2011). *El Antropoceno*. Virus Editorial. Barcelona.
- MIRANDA, R. F. (2011). *Viajar perdiendo el Sur: Crítica del turismo de masas en la globalización*. Libros en Acción. Madrid.
- GARDNER, G. ASSADOURIAN, E. Y SARIN R. (2004). “La situación del consumo actual”. *La situación del mundo 2004: la sociedad de consumo. Informe anual del Worldwatch Institute sobre el progreso hacia una sociedad sostenible*. Centro de Investigación para la paz, 2004. pp 35-64. Icaria. Barcelona.
- GISBERT, P. (2007). “Decrecimiento: camino hacia la sostenibilidad”. *El ecologista*, 55.
- IPCC (2014). *Cambio climático 2014: Informe de síntesis*. Contribución de los Grupos de trabajo I, II y III al Quinto Informe de Evaluación del Grupo

- Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático. IPCC. Ginebra.
- LATOUCHE, S. (2003). “Por una sociedad de decrecimiento”. *Le Monde Diplomatique*, 97. Edición Española.
- LATOUCHE, S. (2009). *Pequeño tratado del decrecimiento sereno*. Icaria. Barcelona.
- MCLELLAN, R. IYENGAR, L. JEFFRIES, B. Y OERLEMANS, N. (2014). *Living Planet Report 2014: species and spaces, people and places*. World Wide Fund for Nature. Gland.
- MIRANDA, R.F. (2011) *Viajar perdiendo el Sur. Crítica al turismo de masas en la globalización*. Libros en acción. Madrid.
- MEADOWS, D. H. RANDERS, J. Y MEADOWS, D. L. (2006). *Los límites del crecimiento: 30 años después*. Galaxia Gutenberg. Barcelona.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2015) *Informe anual 2015*. OMT. Madrid.

Una oportunidad para implementar la gobernanza territorial en la gestión de los destinos turísticos de Canarias.²

Oswaldo LEDESMA y Moisés SIMANCAS

Oswaldo Ledesma González, Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife. Grupo de Investigación ReinvenTUR: renovación e innovación turística. Universidad de La Laguna. oswaldledesma@live.com

Moisés Simancas Cruz, Departamento de Geografía e Historia. Universidad de La Laguna. Grupo de Investigación ReinvenTUR: renovación e innovación turística. Universidad de La Laguna. Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel-Universidad de La Laguna. msimancas@ull.es

Ledesma, O. y Simancas, M. 2016. Una oportunidad para implementar la gobernanza territorial en la gestión de los destinos turísticos de Canarias. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 91-104. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. Los destinos turísticos son complejos, dinámicos y diversos. Esto se debe, entre otras causas, a la multiplicidad de actores que interactúan en los mismos, con ideologías, intereses y objetivos diferentes. Este hecho, requiere una aproximación plural en relación con su gestión. Por ello los sistemas de decisiones tradicionales llevados a cabo por los gobiernos, basados en la jerarquía y la unilateralidad no son suficientes e idóneos para hacer frente a los actuales problemas, desafíos y retos relacionados con su planificación y gestión territorial. La gobernanza territorial surge en este contexto como un cambio en las formas tradicionales de proceder por parte de los poderes públicos. Asimismo, aparecen instrumentos novedosos de planificación territorial, como los Planes de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad de Canarias, que pretenden superar los hábitos e inercias propias de un modelo burocrático y de control jerárquico y se basan en el reconocimiento de las interdependencias y responsabilidades compartidas entre los actores públicos y privados. El objetivo

² La investigación que da lugar a esta publicación se inscribe en el proyecto titulado “Crisis y reestructuración de los espacios turísticos del litoral español” (CSO2015-64468-P) del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Asimismo, constituye uno de los resultados del proyecto “Tecnologías de Información Geográfica aplicadas al análisis y diseño de propuestas innovadoras para la renovación de los alojamientos turísticos”, financiado por la Fundación CajaCanarias.

de este trabajo es analizar a estos últimos desde la perspectiva de la gobernanza territorial.

Palabras clave: gobernanza territorial, planificación territorial, destinos turísticos, gestión y actores.

Introducción

Desde mediados de los noventa aparece el paradigma de la gobernanza como una nueva forma de concebir, plantear e implementar las políticas públicas. Aunque el concepto gobernanza ha adoptado diferentes significados, hay un acuerdo fundamental acerca de que la gobernanza se refiere a la puesta en práctica de modos de gobernar mucho más cooperativos (Natera, 2013). Entre las diferentes perspectivas, destaca la que reconoce el papel del gobierno como promotor y coordinador de los objetivos de la acción pública resultante de la interacción entre los actores. Considerando que el territorio es un espacio de construcción política, el concepto de gobernanza territorial adquiere especial interés. De forma sencilla, la gobernanza territorial puede ser definida como la capacidad de los actores estratégicos, públicos y privados, para compartir objetivos.

Los ámbitos territoriales turísticos son lugares en donde interactúa una multiplicidad de actores con ideologías, intereses y objetivos diferentes, muchas veces contradictorios. Dada esta complejidad relacional, requieren de una aproximación plural y cercana a los fundamentos de la gobernanza, al ser una práctica que puede responder a las nuevas demandas de la sociedad para con la política (más participación directa en la toma de decisiones, dar voz a los afectados por la actividad, fomentar la confianza, promover la reciprocidad, etc.), articulando respuestas adaptadas a las necesidades del sector y con una mayor aceptación por parte de los actores involucrados.

En este contexto, los Planes de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad de Canarias (en adelante PMM) constituyen instrumentos de ordenación territorial que tienen como objetivo garantizar las operaciones de renovación de los espacios públicos y, sobre todo, de los privados. Los PMM constituyen soluciones que intentan alejarse de los criterios e instrumentos de gestión marcados por las normas generales de la actividad urbanística y las mismas pautas que rigen la ordenación de los espacios no turísticos. La función más importante atribuida a los PMM es la de servir de soporte instrumental y cobertura para viabilizar y agilizar los convenios urbanísticos, cuya firma previa se plantea como un requisito indispensable en los procesos de renovación de los espacios turísticos. Se plantean como una fórmula útil y eficaz para la participación e implicación de los actores en el procedimiento de renovación de los establecimientos turísticos y en la ejecución de infraestructuras, e incluso, en las dotaciones

singulares de los espacios públicos de las áreas turísticas. Los PMM son instrumentos adecuados para articular el diálogo público-privado que, de este modo, se eleva a la categoría de negociación y “concierto” entre las partes implicadas.

Los objetivos de esta comunicación son los de contextualizar la noción de gobernanza territorial, aportando razones sobre la idoneidad de implementar la gobernanza territorial en los destinos turísticos. Para ello se utiliza el caso de los PMM como instrumentos eficaces para la implementación de la gobernanza territorial.

La gobernanza territorial

En la actualidad, a los poderes públicos se reclaman otras maneras a la hora de concebir la política (más participación directa en la toma de decisiones, mayor transparencia, más negociación con los actores, que exista consenso y concertación, etc.). Como apunta Prats i Català (2006: 23), “la política es cada vez menos dirección política de organizaciones técnicas y cada vez más articulación de asociaciones entre diversos niveles de gobiernos y con las organizaciones empresariales y las organizaciones y movimientos de la sociedad civil”. Este hecho, es resultado de los cambios que se han ido produciendo, desde el último cuarto del siglo XX, en las formas de gestionar los asuntos públicos. Hasta mediados de los años setenta, el paradigma de gobierno que se había consolidado en las sociedades occidentales era el denominado administrativo o burocrático, que fue el modelo que mejor se ajustó a las demandas de la era capitalista y que teorizó el sociólogo alemán Max Weber, con estrictas normas jerárquicas basadas en el principio de legalidad (Ledesma y Simancas, 2016). Desde mediados de los setenta hasta mediados de los noventa, prosperó el llamado modelo de gobierno gerencial, que buscaba resultados y eficiencia en el desempeño público por encima de todo (Ledesma y Simancas, 2016). Desde entonces, aparece el paradigma de la gobernanza como una nueva forma de concebir, plantear e implementar las políticas públicas, entendidas éstas como el producto del sistema político.

Aunque el concepto gobernanza se ha aplicado de distintas maneras y ha adoptado múltiples significados, hay un acuerdo fundamental acerca de que la gobernanza se refiere a la puesta en práctica de modos de gobernar mucho más cooperativos (Natera, 2013). La gobernanza se ha utilizado en diferentes ámbitos que van desde la gobernanza global a la gobernanza local, pasando por la gobernanza europea y la gobernanza multinivel (Cerrillo, 2005), entre otras. Esta forma de gobernar los asuntos públicos también es denominada por otros autores como gobierno interactivo o sociopolítico (Kooiman, 2005) o buen gobierno (Romero y Farinós, 2011). Como apuntan Cravacuore et al. (2004), el concepto

gobernanza es sumamente amplio al incluir diferentes perspectivas, desde el extremo que la ubica en todo esquema de decisiones en el que se produzca la incorporación de actores no estatales en los procesos de la política pública, hasta el opuesto que plantea que sólo podría hallarse cuando se organizan redes estables y con patrones horizontales de interacción entre sus miembros, sin que importe el papel que cumple del gobierno.

Entre las diferentes perspectivas, Cerrillo (2005), Kooiman (1993) y Mayntz (2001) reconocen el papel del gobierno como promotor y coordinador de los objetivos de la acción pública resultante de la interacción de las redes de la sociedad; así, los poderes públicos siguen siendo formalmente los únicos titulares legítimos de velar por el interés general de la sociedad. Peters y Pierre (2005:53) señalan que el gobierno “continúa siendo un vehículo clave para la persecución del interés colectivo en la sociedad; [...] la gobernanza representa en realidad algo nuevo y diferente comparado con los sistemas tradicionales de gobierno [...]. La gobernanza significa la transformación y adaptación del gobierno a la sociedad en la que actualmente se encuentra inserto”. Prats i Català (2005) indica que la aparición de la gobernanza se explica por una conciencia creciente de varios hechos, entre los cuales se encuentran los siguientes: a) Los gobiernos no son los únicos actores que enfrentan las grandes cuestiones sociales. Estas son hoy desafíos también para las organizaciones de la sociedad civil y las empresas (lo que no significa desconocer la diversidad y hasta conflicto de intereses entre ellas). Se reconoce la interdependencia y la necesidad de la cooperación para la definición y realización de los intereses generales a través de las políticas públicas; b) Las cuestiones o desafíos sociales hoy son el resultado de la interacción entre varios factores que rara vez son plenamente conocidos ni están causados ni se hallan bajo el control de un solo actor. Sin articular la cooperación entre éstos, difícilmente puede lograrse una decisión razonable; y c) Sólo mediante la creación de estructuras y procesos sociopolíticos interactivos que estimulen la comunicación entre los actores involucrados y la creación de responsabilidades comunes, además de las individuales y diferenciadas, puede hoy asegurarse la gobernación legítima y eficaz, al menos en relación a los grandes desafíos de nuestro tiempo.

No hay que olvidar, como apunta Madoery (2007), que el territorio es un espacio de construcción política, además de un lugar de identidad, relacional e histórico, resultado de la interacción de múltiples actores (individuales y colectivos) que se relacionan tanto entre sí, como con el medio natural y social. Así, muchas de las decisiones de carácter político tienen su plasmación en el territorio. Desde este punto de vista, el concepto de gobernanza territorial adquiere especial interés. Farinós (2008:15) la define como “una práctica/proceso de organización de las múltiples

relaciones que caracterizan las interacciones entre actores e intereses diversos presentes en el territorio [...]. Dicho de otro modo, la gobernanza territorial es una pre-condición para la cohesión territorial, mediante la participación de los distintos actores (públicos, privados, tercer sector, etc.) que operan a las diferentes escalas”. De forma sencilla, la gobernanza en un territorio o gobernanza territorial puede ser definida como la capacidad de los actores estratégicos, públicos y privados, para compartir objetivos.

Gobernanza territorial para la gestión de destinos turísticos

Los denominados destinos turísticos (territorios turísticos) son lugares en donde la diversidad de actores que interactúan tienen relaciones complejas, dinámicas y diversas, al existir una multiplicidad de actores con ideologías, intereses y objetivos diferentes, muchas veces contradictorios; estos actores pueden ser internos y/o externos al destino, ser de carácter público y/o privado, que responden a necesidades propias de la actividad turística y/o que complementan a la actividad, etc. “El destino aglutina sectores diversos, diferentes niveles de gobierno e intereses opuestos que componen la unidad coherente para el sujeto destinatario de todos los esfuerzos conjuntos: el turista” (Velasco, 2010a:9). Dada esta complejidad relacional, los destinos turísticos requieren de una aproximación plural en cuanto a su gestión, alejada del “habitual modelo burocrático y de control jerárquico, caracterizado por imposiciones descendentes (top-down)” (Ledesma y Simancas, 2016:1054).

Hay que tener en cuenta que para el turista que visita un destino turístico es irrelevante que los bienes y servicios que consume pertenezcan a actores de distinta naturaleza, y que tengan o no algún tipo de relación entre sí; sin embargo, para la configuración y el propio desarrollo del destino es indispensable que dichas relaciones se produzcan. Asimismo, mientras que para la demanda el destino forma una unidad, la oferta se compone de una multiplicidad de actores que son los productores de dichos bienes y servicios. Esta asimetría representa una importante singularidad de la actividad turística de la que no siempre son conscientes ni actores públicos ni privados. Esto ha provocado que el modelo de gestión que ha imperado en turismo no haya tenido en cuenta la complejidad relacional de la propia actividad. Por ello, no se ha asumido la necesaria integración de los diferentes actores que participan en la concepción y definición de las políticas que les afectan.

Considerando la gobernanza como la forma de gobernar los territorios caracterizada por la interacción entre una diversidad de actores, públicos, privados y de la sociedad civil, que participan en la formulación de las políticas públicas, ésta se convierte en un proceso oportuno para la gestión de los destinos turísticos, al ser una práctica que puede responder a

las nuevas demandas de la sociedad para con la política (más participación directa en la toma de decisiones, dar voz a los afectados por la actividad, fomentar la confianza, promover la reciprocidad, etc.), articulando respuestas adaptadas a las necesidades del sector y con una mayor aceptación por parte de los actores involucrados.

Son varias las razones que permiten afirmar la idoneidad de implementar la gobernanza territorial en los destinos turísticos: a) Se fomenta el interés de los actores por la vida política. Al caracterizarse la gobernanza por una interacción entre actores públicos, privados y de la sociedad civil en la formulación de políticas, se promueve que todos se comprometan con la política y se recupere el interés por la misma; b) Se estimula la participación de los actores involucrados en la toma de decisiones. Esto produce que las decisiones pierdan el carácter unilateral y en donde se considera una amplia variedad de intereses y valores que serán tenidos en cuenta, lo que favorece el principio democrático; c) El carácter bilateral y/o multilateral de las decisiones contribuye a disminuir el costo de la resolución de conflictos a largo plazo que podría derivarse de las decisiones de carácter unilateral al producirse un mayor consenso entre los actores interesados; d) Las decisiones pueden alcanzar una mayor aceptación y legitimación social al dar voz a todos aquellos que se ven afectados por la actividad turística (administración, empresariado local, intermediación, transportes, residentes, etc.), que responden a intereses y objetivos diferentes, a veces contradictorios; e) Las decisiones públicas se enriquecen con la información, conocimientos, ideas y capacidades de los actores interesados. Al hacer uso de los conocimientos de todos los actores involucrados se asegura que las decisiones estén bien informadas y sean las más oportunas para el destino, a la vez que se agiliza la funcionalidad de los procesos de decisión al tratar los problemas que realmente importan a los interesados; f) Se crea un clima social favorable entre los interesados, al fomentar la confianza, la reciprocidad, la transparencia y el sentimiento de pertenencia, a la vez que puede reequilibrar las asimetrías de poder al aportar canales adicionales de influencia más allá de las estructuras formales; y g) Promueve una mejor gestión del territorio, al fomentar una alta comunicación vertical entre administraciones con competencias en el destino, y entre éstas y los actores que hacen uso de los mismos.

También se señalan algunos aspectos y desafíos que deben ser considerados en cuanto a la implementación de la gobernanza territorial en destinos turísticos, aunque no se desarrollan en este texto: a) costo adicional para la planificación y el desarrollo; b) la identificación de los interesados legítimos; c) La capacidad de las partes interesadas para participar; d) la inexperiencia de la administración con respecto a esta forma de hacer política; y e) los resultados no son visibles a corto plazo.

Los Planes de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad de Canarias como instrumento de gobernanza territorial

Los PMM surgen con la Ley 6/2009, de medidas urgentes en materia de ordenación territorial para la dinamización sectorial y la ordenación del turismo, y se consolidan con la Ley 2/2013, de renovación y modernización turística de Canarias, que ha modificado y matizado a la anterior. Los PMM son instrumentos de ordenación territorial que tienen como objetivo garantizar el éxito de las operaciones de renovación de los espacios públicos y, sobre todo, de los privados. La importancia de estos planes surge de la observación empírica en cuanto a los errores de aplicación de políticas territoriales en materia de renovación de las áreas turísticas maduras de Canarias. Así, los PMM constituyen soluciones novedosas y singulares en cuanto se plantean como planes ad hoc que intentan alejarse de los criterios e instrumentos de gestión marcados por las normas generales de la actividad urbanística y las mismas pautas que rigen la ordenación de los espacios no turísticos. De esta manera, se proyectan como instrumentos de carácter excepcional, vigencia indefinida y escala precisa para transformar el modelo de ordenación de los espacios públicos y privados de las áreas turísticas maduras, aportando una serie de ventajas a la ejecución de los proyectos de renovación de los espacios privados (las infraestructuras turísticas de alojamiento y complementarias) y, sobre todo, la aplicación de los incentivos considerados en la Ley 2/2013 (Simancas et al., 2015).

La función más importante atribuida a los PMM es la de servir de soporte instrumental y cobertura para viabilizar y agilizar los convenios urbanísticos, cuya firma previa se plantea como un requisito indispensable en los procesos de renovación de los espacios turísticos. La incorporación de los convenios urbanísticos a los procesos de renovación de las áreas turísticas maduras de Canarias permite la suscripción voluntaria de acuerdos bilaterales de voluntades, con naturaleza jurídico-administrativa, entre el correspondiente Ayuntamiento y las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, titulares de los intereses y derechos urbanísticos de la parcela objeto de renovación física (edificatoria). Se trata de pactos bilaterales concertados que, a modo de manifestaciones concurrentes de voluntades, se plantean con el objetivo de desarrollar una actuación de renovación. Por tanto, se plantean como una fórmula útil y eficaz para la participación e implicación de los actores en el procedimiento de renovación de los establecimientos turísticos y en la ejecución de infraestructuras, e incluso, en las dotaciones singulares de los espacios públicos de las áreas turísticas.

Estado de tramitación (a 1 de agosto de 2016)	Plan de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad	Municipio	Isla	Decreto de aprobación
Aprobados	Puerto del Carmen (1º PMM)	Tías	Lanzarote	Decreto 58/2011, de 4 de marzo
	Costa Teguisse (1º PMM)	Tías	Lanzarote	Decreto 14/2012, de 17 de febrero
	Corralejo (1º PMM)	La Oliva	Fuerteventura	Decreto 15/2012, de 17 de febrero
	Maspalomas Costa Canaria	San Bartolomé de Tirajana	Gran Canaria	Decreto 90/2012, de 22 de noviembre
	Puerto del Carmen (2º PMM)	Tías	Lanzarote	Decreto 123/2013, de 26 de diciembre
	Playa de Mogán	Mogán	Gran Canaria	Decreto 4/2014, de 23 de enero
	Costa Adeje	Adeje	Tenerife	Decreto 104/2015, de 22 de mayo
	Costa San Miguel	San Miguel de Abona	Tenerife	Decreto 105/2015, de 22 de mayo
	Puerto Santiago	Santiago del Teide	Tenerife	Decreto 106/2015, de 22 de mayo
	Puerto de la Cruz	Puerto de la Cruz	Tenerife	Decreto 107/2015, de 22 de mayo
	Morro Jable	Pájara	Fuerteventura	Decreto 108/2015, de 22 de mayo
	Corralejo (2º PMM)	La Oliva	Fuerteventura	Decreto 109/2015, de 22 de mayo

	Costa Teguisse (2º PMM)	Tías	Lanzarote	Decreto 110/2015, de 22 de mayo
	Costa Mogán	Mogán	Gran Canaria	Decreto 116/2015, de 22 de mayo
	El Veril	San Bartolomé de Tirajana	Gran Canaria	Decreto 373/2015, de 7 de diciembre
	La Caleta-Playa Paraíso-Callao Salvaje	Adeje	Tenerife	Decreto 20/2016, de 21 de marzo
	Caleta de Fuste	Antigua	Fuerteventura	Decreto 44/2016, de 5 de mayo
En trámite	Costa Calma	Pájara	Fuerteventura	Información pública [6 de febrero de 2015 - Boletín Oficial de Canarias núm, 25]
	Costa del Silencio-Ten-Bel	Arona	Tenerife	
	Zona Turística de Arona	Arona	Tenerife	

Tabla 1. Planes de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad de Canarias

Fuente: elaboración propia.

Así, estos convenios permiten superar la habitual ausencia de negociación en los procesos de planificación territorial y de planeamiento urbanístico. Suponen un cambio en la forma de intervenir en el espacio turístico, superando estructuras administrativas y competenciales, e incluso, hábitos e inercias, y contribuyendo a sustituir el habitual modelo burocrático y de control jerárquico, caracterizado por imposiciones fáciles enmarcadas en paradigmas estáticos, con preeminencia de explicaciones lineales del tipo causa-efecto y decisiones top-down, por el enfoque bottom-up, al articularse en torno a la negociación, el compromiso, el consenso y la concertación (Simancas y Ledesma, 2016). En este contexto, aparece uno de los principales activos de los convenios y, por ende, de los PMM, lograr acuerdos basados en el reconocimiento de las interdependencias y responsabilidades compartidas entre los actores públicos y privados. Los convenios urbanísticos aportan a los PMM la operatividad que precisan, constituyendo su parte ejecutiva; ello se debe a que sirven de cauce de negociación entre la administración competente -firmante de los mismos (los ayuntamientos) y el titular o titulares de la parcela que la actuación afecte. Esta perspectiva convierte a los PMM en instrumentos adecuados para articular el diálogo público-privado que, de este modo, se eleva a la categoría de negociación y “concierto” entre las partes implicadas.

Por un lado, la Administración actuante queda sujeta a la obligación pactada para que introduzca las mencionadas modificaciones o revisiones en las determinaciones de los instrumentos de planificación territorial y de planeamiento urbanístico que inciden sobre las áreas turísticas objeto de renovación. Estos cambios deben ser coherentes con el contenido abierto y la pluralidad del interés general que, en este caso, se relaciona con el reposicionamiento competitivo. De esta manera, la Administración adquiere el papel de promotor y coordinador de los objetivos de la acción pública resultante de la interacción entre los actores, en conformidad con la perspectiva que sobre gobernanza territorial tienen Cerrillo (2005), Kooiman (1993) o Mayntz (2001). No se trata de controlar de manera exclusiva el proceso, sino supone estimularlo y facilitarlo, evitando el “paternalismo gubernamental”.

Por otro lado, los PMM contribuyen a que la contraparte (los propietarios y gestores de los alojamientos turísticos) participe en el proceso de toma de decisiones públicas, en coherencia con los principios de información (derecho a conocer) → consulta (derecho a ser escuchado) → codecisión (derecho a participar) → cogestión (derecho-obligación a colaborar) → corresponsabilidad. Este hecho está obligando a los poderes públicos a integrar, en el nivel que corresponda, las opiniones y puntos de vistas de los actores privados. Del mismo modo, obliga a la administración

pública a aceptar compromisos y en concreto, las modificaciones de las determinaciones urbanísticas, así como las formas y los plazos de gestión en la actuación urbanística o de cesiones de suelo a las que en principio no estarían obligados. Asimismo, estos convenios pueden incluir la posibilidad de que los inversores privados sufraguen o financien obras que no pueden acometerse desde la inversión pública, o que se estime que no le corresponde ejecutar por tratarse de una obra de escasa rentabilidad social, aunque necesaria para una actuación privada.

Estas capacidades de los convenios no sólo otorga a los PMM un nuevo estilo de intervención en materia de renovación en las áreas turística maduras, sino que también pone en evidencia las limitaciones de modelos de planificación y gestión pretéritos que son, en último término, los responsables de cierta frustración ante la escasez de resultados obtenidos frente al volumen de esfuerzos institucionales y científicos en esta materia. Los PMM se aproximan a lo que ocurre en los países anglosajones, donde los planes constituyen documentos de referencia que pueden ser alterados por negociación entre la Administración y los particulares; con ello se modifica la praxis habitual en España, en donde los planes son normas reglamentarias que forman parte del ordenamiento jurídico al que están sujetos todos los poderes públicos y, una vez publicados, devienen el marco específico de referencia, junto con las ordenanzas municipales, para que los ayuntamientos, en ejercicio de sus funciones de policía urbana, controlen la ejecución de las múltiples actuaciones y usos previstos en los mismos.

Conclusiones

Se considera que la gobernanza territorial es una práctica no sólo útil, sino necesaria, para la gestión de los destinos turísticos, tanto en contextos como el actual. Esta concepción permite dar respuesta a problemas complejos y/o con un nivel de conflictividad alto, “que no podrían ser atendidos por canales institucionalizados tradicionales y por lo tanto, su propósito fundamental es contribuir al orden social mediante la toma de decisiones o acuerdos de carácter colectivo” (Luna y Velasco, 2009:78). La gobernanza territorial responde a las reivindicaciones actuales para con la política y se sitúa del lado de este “nuevo periodo en el que emergen actitudes y propuestas que reclaman otra forma de entender y de ejercer la democracia y otra forma de gobierno del territorio” (Romero y Farinós, 2011:314). La gobernanza se considera decisiva para diseñar políticas y prácticas de gestión turística más eficaces, al empoderar la propiedad de las iniciativas al conjunto de los actores a través de un

proceso de intercambio de información, discusión, negociación y aprendizaje.

Los PMM constituyen instrumentos que contribuyen a la consecución de la gobernanza territorial en la medida que: (1) Estimula la participación de los actores involucrados en la toma de decisiones durante todas las fases del proceso de planificación de la renovación de las áreas turísticas maduras; (2) El carácter de las decisiones contribuye a disminuir el costo de la resolución de conflictos a largo plazo, al producirse un mayor consenso entre los actores interesados y repartir la responsabilidad de las decisiones de manera proporcional; (3) Las decisiones resultan eficaces al enriquecerse con la información, conocimientos, ideas y capacidades de los actores interesados. Al hacer uso de los conocimientos de todos los actores involucrados se asegura que las decisiones estén bien informadas y sean las más oportunas para el destino, a la vez que se agiliza la funcionalidad de los procesos de decisión al tratar los problemas que realmente importan a los interesados; (4) Aporta coherencia a las decisiones sobre renovación, al fomentar una alta comunicación vertical entre administraciones con competencias en el destino, y entre éstas y los actores involucrados; y (5) Contribuyen a reforzar los principios de proporcionalidad (utilización del mejor instrumento para conseguir los objetivos propuestos), subsidiaridad (elección de la mejor escala en la que actuar), flexibilidad (adaptación a las circunstancias concretas a que se ha de hacer frente en cada momento), objetividad (ponderación de las circunstancias de cada caso) y complementariedad (definición de los actores públicos y privados implicados en el proceso).

Los PMM contribuyen a aprovechar la capacidad del gobierno para transformar necesidades en políticas, programas, planes y proyectos, en la medida en que se presenta como un proceso permanente y cooperativo que conlleva la implicación y el diálogo intenso y continuo entre las múltiples y diversas partes interesadas (Merinero y Pulido, 2009). El fin es lograr una visión compartida y transparente de las decisiones y soluciones, que permita crear las condiciones para que éstas sean reconocidas y asumidas por la colectividad, así como los escenarios de concertación entre el objetivo político-técnico-administrativo y los múltiples y diversos intereses y expectativas de los actores.

El fin último es lograr un escenario favorable de gobernabilidad y, por tanto, una visión compartida y transparente de las decisiones y soluciones, que permita crear las condiciones para que éstas sean reconocidas y asumidas (legitimidad) por la colectividad, así como los escenarios de concertación entre el objetivo político-técnico-administrativo y los múltiples y diversos intereses y expectativas de los actores. Con ello, los PMM contribuyen a aprovechar la capacidad del gobierno para transformar necesidades en políticas, programas, planes y proyectos, en la

medida en que se presenta como un proceso permanente y cooperativo que conlleva la implicación y el diálogo intenso y continuo entre las múltiples y diversas partes interesadas (Merinero y Pulido, 2009).

En definitiva, los PMM se plantean como instrumentos transversales dentro del conjunto de los bloques temáticos y de gestión que forman el modelo territorial sistémico de cada área turística, el cual determina, a su vez, cualquier proceso de renovación de la misma. Además, permiten crear ámbitos de relación no sometidos a los principios de jerarquía y de mercado, con la facultad para tomar decisiones colectivas (Velasco, 2010b; Pulido y Pulido, 2013), fomentando la participación de los actores en los procesos de renovación de las áreas turísticas maduras y con ello, la confianza, la reciprocidad y la transparencia. Su poder radica en la existencia de un escenario favorable de gobernanza territorial para lograr que los actores pasen de ser meros espectadores o receptores de las políticas públicas, a ser actores exclusivos y activos en su definición e implementación.

Bibliografía

- CERRILLO, A. (2005): “La Gobernanza Hoy: introducción”, en CERRILLO, A. (coord.). *La Gobernanza Hoy: 10 textos de referencia*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). 9-35.
- CRAVACUORE, D., ILARI, S. y VILLAR, A. (2004): *La articulación en la gestión municipal. Actores y políticas*. Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.
- FARINÓS, J. (2008): “Gobernanza Territorial para el Desarrollo Sostenible: estado de la cuestión y agenda”, *Boletín de la AGE*, 46, 11-32.
- KOOIMAN, J. (1993): “Social-Political Governance: Introduction”, en KOOIMAN, J. (ed.). *Modern Governance. New Government-Society Interactions*. Londres: Sage.
- KOOIMAN, J. (2005): “Gobernar en Gobernanza”, en CERRILLO, A. (coord.). *La Gobernanza Hoy: 10 textos de referencia*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). 57-81.
- LEDESMA, O. y SIMANCAS, M. (2016): “La gobernanza territorial en la gestión de conflictos entre actores: análisis de una experiencia de renovación turística”, en VIII CICOT-DU Nuevos Tiempos, nuevos objetivos. Madrid: Asociación Interprofesional de Ordenación del Territorio (FUNDICOT). 1039-1058.
- LUNA, M. y VELASCO, J.L. (2009): “Las redes de acción pública como sistemas asociativos complejos: Problemas y mecanismos de integración”, *REDES. Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales*, 17 (4), 78-99.
- MADOERY, O. (2007): *Otro desarrollo. El cambio desde las ciudades y regiones*. Universidad Nacional de General San Martín (UNSAM), Buenos Aires.
- MAYNTZ, R. (2001): “El Estado y la sociedad civil en la gobernanza moderna”, *Revista del CLAD. Reforma y Democracia*, 21, 1-8.

- MERINERO, R. y PULIDO, J.I. (2009): "Desarrollo turístico y dinámica relacional. Metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos", Cuadernos de Turismo, 23, 173-193.
- NATERA, A. (2013): "La gobernanza como modo emergente de gobierno y gestión pública", GAPP, 33-34, 53-65.
- PETERS, G. y PIERRE, J. (2005): "¿Por qué ahora el interés por la Gobernanza?", en CERRILLO, A. (coord.). La Gobernanza Hoy: 10 textos de referencia. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). 37-56.
- PRATS i CATALÀ, J. (2005): De la burocracia al management, del management a la gobernanza. Las transformaciones de las Administraciones Públicas de nuestro tiempo. Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), Madrid.
- PRATS i CATALÀ, J. (coord.) (2006): A los príncipes republicanos. Gobernanza y desarrollo desde el republicanismo cívico. Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), Madrid.
- PULIDO, M.C. y PULIDO, J.I. (2013): "Destinos turísticos. Conformación y modelos de gobernanza", en PULIDO, J.I. y CÁRDENAS, P.J. (coord.). Estructura económica de los mercados turísticos. Madrid: Síntesis. 179-204.
- ROMERO, J. y FARINÓS, J. (2011): "Redescubriendo la Gobernanza más allá del buen gobierno. Democracia como base, desarrollo territorial como resultado", Boletín de la AGE, 56, 295-319.
- SIMANCAS, M. y LEDESMA, O. (2016): "La planificación territorial de la política de renovación de las áreas turísticas maduras. Planes de Modernización, Mejora e Incremento de la Competitividad de Canarias", PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14 (2), 335-352.
- SIMANCAS, M. et al. (2015): "Aproximación al mapa de la renovación de los alojamientos turísticos derivado de la aplicación de la política turística de Canarias", en BENÍTEZ DEL ROSARIO, J.M., GONZÁLEZ, A. y BREEDE, C. (coord.). Tendencias en Destinos Turísticos. Las Palmas de Gran Canaria: Servicios de Publicaciones y Difusión Científica de la ULPGC. 657-677.
- VELASCO, M. (2010a): "Gobernanza del destino: retos y estrategias de las redes de destinos turísticos". XV Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), San Cristóbal de La Laguna (Tenerife), 24-26 de noviembre.
- VELASCO, M. (2010b): "El papel del conocimiento en los nuevos modelos de gobernanza turística regional y local", en ANTÓN, A. (ed.). Conocimiento, creatividad y tecnología para un turismo sostenible y competitivo. Tarragona: Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT). 131-140.

Destinos patrimoniales españoles: hacia una gestión integrada desde la cultura

Raquel BERZOSA PAREJA

Departamento de Geografía Humana, Universidad Complutense de Madrid,
raqueber@ucm.es

Berzosa Pareja, R. 2016. Destinos patrimoniales españoles: hacia una gestión integrada desde la cultura. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 105-116. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. La primacía del mercado puede disolver la particularidad cultural de las ciudades históricas, en la búsqueda de la satisfacción del consumidor. La dimensión turística urbana en estos enclaves, está ligada a diferentes posibilidades de consumo cultural, y en Europa, esta mercantilización llevada al extremo, podría suponer el fin de su identidad, tal y como la conocemos. A la pregunta de cómo habría de gestionarse la conservación de estos lugares, diferentes voces proponen soluciones que pasan por planteamientos de gestión integrados, dentro de los parámetros de la sostenibilidad. Salamanca, un referente en la evolución de los destinos patrimoniales españoles, afronta una coyuntura de crisis socio-económica ante la que cabría la reformulación de su modelo de ciudad. Es ahí, donde su estrategia turística podría incorporarse a una planificación urbana integrada, en la que el patrimonio cultural ocuparía un papel central, como ya hiciera, de modo implícito, en décadas precedentes.

Palabras clave: Ciudad histórica, destino patrimonial, gestión integrada, cultura, Salamanca.

La ciudad es un hecho social (JARAUTA, 2010: 38) que constituye un motor económico y de innovación, pero que también concentra problemas de índole social y medioambiental, que la convierten en un entorno cada vez más complejo. En el caso de Europa, las ciudades concentran al 73% de la población, la producción de cerca del 80% del PIB y donde se consume el 70% del total de la energía del territorio (PARLAMENTO EUROPEO, 2011). Una ciudad, la europea, imaginada desde las instituciones, en el mejor de los horizontes, como una plataforma para la democracia, el diálogo cultural y la diversidad, con servicios sociales, sanitarios y educativos para todos, un lugar de regeneración ecológica a la vez que motor de crecimiento económico (DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA REGIONAL. COMISIÓN EUROPEA, 2011).

Sin embargo, la realidad difiere de ese ideal, y el continente ha de afrontar dificultades que sólo en clave interna, amenazan su modelo de convivencia y lo alejan de la senda de la sostenibilidad: la debilidad de los lazos entre el crecimiento económico, el empleo y el progreso social, la disparidad de ingresos y el avance de la precariedad entre los menos favorecidos, en términos de vivienda, educación o empleo, así como la segregación espacial consecuencia de la polarización económica. En este contexto, marcado además por las dinámicas globalizantes y homogeneizadoras, aumenta el riesgo de disolución de las particularidades locales, incluidas las culturales, lo que equivaldría para Europa al fin de su identidad. Idea recogida por Steiner (2006), que citado por Bauman (2013: 74) afirmaba que “el genio europeo es el de la diversidad lingüística, cultural y social, un mosaico pródigo que suele transformar una distancia despreciable, una veintena de kilómetros, en una división entre dos mundos”.

En la literatura reciente, se aborda la relación entre cultura y ciudad desde tres ángulos distintos: la implantación de las industrias culturales y creativas, las oportunidades que ofrece la ciudad para el consumo cultural, y, las oportunidades de desarrollo territorial ligadas a la cultura, en forma de equipamientos, bienes o servicios culturales (NAVARRO, 2012). Una relación que asume como punto de partida los intereses economicistas, y en la que se inscribe la actual concepción de la actividad turística urbana. Con el cambio de milenio, la evolución de la oferta turístico-cultural española situaba en un reducido número de ciudades (Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada, Bilbao, Córdoba, San Sebastián y Toledo), el 70% de las referencias de destinos culturales (TURESPAÑA, 2001). Destinos turísticos, a los que a medida que avanzaba la década, se fueron sumando las Ciudades Patrimonio de la Humanidad (TROITIÑO VINUESA y TROITIÑO TORRALBA, 2009). Destinos patrimoniales de referencia, en los que el patrimonio cultural en su sentido tradicional -marco histórico y oferta cultural- ha conformado el producto primario de su sistema turístico, un conjunto de rasgos culturales que los singulariza y actúa como elemento de atracción turística (G.I. "TURISMO Y CIUDADES HISTÓRICAS" U.C.M., 2006: 73). Ciudades, que han apostado por el sector turístico y asumido los desafíos del sector: superar la fase promocional de la gestión turística, participar en la ordenación urbanística y ser instrumento de dinamización funcional (TROITIÑO, 2005: 24). Los destinos patrimoniales fueron consolidándose en España, en la década de los noventa del siglo pasado, como alternativa al turismo de sol y playa, reforzados también por los Planes de Dinamización y Excelencia turística (TROITIÑO TORRALBA, 2010: 133). Los instrumentos de planificación del turismo han contribuido en los destinos patrimoniales, a la reutilización de su patrimonio monumental, favoreciendo el incremento de los recursos destinados a la conservación, la mejora de la coordinación institucional e

interadministrativa o la potenciación de la colaboración público-privada. Ejemplo de ello han sido los Planes de Excelencia Turística de Ávila y Segovia (1999), Cáceres, Mérida, Toledo y Salamanca (2000), Córdoba y Santiago de Compostela (2001), o, Alcalá de Henares (2005) (BEAS SECALL, 2012).

En un contexto socioeconómico en que los beneficios económicos derivados de la actividad turística se consolidan (en 2014 supuso un 9,8 % del PIB mundial (WTTC) y en 2012 un 10,9 % del español (INE)), el reforzamiento en clave especulativa de la ciudad turística, aquella que concentra sus hitos monumentales, museos y espacios de especial atracción en áreas reducidas (TROITIÑO VINUESA y TROITIÑO TORRALBA, 2010: 101) puede conducir hacia consecuencias no deseadas en los destinos patrimoniales (turistización, museización o gentrificación). Por otro lado, el concepto de patrimonio cultural ha visto ensanchado sus límites en los reconocimientos internacionales incorporando el patrimonio natural e inmaterial: *Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial* (UNESCO, 1972), la *Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial* (UNESCO, 2003) y la *Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales* (UNESCO, 2005). Un patrimonio ampliado donde se reconoce a las tradiciones y expresiones orales, artesanales, las artes del espectáculo, los diversos contenidos y soportes culturales, e incluso, las industrias del sector. Una la fusión, la del patrimonio cultural y natural, que cobra sentido en los destinos patrimoniales revisados desde la óptica del paisaje cultural recogido en la *Recomendación sobre el paisaje urbano histórico* (2011).

El patrimonio cultural emerge en el centro del debate sobre la conformación urbana del siglo XXI, no ya por constituir, su apreciación y disfrute, uno de los derechos sociales fundamentales, recogido en el marco normativo europeo (Art. 13, Carta Social Europea, en vigor en España desde 1980) y español (Arts. 44 y 46 de la Constitución Española, 1978), sino porque entre sus características cohabitan, desde una perspectiva contemporánea, dos dimensiones clave en la construcción de un proyecto de ciudad sostenible: potencial económico como recurso y elemento de cohesión social ligado, por ejemplo, a la inclusión, la participación y la identidad ciudadana. Reforzando la idea de que el significado cultural de las ciudades históricas es el reflejo de las sociedades que las habitan, y que se proyecta en los procesos de reformulación urbana, por definición dinámicos e influidos por sus ideologías, creencias y valores (FERNÁNDEZ-VARAS, 2014).

De ahí el interés por contraponer la centralidad cultural (*Carta de Toledo* (1986), *Carta de Washington* (1987)) a la turística en las ciudades históricas. Elemento clave en el desafío de afrontar una evolución urbana

sostenible y que encuentra un referente en la *Agenda 21 de la Cultura* (CGLU, 2004), y en su revisión orientada a las actuaciones a corto plazo *Cultura 21: Acciones* (CGLU, 2015).

En este sentido, y a pesar de la dificultad que entraña la conciliación de racionalidades opuestas de las dinámicas turística y cultural (TROITIÑO TORRALBA, 2015), el marco normativo y de referencia avanza hacia la búsqueda de sinergias, conscientes de su mutua dependencia. El *Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015* (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2012), los objetivos finales tras la *Cumbre sobre el desarrollo sostenible* (Naciones Unidas, 2015), y la última ley que afecta al patrimonio cultural en España (Ley para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2015), actúan como referencias válidas que señalan el camino a seguir. Que no es otro que un modo de gestionar integrado, capaz de alcanzar estrategias concertadas a todos los niveles y entre los diferentes sectores implicados (TROITIÑO, 2011: 567). Un guiño a la superación de las fórmulas de desarrollo territorial en clave urbanística y también de superar los clichés patrimonialistas (cultura estática y material). Y también, un salto cualitativo al pensar la actividad turística como elemento dinamizador de estrategias transversales de desarrollo, lideradas desde el ámbito local y, que en los destinos patrimoniales, habrían de vertebrarse en torno a la identidad cultural del lugar, del territorio.

Desde este planteamiento, nos preguntamos cuáles han sido las fórmulas de gestión empleadas en la configuración contemporánea de las ciudades históricas y qué modelo de ciudad conforman (ciudad cultural, ciudad turística, etc.). Expondremos el caso de la ciudad histórica de Salamanca (España), referente por la rehabilitación y puesta en valor de su patrimonio histórico en clave turística en el periodo democrático.

Salamanca: el patrimonio cultural vector de transformación urbana

Situada en la meseta norte de la península ibérica, a orillas del río Tormes, Salamanca se extiende a lo largo de 39 km². Ciudad de tamaño medio del interior peninsular, localizada en una región periférica, sin crecimiento demográfico (160.331 habitantes en 2005 frente a los 148.042 en 2014 (INE, 2014), capital provincial y centro administrativo y de servicios, especializada en la educación universitaria y cuyo desarrollo ha estado asociado, en los últimos tres lustros, a la consolidación de su atractivo turístico. Una consolidación vinculada a la riqueza patrimonial de la ciudad, declarada Bien de Interés Cultural en 1951 (Base de datos de bienes culturales protegidos. MECD), a partir de tres factores: la apuesta

por la recuperación del conjunto histórico en los años ochenta del siglo pasado; la experiencia acumulada en la gestión de proyectos culturales de trascendencia internacional (incorporación a la Lista del Patrimonio Mundial en 1988 y Ciudad Europea de la Cultura en 2002) que la ha dotado de equipamientos culturales modernos; y al elemento dinamizador de la universidad, con un marcado carácter humanístico en sus estudios, cuyo VIII centenario se conmemorará en 2018.

Los instrumentos de planificación empleados en Salamanca permiten dividir el proceso de transformación urbana, entre 1979 y 2015, en dos etapas. Durante la primera, entre 1979 y 2002, los esfuerzos se centraron en la recuperación del Barrio Antiguo. Área contemplada en el *Plan General de Ordenación Urbana* (1984) e instrumentalizada específicamente a través del *Plan Especial de Protección y Reforma Interior del Recinto Universitario y Zona Histórico-Artística* (1984), dentro de cuyo ámbito se desarrollaría la Operación Piloto. El PGOU incluía en su catálogo 17 edificios con protección monumental, 19 con integral, por su interés histórico, cualidades arquitectónicas y urbanas, 49 con protección estructural y 14 con protección ambiental. El Plan Especial que comprendía 86 ha, incluía en su catálogo de protección 503 edificios, de los que 19 fueron señalados contenedores con oportunidad de reutilización como equipamientos públicos, entre ellos, la Casa de las Conchas y la Casa Lis, objetos ambos de adecuación para uso cultural y puntos de interés turístico en la actualidad. La Operación Piloto abordó actuaciones diferentes a las del PGOU, sufragadas por las distintas administraciones durante ocho años. Entre sus logros destaca la restauración de edificios civiles y monumentales (Iglesia de San Polo, Casa Lis, fachada de la Universidad o Catedral Vieja), la elaboración del proyecto para la construcción del Palacio de Exposiciones y Congresos de Castilla y León, así como el proyecto para la restauración de la Casa de las Conchas y su uso como biblioteca pública (INSTITUTO DEL TERRITORIO Y URBANISMO. MOPU Y AYUNTAMIENTO DE SALAMANCA, 1987: 100). Tales esfuerzos culminarían con la incorporación de la ciudad a la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO en 1988 y, poco tiempo después, en 2002, con su designación como Ciudad Europea de la Cultura.

El primer logro suponía el reconocimiento a un conjunto histórico vivo, en plena evolución, cuya función esencial seguía ligada a la universidad, una de las más antiguas de Europa y que conservaba en uso el patrimonio arquitectónico específico (ICOMOS, 1987). La capitalidad europea de la cultura en 2002, trajo consigo la modernización y dotación de nuevas infraestructuras culturales entre las que destacamos: el Centro de Artes Escénicas, el Centro de Arte de Salamanca (CASA), el nuevo Teatro Liceo, el Edificio Multiusos “Sánchez Paraíso”, la sala de

exposiciones del antiguo colegio de Santo Domingo de la Cruz, el Museo de Historia de la Automoción o el Parque Arqueológico del Cerro de San Vicente. La programación cultural, guiada por el objetivo de renovar la imagen cultural de Salamanca en un “trabajo de revisión de la cultura europea del último siglo”, ofreció un total de 1.101 actividades desarrolladas en 26 espacios culturales, a las que asistieron 1.927.444 personas (CONSORCIO SALAMANCA 2002 y VV.AA., 2003). La dimensión turística de la ciudad, ligada a la cultura, el idioma español, los congresos y el ocio, a propósito de la nueva dotación de equipamientos culturales y sus posibilidades, así como la promoción exterior ligada a la capitalidad, el Plan de Excelencia Turística y la actualización de las instalaciones hoteleras (se alcanzó la cifra de 97 establecimientos hoteleros con un total de 4.780 plazas), favorecieron que la ciudad recibiese durante 2002 cerca de 2.200.000 visitantes (TROITIÑO VINUESA y TROITIÑO TORRALBA, 2009: 164-165). Ambas apuestas municipales (Lista del Patrimonio Mundial y Ciudad Europea de la Cultura) estuvieron acompañadas de una reflexión sobre el significado de la ciudad como referente cultural, apoyado fundamentalmente la riqueza de su patrimonio histórico. En este contexto se sentaron las bases para afrontar la modernización turística a través del *Plan de Excelencia Turística* (I.C.N.-ARTEA, S.L., 2001).

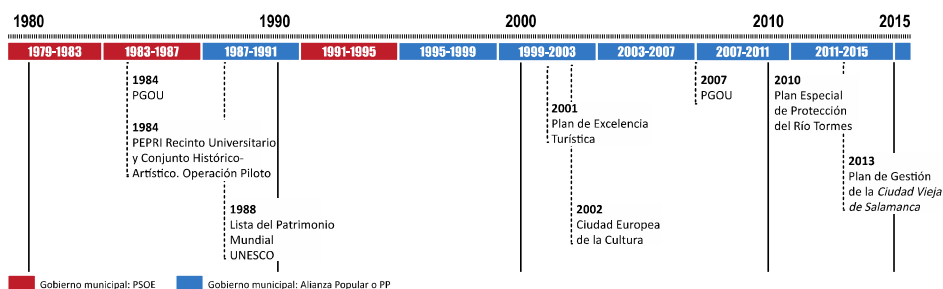
En la segunda etapa de transformación urbana de Salamanca, entre 2003 y 2015, la gestión municipal ha utilizado los instrumentos urbanísticos del *Plan General de Ordenación Urbana* (2007) y el *Plan Especial del Río Tormes y Arroyo del Zurguén* (2010). El PGOU (2007) persigue aportar definición y contenido al desarrollo municipal mediante un inventario territorial que incluiría: el medio paisajístico, el cultural y el arqueológico, además de la estructura histórica, urbanística, las comunicaciones e infraestructuras, la estructura social y la actividad económica. El objetivo estratégico del *Plan Especial del Río Tormes* es “la recuperación paisajística de sus riberas y la creación de un gran parque fluvial integrado en la estructura urbana de la ciudad” (AYUNTAMIENTO DE SALAMANCA, 2010: 16).

Un documento distinto con vocación instrumental, el *Plan de Gestión de la Ciudad Vieja de Salamanca* (2013), concebido para garantizar el conocimiento comprensivo y la conservación del bien incluido en la Lista del Patrimonio Mundial y dirigir con solvencia y utilidad cualquier acción que afecte a dicho espacio o a cualquiera de sus elementos constitutivos, fomentando su contribución al desarrollo local” (RIVAS y VÁZQUEZ, 2013: 109).

Estos instrumentos y actuaciones enfatizan el valor del patrimonio histórico de Salamanca, especialmente el monumental, pero al repararlos se echa en falta la especificidad cultural, o bien su aplicación dentro de un

proyecto urbano de más amplio espectro, para afrontar el desarrollo de la ciudad contemporánea.

Figura 1. Salamanca (1979-2015): legislaturas municipales, planes y reconocimientos. Fuente: elaboración propia.



Salamanca: ciudad turística

Salamanca es considerada un destino patrimonial consolidado (TROITIÑO TORRALBA, 2010: 136). En 1993 participa de la puesta en marcha del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE), entre cuyas finalidades se encuentra planificar una política turística acorde con la imagen de las ciudades del grupo. Ese mismo año acoge la exposición “El Contrapunto y su Mirada”, de la serie organizada por la Fundación de las Edades del Hombre, visitada por algo más de 1.300.000 visitantes, que visualizó el potencial de desarrollo turístico de la ciudad así como la rentabilidad económica de la inversión patrimonial (TROITIÑO TORRALBA, 2010: 155). El modo en que se ha gestionado el *Plan de Excelencia Turística* (2001), en la senda de la aplicación de criterios de oportunidad y consenso social como recomendaban algunos expertos (TROITIÑO, 2005: 23), reafirma la voluntad política de apostar por el desarrollo de la ciudad turística de Salamanca. En 2002, el Ayuntamiento constituye la empresa municipal Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U., entre cuyos objetivos, se encuentran: la protección y conservación de los recursos turísticos locales, en especial el patrimonio monumental de la zona histórico-artística y su entorno urbano, o la gestión y ejecución de los proyectos aprobados en el marco de los Planes estratégicos (TURISMO DE SALAMANCA). En la aplicación del Plan de Excelencia Turística se apostó por los eventos y conmemoraciones como argumento central (CAVAILLÈS et al., 2016: 45). En 2003 la Semana Santa salmantina es reconocida Fiesta de Interés Internacional. En 2004 se constituye el Club de Producto de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, una apuesta por la gestión profesionalizada e

integrada de los destinos, por la calidad y la promoción. La XV Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno se celebra en Salamanca en 2005 por su vínculo con las universidades latinoamericanas, y, el mismo año, la ciudad acoge otro reconocimiento: Salamanca 2005, Plaza Mayor de Europa. En 2013 se ha celebrado el comienzo de la construcción de la Catedral Nueva, y en 2015 el V Centenario del nacimiento de Teresa de Ávila. En esta senda, y en 2018, está prevista la conmemoración del VIII Centenario de la Universidad de Salamanca.

En cuanto al número de viajeros y pernoctaciones, según los datos se aprecia un crecimiento casi constante entre 2003 con 478.813 (Observatorio Turístico del GCPHE) y 2012, con 655.883 (Observatorio Turístico de Salamanca, 2015). En 2009 en número de plazas hoteleras de 4 y 5 estrellas superaba las 4.000, y la puesta en marcha de “Salamanca *Convention Bureau*”, “Salamanca *Film Commission*” y “Salamanca Ciudad del Español” se orientan hacia la captación de nuevas demandas y a desestacionalizar el destino (HERNÁNDEZ, 2010). En 2012 el 78% de los visitantes de Salamanca fueron españoles, procedentes de Castilla y León o Madrid, frente al 22% de extranjeros, franceses o alemanes en su mayoría. La motivación principal en ese año para visitar la ciudad fue la visita a amigos y familiares (35,1%), mientras que el conocimiento general de Salamanca motivó al 21,7% de los encuestados. Los lugares más visitados, fueron de nuevo la Plaza Mayor, las Catedrales, la Casa de las Conchas, la Clerecía y el Puente Romano (AYUNTAMIENTO DE SALAMANCA, 2012), hitos a que concentran en torno al eje de la Rúa Mayor los principales flujos turísticos de visitantes.

Salamanca: ¿una gestión integrada desde la cultura?

La gestión municipal de la cultura en Salamanca, ha estado centrada fundamentalmente en la gestión de los centros culturales municipales, la programación ofrecida en los equipamientos municipales y en la organización de las Ferias y Fiestas, Cabalgata de Reyes, Fiestas de San Juan de Sahagún y la colaboración con la Semana Santa. A través, primero, de la Concejalía de Cultura, compartida con Turismo y Juventud (con matizaciones según las legislaturas entre 1979 y 2015) y, desde 2003, de la Fundación Salamanca Ciudad de Cultura, que desde 2008, al fusionarse con la fundación municipal que gestionaba los centros y actividades educativas, pasó a denominarse Fundación Salamanca Ciudad de Cultura y Saberes. Entre sus fines se encuentran: el fomento, producción, programación y ejecución de actividades culturales, educativas, artísticas o recreativas, incluidas las Ferias y Fiestas de la ciudad. El número de asistentes a estas actividades, seleccionando datos comparables en los campos de las artes escénicas, música, palabra, cine,

actividades expositivas y otras actividades (que a excepción de los premios, no se especifica en las memorias consultadas), alcanzaron en 2004 los 703.163, frente a 502.708 en 2014 (FUNDACIÓN SALAMANCA CIUDAD DE CULTURA Y SABERES, 2005 y 2015). Iniciativas que puntualmente se coordinan con las emprendidas desde la empresa turística municipal (programa estival “Plazas y Patios” o “Las Llaves de la Ciudad”). Sin embargo, la prevalencia de la ciudad turística, dentro del perímetro del conjunto histórico, frente a la cultural en los últimos lustros, ha relegado, quizá por incomprensión, el potencial del patrimonio cultural de la ciudad como elemento de desarrollo urbano y de cohesión social.

Ante los nuevos desafíos se ha de procurar la rentabilización de los esfuerzos de adaptación, modernización turístico-patrimonial, cualificación y diferenciación cultural y turística (TROITIÑO TORRALBA, 2010: 146). Se hace necesaria la innovación en proyectos a partir de la interpretación crítica de las políticas urbanas, económicas, turísticas o culturales, para una recuperación integrada donde la dimensión turística se incorpore a un proyecto urbano de base cultural (TROITIÑO VINUESA y TROITIÑO TORRALBA, 2009: 175). El instrumento del Plan de Gestión de la Ciudad Vieja (2013), elaborado siguiendo las recomendaciones de la Unesco, insta a superar los criterios técnicos e incorporar al debate el plano cultural (RIVAS y VÁZQUEZ, 2013: 64). Pero su aplicación espera una voluntad política firme, fundamentada en el conocimiento del patrimonio local, factores necesarios para estimular el acercamiento a otros agentes de Salamanca, universitarios y sociales, y aunar esfuerzos en la reinterpretación del modelo de ciudad.

Referencias bibliográficas

- AYUNTAMIENTO DE SALAMANCA (2010): *Plan Especial de Protección del Río Tormes y Arroyo del Zurguén. Memoria informativa*. Salamanca.
- AYUNTAMIENTO DE SALAMANCA (2012): *El visitante de Salamanca. Informe 2012*. Salamanca: Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca.
- BASE DE DATOS DE BIENES CULTURALES PROTEGIDOS. PATRIMONIO CULTURAL. MECD (2014). Recuperado el 2 de abril de 2014, de www.mecd.gob.es: http://goo.gl/9dovH0
- BAUMAN, Z. (2013): *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- BEAS SECALL, L. (2012): Los Planes de Excelencia Turística en España (1992-2006). *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, XVI (411).

- CAVAILLÈS ET AL (2016): “Los turistas en el centro histórico de Salamanca: tránsito, percepción y (des)conocimiento”. *Cuadernos de Turismo* (37), 33-67.
- CIUDADES Y GOBIERNOS LOCALES UNIDOS (2004): *Agenda 21 de la Cultura*. Barcelona. Recuperado el 8 de mayo de 2016, de www.agenda21culture.net:
<http://www.agenda21culture.net/index.php/es/buenaspracticasspa/buenaspracticasspa>
- CIUDADES Y GOBIERNOS LOCALES UNIDOS (2015): *Cultura 21: Acciones. Compromisos sobre el papel de la cultura en las ciudades sostenibles*. Bilbao. Recuperado el 8 de mayo de 2016, de <http://www.agenda21culture.net>:
<http://www.agenda21culture.net/index.php/es/nueva-a21c/nueva-a21c>
- CONSORCIO SALAMANCA 2002 y VV.AA. (2003): *Salamanca 2002. Un año de cultura*. Salamanca: Consorcio Salamanca 2002.
- DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA REGIONAL. COMISIÓN EUROPEA (2011): *Ciudades del mañana. Retos, visiones y caminos a seguir*. Bruselas: Unión Europea.
- FERNÁNDEZ-VARAS, I. (2014): *Las ruinas de la memoria. Ideas y conceptos para una (im)posible teoría del patrimonio cultural*. México, D.F., México: Siglo XXI Editores.
- FUNDACIÓN SALAMANCA CIUDAD DE CULTURA Y SABERES (2005): *Memorias*. Salamanca: Ayuntamiento de Salamanca.
- FUNDACIÓN SALAMANCA CIUDAD DE CULTURA Y SABERES (2015): *Memorias*. Salamanca: Ayuntamiento de Salamanca.
- GRUPO DE INVESTIGACIÓN "TURISMO Y CIUDADES HISTÓRICAS", U.C.M. (2006): “Las ciudades históricas españolas como destinos turísticos. Patrimonio cultural y sistema de acogida local”. *Urbano*, 9 (14), 69-76.
- HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, A.I. (2010): “Del atractivo al posicionamiento. Los retos del destino turístico Salamanca”, en *Soluciones sostenibles para las Ciudades Patrimonio Mundial*. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. 95-116.
- I.C.N.-ARTEA, S.L. (2001): *Plan Estratégico. Plan de Excelencia Turística de Salamanca*. Secretaría General de Turismo, Concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Salamanca y Consejería de Cultura y Turismo de la Junta de Castilla y León.
- ICOMOS (1987): Lista del Patrimonio Mundial. N° 381 Rev. París.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2014). Recuperado el 21 de Abril de 2015, de www.ine.es: <http://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2911>
- INSTITUTO DEL TERRITORIO Y URBANISMO. MOPU y AYUNTAMIENTO DE SALAMANCA (1987): *Salamanca. Plan Especial de Protección y Reforma Interior del Recinto Universitario y Zona Histórico-Artística*. Madrid: Ayuntamiento de Salamanca.
- JARAUTA, F. (2010): “El futuro de las ciudades”, en PÉREZ-ALFARO CALVO, C. (coord.). *Pensar la ciudad*. León: Obra social de Caja España en León. 33-44.

- JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN (2015): *Anuario estadístico de Castilla y León*. Recuperado el 23 de febrero de 2016, de http://www.jcyl.es/web/jcyl/Estadistica/es/Plantilla100/1284180021365/_/
- NAVARRO, C. J. (coord.) (2012): *Las dimensiones culturales de la ciudad*. Madrid: Los libros de la catarata.
- PARLAMENTO EUROPEO (2011): Resolución del Parlamento Europeo, de 23 de junio de 2011, sobre la Agenda urbana europea y su futuro en la política de cohesión.
- PORFYRIOU, H. y SEPE, M. (2012): “Conservación del patrimonio urbano y seguimiento del impacto del turismo: un enfoque integrado”, en MENDES ZANCHETTI, S. y SIMILÁ, K.. *Measuring heritage. Conservation performances. 6th International Seminar on Urban Conservation*. Olinda y Roma: ICCROM, LATAM, CECI. 65-68.
- PRECEDO LEDO, A. y MÍGUEZ IGLESIAS, A. (2014): “Una radiografía de las ciudades españolas: una evaluación del modelo postindustrial”, en LOIS GONZÁLEZ, R.C y MIRAMONTES CARBALLADA, Á.. *Reflexiones sobre las ciudades y el sistema urbano en tiempos de crisis*. Santiago de Compostela: Grupo ANTE Gi-1871. 15-69.
- RIVAS SANZ, J.L. y VÁZQUEZ JUSTEL, G. (coords.) (2013): *Plan de Gestión de la Ciudad Vieja de Salamanca. Memoria. Tomo I. Inventario del Bien*. Junta de Castilla y León y Ayuntamiento de Salamanca.
- SMITH, N. (2015): “Nuevo globalismo y nuevo urbanismo. La gentrificación como estrategia urbana global”, en VV.AA.. *El mercado contra la ciudad. Globalización, gentrificación y políticas urbanas*. Madrid: Traficantes de sueños. 245-270.
- TROITIÑO TORRALBA, L. (2010): “Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España: Dinámica Turística en tiempos de crisis (2000-2009)”, en VV.AA.. *XII Coloquio del Grupo de Turismo, Ocio y Recreación*. Madrid: AGE. 131-148.
- TROITIÑO TORRALBA, L. (2015): “La dimensión turística del patrimonio cultural de la ciudad de Lorca”. *Cuadernos de Turismo* (36), 389-414.
- TROITIÑO VINUESA, M. Á. (2005): “Retos y oportunidades en la gestión del turismo cultural y de ciudad”, en GÓMEZ BORJA, M. et AL (coord.). *Gestión del turismo cultural y de ciudad*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. 15-28.
- TROITIÑO VINUESA, M.Á. (2011): “Territorio, patrimonio y paisaje: desafíos de una ordenación y gestión inteligentes”. *Ciudad y Territorio*, XLIII (169-170), 561-569.
- TROITIÑO VINUESA, M.Á y TROITIÑO TORRALBA, L. (2009): “Turismo y patrimonio en Castilla y León: las ciudades Patrimonio de la Humanidad (Ávila, Salamanca y Segovia) como destinos turísticos de referencia”. *POLÍGONOS. Revista de Geografía* (19), 145-178.
- TROITIÑO VINUESA, M.Á. y TROITIÑO TORRALBA, L. (2010): “Patrimonio y Turismo: una complementariedad necesaria en un contexto de uso responsable del patrimonio y cualificación de la visita”. *Patrimonio Cultural de España*, 3, 89-107.

TURISMO DE SALAMANCA (s.f.). *Estatutos "Turismo, Comercio y Promoción Económica de Salamanca, S.A.U."*. Recuperado el 3 de mayo de 2015, de www.salamanca.es: <http://www.salamanca.es/es/transparencia>.

Crecimiento turístico y crisis en la Costa del Sol

Fernando ALMEIDA GARCÍA, Rafael CORTÉS MACÍAS y
Antonia BALBUENA VÁZQUEZ

Universidad de Málaga Fernando Almeida García, (falmeida@uma.es); Rafael Cortés Macías, (rcortes@uma.es); Antonia Balbuena Vázquez, (abalvaz@yahoo.es)

Almeida García, F., Cortés Macías, R. y Balbuena Vázquez, A. 2016. Crecimiento turístico y crisis en la Costa del Sol. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 117-129. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. En esta comunicación analiza la relación que se ha establecido entre la actividad turística de la Costa del Sol y la crisis económica iniciada en España en el 2008. Este estudio trata de contrastar las características del sector y del espacio turístico durante el período de crisis económica con las posibles consecuencias en el crecimiento urbanístico y demográfico. Para ello, se analizan algunos indicadores turísticos y socioeconómicos relevantes. Como conclusiones hay que destacar que la oferta de alojamiento se ha mantenido o crecido en los años de crisis, así como los ingresos hoteleros, mientras que se ha visto más afectado el empleo, el flujo migratorio se ha frenado, así como la creación de viviendas.

Palabras clave: turismo, indicadores, crisis económica, Costa del Sol.

Introducción

Si hacemos un recorrido histórico acerca del sector turístico en España y concretamente de la Costa del Sol, apreciamos que esta industria no es la primera vez que pasa por un momento de crisis económica dentro del contexto español, por lo que se pueden identificar las siguientes etapas:

Primera etapa (1950-1975): Durante este período debido al fuerte crecimiento experimentado por la demanda, se produjo una rápida ampliación de la oferta de alojamiento, muy especialmente en los municipios costeros de la costa occidental malagueña. A medida que llega la década de los años setenta, el crecimiento urbano es más acelerado siendo la característica que representa a estos municipios de la Costa del Sol (Jurdao, 1979). Muchos de los municipios malagueños del interior vieron disminuir su población mientras que las localidades del litoral observaron un aumento importantísimo del proceso urbanizador y de los

movimientos inmigratorios, estos últimos con la perspectiva de la oferta de empleos (López, 1984). Se produce una avalancha en la ejecución de apartamentos y la construcción de los hoteles (Morales, 1982), comenzando también el turismo residencial (Jurdao, 1979). Esto dio lugar a la consolidación de un modelo de ciudad turística concebido como “aglomeración de alojamientos” (Mellado y Granados, 1998). Por tanto, con la llegada de la crisis del 73-74 y más tarde la del 79, el turismo dejaba a la vista el modelo de territorio masificado, que ofrecía un producto turístico homogeneizado e indiferenciado.

Segunda etapa (1975-1985): La fuerte inflación registrada durante el periodo, a consecuencia fundamentalmente del alza de los costes energéticos y de la mano de obra, junto con la disminución del ritmo de las inversiones públicas y la quiebra de la idea de una demanda turística ilimitada, produjeron importantes cambios en la oferta de alojamientos de la provincia de Málaga. La crisis trajo consigo el cierre de algunos establecimientos y una serie de ajustes empresariales. Los años ochenta se caracterizan por el estancamiento de la oferta hotelera clásica y el desarrollo continuado de la oferta no hotelera, en concreto la de segunda residencia.

Tercera etapa (1985-2008): A partir de 1985 la oferta de alojamiento volvió a vivir un ciclo expansivo en la provincia de Málaga. Hasta 1994 aproximadamente, la evolución fue positiva pero modesta, pero a partir de 1995 el sector experimentó una muy notable expansión. En los años noventa se asiste a una toma de conciencia de los desastres ecológicos aunque aún perviven tendencias de ocupación en intensivo, habiéndose pasado a una suavización del modelo extensivo, el cual se compagina con nuevas formas de oferta turística (Galacho y Luque, 2000). Otros períodos de crisis 1988 y 1993, el sector turístico trata de reconvertirse revisando los costes de producción e incorporando los beneficios de las nuevas tecnologías y la automatización de la gestión con la finalidad de ofrecer una mejor calidad en su oferta (Galacho y Luque, 2000). A partir del 2001 la Costa del Sol presta de nuevo atención al boom inmobiliario expandiéndose territorialmente el turismo residencial y relegando al turismo vacacional a un segundo término..

Cuarta etapa (2008-actualidad): El enorme crecimiento urbanístico que se produjo hasta 2008 fue truncado por el estallido de la burbuja financiera e inmobiliaria que había estado cebado el proceso. El sector inmobiliario se resintió de forma inmediata, lo que se tradujo en un enorme desempleo ligado a esta actividad. Posteriormente quedaría afectado el sector turístico tradicional. Todos estos elementos se han conjugado durante los últimos años para dar lugar a un territorio y sociedad que ha sufrido un fuerte cambio.

Objetivos

Se establecen como objetivos principales de la investigación los siguientes:

1. Analizar los efectos demográficos de la crisis.
2. Estudiar el impacto en la evolución de las viviendas en la Costa del Sol.
3. Analizar la reestructuración del sector turístico-hotelero.

Metodología

Área de estudio

La Costa del Sol se ubica en el Sur de España, en la provincia de Málaga, Andalucía. Los municipios que forman la comarca son: Benahavís, Benalmádena, Casares, Estepona, Fuengirola, Manilva, Marbella, Mijas y Torremolinos. La extensión de la Costa es de 802 km., está poblada por 492.965 habitantes y la densidad demográfica es de 614,6 hab./km².

Método

La metodología que se va a seguir es la siguiente:

1. En primer lugar, se procede a una consulta bibliográfica relacionada con el tema a investigar. Se utilizan también las guías oficiales de hoteles para conocer un periodo amplio de la oferta hotelera en la Costa del Sol.
2. En segundo lugar, se analiza la evolución de una serie de variables o indicadores antes y durante el período de crisis económica, con la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos.

Los indicadores para este estudio se seleccionaron en función de su importancia y carácter informativo, en función de proporcionarnos una serie de datos que sitúen el contexto de la Costa del Sol en el período de crisis 2008-2014, realizando al mismo tiempo, comparativas entre este período y años anteriores a ésta. Los indicadores analizados fueron los siguientes:

- La evolución de empleo hotelero.
- La evolución del índice de rentabilidad hotelera.
- Evolución de las plazas hoteleras.
- Evolución de los incrementos de viviendas.
- Pernoctaciones hoteleras y en apartamentos turísticos.

- Evolución de la población y el saldo migratorio (emigraciones e inmigraciones).

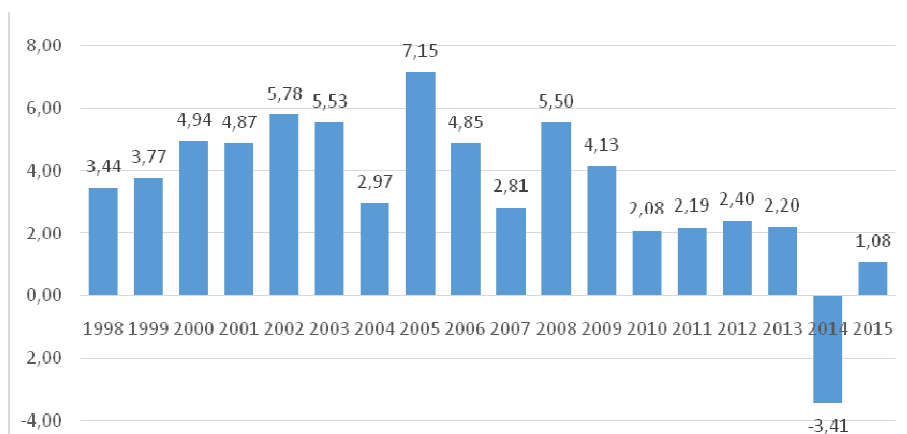
Análisis y resultados

Evolución de la población en la Costa del Sol

El desarrollo turístico de la Costa del Sol ha generado unos importantes incrementos demográficos en la zona, durante los últimos años se ha alcanzado un máximo de 538.126 habitantes en el año 2015. El ritmo de crecimiento ha sido muy elevado con aumentos interanuales que ha llegado a situarse en el 7,15% en el 2005. Los signos de la crisis se aprecian con reducción en los niveles de crecimiento a partir de 2009, los cuales se mantienen hasta la actualidad, uno de los elementos más excepcionales que se ha producido por primera vez en este contexto de crisis es la pérdida de población registrada en el año 2014, ya que se registró un descenso del -3,41%. Todos los municipios excepto Benahavís experimentaron este descenso, siendo el más destacable el registrado en Mijas con un descenso en su población de un -9,44%. Respecto al municipio de Benalmádena podemos destacar que su descenso demográfico fue algo inferior al de la zona (-2,99) y sobre todo se debe señalar que es el único municipio que en el 2015 vuelve a experimentar un crecimiento negativo (-0,51%).

Gráfica 1. “Evolución interanual de la población en la Costa del Sol”

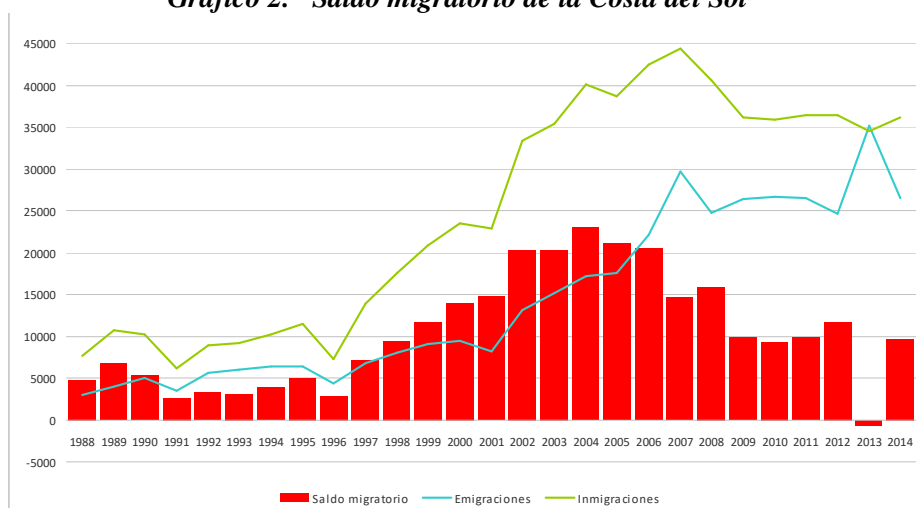
Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA).



Los importantes crecimientos demográficos han estado motivados por los flujos migratorios que esta zona consigue atraer por su dinamismo económico y sus características como espacio residencial. Evidentemente, en el contexto de crisis su dinamismo económico se ha visto afectado y

esto ha influido sobre los flujos migratorios. Desde el año 1996 hasta el 2007 la zona experimentó unos incrementos espectaculares en los movimientos migratorios, registrando unos saldos migratorios muy superiores a los que se venían alcanzando en los años anteriores, debido al aumento de las inmigraciones, se puede destacar el año 2004 cuando se alcanza un saldo migratorio positivo de 23.009 habitantes. A partir de 2007 podemos identificar como principal efecto de la crisis la caída brusca de las inmigraciones, la cual repercutió de forma importante en la disminución del saldo migratorio y en la ralentización de los crecimientos demográficos durante este período. También se debe señalar el comportamiento que ha tenido en las emigraciones en la evolución de la población, ya que se debe destacar que durante este período de crisis se registra un saldo demográfico negativo en el año 2013, un fenómeno nada usual en la zona y que se produce debido a un repunte importante de las emigraciones durante ese año. Este saldo migratorio negativo en el año 2013 el que da lugar a al descenso demográfico que se experimenta en el 2014.

Gráfico 2. “Saldo migratorio de la Costa del Sol”



Fuente: Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA).

Respecto a los flujos migratorios debemos destacar el de la población extranjera, se puede señalar el descenso de las inmigraciones extranjeras durante los años 2008 y 2009, para posteriormente estabilizarse, por lo que durante la crisis se ha reducido el saldo migratorio de la zona respecto al extranjero. Como destacamos anteriormente, en el año 2013 se produce un repunte de emigración que este caso se puede comprobar que tiene como principal destino el extranjero.

Evolución de las viviendas

Analizando el desarrollo urbanístico a través del estudio de las viviendas principales, secundarias y vacías, se observa que todos los municipios han ido incrementando las distintas categorías de viviendas con el paso de las décadas. Esto se debe al modelo de desarrollo extensivo que fue dominante durante el boom turístico que se basó en la construcción desmedida e incontrolada de edificios.

Durante el período comprendido entre 2001 y 2011 en la Costa del Sol se registra un considerable aumento en número de viviendas, a pesar de que de este período quedaría incluido en su recta final los efectos de la crisis en el sector inmobiliario. Las viviendas principales se incrementan un 65,33%, en algunos municipios del extremo de la Costa del Sol este incremento ha sido espectacular (Benahavís, Manilva y Benalmádena). El municipio que menos creció fue Marbella (39,7%) ya que durante este período su desarrollo inmobiliario se detiene por los casos de corrupción en las licencias urbanísticas.

El comportamiento que ha tenido la evolución de las viviendas clasificadas como secundarias o vacías ha sido muy heterogéneo, para la zona ambas ha aumentado un 6,35 y un 5,94% respectivamente. En algunos de los principales municipios turísticos como Fuengirola, Torremolinos o Benalmádena se ha producido un descenso de las viviendas secundarias, estos descensos pueden ser debidos en parte por su transformación en viviendas principales o vacías. Por otro lado, en municipios con un marco carácter residencial han aumentado considerable en la proporción de viviendas vacías, entre estos municipios podemos incluir Benahavís, Fuengirola, Manilva y Mijas.

El desarrollo urbanístico de la Costa del Sol en lo que se refiere a la construcción de viviendas refleja el efecto que ha tenido la crisis. Según los datos del Censo de Viviendas de 2011, la zona posee 342.405 viviendas de las cuales el 43% se corresponden a viviendas no principales (viviendas secundarias o vacías). Un 25% de las viviendas se han construido durante el período 2001- 2011. Para los años previos a la crisis (2001-2006) nos encontramos con más de 10.000 construidas durante cada año, en su mayoría destinadas a viviendas principales. Durante los años 2007 y 2008 se aprecia una caída en el ritmo de construcción de viviendas, siendo los años 2009, 2010 y 2011 cuando se identifica con claridad el efecto de la crisis sobre la construcción de viviendas en la Costa de Sol, durante estos tres años sólo se cuantifican 2995, 1510 y 1170 viviendas construidas. Por otro lado, estas nuevas viviendas ya no son

mayoritariamente ocupadas como viviendas principales, ya que más de la mitad aparecen como viviendas secundarias o desocupadas.

Tabla 1. “Evolución de la distribución de la vivienda principal, secundaria y vacía”

	vivienda principal 2011	vivienda secundaria 2011	vivienda vacía 2011	vivienda principal 2001	vivienda secundaria 2001	vivienda vacía 2001	vivienda principal* 2011-2001	vivienda secundaria* 2011-2001	vivienda vacía* 2011-2001
Benahavís	2.025	1.300	581	598	2.097	430	238,63	-38,01	35,12
Benalmád.	25.458	11.330	5.590	12.519	12.381	5.293	103,35	-8,49	5,61
Casares	2.022	1.177	495	1.208	850	467	67,38	38,47	6,00
Estepona	24.280	18.253	7.549	14.499	12.377	8.211	67,46	47,48	-8,06
Fuengirola	28.416	13.403	5.718	17.384	15.182	4.330	63,46	-11,72	32,06
Manilva	5.159	4.930	2.969	2.189	4.316	731	135,68	14,23	306,16
Marbella	48.791	26.231	11.678	35.009	25.790	16.330	39,37	1,71	-28,49
Mijas	29.523	14.280	7.003	17.313	11.176	3.522	70,53	27,77	98,84
Torremolin.	28.724	7.525	7.993	16.863	8.380	7.482	70,34	-10,20	6,83
Costa del Sol	194.398	98.429	49.576	117.582	92.549	46.796	65,33	6,35	5,94

* Porcentaje de incremento, Fuente: INE. Censo de Población y Viviendas, 2001 y 2011.

Evolución en el sector turístico

La crisis ha provocado un estancamiento y en algunos años una reducción del empleo en el sector hotelero, aunque en los dos últimos años se ha recuperado. Esta situación contrasta con el crecimiento de los ingresos por habitación. El empleo ha sido uno de los factores perjudicados por la crisis. Los ingresos hoteleros han crecido a un ritmo superior al del empleo. El empleo turístico bajó bastante en los años 2012 (2,53%) y 2013 (-7,29%) en la Costa del Sol, aunque en 2015 se ha recuperado con fuerza (9,0%). Esta disminución e incrementos están por encima de la media nacional. La ratio de trabajadores por plaza ha disminuido en los años de crisis. Así mismo, la crisis ha incrementado la estacionalidad del empleo. La estacionalidad era una situación habitual antes de la crisis en la estructura laboral del sector turístico y de forma concreta en la Costa del Sol: oscilaba entre el 30,5% de estacionalidad en 2000 y el 35,4% de 2007. A partir del año 2008 ha ido aumentando

progresivamente: 39,18% en 2008, 45,84% en 2010, 54,36% en 2012 hasta llegar en 2014 al 54,55% (INE, 2000-2014) ³.

Tabla 2. “Evolución de empleo hotelero. Costa del Sol. 2010-2015”

	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Marbella	11.000	9.761	9.205	10.082	10.253	9.769
Torremolinos	6.353	6.139	5.914	6.256	6.269	6.440
Fuengirola	4.079	3.732	3.474	3.811	4.023	4.156
Benalmádena	4.329	4.119	3.976	4.313	4.403	4.306
Estepona	2.977	2.615	2.253	2.312	2.519	2.575
Costa Sol	28.738	26.366	24.822	26.774	27.467	27.246

Fuente: Exceltur

Tabla 3. “Evolución del Rev/Par hotelero. Costa del Sol. 2010-2015”

	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Marbella	90,5	76,5	71,5	67,0	67,8	64,3
Torremolinos	57,8	56,4	53,4	44,6	44,0	43,1
Fuengirola	47,0	39,5	37,1	36,8	36,6	38,5
Benalmádena	53,7	49,3	43,5	40,0	46,6	39,8
Estepona	64,5	53,4	40,9	48,0	51,2	52,9
Costa Sol	60,2	54,2	49,3	47,8	49,2	47,7

Fuente: Exceltur

Tabla 4. “Evolución del índice de rentabilidad hotelera del destino”

	Índice rentabilidad hotelera destino 2010	Índice rentabilidad hotelera destino 2014	% Increment. (2010-2014)		Índice rentabilidad hotelera destino 2010	Índice rentabilidad hotelera destino 2014	% Increment. (2010-2014)
Marbella	22.489,78	23.125,21	2,83	Calvià	22.331,14	27.517,77	23,23
Torremolinos	14.359,87	15.934,17	10,96	Chiclana	14.500,53	12.877,01	-11,20
Fuengirola	6.559,36	7.213,89	9,98	Arona	11.272,49	18.032,30	59,97
Benalmádena	9.289,56	10.441,18	12,40	Benidorm	20.969,94	23.247,34	10,86
Estepona	8.405,02	6.952,88	-17,28	Lloret	9.060,08	13.118,65	44,80
Costa Sol	60.010,60	59.935,75	-0,12				

Nota: El índice rentabilidad = RevPar x plazas/ tasa ocupación hotelera

Fuente: Exceltur y elaboración propia

El índice de rentabilidad hotelera por destino pone en relación los ingresos hoteleros entre la oferta de alojamiento y la ocupación de las plazas. De esta forma, se tiene en cuenta los ingresos, la oferta de

³ Se entiende la estacionalidad laboral como la diferencia de empleo entre el mes con más empleo y el menor.

alojamiento y su ocupación. El índice de rentabilidad muestra un comportamiento desigual, así mientras algunos destinos de la Costa del Sol han evolucionado de forma positiva (Benalmádena y Torremolinos), Marbella muestra un ligerísimo crecimiento y Estepona un decrecimiento. Otros destinos turísticos de similares características, tienen este comportamiento diverso. Unos han crecido de forma muy dinámica como es el caso de Arona (islas Canarias) y otros como Chiclana que en 2010 tenía el RevPar más elevado de todos los destinos vacacionales de España, pues ha descendido. Estos comportamientos serían explicables debido a la intervención de muy diversas variables, pero parece que los destinos especializados en turismo nacional han sufrido más que los destinos enfocados al turismo internacional. En la Costa del Sol, los destinos de gama media/ baja especializados en turismo internacionales son los que mejor funcionan en términos de rentabilidad hotelera (Torremolinos y Benalmádena).

El período 2010-2012 también muestra que a pesar de estos tiempos de crisis, el índice de rentabilidad en términos generales en la Costa del Sol se ha ido manteniendo, incluso algunos municipios, como decíamos anteriormente, han crecido hasta llegar a un 12,40%, como es el caso de Benalmádena.

Esta rentabilidad económica se refleja también en el incremento de plazas hoteleras. Si observamos la evolución desde 1958, se percibe que desde que comenzó el desarrollo turístico, de forma generalizada, los municipios han ido creando cada vez más plazas hoteleras aunque Mijas y Torremolinos vieron decrecer sus plazas durante los años 80, coincidiendo con la época de estancamiento de la oferta hotelera. Por otro lado, Manilva, Casares y Benahavís, fueron los últimos en desarrollarse turísticamente y es por ello, que su plazas hoteleras se crean más tarde en el tiempo. Durante el período actual de crisis no se percibe que hayan ocurrido grandes cambios dentro de la tónica habitual de crecimiento, es decir, podría pensarse que se ha podido perder considerablemente plazas hoteleras, no habiéndose creado más de las existentes, y sin embargo, han ido incrementándose moderadamente con algunas excepciones. Durante el 2010 Torremolinos y Marbella perdieron 0,3% y 1,9% de sus plazas hoteleras, un número mínimo y no relevante de plazas.

En 2014, Behanavís ha mantenido su número de plazas y Estepona, Casares y Manilva han perdido plazas hoteleras: 5,4%; 6,1% y 15,4% respectivamente, siendo más llamativo el caso de Manilva con el mayor número de plazas pérdidas durante este año. El resto de municipios: Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Mijas y Marbella ha incrementado su número de plazas, siendo Fuengirola el que más ha visto crecer su oferta (9,2%) con respecto al 2010.

Tabla 5. “Evolución de las plazas hoteleras en la Costa del Sol (1959-2014)”

	Torremolinos	Benalmádena	Fuengirola	Mijas	Marbella	Benahavís	Estepona	Casares	Manilva	Total
1959	532	96	60	126	282	0	50	0	0	1.146
1965	3.607	1.579	1.088	160	2.085	0	804	0	0	9.323
1970	7.087	1.874	1.994	226	4.815	0	1.621	0	0	17.617
1975	12.067	4.827	3.404	975	7.059	0	1.541	0	0	29.873
1980	16.451	6.033	6.180	860	8.453	0	1.716	0	0	39.693
1985	15.841	6.181	7.495	574	8.697	0	1.667	0	21	40.476
1990	17.618	7.535	7.556	1.184	9.815	0	2.156	15	14	45.893
1995	18.471	6.665	7.953	833	12.051	0	2.154	15	238	48.380
2000	19.384	9.080	7.867	1.127	12.578	17	4.200	55	277	54.585
2005	20.504	12.535	9.441	2.355	15.819	686	7.002	87	519	68.948
2010	20.427	13.918	9.546	2.477	15.512	1.498	7.439	229	792	71.838
2014	20.511	14.031	10.430	2.469	15.574	1.498	7.031	215	670	72.429

Fuente: SIMA (1990-2014), Guías Oficiales de Hoteles (1959-1985)

Si analizamos las pernoctaciones hoteleras de los puntos turísticos más destacados de la Costa del Sol, se percibe que ha tenido sus altas y bajas propias de este sector y podríamos concluir que se han ido manteniendo incluso han crecido favorablemente durante 2012 y 2014. Si comparamos los datos del 2006, un año de no crisis económica, con los resultados del 2014, se observa que Benalmádena, Estepona y Fuengirola han superado las pernoctaciones hoteleras en (2,4%), (3,4%) y (18,1%) respectivamente, siendo este último municipio el que más ha crecido en este sentido. Marbella y Torremolinos, siguiendo esta línea comparativa entre 2006 y 2014, han perdido pernoctaciones en sus establecimientos hoteleros en un (1,5%) y (9,2%), siendo más significativo el caso de este último.

Tabla 6. “Pernoctaciones hoteleras en destinos de la Costa del Sol (2006-2014)”

	2006	2008	2010	2012	2014
Benalmádena	2.690.222	3.237.826	2.366.103	2.554.902	2.755.436
Estepona	833.292	933.147	821.204	676.657	861.914
Fuengirola	1.853.688	2.196.587	1.781.415	1.489.691	2.190.793
Marbella	2.612.932	2.474.650	2.267.936	2.444.773	2.571.816
Torremolinos	5.107.521	4.457.759	3.910.115	4.626.603	4.636.256

Fuente: INE. Encuesta de ocupación hotelera. Pernoctaciones de los viajeros por puntos turísticos.

Sigue siendo Torremolinos, la localidad que ha perdido incluso pernoctaciones en apartamentos turísticos entre 2006-2014, por el contrario, Marbella, que también había perdido pernoctaciones hoteleras, ha incrementado su número en (193,9%), siendo el mayor incremento de toda la Costa del Sol. Fuengirola ha perdido pernoctaciones en esta categoría de establecimiento en (28%), sin embargo, se ha visto favorecido en pernoctaciones hoteleras con un importante incremento del (18,1%), tal y como observábamos anteriormente. Otros municipios que han incrementado considerablemente estas pernoctaciones han sido: Benalmádena (154,7%), Mijas (147,9%) y Estepona (126,1%).

Las pernoctaciones hoteleras de los puntos turísticos más destacados de la Costa del Sol, se percibe que ha tenido sus altas y bajas propias de este sector y podríamos concluir que se han ido manteniendo incluso han crecido favorablemente durante 2012 y 2014. El apartamento turístico concentra un mayor número de plazas disponibles dentro de un mismo espacio a un precio menor que los hoteles, por tanto, podría ofrecer una interesante alternativa para el turismo familiar.

No obstante, el mayor número de pernoctaciones lo concentran los hoteles, a pesar de este interesante incremento en los apartamentos turísticos.

Conclusiones

Uno de los impactos más relevantes de la crisis ha sido la pérdida de población en todos los municipios de la Costa del Sol excepto en Benahavís. La caída brusca en el número de inmigrantes ha repercutido de forma relevante en el saldo migratorio lo que ha ralentizado el crecimiento demográfico. De la misma manera, se ha perdido población debido a las emigraciones, un fenómeno que es interesante resaltar porque la Costa del Sol se ha caracterizado por la llegada de inmigrantes que han buscado ofertas laborales en el sector turístico y como resultado, las emigraciones no eran significativas. En estos tiempos de crisis parece ser que son los lugareños de estos municipios los que deciden salir hacia afuera en busca de empleo o de un lugar con otras perspectivas económicas.

La crisis ha provocado un empeoramiento en las condiciones laborales y una reducción del empleo en el sector hotelero, aunque en los dos últimos años ha ido recuperándose.

En cuanto al sector turístico, el índice de rentabilidad hotelera en destino, en términos generales en la Costa del Sol se ha ido manteniendo, aunque algunos destinos han empeorado su situación y otros han mejorado.

Respecto a la evolución de la oferta de plazas hoteleras, en algunos municipios no han disminuido, por el contrario, se han incrementado, como es el caso de Benalmádena.

Del 2002 al 2011 hubo un incremento en las viviendas debido al boom inmobiliario que precedió a la crisis económica, es por ello, que las estadísticas no recogen el período concreto del 2008 al 2015, no obstante, durante estos últimos años, el sector inmobiliario se ha paralizado prácticamente, lo que ha dado a lugar a un importante parque de viviendas vacías.

En comparación a los años anteriores a la crisis las pernoctaciones en establecimientos en 2014 se han estancado, mientras que las pernoctaciones en apartamentos turísticos se han incrementado claramente. La rentabilidad hotelera del destino es bastante moderada en comparación con otras áreas turísticas, por esta razón la viabilidad del sector hotelero descansa en los sacrificios de la mano de obra.

En definitiva, la situación postcrisis es contradictoria. Por un lado, el mercado laboral aún no se ha recuperado y aún el saldo migratorio muestra una escasa capacidad de crecimiento. Y por otro lado, la oferta hotelera sigue creciendo y la construcción de viviendas sigue registrando unos mínimos históricos.

Agradecimientos. La investigación que da lugar a esta publicación se inscribe en el proyecto titulado “Crisis y reestructuración de los espacios turísticos del litoral español” (CS02015-64468-P) del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

Bibliografía

- GALACHO, F. B. y LUQUE, A. (2000). “La dinámica del paisaje de la costa del sol desde la aparición del turismo”. *Baética. Estudios de arte, geografía e historia*, 22, 25-58.
- JURDAO, F. (1979). *España en venta*. Colección Ciudad y sociedad. Editorial Ayuso: Madrid.
- LÓPEZ, D. (1984). *La inmigración en la Costa del Sol: análisis de un desarraigo*. Servicio de Publicaciones, Diputación Provincial de Málaga: Málaga.
- MELLADO Y GRANADOS, (1998). *Historia de la Costa del Sol*. Diario Sur, Prensa malagueña S.A.: Patronato de Turismo de la Costa del Sol, Málaga.
- MORALES, J. M. (1982). *La arquitectura del ocio en la Costa del Sol*. Málaga: Universidad de Málaga.
- TURESPAÑA (varios años). *Guía de hoteles, campings y apartamentos*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Recursos electrónicos

EXCELTUR (2010-2015): Barómetro rentabilidad destinos turísticos.

INE, Instituto Nacional de Estadística (2001-2011): Censo de Población y Viviendas.

INE, Instituto Nacional de Estadística (1951-2011): Viviendas con municipios (con más de 50.000 habitantes o capitales), tipo de vivienda y año de construcción (agregado) del edificio.

INE, Instituto Nacional de Estadística (2006-2014): Encuesta de ocupación hotelera. Pernoctaciones de los viajeros por puntos turísticos.

INE, Instituto Nacional de Estadística (2000-2014): Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos. Pernoctaciones de los viajeros por puntos turísticos.

SIMA, Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía. Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.

La percepción social del paisaje urbano como indicador de sostenibilidad turística.

El caso de Sevilla

Inmaculada MERCADO ALONSO y Alfonso FERNÁNDEZ TABALES

Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física. Universidad de Sevilla imercado@us.es// aftabales@us.es

Mercado Alonso, I. y Fernández Tabales, A. 2016. La percepción del paisaje urbano como indicador de sostenibilidad turística. El caso de Sevilla. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 131-142. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. La comunicación plantea la relación entre paisaje urbano y turismo en un momento de auge del turismo en las ciudades. Los efectos no deseados de una mayor frecuentación turística en cascos históricos y otros sectores urbanos apuntan a un deterioro y banalización del paisaje que podría afectar no sólo a la competitividad del destino sino a su calidad como espacio residencial, productivo y ciudadano. Se plantea un doble objetivo: aplicar una metodología de investigación cualitativa para conocer las percepciones y valoraciones de residentes y visitantes sobre el paisaje urbano, y evaluar si la información obtenida puede incorporarse a un sistema de indicadores locales de sostenibilidad turística. Los resultados aportan información desde la perspectiva de definición que determina el Convenio Europeo de Paisaje y se concluye que dicha información tiene relevancia para ser recogida como variable a tener en cuenta en la aplicación de políticas de gobernanza local.

Palabras clave: Paisaje, Turismo urbano, Percepción social, Técnicas de investigación cualitativa, Indicadores de sostenibilidad turística.

Antecedentes. Marco teórico

Esta investigación parte de la confluencia de dos líneas de investigación muy consolidadas en la literatura científica de los últimos años: la participación social en los estudios de paisaje y la construcción de sistemas de indicadores de sostenibilidad en destinos turísticos.

Efectivamente hay numerosas aportaciones centradas en reflexionar y llevar a la concreción las determinaciones del Convenio Europeo de Paisaje (Florencia, 2000) que define al mismo como “*cualquier parte del*

territorio tal y como la percibe la población". Esta línea intenta profundizar en una metodología adecuada que aporte información sobre esa percepción social que sea relevante y trasladable a las políticas de paisaje (Priour-Durousseau, 2006; Jones, M. 2007; Jones, M.- Stenseke, M. 2011). En el contexto de esta investigación hay un primer reto sobre la necesidad de afinar o precisar qué se entiende por "*población que percibe*". Para territorios que se han incorporado a la función turística parece pertinente que los interlocutores sean tanto las personas residentes como las visitantes e identificar los posibles conflictos o confluencias en torno al mismo paisaje (Barrado-Castiñeira, 1998; Santos et al., 2016). En este sentido, el punto de vista del que vive en y del paisaje puede ser muy diferente del que lo contempla y disfruta y, por ello, resultaría oportuno generar estrategias de convergencia de intereses en la búsqueda de una mejor gobernanza en la escala local. El segundo reto se refiere a la elección de la metodología más adecuada para el acceso a la información sobre percepciones y valoraciones sociales, y en concreto, la opción por herramientas de investigación cualitativa.

La segunda línea de investigación confluyente en esta comunicación es aquella que ha reflexionado, diseñado y evaluado sistemas de indicadores de sostenibilidad aplicados a destinos turísticos (UNWTO, 2004; EUROSTAT, 2006; Castellani & Salas, 2010; European Commission; 2013; GSTC, 2013) Este planteamiento significa colocar la calidad del paisaje como un elemento más de la sostenibilidad turística pero también como un factor que está determinando la calidad de vida de las personas residentes y la experiencia de disfrute y ocio de los visitantes (Pires, P.S., 2011). Sin embargo, lo cierto es que el paisaje no aparece de forma explícita en los sistemas de indicadores de sostenibilidad, en general, ni de los destinos turísticos en particular, aunque pueda admitirse que parte de los indicadores pueden estar relacionados con él. En la mayoría de los casos el paisaje se ha integrado en los indicadores que tienen un componente territorial o ambiental cuantificable, o que expresan el grado de conservación de elementos patrimoniales (naturales o culturales), pero se ha obviado la opinión ciudadana al respecto, que constituye, como se indicaba, un elemento clave de su definición y cualificación; aspectos éstos que se tratarán en la parte final de la comunicación.

Dentro de estas variables de análisis se identifican, pues, ciertas complejidades de concepto y de método. En primer lugar, la propia definición del paisaje urbano y la necesidad de objetivar los elementos que le otorgan carácter y lo cualifican, especialmente desde la perspectiva de considerarlo como un recurso turístico. En segundo lugar, la necesidad de incorporar como sujeto de percepción y valoración del paisaje urbano tanto a la población residente, estable en el tiempo, como a la visitante, que tiene

una experiencia momentánea en el lugar. Por último, la dificultad de traducir a un lenguaje de indicadores la información obtenida a través de procesos de participación social y de investigación cualitativa, para que sea útil en los procesos de gobernanza de los destinos turísticos.

Efectivamente existen dificultades para el reconocimiento del concepto de paisaje urbano por la larga tradición de identificación del concepto genérico “paisaje” con entornos naturales o rurales con atributos esencialmente estéticos (Ferrer, 2008; Moya, 2011; Zoido, 2012). Para el turista, la ciudad, entorno del que generalmente procede y en el que se desarrolla su vida cotidiana, sólo es paisaje si se vincula a visiones de conjunto (vistas, perfiles), elementos naturales de emplazamiento (ríos, promontorios, colinas...) o en sectores o barrios con un fuerte componente histórico y patrimonial, es decir, como paisaje histórico urbano (Fernández-Baca et al. 2009). Así, los cascos históricos de las ciudades y núcleos rurales, gestionando bien sus atributos paisajísticos, se han convertido en un recurso económico a partir de su función turística (De la Calle, 2002).

Otro reto se refiere al sujeto de análisis, que incluye la población local (en especial la que vive o desarrolla su actividad económica en el ámbito delimitado y los agentes privados o públicos que tienen incidencia en él) y a la población visitante. La primera es accesible y puede ser abordada con herramientas de investigación social convencionales. La segunda presenta la dificultad de ser una población no residente, con una estancia temporal, generalmente de corta duración, de localización dispersa y no organizada como colectivo. En el caso de las herramientas de carácter cualitativo (las que se han desplegado para esta investigación) resulta complicado abordar a este sujeto de investigación, lo que explica que se haya optado por un tipo de visitante en particular: aquel que registra una estancia media más larga (estudiantes de español, estudiantes Erasmus...).

Objetivos y metodología

Partiendo de estos retos la comunicación se plantea los siguientes objetivos:

- Estudiar las percepciones y valoraciones sociales del paisaje en un destino turístico, la ciudad de Sevilla, aplicando una metodología sustentada en técnicas cualitativas (entrevistas en profundidad a agentes cualificados y grupos de discusión).
- Analizar los resultados obtenidos en el caso de estudio, con especial atención a la percepción y valoración de los conflictos y

complementariedades surgidos entre la actividad turística y el paisaje urbano.

- Plantear una reflexión orientada a incorporar la percepción social del paisaje a los sistemas de indicadores de sostenibilidad turística en destinos urbanos.

Dadas las características de la información que se pretende obtener (sobre percepciones y valoraciones sociales) y las del sujeto de análisis (población local y visitante) la metodología adoptada es de investigación cualitativa. El desarrollo de esta metodología se ha basado en la implementación de dos herramientas básicas: entrevistas a agentes representativos y grupos de discusión.

La elección de las entrevistas en el marco del proceso de participación busca un conocimiento más profundo de la realidad en un formato que lo facilita por sus características de comunicación presencial, personal y reposada, conscientes de las limitaciones y ventajas que ello comporta (Vallés, 2000). El proceso ha requerido el diseño y construcción del cuestionario y del directorio de agentes (responsables técnicos municipales, asociaciones empresariales y expertos y profesionales locales), la realización del trabajo de campo y el vaciado de la información de las entrevistas grabadas. Finalmente se ha elaborado la síntesis de la información obtenida y extraídas las conclusiones.

El grupo de discusión es una técnica de investigación cualitativa basada en crear un espacio de diálogo sobre el objeto del trabajo que favorezca la generación de información a partir del contraste de opiniones. El desarrollo de los dos grupos de discusión realizados siguió las pautas metodológicas recomendadas en la bibliografía científica (Krueger, 1991; Gil, 1992; Callejo, 2001; Suárez, 2005). Como se ha comentado, para contar, además de con residentes, con población visitante, se ha incluido en los grupos de discusión a estudiantes internacionales con tiempo de estancia diverso (desde tres años a un mes) pero más prolongado que el turista convencional. La homogeneidad o afinidad se basó en la edad, con un perfil joven para poder incluir a estos últimos. Se les ofreció una mínima información sobre la herramienta en la que iban a participar y se convocaron las dos sesiones, en octubre de 2015 y junio de 2016, en la sede de la Facultad de Geografía e Historia de la Universidad de Sevilla.

Por último, se ha realizado un análisis de la bibliografía existente sobre aplicación de sistemas de indicadores de sostenibilidad turística en destinos, especialmente urbanos, para proponer una reflexión sobre la incorporación de información obtenida a partir de métodos cualitativos a dichos sistemas, en relación a las percepciones y valoraciones sociales del paisaje.

Análisis de resultados

Sobre el concepto de paisaje urbano y sus elementos constitutivos

El paisaje urbano es reconocido e identificado por las personas que viven o visitan la ciudad de Sevilla. Se localiza como “*ciudad antigua o monumental*”, de tal forma que la ciudad más moderna parece escapar a la categoría de paisaje. En su caracterización destaca la referencia a los elementos construidos, marcando el rasgo de un espacio que ha sido profundamente transformado por el hombre, humanizado desde hace siglos. Ello no significa que no se hayan mencionado otros elementos como la ubicación en el entorno territorial, el valor escénico, la presencia de elementos naturales (árboles, jardines, agua...). También se han destacado la influencia de actividades económicas como conformadoras del paisaje urbano (comercio, turismo, transporte...).

La valoración es generalmente positiva. Se repiten los adjetivos que marcan su carácter “monumental”, “excepcional”, “grandioso”, “deslumbrante”, o “sorprendente para el turista”. Es frecuente destacar la trama urbana como un elemento característico de la ciudad de Sevilla, una trama contrastada: por un lado, el espacio escénico monumental que se nuclea en torno al conjunto declarado Patrimonio Mundial (Catedral, Archivo de Indias y Alcázar), y que se extiende por la Avenida de la Constitución hasta el Ayuntamiento y la Plaza de S. Francisco; por otro, la ciudad angosta y recoleta del barrio de Santa Cruz y alrededores (Véase Figura 1). Hay elementos recurrentes que se identificarían con el carácter del paisaje urbano como el conjunto de edificios singulares de estilos artísticos diferentes, pero igualmente aparecen numerosas referencias a la arquitectura residencial en general, a la que se otorga valor especialmente por su cromatismo: el blanco de las fachadas, resaltado por dos colores muy identitarios (almagra y albero). La ubicación (el valle del Guadalquivir), los elementos naturales (especialmente la vegetación, y concretamente especies como palmeras, naranjos y magnolios) y la luz, se han mencionado también como rasgos distintivos del paisaje de la ciudad.

Sobre la valoración del paisaje urbano de Sevilla y sus principales elementos

Los resultados muestran que los elementos del paisaje urbano con más menciones son las fachadas y edificios, las plazas y espacios peatonales, terrazas y veladores y los árboles y jardines. Los elementos del paisaje urbano con menos menciones o menos identificados con el concepto de paisaje son pavimentos y Acerados, publicidad, rotulaciones y mobiliario urbano. Los elementos de pequeña escala, de mirada de detalle, parecen alejarse de una concepción más escénica del paisaje urbano.

En relación a las fachadas y el aspecto externo de los edificios se reconoce el cuidado y el esfuerzo en rehabilitación, especialmente de elementos del patrimonio histórico. Sólo se mencionan puntualmente algunas intervenciones chocantes por su escasa integración en el entorno (Ej.: Edificio de la Previsión Española; Metrosol-Parasol Las Setas) o la presencia de grafitis que se consideran síntomas de dejación o abandono. En las intervenciones de los residentes hay un reconocimiento a la mejora de plazas y espacios públicos, al cumplirse el objetivo de ser espacios más amables para el peatón y también para el turista, lo cual repercute indirectamente en una mayor actividad comercial. Los turistas han valorado positivamente la posibilidad de desplazamientos en bicicleta. Se han registrado algunas referencias negativas, aunque minoritarias: la peatonalización de un casco histórico tan extenso es perjudicial para el turismo porque el acceso se hace más complejo, tratamiento discutible de algunas “nuevas plazas” (Alfalfa, Plaza del Pan, Puerta Jerez...) que choca con lo esperado por el turista, peligro de tematización turística en los espacios peatonales.

En relación a las terrazas y veladores la opinión unánime de los residentes es que su implantación es excesiva, incluso entre quienes trabajan en el sector turístico. Se habla de invasión del espacio público, ruidos, elementos poco integrados en el entorno y de dudoso gusto (sillas, mesas, sombrillas...), incumplimiento de la normativa municipal reguladora... etc. Está mucho más matizada o se aprueba abiertamente en el caso de los turistas, que pueden valorar los aspectos funcionales de estas terrazas (la comodidad para la visita derivada de la proliferación de ofertas a su disposición); frente a unos residentes que perciben la rápida transformación de espacios emblemáticos de la ciudad, y desaprobaban el resultado al compararlo con la situación anterior.

Otro elemento altamente valorado por el turista y no tanto por el residente es el arbolado y los jardines. Entre los turistas internacionales se pone de relieve el asombro (por poco esperado) ante la cantidad y calidad que perciben en ellos y recuerdan el carácter estratégico de la sombra y el frescor en una ciudad como Sevilla en verano. Es más crítica la población residente, con referencias a la falta de cuidados y mantenimiento, la elección de las especies y la falta de interpretación en los jardines que tienen valor histórico.

Los pavimentos y Acerados son elementos poco mencionados en general. Sólo si se pregunta expresamente por ellos aparece alguna opinión difusa; se habla de mejora sustancial en los últimos años, aunque muy centrada en los sectores de máxima afluencia. Algo parecido ocurre con la publicidad, que debe ser evocada para que la persona repare en su consideración. En este aspecto los turistas son más críticos: denuncian exceso y elementos que claramente molestan las vistas y el disfrute del

paisaje urbano, incluso, en casos puntuales, el tránsito fluido (elementos publicitarios de negocios y tiendas). Con la señalización las consideraciones son las mismas: se abusa y se duplica la información, están mal situadas...

Sobre la delimitación del paisaje urbano con función turística en la ciudad de Sevilla y localización de los principales conflictos.

La delimitación del espacio de frecuentación turística que hacen turistas y residentes coincide en términos generales, identificándose con el entorno de los monumentos declarados Patrimonio Mundial. Sin embargo, ha sido recurrente la referencia a la ampliación de este espacio hacia Triana y el Río, La Cartuja y el legado de la Expo 92 y, sobre todo, hacia el casco norte (véase Figura 1); reflejando así un aspecto novedoso del sistema turístico de Sevilla en los últimos años. La percepción de esta nueva realidad espacial se refleja en diferentes sentimientos o valoraciones sociales: por un lado, se expresa como necesidad para evitar que la capacidad de carga de los espacios de mayor frecuentación llegue a superar límites aceptables, para aumentar la estancia media al incorporar nuevos atractivos y productos, y para que los beneficios esperables de la actividad turística puedan alcanzar mayor extensión geográfica y a más población; por otro lado, se expresa con cierto temor ante la perspectiva de aumentar las áreas especializadas en una función turística que puede incidir negativamente en su autenticidad o “tranquilidad” cotidiana.

De la información obtenida en los diferentes instrumentos puede deducirse una clara conciencia de la localización de los principales puntos de conflicto en espacios concretos, asociados a sus causas más sobresalientes (véase localización en Figura 1). Si bien, dadas las características y extensión de la comunicación, no ha sido posible reflejar en detalle dicha información, sí ha quedado patente la utilidad de estos instrumentos también para la aportación de contenidos al diagnóstico de situaciones de conflicto.

Discusión: hacia una propuesta para la incorporación de las percepciones sociales del paisaje en los sistemas de indicadores de sostenibilidad para espacios turísticos

Teniendo en cuenta la orientación de la información obtenida a través de instrumentos de investigación cualitativa, se plantea una reflexión sobre la posibilidad de introducir la variable de percepción de paisaje en los sistemas convencionales de indicadores de sostenibilidad para espacios turísticos. Habría dos aspectos previos a destacar: determinar el alcance de la inclusión del paisaje mismo como elemento a valorar en un

sistema que mide la sostenibilidad y, en segundo lugar, valorar la conveniencia de introducir indicadores cualitativos en este tipo de sistemas.



Figura 1. Localización en Sevilla del espacio turístico tradicional, nuevos espacios turísticos y puntos de conflicto. Elaboración propia.

La relación entre paisaje y sostenibilidad se ha puesto de manifiesto por diferentes autores y se acepta en general la afirmación de que el estado y la dinámica de los paisajes constituyen aspectos indicativos para valorar la sostenibilidad de un territorio concreto (Ayuso-Delgado 2007; Díaz 2008). Esto se ha reflejado en los esfuerzos científicos por sistematizar herramientas que permitan una caracterización del “estado” del paisaje (Piore, 2003; Haines Young-Potschin, 2005; Sala, 2007; Rodríguez-Villar, 2007) como paso previo a los diagnósticos de sostenibilidad territorial.

Sin embargo, en los destinos turísticos los sistemas de indicadores de sostenibilidad no siempre han incorporado el paisaje como indicador, o al menos no de forma directa, sino a través de aspectos que tienen incidencia en el mismo, con indicadores estadísticos de carácter económico, social o ambiental (Ej. Extensión de los distintos usos de suelo, parámetros de control de contaminación arquitectónica, kilómetros de costa urbanizada... etc.) (Sancho A.-García, G., 2006).

Por otro lado, se ha venido cuestionando por algunos autores el peso excesivo de los indicadores cuantitativos basados en estadísticas disponibles a nivel local, en relación a los que se refieren a las percepciones y valoraciones sociales. En este sentido, introducir la variable paisaje, precisamente desde esta perspectiva, puede constituir un elemento de equilibrio y proporcionar un enfoque para conocer aspectos de la gestión del desarrollo turístico desde la perspectiva de la población.

Los resultados del trabajo presentado en esta comunicación podrían ser un primer paso para incluir el paisaje como indicador de sostenibilidad de destinos turísticos urbanos. Los avances realizados se resumen en tres direcciones:

- La idoneidad metodológica de las herramientas de investigación cualitativa (no sólo encuestas) para su incorporación a los sistemas de indicadores de sostenibilidad, desde una apuesta por fomentar la participación de los actores en la gestión turística.

- La definición de elementos e hitos que son identificados por población local y visitante como definidores del *carácter* (Countryside Agency and Scottish Natural Heritage, 2002) del paisaje urbano del destino, es decir, de aquellos aspectos que singularizan ese paisaje y lo hacen único. En este sentido, esta definición plantearía una propuesta de contenidos básicos que se configuran como “sensibles” en la gestión del espacio turístico: entornos contruidos de valor histórico y patrimonial, perfiles en visiones panorámicas, vegetación y zonas verdes; elementos que ocupan la vía pública, publicidad e imagen comercial...etc.

- La obtención de información sobre la percepción social del espacio turístico, aportando contenidos sobre la delimitación del mismo, orientación e idoneidad de su crecimiento, así como de los conflictos que

afectan al paisaje urbano y su valoración desde la perspectiva del residente y del visitante.

Conclusiones

Del proceso de investigación y la aplicación de la metodología descrita en apartados anteriores se extraen a continuación algunas conclusiones:

- La metodología orientada a conocer la percepción y valoración social del paisaje urbano puede confirmar, orientar, y completar la información obtenida mediante instrumentos de análisis cartográfico, estadístico, bibliográfico etc. En este sentido se acerca a las determinaciones del CEP que pone al mismo nivel el hecho objetivo del paisaje y su valoración por la población que lo percibe.

- Los instrumentos y procedimientos de investigación cualitativa son adecuados y se adaptan bien cuando el sujeto de análisis es la población residente, presentando mayores dificultades para los visitantes.

- La combinación de instrumentos de participación es clave para recoger diferentes registros de contenidos relevantes y alcanzar a perfiles variados de población residente y visitante.

- Los instrumentos de participación se muestran eficaces para generar conocimiento sobre la percepción de la población en cuanto a identificación y criterios de valoración de los paisajes urbanos, de los conflictos asociados a la función turística y de las aspiraciones que se proyectan sobre los mismos.

- La incorporación de las percepciones sociales sobre paisaje a los sistemas de indicadores de sostenibilidad completaría la información y facilitaría la gobernanza en destinos turísticos.

Bibliografía

- Barrado, D.A.-Castiñeira M. (1998) El turismo: el último capítulo de la idealización histórica de la naturaleza y el medio rural. Revista española de estudios agrosociales y pesqueros. Nº 184. Pp. 37 y ss.
- Callejo, J. (2001). El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación. Barcelona, Ariel.
- Castellani, V. & Salas, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development, [Tourism Management](#), 31(6), 871-880.
- COUNTRYSIDE AGENCY AND SCOTTISH NATURAL HERITAGE (2002) Landscape Character Assessment: guidance for England and Scotland. CA-SNH. Wetherby.
- De la Calle, M. (2002) La ciudad histórica como destino turístico. Ed. Ariel turismo. Barcelona.

- European Commission (2013). Herramienta del Sistema Europeo de Indicadores Turísticos para Destinos Sostenibles. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. 2013. 56 p.
- EUROSTAT (2006), Methodological Work on Measuring the Sustainable Development of Tourism, Part 1: Technical Report, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg
- Fernández-Baca, R.-Fernández, S.-Ortega, G.-Salmerón, P. (2009) La gestión del paisaje histórico urbano en Ciudades Patrimonio Mundial. Metodología de análisis, seguimiento y evaluación. En Fernández-Baca, R.- Salmerón, P.-Sanz, N. (coord.) El paisaje histórico urbano en las ciudades históricas patrimonio mundial: indicadores para su conservación y gestión. IAPH. Consejería de cultura. Junta de Andalucía. Sevilla.
- Ferrer, A. (2008). “Paisajes urbanos”. En Busquets, J. y Cortina, A. (Coord). Gestión del paisaje. Manual de protección, gestión y ordenación del paisaje. Ed. Ariel. Barcelona.
- Gil, J. (1992). “La metodología de investigación mediante grupos de discusión”. Enseñanza y Teaching: revista interuniversitaria de didáctica. Nº 10-11. 199-214.
- GSTC (2013) The Global Sustainable Tourism Council Criteria. United Nations Foundations. Retrieved in 20 February 2016, <<http://www.new.gstcouncil.org/en/>>
- Jones, M. (2007) The European Landscape Convention and question of public participation. Landscape Research. Vol. 32. Nº 5. 613-633.
- Jones, M. – Stenseke, M. (eds.) (2011) The European Landscape Convention. Challenges of Participation. Series: Landscape Series, Vol. 13. Springer. Londres-Nueva York.
- Krueger, R. A. (1991). El grupo de discusión: guía práctica para la investigación aplicada. Madrid, Pirámide.
- Moya, A. (2011). La percepción del paisaje urbano. Ed. Biblioteca Nueva. Madrid.
- Pires, P.S. (2011) Marco Teórico-metodológico de los estudios del paisaje. Perspectivas de aplicación en la planificación de espacios turísticos. Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 20. Págs. 522 – 541.
- Prieur, M. – Dourousseau, S. (2006) Landscape and public participation. In Landscape and Sustainable Development. Challenges of the European Landscape Convention, 165-207. Strasbourg. Council of European Publishing.
- Santos, E.- Fernández, A. y Muñoz, O. (2016). “La incorporación del paisaje a la planificación turística. Análisis de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía”. Cuadernos de Turismo, nº 37, págs.175-202.
- Suárez, M. (2005). El grupo de discusión: una herramienta para la investigación cualitativa. Barcelona, Laertes.
- UNWTO (2004). Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook, World Tourism Organization, Madrid. Retrieved in 18th April 2015. <http://sdt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/finalreport-bohol2008.pdf>.

- Valles, M. S. (2000). Técnicas cualitativas de investigación social. Editorial Síntesis.
- Zoido, F. (2012). Paisaje urbano. Aportaciones para la definición de un marco teórico, conceptual y metodológico. En Delgado, C.-Juaristi, J.-Tome, S. (eds.) Ciudades y paisajes urbanos en el siglo XXI. Santander Estudio, pp. 13-91.

La magnitud del turismo en isla de la Palma: del discurso dominante a la realidad estadística

David RAMOS PÉREZ

Departamento de Geografía - Universidad de Salamanca, a13004@usal.es

Ramos, D. 2016. La magnitud del turismo en isla de la Palma: del discurso dominante a la realidad estadística. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 143-159. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. Tras una década de estancamiento turístico y varias sentencias judiciales que anulan el planeamiento vigente, el Cabildo Insular de La Palma ha adoptado una estrategia de planificación territorial del turismo que encaja en las nuevas tendencias de corte neoliberal que emergen en el actual contexto de crisis. Dicha estrategia se fundamenta en un diagnóstico carente del necesario soporte cuantitativo y análisis comparativo, convirtiéndose en una mera sucesión de afirmaciones sustentadas en un aparente discurso técnico. Al objeto de evaluar alguna de esas afirmaciones se compara la magnitud alcanzada por el turismo en La Palma con la situación de otros destinos insulares del planeta. Para ello se calcula un índice de penetración turística modificado (TPI_{modif}) que parte de la metodología propuesta por McElroy y de Albuquerque (1999). Los resultados obtenidos señalan que el desarrollo turístico alcanzado por la isla la sitúa en una posición intermedia entre los 110 destinos analizados.

Palabras clave: Planificación territorial del turismo, especialización turística, crisis, La Palma, Canarias.

Introducción

La Palma es la isla más noroccidental del archipiélago canario. Cuenta con una superficie de 708,32 km², y en enero de 2015 su población ascendía a 82.346 habitantes. Estos datos la convierten en la quinta isla del archipiélago, tanto en superficie como en población. Junto con La Gomera y El Hierro, presenta un desarrollo turístico más tardío y mucho menos intenso que el observado en las restantes islas. Las características paisajísticas de La Palma han favorecido la emergencia de un producto turístico basado en sus atractivos naturales, claramente diferenciado del sol y playa dominante en Tenerife, Gran Canaria, Lanzarote y Fuerteventura. Hernández Luis (2009) ha identificado hasta seis causas que explicarían el

retraso en la inserción de la isla en la dinámica turística que afecta al archipiélago desde los años sesenta del siglo XX. Entre ellos destaca un factor técnico, pues la pista del aeropuerto no alcanzó la longitud suficiente para la operación de reactores de tamaño medio hasta el año 1985; y otro económico, dada la notable rentabilidad de la agricultura de exportación ligada al plátano, que había sentado las bases para su expansión en los años sesenta.

El desarrollo turístico de la isla arranca a partir del año 1987, sin un claro consenso sobre el modelo a adoptar y la ausencia de planificación insular al respecto. Habrá que esperar hasta el año 2007 para que entre en vigor el Plan Territorial Especial de Ordenación de la Actividad Turística de La Palma (PTEOAT), que por primera vez define un techo máximo para la oferta de alojamientos a medio plazo (25.500 camas en el año 2020), al tiempo que apostaba por un modelo de implantación territorial del turismo de baja densidad, priorizando los establecimientos aislados de pequeña dimensión en el ámbito rural (hasta 200 camas). Sin embargo, también favorece la consolidación de los núcleos turísticos convencionales, y da cabida a algunas actuaciones aisladas, ligadas a la construcción de campos de golf y a complejos turísticos de gran dimensión orientados producto de sol y playa (Rodríguez de la Cruz, 2007)

Dos sentencias del Tribunal Supremo dictadas en 2015 suspendieron la vigencia del mencionado PTEOAT y del Plan General de Ordenación de Los Llanos de Aridane. Ambas venían a frustrar, al menos temporalmente, las aspiraciones de determinados agentes públicos y privados de la isla sobre el futuro desarrollo turístico de la misma, pues 13.300 plazas planificadas pasaban a encontrarse en una situación de notable inseguridad jurídica. El revés judicial se sumaba al estancamiento de la demanda turística observado en La Palma durante una década, situación atípica en un contexto regional y nacional en el que no han dejado de incrementarse las llegadas de turistas extranjeros, y que ya había instalado la preocupación y la alarma entre parte de los empresarios turísticos de la isla.

Si a lo expuesto añadimos que la crisis económica ha golpeado a La Palma con una notable intensidad, siendo su tasa de paro sistemáticamente superior a la media regional desde el cuarto trimestre de 2013. Y si además consideramos las notables incertidumbres sobre el futuro del cultivo del plátano, principal producto de exportación de la isla, con un notable impacto en su economía, no resulta extraño que haya emergido con fuerza el debate sobre el modelo de desarrollo económico insular y el papel que el turismo debe desempeñar en él.

En este contexto se asiste a la génesis de un discurso, difundido por la mayoría de los representantes políticos y por los empresarios del sector, que descalifica la Ley 6/2002, que establecía medidas específicas de

ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma (BOC, 2002). El objeto de dicha Ley no era otro que facilitar el desarrollo de un modelo turístico diferenciado del dominante en el resto del archipiélago, apoyado en actuaciones de pequeña y mediana dimensión y orientado a un turista con un perfil del que visita el resto del archipiélago.

El fundamento aparentemente técnico de ese discurso aparece por primera vez en el documento que recoge la estrategia administrativa a seguir por el Cabildo Insular para superar los problemas generados sobre la planificación turística por ambas sentencias, ya que él se afirma que la Ley 6/2002 “no ha permitido la definitiva incorporación de la economía turística a La Palma como actividad importante” (Cabildo de La Palma, 2015, p. 41). Paradójicamente, el documento no ofrece justificación cuantitativa alguna de esa aseveración. Como tampoco se explicitan los criterios que convierten a la isla portuguesa de Madeira en una especie de óptimo de desarrollo turístico que debiera servir de modelo para La Palma. Es más, tras establecer una somera comparación de algunos indicadores de ambas islas, como el número de camas y las llegadas de turistas, los redactores llegan a concluir que (p. 42):

Resulta evidente que La Palma presenta un problema estructural de insuficiente masa crítica poblacional y de turistas, tanto en el parque de establecimientos alojativos turísticos de calidad, como en el número de plazas ofertadas, lo que impide alcanzar el umbral que sostenga una mínima economía de escala que propicie la definitiva incorporación del turismo en la isla y por ende el crecimiento socioeconómico y de población que garantice el mantenimiento de una oferta razonable de servicios públicos y privados de calidad.

Que un documento de estas características incurra en esta falta de rigor es alarmante. No solo porque al partir de un diagnóstico débilmente justificado las opciones estratégicas pueden comprometer gravemente el propio futuro turístico de la isla, sino que, y quizás esto sea lo más grave, pudiera haberse tenido la pretensión de utilizar un documento aparentemente técnico para dar mayor solidez a lo que simplemente es una opción de política turística entre otras posibles.

No en vano, el documento ha servido para difundir y consolidar la idea de que la demanda turística es exigua y que el turismo desempeña un papel marginal en el contexto económico insular. Asimismo, también ha facilitado que se establezca una relación de causalidad directa entre el supuestamente reducido número de turistas que llegan a la isla y la oferta de alojamientos de la isla, que sería incapaz por su pequeño número de despertar un mayor interés entre los grandes operadores turísticos, lo que permitiría un incremento de la conectividad aérea insular que terminaría redundando en un aumento de la demanda.

Este razonamiento, que tampoco se acompaña de las necesarias evidencias, constituye la guinda del diagnóstico que fundamenta una estrategia que intenta evitar un nuevo proceso de redacción de los instrumentos de planificación suspendidos y dar salida a la mayor parte de la oferta de plazas prevista mediante una modificación legislativa que permite su tramitación a través del Plan Insular en vigor. En última instancia, a lo que se asiste en La Palma es a la puesta en marcha de las nuevas formas de planificación territorial neoliberal de cariz desregulador que emergen con fuerza en el contexto de la crisis (Blázquez Salom *et al.*, 2015). No por casualidad hay una coincidencia temporal con la redacción de la nueva Ley del Suelo en Canarias, que acaba con muchos de los mecanismos de contención del crecimiento urbanístico existentes hasta ahora.

Al objeto de evaluar cuantitativamente la solidez de algunas afirmaciones escasamente justificadas de la nueva estrategia turística del Cabildo Insular, esta comunicación pretende comparar la magnitud alcanzada por el turismo en La Palma con la situación de otros destinos insulares del planeta. Comenzaremos por una breve presentación de la demanda turística y de la oferta de alojamientos existente en La Palma, así como su evolución reciente. Posteriormente compararemos la magnitud de ambas variables respecto a lo observado en otros pequeños destinos insulares del planeta, partiendo para ello de la metodología propuesta por McElroy y de Albuquerque (1999). Finalmente, apuntaremos algunas conclusiones sobre los resultados obtenidos.

Demanda y oferta turística en La Palma. Situación actual y tendencias recientes

A la hora de estimar el número de turistas llegados a La Palma nos encontramos con dificultades similares a las que existen en otros territorios para cuantificar dicho flujo. No exageramos si afirmamos que únicamente a partir de 2009 y 2010, con la actualización del Directorio de Establecimiento de Alojamiento Turístico y las mejoras metodológicas introducidas por el Instituto Canario de Estadística (ISTAC) en las Encuestas de Alojamiento Turístico, las estadísticas oficiales han terminado subsanando algunas de las lagunas existentes, reflejando de forma más fidedigna la realidad. Recurriendo a dichas encuestas, es decir, considerando únicamente los turistas que se alojan en un establecimiento legal, se obtiene que 220.000 turistas llegaron a La Palma durante el año 2015. A ellos habría que sumar los 207.000 excursionistas que arribaron al puerto de la capital insular (cuadro 1).

Cuadro 1. Visitantes, turistas y excursionistas en La Palma (2009-2015)

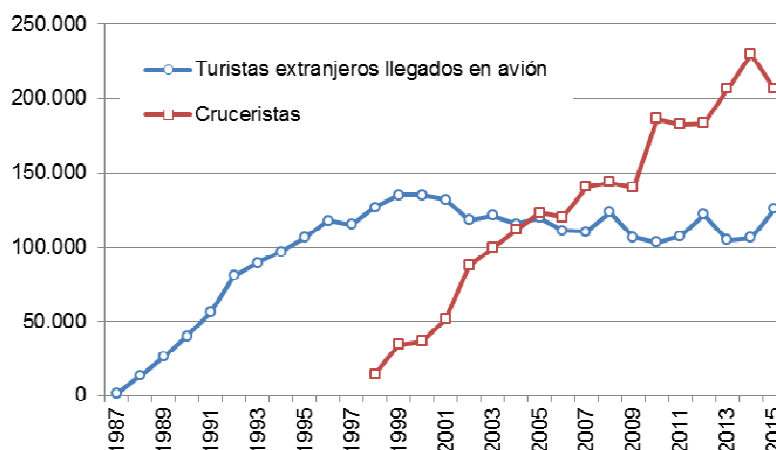
AÑO	Turistas						Subtotal	Crucevistas		Visitantes
	Extranjero	%	España	%	Canarias	%			%	
2009	88.653	25,8	45.088	13,1	70.007	20,4	203.748	140.175	40,8	343.923
2010	94.997	23,2	43.656	10,7	84.002	20,5	222.655	186.558	45,6	409.213
2011	93.014	22,9	59.569	14,6	71.782	17,6	224.365	182.580	44,9	406.945
2012	100.761	26,4	50.431	13,2	46.780	12,3	197.972	183.316	48,1	381.288
2013	94.031	23,2	46.800	11,5	57.929	14,3	198.760	206.888	51,0	405.648
2014	105.486	24,1	48.968	11,2	54.125	12,3	208.579	229.940	52,4	438.519
2015	119.320	27,9	48.043	11,2	53.466	12,5	220.829	206.799	48,4	427.628

NOTA: Los residentes en La Palma se han excluido del total de turistas provenientes de Canarias.

FUENTE: Encuesta de Alojamiento Turístico del ISTAC, varios años.

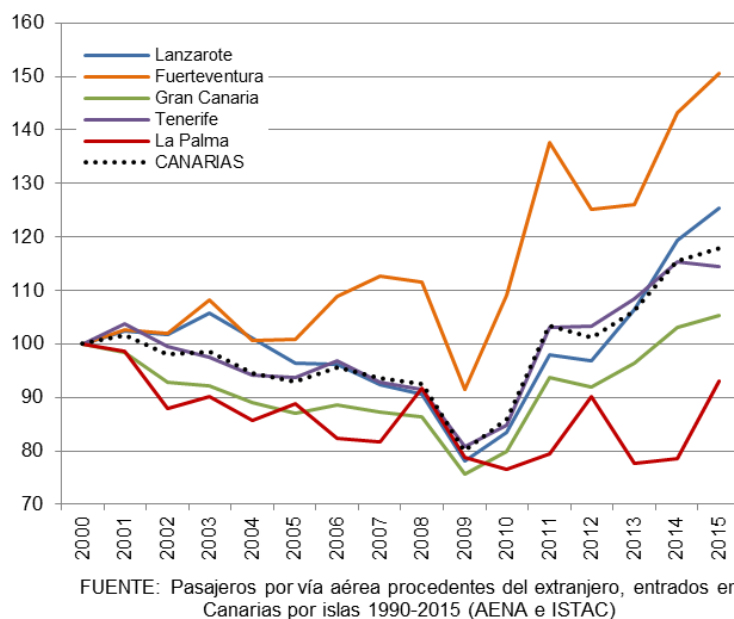
Entre los turistas, los de nacionalidad extranjera suponen el 55,8%, los provenientes de otra isla canaria alcanzan el 23,3% y, finalmente, aquellos llegados de otra región española se situaban en el 20,9%. La dependencia del mercado alemán es notable, pues suponen el 44% de los turistas extranjeros llegados a la isla, mientras los británicos, segunda nacionalidad en cuanto a número de llegadas, se sitúan en el 21%. En todo caso, el peso del mercado alemán ha ido descendiendo con el tiempo, pues durante la segunda mitad de los noventa llegó a suponer el 80% de las llegadas de extranjeros.

Figura 1. Llegadas de turistas extranjeros y de crucevistas a La Palma (1987-2015)



FUENTE: Recopilación de estadísticas de transporte aéreo y marítimo del ISTAC

Figura 2. Pasajeros entrados por vía aérea procedentes del extranjero en Canarias (2000=100)

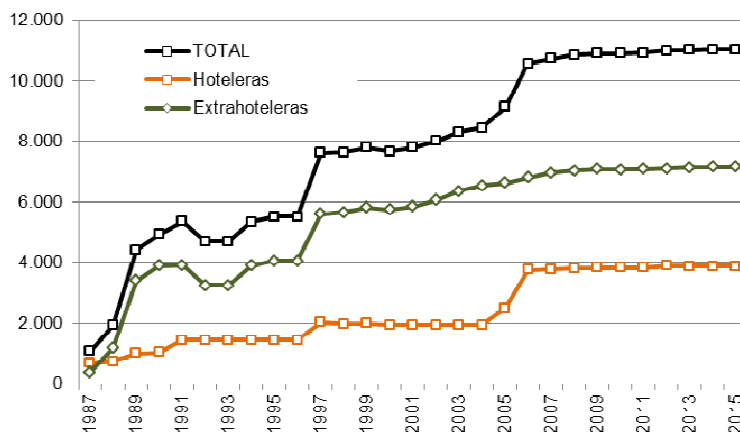


Dadas los cambios operados en la metodología de las fuentes estadísticas a partir de 2009, un análisis a largo plazo solo resulta fiable para el turismo internacional, dada la homogeneidad de las series de AENA que registran la llegada de pasajeros aéreos en vuelos procedentes de los mercados emisores europeos. Como se puede observar en la figura 1, esos datos muestran un crecimiento constante de las llegadas de extranjeros por vía aérea entre 1987 y 1999, fecha en la que se alcanza el máximo histórico. Sin embargo, esa dinámica alcista se truncó en La Palma desde comienzos del siglo XXI, observándose desde ese momento una tendencia caracterizada por una suave pero constante reducción de las llegadas de los pasajeros extranjeros, exceptuando los leves repuntes de los años 2008, 2012 y 2015. Ese estancamiento resulta más significativo si se compara con el contexto regional, pues las restantes islas que disponen de conexiones directas con el extranjero muestran una clara tendencia alcista desde el año 2009 (figura 2).

Muy diferente es la dinámica que presenta la llegada de cruceristas al puerto de Santa Cruz de La Palma, observándose un crecimiento continuo de los mismos durante los últimos quince años (figura 1), hasta llegar a superar en 2013 el umbral de los 200.000 cruceristas anuales. Esta tendencia, si exceptuamos el ligero retroceso del último ejercicio, contrasta

con el estancamiento de las llegadas de turistas ya señalado, pero es coincidente con la fase expansiva que vive el turismo de cruceros a escala internacional. Asimismo, equipara La Palma con algunas islas griegas y caribeñas, en las que el volumen de cruceristas iguala o supera al número de turistas, fenómeno completamente novedoso en Canarias, Baleares o Madeira.

Figura 3. Evolución de la oferta de plazas en La Palma (1987-2012)



FUENTE: TURIDATA, Consejería Turismo Gobierno de Canarias.

Finalmente, en lo que respecta a la oferta de alojamientos, las fuentes oficiales reflejan la existencia de 11.000 camas en el año 2015, correspondiendo en un 65% a oferta extrahotelera, fundamentalmente apartamentos. En diez años, esa oferta ha crecido en apenas 463 camas (figura 3), lo que pone de manifiesto un estancamiento de su evolución claramente coincidente con el observado en las llegadas de turistas extranjeros. Existe una oferta no reglada que, de acuerdo con las estimaciones del PTEOAT, en el año 2004 ascendía a 3.067 camas y actualmente se sitúa en torno a las 4.000, fundamentalmente en establecimientos rurales (Paiz, 2016). Teniendo en cuenta que el alquiler a través de plataformas como Airbnb o Wimdu es aún limitado, no superando las 300 casas en el primero de los casos, puede considerarse que la oferta de alojamiento real de la isla se sitúa en torno a las 15.500 camas. Recordemos que el PTEOAT planteaba un techo de 25.500 camas para el año 2020, cifra que dada la situación actual del planeamiento solo podría alcanzarse mediante un boom constructivo en los próximos cuatro años. Ello no sería inédito en la historia del turismo en Canarias, pues Fuerteventura experimentó a mediados de la década pasada, en plena

moratoria turística, crecimientos de la capacidad de alojamientos aún más intensos (Simancas Cruz, 2015).

Metodología y fuentes

Al objeto de contar con una herramienta que permitiese hacer operativo el concepto de modelo de ciclo de vida en los pequeños espacios insulares del Mundo, McElroy y De Albuquerque (1998) propusieron un Índice de Penetración Turística (TPI) que aplicaron a las islas del Caribe. Posteriormente, McElroy (2003) extendió su cálculo a una muestra de 51 pequeñas islas distribuidas por todo el planeta que constituyen en la mayor parte de los casos estados independientes. El cálculo del índice parte de siete variables de fácil acceso: población, superficie, llegadas de turistas, llegadas de pasajeros en cruceros, estancia media de los turistas y oferta de habitaciones. Esas siete variables permiten la elaboración de tres índices (gasto per cápita de los turistas llegados, densidad de la demanda y densidad de la oferta), estandarizados teniendo en cuenta los valores máximos y mínimos que se obtienen para cada uno de ellos. Finalmente, el TPI se calcula como una media no ponderada de los tres índices mencionados, determinándose a partir de los resultados obtenidos unos umbrales que permiten definir distintos estadios de desarrollo turístico.

El cálculo del TPI permite un análisis comparado del desarrollo turístico a través de tres dimensiones que superan la simple comparación directa del número absoluto de llegadas de turistas o de plazas de alojamiento. Tanto la superficie como la población de las islas tienen un notable impacto tanto en los resultados de los tres índices como del TPI, pero precisamente dar cabida a esas dimensiones es el aspecto más relevante del mismo, pues facilita en análisis comparativo de la intensidad alcanzada por el turismo en realidades insulares muy diferentes en tamaño y demografía.

Aunque McElroy (2003) intentó ampliar el ámbito geográfico de aplicación del TPI, el hecho de no considerar la mayor parte de las islas integradas en estados continentales (con la excepción de los territorios franceses de ultramar), limita notablemente sus conclusiones. Por ejemplo, ninguna isla griega se considera al calcular el TPI. Además, la ambigüedad a la hora de definir lo que se entiende por “islas pequeñas” y la consideración de varios archipiélagos como si fueran una sola entidad insular introduce algunas debilidades en su propuesta.

Con el único objeto de contar con una herramienta que nos permita comparar el desarrollo del turismo en La Palma con otros espacios insulares, hemos procedido a ampliar la muestra de islas considerada en el estudio de McElroy (2003), incluyendo aquellas islas no soberanas, desagregando además por islas, cuando ha sido posible, la información que

se presentaba de forma conjunta para algunos archipiélagos, como Cabo Verde o Hawái. Asimismo, hemos considerado dos umbrales combinados para definir lo que entendemos por “isla pequeña”: solo si incluyen en la muestra islas que no superan los 1,5 millones de habitantes ni los 5.000 km² de superficie.

Los cambios introducidos nos llevan a no poder considerar la variable gasto turístico, pues para el amplio número de islas griegas este es un dato al que no hemos tenido acceso. Ello nos obliga a trabajar únicamente con dos variables: el número de turistas llegados y el número de camas disponibles, que hemos considerado más significativo que el número de habitaciones. Como consecuencia, elaboramos un índice de penetración turística (TPI_{modif}) que no es comparable con el de trabajos anteriores, pues solo considera dos índices de especialización, pero que sin embargo tiene la virtualidad de alargar la muestra de estudio hasta un total de 110 islas, al tiempo que conserva todas las propiedades del TPI desde el punto de vista de la comparación de unidades heterogéneas.

Se ha trabajado con datos procedentes de fuentes estadísticas oficiales para todas las variables consideradas. En el caso de las cifras relacionadas con la oferta y la demanda turística, el *Compendio de Estadísticas del Turismo* de la Organización Mundial del Turismo ha sido la principal referencia para las islas que constituyen estados soberanos. Para las restantes islas se ha recurrido a los capítulos dedicados al turismo en los diferentes anuarios estadísticos de los países o regiones a los que pertenecen. En el caso de Grecia, la única forma de obtener información detallada a escala insular ha sido a través de un reciente Plan de Marketing elaborado para distintas regiones del país (INSETE, 2015). Siempre que ha sido posible se han seleccionado datos del periodo 2010-2014, al objeto de dotar de solidez al análisis comparado, si bien ello no siempre ha sido posible.

La especialización turística de La Palma en el contexto de los pequeños espacios insulares del Mundo

Los resultados obtenidos (Anexo I) permiten una primera aproximación comparada a la intensidad alcanzada por el turismo en La Palma. Si nos centramos en primer lugar en el valor absoluto de las variables llegada de turistas y oferta de plazas, observamos como La Palma se sitúa respectivamente en el puesto 37 y 33 de un ranking que contenga las 110 islas. Es decir, desde la óptica de los destinos turísticos insulares, no puede sostenerse que en La Palma la actividad turística que existe es irrelevante. Las 11.000 plazas legales existentes en la isla superan los registros de varias islas griegas, de la caboverdiana Boa Vista y de

Seychelles, aproximándose a los guarismos de Curazao, Guadalupe, Martinica, Barbados, Sal o Zanzíbar. Y los 224.000 turistas que recogen las cifras oficiales superan a los llegados a Sal y Seychelles, situándose solo a 29.000 de los registrados en Mykonos. Desde un punto de vista de los valores absolutos, parece evidente que el debate sobre la magnitud del turismo en La Palma está completamente condicionado por la proximidad de islas que se sitúan entre las diez primeras a escala mundial en cuanto a la llegada de turistas.

Al elaborar el mismo ranking con los datos del TPI_{modif} , y dar cabida por tanto a la ponderación que introducen la población y la superficie, el valor de 0,074 que obtiene La Palma la sitúa en la posición 64 dentro de la muestra de 110 islas. De acuerdo con los umbrales propuestos por McElroy (2003), este valor indicaría que la isla se encuentra en una etapa inicial de desarrollo turístico ($TPI < 0,1$). Sin embargo, dado que el TPI_{modif} no incluye la variable gasto turístico, dichos umbrales no son extrapolables directamente.

Más allá de entrar en un debate sobre los umbrales adecuados para identificar diferente estadios de desarrollo turístico, lo relevante es observar el posicionamiento relativo de La Palma respecto a otros destinos turísticos insulares. Por ejemplo, resulta significativo que el TPI_{modif} de La Palma sea superior al de la isla Mauricio y ligeramente inferior al de Seychelles, destinos ambos situados en el Océano Índico, ampliamente conocidos internacionalmente y asociados a segmentos de la demanda con poder adquisitivo alto o muy alto. Por otro lado, Madeira, a la que desde ciertos ámbitos políticos y mediáticos se alude recurrentemente como un modelo turístico a imitar, presenta un TPI_{modif} superior al de La Palma (0,117, puesto 47), pero al mismo tiempo muy inferior al de otras realidades insulares a veces consideradas como modelos alternativos de desarrollo turístico, como Menorca (0,331, puesto 16).

Conclusiones

En La Palma, el debate de sobre el modelo turístico insular, está muy condicionado por la integración en un archipiélago en el que cuatro islas encabezan los rankings mundiales de destinos insulares en lo que respecta a la llegada de turistas y oferta de plazas. Ello condiciona notablemente la percepción social, política y mediática de lo que se entiende por una actividad turística relevante. En el contexto del archipiélago canario, los valores que presenta La Palma en ambas variables se consideran el reflejo de una actividad económica “poco importante”, por utilizar las palabras de los documentos oficiales del propio Cabildo Insular. Sin embargo, al establecer distintas comparaciones a escala internacional con otros destinos turísticos insulares se constata que la

magnitud alcanzada por la oferta y la demanda turística está lejos de ser despreciable.

El ligero retroceso experimentado por la demanda turística durante la última década, junto a la paralización en la construcción de nueva oferta hotelera ha dado lugar a una singular fase de estancamiento en la evolución del destino, que está lejos de ser el fruto de una única causa. En un momento en el que el crecimiento de la demanda se reactiva, como evidencian las cifras del año en curso, y la capacidad de alojamientos aún es suficiente para dar absorber dicho crecimiento, el diseño del modelo turístico insular a medio plazo es clave para asegurar la permanencia de la isla como destino turístico. En un contexto internacional altamente competitivo debido a la mundialización de los flujos turísticos, la diferenciación es básica para incrementar la cuota de mercado de un destino. Un error en la definición del modelo puede tener consecuencias negativas difícilmente reversibles, de ahí que el techo de camas autorizadas y su implantación territorial sean cuestiones básicas a abordar.

A pesar de sus limitaciones, los resultados que arroja el índice elaborado pueden considerarse relevantes, porque a partir de un número limitado de variables permite identificar la existencia de diferentes caminos para el desarrollo turístico insular. Cuestión esta que deberá abordarse con más detalle en futuras investigaciones.

Bibliografía

- BLÀZQUEZ, M.; ARTIGUES, A.; YRIGOY, I. (2015): Crisis y planificación territorial turística neoliberal en las Islas Baleares. *Investigaciones Turísticas*, 9, 24-49.
- BOC (2002): Ley 6/2002, de 12 de junio, sobre medidas de ordenación territorial de la actividad turística en las islas de El Hierro, La Gomera y La Palma. *Boletín Oficial de Canarias*, 89, 11610-11618.
- CABILDO DE LA PALMA (2015): *Ordenación Turística Insular y Sistema Planificado. Propuesta de Estrategia Administrativa para la superación de la problemática motivada por las recientes sentencias judiciales en la planificación turística insular, así como para la dinamización de la actividad turística*. Santa Cruz de La Palma, Área de Planificación y Turismo del Cabildo Insular de La Palma.
- HERNÁNDEZ LUIS, J.A. (2009). El malogrado despertar turístico de La Palma. De los años sesenta y setenta del siglo XX Turismo, *Revista de Estudios de Turismo de Canarias y Macaronesia*, 1, 117-142
- INSETE (2015a): Marketing Plan. Τουριστικού Προϊόντος Ιονίων Νήσων. Οδικός Χάρτης 2015-2020 [*Plan de Marketing. Producto Turístico Islas Jónicas. Plan de Trabajo 2015-2010*]. Recuperado de <http://regional-tourism-plans.insete.gr/>

- INSETE (2015b): Marketing Plan. Τουριστικού Προϊόντος Νοτίου Αιγαίου. Οδικός Χάρτης 2015-2020 [*Plan de Marketing. Producto Turístico Islas del Sur del Egeo. Plan de Trabajo 2015-2010*]. Recuperado de <http://regional-tourism-plans.insete.gr/>
- MCELROY, J.L. (2003): Tourism Development in Small Islands Across the World, *Geografiska Annaler*, 85 B(4), 231-242.
- MCELROY, J.L., y DE ALBUQUERQUE, K. (1998): Tourism penetration index in small Caribbean Islands, *Annals of Tourism Research*, 25 (1), 145-168.
- PAIZ, E. (25 de marzo de 2016): “Nosotros iniciamos la actividad turística en La Palma en los 90 y se nos ha utilizado políticamente”. *Diario de Avisos*. Recuperado de <http://lapalma.diariodeavisos.com/2016/03/25/iniciamos-la-actividad-turistica-la-palma-los-90-se-nos-ha-utilizado-politicamente/>
- RODRÍGUEZ DE LA CRUZ, F. (2007): *Plan Territorial Especial de Ordenación de la Actividad Turística de La Palma*. Santa Cruz de La Palma, Cabildo Insular de La Palma.
- SIMANCAS CRUZ, M.R. (2015): *La moratoria turística de Canarias. La reconversión de un destino turístico maduro desde la Ordenación del Territorio*. La Laguna, Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna.

Anexo 1. Selección de variables y construcción del TPI_modif

Isla	País	Superficie (Km ²)	Población (2011)	Llegadas turistas (2014)	Pax cruceros	Estancia (noches)	Camas	Densidad turística ^a	Camas/Km ²	TPI Densidad ^b	TPI Camas ^b	TPI modif ^c
Santorini	Grecia	75,8	15.550	165.749	742.553	3,6	29.716	235,7	392,1	0,510	1,000	0,755
Kos	Grecia	290,3	33.388	722.809	42.040	7,4	51.444	441,2	177,2	0,955	0,452	0,703
Mykonos	Grecia	85,5	10.134	253.421	610.207	3,4	17.368	399,5	203,2	0,864	0,518	0,691
Fuerteventura	Spain	1.659,7	102.941	1.986.586	117.802	8,7	58.463	462,1	35,2	1,000	0,089	0,545
Ibiza	Spain	570,0	133.594	2.733.558	169.065	5,6	79.161	317,6	138,9	0,687	0,354	0,520
Lanzarote	Spain	846,0	138.200	2.214.303	360.983	8,5	70.087	379,0	82,8	0,820	0,211	0,515
Bora Bora	Polinesia Francesa	38,0	9.596	93.880	46.636	14,1	2.469	391,2	65,0	0,847	0,165	0,506
Boa Vista	Cabo Verde	620,0	9.162	177.476		8,3	5.665	439,8	9,1	0,952	0,023	0,487
Maui	Estados Unidos	1.883,0	144.444	2.410.214	228.992	8,2	36.420	381,3	19,3	0,825	0,049	0,437
Kauai	Estados Unidos	1.456,0	66.921	1.117.703	216.582	7,7	16.984	361,4	11,7	0,782	0,029	0,405
St. Martin+St. Marteen	Francia/Países Bajos	88,4	68.886	457.000	1.758.008	9,4	9.714	240,8	109,9	0,521	0,280	0,400
Formentera	Spain	82,0	10.583	176.825		5,0	7.828	229,3	95,5	0,496	0,243	0,369
Zakynthos	Grecia	407,6	40.759	417.963	20.000	7,0	44.728	198,0	109,7	0,428	0,279	0,354
Rodas	Grecia	1.398,1	115.490	1.566.958	311.182	6,2	99.058	237,5	70,9	0,514	0,180	0,347
Aruba	Países Bajos	193,0	104.331	904.000	577.000	7,6	19.964	196,5	103,4	0,425	0,263	0,344
Menorca	Spain	695,0	94.397	1.140.476	79.089	6,8	49.069	226,4	70,6	0,489	0,180	0,334
Mallorca	Spain	3.627,0	861.929	9.650.469	1.336.437	6,4	288.578	200,0	79,6	0,432	0,202	0,317
Patmos	Grecia	34,1	3.047	16.643	109.429	4,5	2.736	165,3	80,4	0,357	0,204	0,281
Corfú	Grecia	614,6	102.071	650.630	672.368	7,0	59.040	140,3	96,1	0,303	0,245	0,274
UK Virgin Islands		150,0	28.054	351.000	391.000	5,0	4.546	209,6	30,3	0,453	0,077	0,265

156 Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo

Sal	Cabo Verde	216,0	25.779	224.179		7,0	11.855	167,6	54,9	0,362	0,139	0,251
St. Barthelemy	Francia	21,0	7.237	156.106	86.854		3.488	32,9	166,1	0,070	0,423	0,247
Porto Santo	Portugal	42,2	5.500	68.521	881	5,0	1.964	169,7	46,6	0,367	0,118	0,242
Malta		320,0	446.547	1.444.000	609.000	8,7	37.946	80,8	118,6	0,174	0,302	0,238
Moorea	Polinesia Francesa	134,0	16.899	77.180	38.572	14,1	2.621	182,7	19,6	0,395	0,049	0,222
Lānai	Estados Unidos	364,0	3.135	67.948	4.593	3,3	706	201,2	1,9	0,435	0,004	0,220
Bermuda		50,0	62.408	232.000	378.000	6,1	5.243	78,7	104,9	0,170	0,267	0,218
Gran Canaria	Spain	1.560,1	846.085	3.483.836	589.785	7,9	137.952	90,7	88,4	0,195	0,225	0,210
Tenerife	Spain	2.034,2	879.333	4.611.866	539.333	7,8	133.265	113,0	65,5	0,244	0,167	0,205
Cayman Islands		260,0	56.732	322.000	1.507.000	4,4	9.846	141,2	37,9	0,305	0,096	0,200
Paros	Grecia	194,5	13.715	71.914	7.048	4,5	17.378	66,2	89,3	0,142	0,227	0,185
Turks and Caicos Islands		430,0	49.000	299.000	677.000	7,0	5.264	154,9	12,2	0,335	0,031	0,183
Karpathos	Grecia	301,2	6.226	39.730	36.101	7,0	7.478	137,8	24,8	0,297	0,063	0,180
Maldives		300,0	330.652	958.000	9.000	6,7	28.120	53,5	93,7	0,115	0,239	0,177
Oahu	Estados Unidos	1.545,0	953.207	5.176.858	240.268	6,8	71.728	101,4	46,4	0,219	0,118	0,168
Bonaire	Países Bajos	311,0	17.408	67.000	213.000	10,1	3.972	140,0	12,8	0,302	0,032	0,167
US Virgin Islands		349,0	106.405	580.000	1.904.000	4,4	10.062	114,7	28,8	0,248	0,073	0,160
Ios	Grecia	107,8	2.024	17.875		3,8	4.582	92,5	42,5	0,199	0,108	0,154
La Gomera	Spain	369,7	21.680	171.956	69.200	5,0	6.533	117,6	17,7	0,254	0,044	0,149
Saba	Países Bajos	13,0	1.991	12.300	10.200	6,1	170	117,3	13,1	0,253	0,033	0,143
Cook Islands		240,0	32.768	122.000	0	10,8	4.230	110,4	17,6	0,238	0,044	0,141
Anguilla		91,0	13.477	65.000	64.000	7,7	1.094	114,8	12,0	0,248	0,030	0,139
Niue		260,0	1.190	6.100	0	8,5	134	119,4	0,5	0,258	0,001	0,129
Folegandros	Grecia	32,1	765	4.007		4,2	1.592	60,1	49,6	0,129	0,126	0,128
Guam		541,0	159.358	1.283.000	0	3,4	17.698	75,4	32,7	0,162	0,083	0,123
Antigua & Barbuda		440,0	85.567	247.000	551.000	10,1	6.075	97,7	13,8	0,211	0,035	0,123

Madeira	Portugal	736,8	262.300	1.071.729	472.534	5,5	26.317	66,8	35,7	0,144	0,091	0,117
Molokai	Estados Unidos	670,0	7.345	59.647	2.847	4,6	262	104,3	0,4	0,225	0,000	0,113
Syros	Grecia	83,6	21.507	21.937	24.012	3,6	6.436	13,1	77,0	0,027	0,196	0,112
Palau		458,0	20.918	119.000	0	6,0	2.838	93,5	6,2	0,202	0,015	0,108
Curaçao	Países Bajos	544,0	150.843	420.000	432.000	8,8	11.124	75,0	20,4	0,161	0,052	0,106
Samos	Grecia	476,2	32.977	118.606		6,8	10.701	67,3	22,5	0,145	0,057	0,101
Barbados		430,0	277.821	536.000	517.000	9,8	12.498	56,9	29,1	0,122	0,074	0,098
Cefalonia	Grecia	781,0	35.801	108.985	90.000	6,1	21.246	57,8	27,2	0,124	0,069	0,096
Sifnos	Grecia	73,2	2.625	6.483		3,6	3.962	24,5	54,1	0,052	0,138	0,095
Simi	Grecia	58,1	2.590	10.030	24.050	4,0	792	67,6	13,6	0,145	0,034	0,090
St. Kitts and Nevis		269,0	54.961	104.000	526.000	7,0	4.612	62,5	17,1	0,134	0,043	0,089
St. Eustatius	Países Bajos	21,0	4.020	11.400	0	8,7	178	67,6	8,5	0,145	0,021	0,083
Lefkada	Grecia	335,8	22.652	62.800		4,2	12.144	31,9	36,2	0,068	0,092	0,080
Antiparos	Grecia	34,8	1.211	1.591		5,7	1.570	20,4	45,1	0,043	0,114	0,079
Seychelles		455,0	100.212	208.000	8.000	9,8	6.550	55,9	14,4	0,120	0,036	0,078
St. Lucia		610,0	183.600	307.000	572.000	9,4	10.452	51,6	17,1	0,111	0,043	0,077
Milo	Grecia	150,6	4.977	13.765	10.362	3,4	4.868	31,5	32,3	0,067	0,082	0,075
La Palma	Spain	708,3	83.690	224.447	226.888	5,9	11.031	51,1	15,6	0,110	0,039	0,074
Tinos	Grecia	194,2	8.636	45.667		2,3	5.266	32,7	27,1	0,070	0,069	0,069
Naxos	Grecia	428,1	18.864	29.827		4,5	15.272	19,4	35,7	0,041	0,090	0,066
Leros	Grecia	53,0	7.917	3.020		4,5	2.268	4,7	42,8	0,009	0,109	0,059
Guadeloupe	Francia	1.706,0	402.119	472.000	158.000	13,0	11.790	42,9	6,9	0,092	0,017	0,054
Serifos	Grecia	73,2	1.420	2.626		3,4	1.612	17,4	22,0	0,037	0,056	0,046
St. Vicente y las Granadinas		340,0	109.991	74.000	122.000	11,9	4.950	25,0	14,6	0,053	0,037	0,045
Grenada		340,0	109.590	116.000	243.000	8,9	2.879	32,0	8,5	0,068	0,021	0,045

158 Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo

Tilos	Grecia	62,8	780	851		3,9	1.380	11,8	22,0	0,025	0,055	0,040
Martinique	Francia	1.060,0	837.001	488.000	94.000	14,0	12.701	22,7	12,0	0,048	0,030	0,039
Mauritius		1.850,0	1.291.456	965.000	12.000	9,4	25.496	19,3	13,8	0,041	0,035	0,038
Dominica		750,0	72.324	79.000	266.000	7,8	1.080	33,5	1,4	0,072	0,003	0,037
Kalymnos	Grecia	110,9	16.179	10.175		4,6	2.464	7,9	22,2	0,016	0,056	0,036
Amorgos	Grecia	120,7	1.973	1.721		3,9	2.156	9,2	17,9	0,019	0,045	0,032
Andros	Grecia	379,7	9.221	18.147		3,2	4.236	17,0	11,2	0,036	0,028	0,032
Nísiros	Grecia	41,4	1.008	1.798	1.798	3,1	308	20,3	7,4	0,043	0,018	0,031
Tahiti	Polinesia Francesa	1.042,0	183.480	115.552	54.070	14,1	2.877	25,1	2,8	0,053	0,006	0,030
Reunion	Francia	2.500,0	828.054	447.000	0	17,1	4.240	25,3	1,7	0,054	0,004	0,029
Astipalea	Grecia	96,9	1.334	820		4,8	1.502	8,1	15,5	0,017	0,039	0,028
Faial	Portugal	173,0	15.038	45.092		2,4	972	19,7	5,6	0,042	0,014	0,028
El Hierro	Spain	268,7	10.726	17.940	3.967	4,1	1.370	19,7	5,1	0,042	0,012	0,027
São Miguel	Portugal	747,0	137.699	226.166		3,6	5.222	16,2	7,0	0,034	0,017	0,026
Lesvos	Grecia	1.630,4	86.436	122.508		4,6	8.443	17,9	5,2	0,038	0,013	0,025
Santa Maria	Portugal	97,0	5.547	11.416		3,0	375	16,9	3,9	0,036	0,009	0,022
Kea	Grecia	103,6	2.455	2.356		2,9	1.018	7,5	9,8	0,015	0,024	0,020
Marianas del Norte		477,0	53.833	336.000	5.000		6.968	0,3	14,6	0,000	0,037	0,018
Flores	Portugal	142,0	3.791	6.880		3,0	223	14,9	1,6	0,031	0,003	0,017
Mayotte	Francia	376,0	212.645	45.800	923	21,0	1.108	12,4	2,9	0,026	0,007	0,016
Pico	Portugal	448,0	14.144	23.180		2,9	637	13,0	1,4	0,027	0,003	0,015
Chios	Grecia	841,6	51.930	58.322		3,0	2.904	9,3	3,5	0,019	0,008	0,014
Terceira	Portugal	402,0	56.062	67.351		2,3	1.904	7,6	4,7	0,015	0,011	0,013
Íthaca	Grecia	117,8	3.231	4.174		2,8	274	9,8	2,3	0,020	0,005	0,013
Graciosa	Portugal	61,0	4.393	4.740		2,7	228	8,0	3,7	0,016	0,009	0,013
Zanzibar	Tanzania	1.666,0	896.721	134.919		7,0	13.198	2,9	7,9	0,005	0,020	0,012

Corvo	Portugal	17,0	430	623		2,6	18	10,3	1,1	0,021	0,002	0,012
São Vicente	Cabo Verde	227,0	76.140	32.110		3,1	1.335	3,5	5,9	0,007	0,014	0,011
São Jorge	Portugal	246,0	8.998	11.001		2,3	373	7,7	1,5	0,016	0,003	0,009
Marshall Islands		181,0	53.158	4.600	0	7,4	665	1,8	3,7	0,003	0,009	0,006
Santo Antão	Cabo Verde	779,0	43.915	22.370		3,0	927	4,2	1,2	0,008	0,002	0,005
Brava	Cabo Verde	64,0	5.995	947		2,9	169	1,3	2,6	0,002	0,006	0,004
Santiago	Cabo Verde	991,0	274.044	71.238		2,3	2.304	1,6	2,3	0,003	0,005	0,004
Fogo	Cabo Verde	476,0	37.071	8.788		2,8	550	1,8	1,2	0,003	0,002	0,003
São Nicolau	Cabo Verde	343,0	12.817	1.535		5,4	184	1,8	0,5	0,003	0,001	0,002
Maio	Cabo Verde	269,0	6.952	978		3,7	182	1,4	0,7	0,002	0,001	0,002
Sao Tomé y Príncipe		1.001,0	193.413	12.200	0	7,0	609	1,2	0,6	0,002	0,001	0,001
Kiribati		717,0	103.058	4.900	0	7,0	309	0,9	0,4	0,001	0,000	0,001
Comoros		2.170,0	798.000	18.800	0	7,0	556	0,5	0,3	0,000	0,000	0,000

FUENTE: WTO (2014), ISETE (2015a, 2015b), Institutos Nacionales de Estadística

NOTAS: *a* Calculado como: $[(\text{Llegadas} \times \text{Noches}) + \text{Cruceistas}] / (\text{Population} \times 365) \times 1.000$

b Calculado como: $(\text{Valor de la isla} - \text{Valor mínimo}) / (\text{Valor máximo} - \text{Valor mínimo})$

c Calculado como la media aritmética de los dos índices anteriores

El turismo social como respuesta gubernamental ante la crisis: los principales actores beneficiados

Erica SCHENKEL

Universidad Nacional del Sur (Argentina), erica.schenkel@uns.edu.ar

Schenkel, E. 2016. El turismo social como respuesta gubernamental ante la crisis: los principales actores beneficiados. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 161-170. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. El turismo social se ha convertido en una alternativa gubernamental para poder sortear momentos de crisis. Distintos gobiernos, desde diversas latitudes, apelan a políticas de este tipo tendientes a generar un flujo turístico adicional, que logre compensar las caídas en la demanda comercial, contribuyendo al equilibrio del sector y al desarrollo socio-económico del Estado. Este es el caso del Gobierno argentino en el periodo de la post-crisis del 2001, que, a partir de Programas de Turismo Social, pretende reactivar el turismo doméstico inmerso, desde entonces, en un profundo retroceso. Sustentada en un análisis documental, técnicas de observación participante y entrevistas y encuestas a los distintos actores clave, la investigación desarrollada a continuación logra identificar cuáles son los principales actores beneficiados con el turismo social en este contexto de crisis, así como aquellos otros que quedan relegados de la política gubernamental.

Palabras clave: turismo social, política turística, crisis, Argentina.

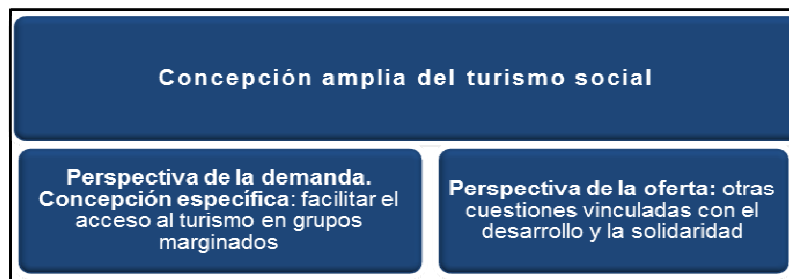
Una breve referencia al turismo social

A pesar del proceso de ampliación social del turismo que ocurre desde mediados del siglo xx, aún las mayorías permanecen excluidas de su disfrute, principalmente en los países en vías de desarrollo. La modalidad turística que intenta dar respuesta a esta problemática es el turismo social, que reivindica los principios humanistas y solidarios de la actividad y fundamenta su existencia en garantizar el acceso al derecho al ocio sin ningún tipo de barreras (RICHARDS, 1998; HAZEL, 2005; MCCABE, 2009; MINNAERT et al., 2009).

El turismo social es un "...turismo con un agregado valor moral, que tiene el objetivo de beneficiar al anfitrión o al visitante en la experiencia turística" (MINNAERT, 2007:13). Preocupado

por aspectos de la demanda y la oferta, incluye tanto las iniciativas destinadas a hacer accesible las vacaciones en sectores vulnerables como a como a aquellas otras propuestas de base comunitaria en áreas en vías de desarrollo, que centran la atención en la población de acogida (Figura 1).

Figura 1. Dominios del turismo social. Fuente: Elaboración propia



La investigación que se desarrolla a continuación da cuenta del turismo social en su dimensión de demanda, refiriendo particularmente al acceso a las prácticas turísticas por parte de los sectores marginados. En este caso, el turismo social se constituye en un instrumento de “reivindicación social”, contra las desigualdades y la exclusión, y al mismo tiempo en una “oportunidad económica” para los Estados y el empresariado turístico, que se benefician con un aumento de la demanda turística en periodos de baja demanda comercial (BITS, 1996, Art. 3, 5).

El *Buró Internacional de Turismo Social* (BITS, 2003), en la actualidad la *Organización Internacional de Turismo Social* (OITS), lo define como el: “...conjunto de relaciones y fenómenos que resultan de la participación al turismo y en particular de la participación de capas sociales con recursos modestos. Esta participación es posible, o al menos es facilitada, gracias a medidas con un carácter social bien definido” (Art. 3).

Posteriormente, el organismo amplía los destinatarios al indicar que refiere a “las conexiones y fenómenos relacionados con la participación de las personas en el turismo, especialmente de las capas desfavorecidas de la sociedad o de aquellos que no pueden participar en el turismo por el motivo que sea” (OITS, 2010: Art. 2). Reconoce como destinatarios a aquellos sectores que no pueden acceder a las prácticas turísticas a causa de diversos obstáculos más allá del económico, como la discapacidad física o mental, el aislamiento familiar o personal, la movilidad reducida o las dificultades geográficas.

Estas diferentes barreras de acceso, que condicionan el colectivo a beneficiar, responden a un tiempo y a un espacio determinado. Como se refleja en los países más avanzados en términos socio-económicos, a

medida que las sociedades extienden sus niveles de bienestar, los obstáculos económicos ceden influencia a favor de otros factores, como los impedimentos de salud, la falta de tiempo disponible; mientras que en aquellos otros países que continúan más atrasados económicamente, el disfrute del turismo sigue siendo privativo para las amplias mayorías por no disponer de los ingresos necesarios para acceder a su consumo, constituyendo una de las tantas desigualdades que acumulan los sectores marginados del entramado social (Schenkel, 2015).

El turismo social como asunto público

Las progresivas proclamaciones vinculadas al derecho al ocio y los diversos documentos internacionales que argumentan y reafirman esta concepción, forjaron las condiciones necesarias para que la cuestión del turismo social se incorporara en la agenda pública, a mediados de siglo xx. Las características que lo identifican, como los precios bajos, la carencia de ánimo de lucro y el objetivo de alcanzar el bienestar humano, determinan que sea imprescindible para su desarrollo, el impulso desde los Estados, en acción coordinada con las asociaciones civiles (LANQUAR, 1984; OMT, 1999; COMISIÓN EUROPEA, 2006; OITS, 2011; VILELA, 2011).

Las primeras acciones estatales vinculadas al turismo social se impulsan en países de regímenes socialistas o de economías planificadas, a medida que se logran los derechos laborales; los Estados de gobiernos liberales las adoptan posteriormente, en especial al finalizar la Segunda Guerra Mundial. Como sucede con otras conquistas sociales, Europa es el epicentro de estas primeras iniciativas: Estados con mandatos autoritarios y democráticos incorporan al turismo como una necesidad en el marco de las políticas de bienestar.

En este contexto, la Carta de Viena (OITS, 1972), destaca al turismo social como “factor social fundamental”, vinculado a la emancipación de los trabajadores, al progreso de las sociedades contemporáneas y al bienestar social e individual” (II inc. 7). Señala la necesidad de respetar el derecho inalienable al turismo por todos los sectores sociales y la necesaria intervención de los gobiernos, así como la participación de otros actores sociales. Del mismo modo, la Declaración de Manila (OMT, 1980) refiere al origen del turismo social vinculado a las políticas obreras y destaca sus valiosos efectos sociales, tendientes a alcanzar una participación social más extensa, que incluya a todos los colectivos.

Finalizando el siglo XX, ante una nueva primacía liberal, los Estados desarrollan una reconversión del turismo social como asunto público, asociando los históricos fundamentos sociales, que argumentan las

primeras políticas en el área, con otros económicos, vinculados a la competitividad y la rentabilidad del sector turístico, tendiente a aumentar la demanda comercial, principalmente en periodos de crisis. En palabras de Richards (1998:158) el turismo pasa a ser “promovido más por sus externalidades económicas beneficiosas que por los beneficios sociales y de salud que han justificado la extensión del derecho a las vacaciones como elemento de bienestar en el pasado”.

En esta nueva etapa, los Estados comienzan a adoptar enfoques menos intervencionistas en el área, cediendo participación en favor de los actores privados y las autoridades regionales y locales. La política de turismo social centrada en la construcción de infraestructura, es desalentada, relegando incluso el mantenimiento de los complejos turísticos desarrollados a mediados de siglo, a favor de la hotelería privada que pasa a ser uno de los mayores beneficiarios de estos nuevos programas (HAULOT, 1983; RICHARDS, 1998; MUÑIZ, 2001; HIGGINS-DESBIOLLES, 2006; MINNAERT, 2007).

En cuanto a los usuarios, la tercera edad se convierte en el principal destinatario, en detrimento de los grupos de bajos ingresos, debido a que cuenta con tiempo libre en épocas del año que no suelen ser vacacionales, así como de la renta mínima necesaria para acceder a estas prestaciones. Cazes (2002:659) señala que comienza un “periodo de disminución de las oportunidades y el nivel de participación, y de cuestionar, replantear y redefinir los objetivos y los conceptos básicos”.

La *Declaración de Montreal* (BITS, 1996) da cuenta de esta reconversión del turismo social. Argumenta la necesidad de complementar las tradicionales virtudes sociales, con los importantes beneficios económicos que puede implicar el turismo social, al incrementar los flujos turísticos y caudales de inversión, al estimular las transferencias de recursos de los países ricos hacia los pobres y al contribuir al desarrollo local y regional, a la producción de riqueza nacional e internacional. Señala que ante la nueva realidad global, que estimula la diversidad de organizaciones en la gestión y la internacionalización del turismo, se requiere de innovadoras formas de cooperación y asociación que permitan la participación de los diferentes actores del área.

La *Comisión Europea* (2006) también pasa a destacar estas nuevas funcionalidades del turismo social, llegando a definir a éste como “actividad económica”. En segundo orden, refiere a su “rentabilidad social”, indicando los beneficios que obtiene el usuario, los trabajadores del sector y la sociedad en general. Afirma que como cualquier actividad económica “debe regirse por los principios básicos de rentabilidad de las inversiones, de beneficio necesario para seguir y conseguir sus objetivos fundacionales” (:4), refiriendo al mantenimiento de las fuentes de empleo en temporada baja.

La reconversión del turismo social en Argentina

En el marco de esta nueva concepción de turismo social que se expande en el contexto internacional, acontece una reformulación de la cuestión como política pública post-crisis argentina del 2001. Ante un Estado que se reposiciona como actor clave en la gestión turística, la entonces Secretaría de Turismo, luego Ministerio (2010), implementa una política pública específica, a fin de reimpulsar las prestaciones turísticas inmersas en un profundo retroceso.

El turismo social pasa a legitimarse como una alternativa de desarrollo económico, asociada a las necesidades de fortalecer el turismo doméstico, incrementar los ingresos y empleos del sector, impulsar la inversión y contribuir a la estabilidad del empresariado turístico. Los nuevos fundamentos económicos se complementan con las históricas causas sociales que explican la temprana incorporación del turismo social entre las políticas públicas nacionales en el Primer Peronismo (1943-1955), como parte del principio de justicia social.

El Gobierno afirma que mediante el turismo social se pretende “mejorar la calidad de vida de una porción de la población a través de su acceso a servicios turísticos [y] adicionalmente, resolver algunos problemas que presenta la actividad turística en general y la industria hotelera en particular”, otorgando mayores y mejores servicios turísticos al sector de la población “económicamente débil” y, al mismo tiempo, disminuyendo el problema de la estacionalidad de la demanda (CGN, 2009).

A partir de estos lineamientos, se implementan el “Programa en Unidades Turísticas”, estructurado en base a los hospedajes estatales construidos en 1950 de Chapadmalal (Buenos Aires) y Embalse (Córdoba) y el “Programa Federal de Turismo Social”, a partir de establecimientos hoteleros privados en diferentes provincias del país, que ofrecen los servicios de alimentación, esparcimiento y alimentación para los residentes argentinos a una tarifa subsidiada, que implica una reducción media del 150% en comparación de las tarifas comerciales.

En esta reformulación del turismo social pasa a ser clave la participación de los empresarios del sector, que necesitan de flujos turísticos adicionales para sostener la demanda comercial y así compensar la estructura de costos fijos. Las prestaciones en las Unidades Turísticas se encuentran a cargo de empresas concesionarias, que proveen los servicios de comedores, bares, atención de habitaciones, limpieza general, mantenimiento de edificios y explotación de locales comerciales de los hoteles; mientras que el Programa Federal, se implementa a partir de

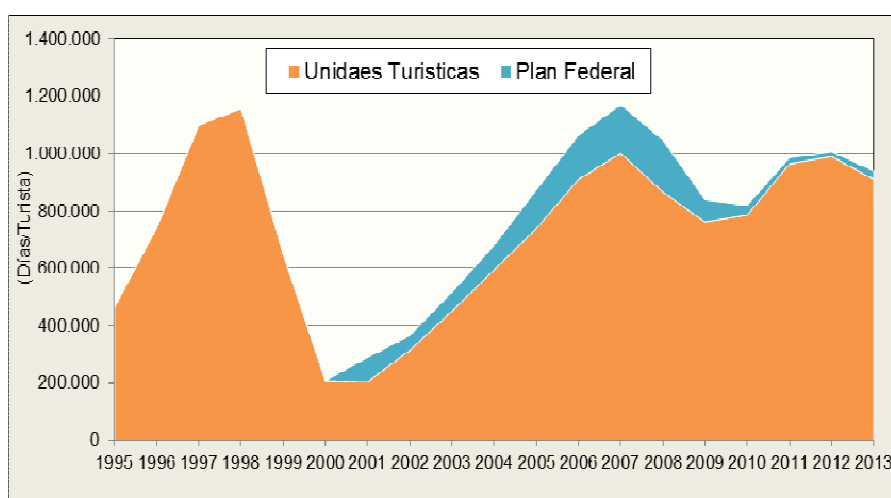
empresas hoteleras, que, mediante acuerdos con las autoridades nacionales, destinan una determinada cantidad de plazas al turismo social, mayormente en temporada baja, prestando el servicio de hospedaje y alimentación.

¿Qué sucede con la política turismo social una vez implementada?

Luego de alcanzar el nivel mínimo de prestaciones en plena crisis del 2001, la reactivación de los Programas implicó un progresivo aumento del turismo social, para sobrepasar en el año 2007 los máximos niveles de la década del '90, 1.170.956 días turistas sociales anuales (Figura 2). Para finales del año 2013, el periodo concluyó con un crecimiento del 350%, que logró incorporar una media de 10.000 beneficiarios anuales, a partir de un aumento en las prestaciones de 730.809 días/turista, entre los años 2000-13 (DPT, 2014b).

Figura 2. Cantidad de prestaciones de los Programas de Turismo Social

Fuente: Elaboración propia (CGN, 1993-13)



Esta expansión del turismo social post-crisis del 2001 contribuyó a disminuir la inestabilidad económica del sector, a partir de la generación de ingresos y empleos adicionales, favoreciendo en principio a las empresas concesionarias y hoteleras, que concentraron en promedio el 60% del presupuesto del área cada año. Las cuatro firmas concesionarias, que continúan a cargo de las prestaciones luego de más de una década, reciben cerca de \$35.000.000 anuales por firma de acuerdo a la última actualización del Pliego (D.A. N° 785/13 y 787/13), de los cuales deben descontar el 21% del Impuesto al Valor Agregado (IVA), que vuelven a ingresar a las arcas del Estado por medio de la Agencia Federal de

Ingresos Públicos (AFIP), y los respectivos costos asociados, principalmente insumos y salarios.

Los empresarios hoteleros asociados al Programa Federal constituyen otros de los principales beneficiarios del turismo social, incorporando demanda adicional en periodos de temporada baja, donde deben sostener una importante estructura de costos fijos con un escaso flujo comercial. A diferencia de lo que sucede con los concesionarios, las empresas se renovaron periódicamente, alcanzando un máximo de 125 establecimientos en el año 2009, luego se reducen a una quinta parte, para alcanzar los 40 hoteles en el año 2014. Este mismo dinamismo presenta la demanda incorporada por establecimiento, con un primer lustro de fuerte crecimiento, que alcanza una media de 1.443 días/turista aportados por hotel (2008); luego desciende, para crecer nuevamente en el año 2013, significando un aporte de 728 días/turistas anuales, 146 nuevos beneficiarios por hotel. En las entrevistas realizadas a los hoteleros con acuerdos vigentes, coinciden en destacar la importancia que tiene el flujo de turismo social en la “desestacionalización” de sus economías, permitiendo solventar importantes costos fijos y mantener puestos de empleo.

Estos beneficios asociados a concesionarios y hoteleros, favorecen al mismo tiempo a las comunidades de destino en las cuales se emplazan, a partir de la generación de empleos e ingresos. En las Unidades Turísticas, las localidades de Chapadmalal y Embalse, adicionan cerca de 500 empleos directos por complejo, entre el personal afectado a las Administraciones, a los concesionarios y, en el caso de la UTE, al Ministerio de Desarrollo Social con el Programa de Argentina Trabaja, que si bien mayormente revisten carácter de temporal, constituye una cantidad significativa si se considera la población de estas pequeñas localidades (Schenkel, 2015).

Estos impactos, aunque con una menor magnitud de acuerdo a la demanda generada, se despliegan en las localidades integradas al Programa Federal, que se ven beneficiadas con el arribo de visitantes. Las mismas alcanzan cincuenta destinos en el año 2008, se reducen luego, para alcanzar las veintiocho localidades en el año 2014. En los cuestionarios realizados, los organismos de turismo de estas localidades coinciden en destacar que el flujo de turismo social “contribuye” a impulsar el sector turístico en periodos de temporada baja, manteniendo “ingresos” y “empleos”, beneficiando a la “comunidad” en general y al “sector comercial” en particular.

Finalmente, los beneficiarios finales del turismo social lo constituyen aquellos usuarios de las prestaciones subvencionadas. El análisis socio-económico de los Programas da cuenta que, si bien en principio su objetivo formulado refería a personas de escasos recursos de

todo el país, la mayoría de los turistas sociales terminan perteneciendo a sectores medios-altos del entramado social, que pueden costear las opciones turísticas surgidas de los acuerdos público-privados, destinando como mínimo \$9.500 (pesos nueve mil quinientos) por grupo familiar para acceder a la alternativa de turismo social más económica.

La Encuesta Permanente en Hogares (2014) determina que las familias que reúnen los menores ingresos en la estructura social, se ajustan a una renta media familiar de \$2.800 (pesos dos mil ochocientos) en el caso del quintil 1, que llega a un máximo de \$4.280 (pesos cuatro mil doscientos ochenta); así pues, aunque destinaran la totalidad de su renta a una semana de vacaciones, no llegan a solventar ni siquiera las opciones más económicas de los Programas. Lo mismo sucede con el quintil 2, con una renta media de \$5.400 (pesos cinco mil cuatrocientos) y una máxima de \$6.700 (pesos seis mil setecientos), que queda reducida a satisfacer las necesidades básicas del grupo familiar, encontrándose muy por debajo del costo medio de los destinos ofrecidos.

En este sentido, los funcionarios del área reconocen que si bien el objetivo de la política busca facilitar unas vacaciones anuales a la *población de escasos recursos de todo el país*, las características de los Programas, “dificultan” el acceso de estos colectivos al turismo social, favoreciendo principalmente el acceso de grupos de ingresos medios, con procedencia de Buenos Aires. Argumentan que como sucede con la participación turística en general, la “clase baja” no llega a los Programas: “porque es difícil, tienen que pagar el transporte, vivir todo el año... no pueden” (Entrevistas a funcionarios del área, 2014).

La finalidad distributiva formulada en términos socio-económicos y federales, tendiente a ampliar el acceso al turismo a sectores que aún se encuentran marginados de su disfrute, se diluye a medida que avanza el proceso de implementación. La política de turismo social lejos de diseñarse y ejecutarse mediante instrumentos y programas que posibiliten *integrar a todos los sectores al turismo* (DECRETOS N° 821/2012 y N° 1.067/13), termina por reproducir la segmentación del consumo comercial, concentrada en sectores de ingresos medios y altos del entramado social (Encuesta de Viajes y Turismo de los Hogares, 2006-2012).

Reflexiones finales

En un periodo donde el bienestar y la justicia social eran prioridad de la agenda pública, el origen del turismo social se vincula con la necesidad de contribuir al bienestar de sectores excluidos, en ese entonces, los sectores obreros; mientras que en otra etapa, de reconversión neoliberal, la política pasa a justificarse a partir del principio de

subsidiariedad, tendiente a garantizar el crecimiento económico a partir de un *turismo para todos*, en periodos de bajo consumo comercial.

Los programas de turismo social dejan de subvencionar las vacaciones en etapas de veraneo, que cuentan con una intensa demanda comercial, para hacerlo en aquellos periodos indicados por la industria turística como de baja demanda. Las políticas se dejan de construir a partir del colectivo de los sectores de bajos ingresos, para pasar a atender requerimientos de la industria turística, preocupada por el sostenimiento de sus economías, especialmente en periodo de crisis.

La política de turismo social en el periodo de post-crisis argentina del 2001 responde así a sus fundamentos económicos, generando un flujo turístico adicional en periodos de temporada baja, pero desconoce sus históricas causas distributivas, tendientes a ampliar el acceso al turismo a aquellos sectores que aún permanecen marginados de su disfrute.

Referencias bibliográficas

- BUREAU INTERNATIONAL DU TOURISME SOCIAL - BITS (1996): *Declaración de Montreal*. Montreal, Canadá
- BUREAU INTERNATIONAL DU TOURISME SOCIAL – BITS. (2003): *Statutes*.
- CAZES, G. (2002): “Turismo social”. En Jafari, Jafar, *Enciclopedia de turismo* (659-660). Madrid: Editorial Síntesis
- CONTADURÍA GENERAL DE LA NACIÓN - MECON (2009): *Cuenta de inversión*. Secretaría de Hacienda.
- COMISIÓN EUROPEA (2006): *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre ‘Turismo social en Europa’*. C 318/67
- DECRETO N° 821/12: Boletín Oficial de la República Argentina. Buenos Aires, 31 de mayo de 2012
- DECRETO N° 1.067/13: Boletín Oficial de la República Argentina. Buenos Aires, 7 de agosto de 2013
- DIRECCIÓN DE PRESTACIONES Turísticas – MINTUR (2014): *Registro de arribos turismo social, en función del Programa y Plan*. Sin publicar.
- HAULOT, A. (1983): “International Bureau of Social Tourism”. *Annals of tourism research*, 10 (4), 558-560.
- HAZEL, N. (2005): “Holidays for Children and Families in Need: An Exploration of Research and Policy Context for Social Tourism in the UK”. *Children & Society*. 19, 225-236.
- HIGGINS-DESBIOLLES, F. (2006): “More than an “industry”: The forgotten power of tourism as a social force”. *Tourism Management*, 27, 1192-1208.
- LANQUAR, R. (1984): “El turismo social y su lógica como servicio de interés público”. *Estudios Turísticos*, (81), 21-28.
- MCCABE, S. (2009): “Who Needs a Holiday? Evaluating Social Tourism”. *Annals of Tourism Research*, 36 (4), 667-688.

- MINNAERT, L., MAITLAND, R. & MILLER, G. (2009): "Tourism and Social Policy. The Value of Social Tourism". *Annals of Tourism Research*, 36 (2), 316-334.
- MINNAERT, L. (2007): *Social Tourism: a potential policy to reduce social exclusion? The effects of visitor-related social tourism for low-income groups on personal and family development*. PhD thesis. University of Westminster: Westminster Research.
- MUNÍZ AGUILAR, D. (2001): *La política de turismo social*. Sevilla: Consejería de Turismo y Deporte, Dirección General de Planificación Turística.
- Bureau International du Tourisme Social – BITS. (1972). *Carta de Viena*. Viena, Austria.
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE TURISMO SOCIAL – OITS (2011): *Social Tourism Inquiry. The social and economic benefits of social tourism*. Bruselas.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO – OMT (1980): *Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial*. Manila, Filipinas.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO – OMT (1999): *Código Ético Mundial para el Turismo*.
- RICHARDS, G. (1998): "Time for a Holiday?: Social Rights and International Tourism Consumption". *Time & Society*, 7 (1), 145-160.
- VILELA DE ALMEIDA, M. (2011): "The development of social tourism in Brazil". *Current Issues in Tourism*, 14 (5), 483-489.
- SCHENKEL, E. (2015). *El turismo social como política pública en Argentina*. Tesis doctoral. Universidad Nacional de Cuyo (Argentina).

Nota. Esta investigación forma parte de la tesis doctoral defendida por la autora en diciembre del año 2015 en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo (Argentina).

Claves para entender los efectos de la crisis económica actual en el modelo turístico valenciano

María Dolores PITARCH GARRIDO

Departamento de Geografía. Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, Universitat de València maria.pitarch@uv.es

Pitarch Garrido, M.D. 2016. Claves para entender los efectos de la crisis económica actual en el modelo turístico valenciano. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 171-181. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. El turismo en la Comunidad Valenciana es una actividad económica de carácter estructural. Una de las características más evidentes del desarrollo turístico valenciano es su polarización espacial, con una elevada concentración del crecimiento en el litoral, a ello se une su carácter estacional, lo que junto con la primacía de la oferta extrahotelera, constituye la característica diferenciadora del turismo valenciano. Desde 2009, el análisis de la información estadística oficial nos muestra unas ligeras modificaciones en la demanda con claro impacto sobre la oferta (reducción del gasto por turista, aumento de las estancias de fines de semana, reducción de la estancia media, aumento del turismo nacional, reducción de la demanda de turismos alternativos -como es el rural-, aumento y concentración del turismo en la ciudad de Valencia, parque de segundas residencias sobredimensionado, etc.) y que supone un cierto cambio en sus características, con rasgos diferenciadores respecto a otros modelos regionales similares.

Palabras clave: modelo turístico, crisis, Comunidad Valenciana.

Introducción: características básicas del modelo turístico territorial valenciano

El litoral mediterráneo español es una de las áreas turísticas más importantes del mundo, por su adecuada localización respecto a los principales mercados emisores (centro de Europa), y en él se localiza la Comunidad Valenciana, que, además, se encuentra muy bien comunicada con los mercados emisores nacionales, como son Madrid o Barcelona.

Una de las características más evidentes del desarrollo turístico valenciano es su polarización espacial, con una elevada concentración del crecimiento en el litoral (turismo de “sol y playa”) y, por tanto,

potenciador de las desigualdades entre el interior y la costa, agudizadas en los últimos cuarenta años. A ello se une el carácter estacional de este tipo de turismo, con una elevada concentración de la demanda, y también de la oferta, en los meses de verano, lo que unido a la primacía de la oferta extrahotelera, es decir, segundas residencias (sobre todo apartamentos en propiedad), constituye la característica diferenciadora del turismo en esta región (LÓPEZ ORTIZ y MELGAREJO MORENO, 2011).

El turismo es uno de los factores más importantes para explicar la estructura del territorio valenciano. La función turística es, en algunos municipios, no sólo la principal actividad, sino la que determina su economía y bienestar. Las segundas residencias desarrolladas sobre todo en el litoral, pero también en algunos municipios del interior, han determinado un paisaje y una estructura económica (basada en el sector inmobiliario) que se ha demostrado frágil frente a los embates de la crisis financiera internacional. Los impactos que una actividad turística basada en la depredación del territorio –del que, por otra parte, es totalmente dependiente- tiene sobre el medio ambiente y la calidad de vida de la sociedad local son, muchas veces, difíciles de paliar, con lo que ello supone de pérdida de competitividad territorial.

Tras una evolución con luces y sombras, el turismo valenciano se puede considerar que ha llegado a una etapa de madurez. La gran diversidad de recursos existentes en la Comunidad Valenciana, así como de productos, explotados de manera desigual según su localización y valoración social, ha dado lugar a problemas propios de destinos evolucionados como son la necesidad de modernización de los alojamientos, el desarrollo de estrategias para ampliar la temporada turística, la colaboración público-privada para la adecuada gestión de los destinos, el desarrollo de planes estratégicos por parte de la administración con el fin de posicionarse en los mercados nacionales e internacionales con una imagen de calidad, etc. (LÓPEZ PALOMEQUE y VERA REBOLLO, 2000, NAVARRO, 2014).

En el año 2014 llegaron a la Comunidad Valenciana 22.864.181 turistas, de los cuales el 27,2% eran extranjeros y el 72,74% nacionales. El turismo interno supone una cuota del 12% del total español, sólo superada por Andalucía y Cataluña. Los valencianos supusieron nueve millones y medio de turistas en la Comunidad Valenciana, con un gasto total de alrededor de 881 millones, lo cual evidencia el peso del turismo de cercanía. La Comunidad Valenciana, concentra un 10% de las pernoctaciones totales, un 9% en establecimientos hoteleros y un 14% en extrahoteleros (tabla 1).

**Tabla 1. Número de plazas según tipo de alojamiento y restauración.
1999-2014**

	1996	2000	2007	2014 ⁴
Hoteles	77.883	83.275	118.455	125.905
Apartamentos	117.420	128.831	138.818	185.837
Casas Rurales	256	1.954	6.807	7.957
Campings	66.386	64.702	63.614	68.648
Restaurantes	486.716	576.461	814.091	819.718

Fuente: Instituto Valenciano de Estadística

El origen de los turistas también es un rasgo que caracteriza el turismo valenciano. Entre los extranjeros destacan los procedentes de Reino Unido, Francia Alemania y Holanda, mientras que entre los nacionales, aparte de los propios valencianos, destacan los residentes en la Comunidad de Madrid, en Cataluña, en Castilla-La Mancha y en Murcia.

La llegada de turistas se produce, sobre todo en verano, lo cual supone una marcada estacionalidad. Aunque en los últimos años (durante el periodo de crisis económica) se ha reducido, ampliándose los viajes en otros periodos del año, este cambio ha venido asociado a la reducción de la estancia en el destino. Es decir, los turistas se mueven más veces a lo largo del año pero por menos tiempo, suponiendo, así, un menor gasto total por viaje. Las restricciones impuestas por la crisis económica a las posibilidades de viajar y el interés por diversificar los destinos (y segmentar las vacaciones) explican esta situación (tabla 2).

Tabla 2: Estancia media y gasto según destino

	2008		2014	
	Estancia media	Gasto total (millones de euros)	Estancia media	Gasto total (millones de euros)
C. Valenciana	12,8	4.578	11	5.388
Andalucía	11,9	7.224	10,8	9.349
Cataluña	7,4	9.718	7,5	15.132
Total España	9,5	49.997	8,9	63.094

Fuente: IET. Egatur.

El equipamiento turístico complementario es otro indicador del dinamismo de esta actividad. Las empresas de turismo activo ascienden a 165 (en 2013 eran 101), las cafeterías y restaurantes suponen en 2014 un

⁴ Los últimos datos disponibles completos a fecha de la redacción de esta comunicación son de 2014. La información de 2015 de la Agencia Valenciana de Turismo se encuentra aún en elaboración.

total de 819.718, habiéndose multiplicado casi por tres desde 2009 hasta la actualidad. Los equipamientos complementarios son muy diversos y suponen una pieza importante para el atractivo del destino, como por ejemplo, campos de golf, casinos, parques acuáticos, restaurantes de calidad, etc. En este sentido, cabe destacar los grandes equipamientos de ocio como son la Ciudad de las Artes y las Ciencias y Terra Mítica.

La localización de la oferta hotelera evidencia una clara preferencia por el litoral, en particular por la comarca de la Marina Baixa. El importantísimo destino que es Benidorm, con una oferta hotelera que supera a cualquier otro centro de la Comunidad Valenciana, incluyendo las capitales, explica esta situación. El número de plazas hoteleras sigue creciendo, a pesar de la crisis económica y de la posible o previsible “saturación” de la oferta.

Respecto al gasto por turista, en relación con la estancia media, en el último decenio la Comunidad Valenciana ha aumentado los ingresos por turismo a pesar de haber reducido la estancia media de 13 a 11 días. Sin embargo, en comparación con lo ocurrido en el mismo periodo en otras comunidades autónomas, la situación podría calificarse de estable. Cabe señalar que el total gastado por los poco más de 2 millones de turistas británicos que visitan la Comunidad llega a más de 1.500 millones de euros, muy por encima de los 881 millones gastados por los nueve millones y medio de valencianos que eligen la Comunidad para sus vacaciones.

Como consecuencia de los datos actuales y su evolución en los últimos años sobre las principales variables que definen al sector turístico valenciano, cabe señalar que sus principales características son:

- a) Turismo vacacional asociado a los recursos ligados al producto de sol y playa
- b) Estacionalidad
- c) Gasto medio-bajo, tanto en total como por turista
- d) Origen de la demanda principalmente nacional (turismo de proximidad), en concreto, de la misma Comunidad Valenciana
- e) Predomina la oferta de alojamiento extrahotelero, pudiéndose hablar de turismo de segundas residencias, al que hay que añadir el turismo residencial principalmente de extranjeros
- f) Lento proceso de diversificación territorial, siendo aún muy poco significativo el turismo rural y/o cultural (salvo en la ciudad de Valencia)
- g) Oferta hotelera dependiente de los touroperadores internacionales
- h) Enorme concentración espacial, incluso en la propia franja litoral, destacando el municipio de Benidorm (77% de las pernотaciones de turistas extranjeros)
- i) Importantes procesos de reestructuración en los destinos maduros a partir de políticas de apoyo a la mejora de la calidad.

Los espacios turísticos valencianos: comportamiento en tiempos de crisis económica

La plasmación de las características señaladas anteriormente en el territorio ha dado lugar a diferentes modelos de oferta turística que se diferencian entre sí por su producto, su evolución, su impacto territorial y su previsible futuro. Los grandes espacios turísticos valencianos son: el litoral, el interior rural/natural y las ciudades.

En primer lugar, el turismo en los espacios litorales de la Comunidad Valenciana presenta un elevado nivel de especialización. El producto sol y playa es común a todos ellos, pudiéndose considerar como destinos vacacionales, sin embargo, el desarrollo de oferta complementaria basada en los recursos territoriales propios determina unas ciertas diferencias.

Si tenemos en cuenta la oferta hotelera, cabe señalar, en Alicante, como ya se ha indicado anteriormente, el peso de la Costa Blanca, destacando claramente Benidorm. El modelo turístico de esta ciudad está íntimamente relacionado con su modelo y función urbana. La gran concentración de plazas hoteleras hace que este destino sea el referente valenciano de los touroperadores internacionales que comercializan un elevado porcentaje de dichas plazas. En la Costa Blanca existen otros destinos de menor y más reciente implantación hotelera, en los que predominan las segundas residencias con un importante peso de las casas individuales, un modelo extensivo con gran repercusión sobre el territorio y sus recursos, en particular el agua. Calpe, Altea, Denia y Xàvia son los más destacados.

La costa de la provincia de Valencia se caracteriza por un número menor de plazas hoteleras y un extraordinario peso de los apartamentos, destacando Gandía y Cullera, así como otros de menor peso pero con una creciente funcionalidad turística, reforzada en los años de la crisis económica, como Sueca, Oliva, Sagunt y pequeños municipios como Daimus, Miramar, Canet y Xeraco. En la provincia de Castellón destacan dos ciudades, Benicassim y Peníscola, con hoteles de categoría intermedia y un amplio parque de apartamentos. En definitiva, en la Comunidad Valenciana se ha dado una cierta reestructuración de la oferta y demanda turística consolidándose los centros tradicionales, como Benidorm o Gandía, que pierden cierto peso relativo, y reforzándose otros como la ciudad de Valencia o Peníscola, en todo caso, con diferente éxito en cuanto a la creación o consolidación del empleo turístico (tabla 3).

Como se ha señalado, en la Comunidad Valenciana, el desarrollo inmobiliario ha marcado la estructura territorial y el modelo del turismo, en especial en el litoral (gráfica 1). La distribución territorial de las

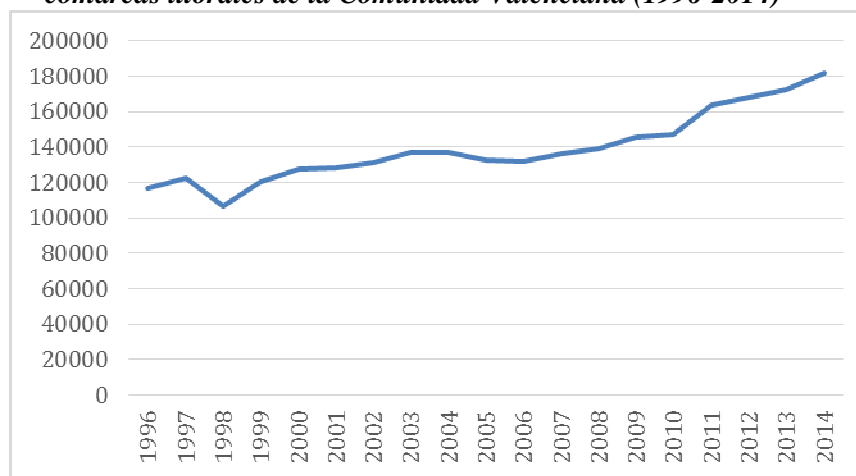
viviendas secundarias presenta también importantes contrastes. En la Costa Blanca se ha producido una alta especialización, con más de un millón de plazas en apartamentos en los municipios litorales, en Valencia se da una elevada concentración de apartamentos en el área de la Safor, y en Castellón ha crecido la urbanización a partir de la construcción de apartamentos en los tramos de playa de centros tradicionales como Benicàssim, Peníscola y Oropesa, pero también en zonas nuevas como Nules y Almenara, entre otros.

Tabla 3. Porcentaje de variables turística según destino (ciudad) sobre el total de la Comunidad Valenciana en agosto (temporada alta)

	2000			2014		
	Viajeros entrados	Plazas estimadas	Personal ocupado	Viajeros entrados	Plazas estimadas	Personal ocupado
Alacant	10,55	6,37	6,12	7,78	5,81	5,83
Benidorm	28,43	36,69	28,91	25,35	30,38	32,07
Peníscola	5,63	7,01	8,66	7,37	7,25	8,39
Gandía	3,25	4,55	6,00	3,78	4,49	4,17
Valencia	13,51	9,35	12,14	17,86	12,94	12,25
C. Valenciana	100	100	100	100	100	100

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de INE. Encuesta de ocupación hotelera

Gráfica 1. Evolución del número de plazas de apartamento en las comarcas litorales de la Comunidad Valenciana (1996-2014)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la Agencia Valenciana de Turismo –IVE

A pesar de que, en teoría, los municipios con una economía más diversificada deberían ser menos dependientes de la actividad turística, y por tanto presentar menor riesgo socioeconómico, la realidad es que en algunos de ellos se han realizado fuertes inversiones con la excusa del turismo, que han llevado a los consistorios a endeudarse hasta extremos que superan cualquier nivel de prudencia. La crisis económica actual ha sacado a la luz muchos de estos problemas, achacándolos, erróneamente, a un desarrollo turístico poco sostenible, cuando se trata del resultado de unas decisiones públicas que no tuvieron como objetivo ese desarrollo equilibrado e integrado. Las diferencias, pues, a nivel local, entre los destinos turísticos del litoral son importantes.

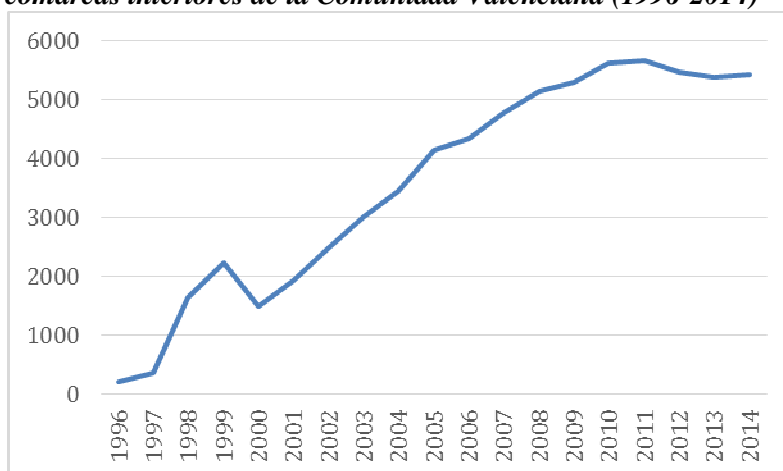
El turismo rural en la Comunidad Valenciana se caracteriza por un doble modelo. Por una parte, el tradicional, relacionado con el turismo familiar de vuelta a los orígenes y, por otra, el relacionado con la nueva demanda que valora la cultura tradicional y la autenticidad de espacios vinculados al medio ambiente y el entorno rural (YEPES, 1995). En el primer caso, se trata de un turismo de gasto bajo, muy fiel, que ocupa vivienda propia o de familiares y que no se encuentra vinculado al desarrollo económico o empresarial del sector. En el segundo caso, desde finales de los años 90 se ha desarrollado en la Comunidad Valenciana, siguiendo lo ocurrido en otras partes de España y Europa, una oferta turística en áreas rurales vinculada a nuevas motivaciones de los turistas que desean nuevos productos relacionados con la calidad ambiental, la oferta cultural y los valores relacionados con el mundo no urbano. Se trata en ocasiones de “ocio activo”, por lo que este turismo ha contribuido no sólo a crear una infraestructura de alojamiento turístico adecuada a una demanda media-alta (gráfica 2), sino también al desarrollo de nuevas empresas de actividades complementarias que han trabajado para la puesta en valor del territorio de interior.

Destaca en cuanto a dinamismo del turismo rural el interior de la provincia de Castellón, con una oferta variada (termalismo, espacios naturales, patrimonio...) y otras zonas como las comarcas del interior de Valencia, Rincón de Ademuz, Serranía y Utiel-Requena, a las que la cercanía a la capital ha beneficiado. Por último, otras comarcas, de tradición industrial y con una densa red de ciudades intermedias, localizadas en el eje interior desde Valencia a Alicante, como la Costera, la Vall d'Albaida o L'Alcoià, han tratado de desarrollar un turismo de interior basado en el producto cultural y gastronómico que no ha destacado por encima de otro tipo de actividades económicas.

La administración, en sus distintos niveles, ha contribuido a generar y potencial el turismo en estas comarcas, a partir de diferentes tipos de apoyo, entre los que destacan las Iniciativas Comunitarias LEADER y

PRODER, pero también el Programa de Turismo de Interior y el actual Plan Director de Turismo de Interior.

Gráfica 2. Evolución del número de plazas en casas rurales en las comarcas interiores de la Comunidad Valenciana (1996-2014)



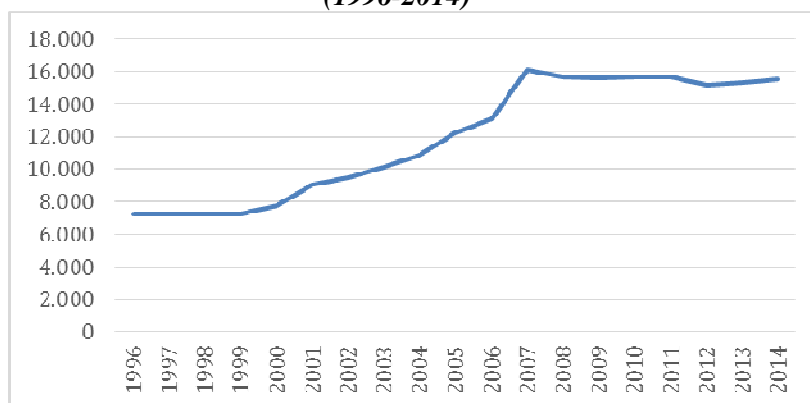
FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la Agencia Valenciana de Turismo –IVE

El turismo rural se ha tratado en algunos casos como la solución a los problemas de estancamiento económico, cuando no recesión, de determinadas áreas rurales remotas y desfavorecidas. Este canto de sirena para los habitantes del medio rural también encandiló a muchos pequeños inversores foráneos (provenientes de espacios urbanos) que trataron de hacer negocio aprovechando la coyuntura favorable, pero que contribuyeron en gran medida a desvirtuar la verdadera esencia de las ayudas: complementar y diversificar las rentas de quienes allí residen.

Por último, el turismo urbano, asociado a las distintas actividades propias de estos territorios, entre las que destacan el ocio y las compras, y la cultura, todavía presenta una baja cuota de mercado excepto en la capital, Valencia, en la que el turismo de cruceros está teniendo un peso fundamental (SANZ BLAS, 2014).

El desarrollo de nuevos intereses por parte de la demanda junto con una oferta cultural mucho más amplia y visible, con la Ciudad de las Artes y las Ciencias como imagen de modernidad, explican el desarrollo turístico de la capital desde principios de los años 90. Durante la última década del siglo XX, la ciudad crece en número de plazas de alojamiento, pasando de 8.957 en 1990 a 17.423 plazas hoteles en 2014, la mayoría en categorías media-altas (gráfica 3). En la actualidad el 47% de las plazas hoteleras de la ciudad de Valencia pertenecen a hoteles de 4 estrellas y el 8% de cinco estrellas.

Gráfica 3. Evolución de las plazas hoteleras en la ciudad de Valencia (1996-2014)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de la Agencia Valenciana de Turismo –IVE

Conclusión

El turismo tiene un desigual papel en las economías locales y comarcales. En el caso de la Comunidad Valenciana, en aquellos destinos en los que esta actividad es predominante, se da una elevada proporción de población ocupada en actividades relacionadas directa o indirectamente con el turismo así como un nivel de renta más elevado que en otras zonas donde esta actividad no es tan importante. La evolución de la renta a nivel local, incluso durante el periodo de crisis económica, permite afirmar que las áreas industriales pierden peso a favor de las terciarias, en las que el turismo es la actividad más importante o son lugares de viviendas secundarias tradicionales. Esta realidad, apoya la percepción del turismo como solución relativamente rápida y eficaz a los problemas de desempleo y precariedad, aunque, en ocasiones, sin una visión estratégica a largo plazo.

Existen algunos elementos a tener en cuenta con el fin de mejorar el difícil equilibrio en el que se desarrolla la actividad turística para el caso de la Comunidad Valenciana, en particular a partir de su evolución durante los años de la crisis económica:

- a) La intensificación del turismo de proximidad y la reducción de la estancia media, elementos a considerar en el desarrollo de estrategias de promoción
- b) La consolidación del producto “sol y playa”, lo que implica una necesaria articulación de los diferentes espacios, en particular de los espacios litorales con el fin de revalorizar los destinos obsoletos mediante la ampliación de los espacios para la práctica turística

c) La reducción del gasto medio por estancia y por turista, lo que supone la necesidad de adaptarse a las nuevas demandas pero también de seleccionar qué clientes son los que se adecúan mejor a la oferta turística valenciana

d) La concepción del turismo como sector de dinamización socioeconómica a nivel local y regional, en particular en un periodo de recesión económica en el que otras actividades (industriales y terciarias) han perdido su capacidad de creación de empleo, lo cual hace recaer sobre el turismo la responsabilidad de regeneración económica, como una solución rápida. Existe el gran riesgo de no realizar una reflexión en profundidad sobre las consecuencias que a nivel local esto pueda tener a medio y largo plazo.

e) La demanda es exigente en el sentido de la variedad de productos demandados, lo cual se evidencia en el crecimiento del turismo en la ciudad de Valencia. La creación de productos a partir de la incorporación de nuevos recursos que pueden ponerse en valor al complementar la oferta mayoritaria existente, siendo especialmente importante en las ciudades costeras y de interior con gran patrimonio histórico-cultural. En la Comunidad Valenciana existen importantes recursos territoriales, únicos y con elevada potencialidad, tanto en el interior como en la costa, aún no puestos en valor turístico.

f) Una demanda exigente y un territorio sostenible (a pesar de no tratarse de un turismo “caro”) exigen la cualificación tanto del territorio como del personal. La apuesta por la calidad en el entorno y en el servicio es fundamental.

g) Elevado número de residencias secundarias, lo que significa gran fidelidad de la demanda. El mercado inmobiliario se ha parado o ralentizado. El control de la urbanización para no crear más residencias secundarias de las que el mercado puede absorber. Cabe recordar que la conurbación litoral de la Comunidad Valenciana supone que el 60% del espacio litoral está actualmente urbanizado (más del 80% en la provincia de Alicante)

h) La existencia de un importante turismo residencial o residencialismo, con ciudadanos extranjeros residiendo todo o gran parte del año en las costas valencianas, llegando a superar el 40% en algunos municipios como Teulada, Calp o Xàbia.

i) La interrelación del turismo con otros tipos de actividades que trasciende ampliamente lo que se entiende por sector turístico, pasando a formar un todo que se concreta en una experiencia para el visitante. Las actuaciones públicas en materias tan diferentes como la gestión del agua, las infraestructuras de transporte y comunicación, la seguridad, el urbanismo, la ordenación del territorio o la gestión medioambiental tienen

claras repercusiones sobre la configuración del producto turístico y, en última instancia, sobre la experiencia y vivencia del turista.

Bibliografía

- LÓPEZ ORTIZ, M.I. y MELGAREJO MORENO, J. (2011). “El turismo en la Comunidad Valenciana. La reinención de un modelo de sol y playa y mucho más”, en BARCIELA, C. (ed.), *La evolución de la industria turística en España e Italia*. 2009, 93-136.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. y VERA REBOLLO, J. F. (2000). “Espacios y destinos turísticos”, en *Geografía de España*, Ariel, Barcelona, 545-570.
- NAVARRO, S. (2014). “Los espacios turísticos de la Comunidad Valenciana: ¿planificación territorial del turismo o evolución espontánea? Los planes regionales y el caso de Peñíscola”, *Investigaciones turísticas*, 8, 85-111.
- SANZ BLAS, S. (2014). “Situación actual del turismo de cruceros en la ciudad de Valencia”, *Papers de Turisme*, 56, 81-100
- VERA REBOLLO, J. F. y RODRÍGUEZ SÁNCHEZ, I. (eds.) (2012). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades*. Servei de Publicacions de la Universitat de València, Valencia.
- YEPES, V. (1995). “Turismo sostenible en el interior de la Comunidad Valenciana: posibilidad de un desarrollo turístico complementario al de sol y playa”, *Papers de Turisme*, 17, 75-87.

Crisis, reforma laboral y externacionalización en el sector hotelero: razones contrapuestas

Ernest CAÑADA

Grupo de Investigación en Sostenibilidad y Territorio (GIST) de la Universidad de las Islas Baleares y Alba Sud – Centro de Investigación y Comunicación para el Desarrollo. Contacto: ernest@albasud.org

Cañada, E. 2016. Crisis, reforma laboral y externacionalización en el sector hotelero: razones contrapuestas. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 183-200. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen: La externacionalización en hoteles de España, en especial en los departamentos de pisos, ha adquirido un importante protagonismo como mecanismo de gestión laboral en los últimos años, asociada al desempleo masivo existente desde la crisis económica de 2008 y a las facilidades otorgadas por la reforma laboral de 2012. En la comunicación se describen: a) la evolución del marco legal que ha permitido su generalización, b) las razones aducidas por el empresariado hotelero en la apuesta por este modelo y, finalmente, c) el análisis realizado desde el mundo del trabajo, que entienden que sus consecuencias tienen un carácter traumático y aumentan la precariedad laboral.

Palabras clave: camareras de piso; condiciones trabajo; departamento de pisos, empresas multiservicios, externacionalización; hoteles; precariedad; reforma laboral; sindicalismo; turismo.

Introducción

Esta comunicación centra su atención en las razones por las cuáles se extienden los procesos de externacionalización en hoteles de España, con una especial intensidad a raíz de la reforma laboral de 2012. La externacionalización consiste básicamente en la contratación de servicios a una tercera empresa, que se hace cargo de los trabajadores y de la gestión completa de un determinado proceso (Basualdo & Morales, 2014). Esto se hace en el caso de los hoteles en España mediante un sistema de retribución con una cantidad fija por servicio realizado o con tarifas planas por horas con variables en función de la ocupación y época del año, y que en ocasiones incluyen también sistemas bonificación y penalización en función de los resultados (Hosteltur, 2014).

Los procesos de externacionalización han sido caracterizados en diferentes estudios como un mecanismo de reducción de costes

empresariales con importantes impactos en las condiciones laborales, especialmente en la disminución de salarios (Basualdo & Morales, 2014; Dube & Kaplan, 2010; Moreno *et al*, 2014; Munro, 2012; Petersen, 2011); pérdida de beneficios sociales asociados a la contratación directa (Basualdo & Morales, 2014; Dube & Kaplan, 2012); intensificación del trabajo (Hebson *et al*, 2003; Moreno *et al*, 2014; Munro, 2012; Petersen, 2011); pérdida de autonomía de los trabajadores y trabajadoras (Munro, 2012); menor seguridad en el empleo (Petersen, 2011); afectaciones en la salud con un incremento del estrés y agotamiento (Basualdo & Morales, 2014; Petersen, 2011); pérdida de calidad en la atención al cliente y en el servicio brindado (Munro, 2012; Petersen, 2011; Lethbridge, 2012); disminución de la sindicación (Dube & Kaplan, 2012) o afectación en las formas de organización sindical y capacidades de negociación colectiva (Basualdo & Morales, 2014). Así se ha caracterizado que la externacionalización implica una pérdida generalizada en la calidad del empleo (Castillo, 2005; Moreno *et al*, 2014; Warhust *et al*, 2012).

Los procesos de externacionalización en hoteles de España en actividades centrales ha adquirido un importante protagonismo como mecanismo de gestión laboral en los últimos años, asociada al desempleo masivo a raíz de la crisis económica iniciada en 2008 y su nueva regulación con la reforma laboral de 2012. A continuación se describen la evolución del marco legal que ha permitido su generalización, las razones aducidas por el empresariado hotelero por la apuesta por este modelo y por diversos representantes del mundo del trabajo, claramente en contradicción.

Evolución del marco legal

Desde los inicios de la democracia en España las externacionalizaciones en el sector de la hotelería han estado permitidas según lo establecido en el *Estatuto de los Trabajadores* de 10 de marzo de 1980. Esta ley era la primera norma que regulaba las relaciones laborales en España tras el fin de la dictadura franquista en 1978, y que sustituía la *Ley de Relaciones Laborales* de 8 de abril de 1976, y en parte a la *Ordenanza de Trabajo para la Industria de la Hostelería* de 28 de febrero de 1974. Estas eran de ámbito estatal y regulaban todas las funciones de las diferentes categorías profesionales, y de las cuales dependían los salarios. Según constaba en el artículo 42 del *Estatuto de los Trabajadores* la externacionalización era asumida en la medida que se establecían una serie de responsabilidades por parte del empresariado en caso de subcontratar obras o servicios:

Los empresarios que contraten o subcontraten con otros la realización de obras o servicios correspondientes a la propia actividad de aquéllos deberán comprobar que dichos contratistas están al corriente en el pago de las cuotas de la Seguridad Social. (*Estatuto de los Trabajadores*, 14/03/1980, artículo 42.1)

Sin embargo no eran empleada con frecuencia porque no resultaba lo suficientemente rentable para la empresa, por cuanto debían pagar lo mismo a los trabajadores externalizados que a los que contratara directamente. Esto quedaba regulado por el mismo *Estatuto de los Trabajadores* en sus artículos 81, 82 y 83, cuando se establecía que:

Los convenios colectivos regulados por esta Ley obligan a todos los empresarios y trabajadores incluidos dentro de su ámbito de aplicación y durante todo el tiempo de su vigencia. (*Estatuto de los Trabajadores*, 14/03/1980, artículo 82.3)

Mediante acuerdos interprofesionales o por convenios colectivos las organizaciones sindicales y asociaciones patronales más representativas, de carácter estatal o de comunidad autónoma, podrán establecer la estructura de la negociación colectiva, así como fijar las reglas que han de resolver los conflictos de concurrencia entre convenios de distinto ámbito y los principios de complementariedad de las diversas unidades de contratación, fijándose siempre en este último supuesto las materias que no podrán ser objeto de negociación en ámbitos inferiores. (*Estatuto de los Trabajadores*, 14/03/1980, artículo 83.2)

Un convenio colectivo, durante su vigencia, no podrá ser afectado por lo dispuesto en convenios de ámbito distinto, salvo pacto en contrario, conforme a lo dispuesto en el número dos del artículo ochenta y tres. (*Estatuto de los Trabajadores*, 14/03/1980, artículo 84)

De este modo el convenio sectorial primaba sobre cualquier otro convenio al establecer unos mínimos. Así un trabajador no podía ganar en el cómputo anual de su retribución menos de lo que ordenaba el convenio de su sector. Y por tanto los convenios de empresa que se acordaban en aquellos momentos eran superiores a lo que establecían los convenios salariales.

En 1991 el Gobierno del PSOE derogó las ordenanzas laborales heredadas del período franquista, que en el caso de la hostelería regulaba una parte importante de las condiciones laborales que no venían recogidos en los convenios sectoriales, en especial con respecto a las categorías laborales. Sin embargo, su derogación generó un vacío legal que provocó una degradación en las condiciones laborales de los trabajadores y

trabajadoras del sector que acabó siendo contestado a través de las organizaciones sindicales.

Su derogación fue aprovechada por las patronales del sector para acabar con las categorías profesionales y precarizar más los puestos de trabajo. Ante esta situación y el cerrazón de la patronal a negociar un acuerdo de mínimos que tomara en cuenta los vacíos generales, los sindicatos, CCOO y UGT, convocamos la primera huelga general estatal del sector de la hostelería en la Semana Santa de 1992, con el objetivo de conseguir una nueva regulación, más acorde con los nuevos tiempos y evitar el vacío existente. La huelga fue difícil sacarla adelante, pero a final fue un éxito de participación. (Gonzalo Fuentes, sindicalista, Málaga)

De este modo, a finales de 1992, y fruto de las movilizaciones sindicales, se empezaron las negociaciones para alcanzar un primer Acuerdo Laboral de Ámbito Estatal (ALEH), cuya comisión negociadora se constituyó formalmente el 20 de febrero de 1995, y que finalmente fue firmado en Madrid el 13 de junio de 1996 (ALEH, 2015: 6). El período de negociaciones fue especialmente largo, con tensiones y rupturas de las negociaciones. Los temas que por parte empresarial presentaron mayor resistencia fue por un parte la configuración de las clasificaciones profesionales, y por otra la cuestión de las faltas y sanciones. Finalmente, y a tenor de las organizaciones sindicales, ese acuerdo supuso una mejora destacada para los trabajadores y trabajadoras del sector, en especial las camareras de piso.

Sin duda uno de los principales logros fue conseguir que las camareras de pisos fueran encuadradas en el grupo profesional de los oficiales, es decir, junto con los cocineros, camareros de restaurantes y bar, oficiales de mantenimientos, etc. (Gonzalo Fuentes, sindicalista, Málaga)

Su contenido es fundamental porque en él están reflejadas las condiciones de trabajo de un colectivo de más de un millón doscientos mil trabajadores y trabajadoras de la hostelería y el turismo en cuestiones como la clasificación profesional, la prevención de los riesgos laborales, los contratos de trabajo, el régimen disciplinario, etc. El salario se regula en el convenio provincial, pero las categorías profesionales y las funciones que tiene, por ejemplo, una camarera de piso o un camarero, eso lo regula el ALEH. (Antonio Ruda, sindicalista, Madrid)

Años más tarde, con la Reforma Laboral aprobada a través de un Real Decreto-ley por el Gobierno del Partido Popular el 10 de febrero de 2012, y tramitada como proyecto de Ley el 8 de marzo del mismo año con los votos a favor del Partido Popular, Convergencia y Unió, Unión del

Pueblo Navarro y Foro Asturias, se modificaron las condiciones que han permitido la extensión de las externacionalizaciones en los hoteles de buena parte de España. Al regularse que en lo que respecta a la jornada laboral, horario, salario y clasificación profesional de los trabajadores, tiene prioridad aplicativa el convenio de empresa sobre los otros convenios que hubiera, la externacionalización se convierte en una fórmula atractiva para el empresariado hotelero por cuanto puede desprenderse de trabajadores directos vinculados al convenio de hostelería y contratar a una empresa multiservicios que tiene a sus trabajadores bajo convenios de empresa o asociados a otros ámbitos de actividad con menor reconocimiento profesional y retribución, como son los convenios de limpieza.

Estas modificaciones promovidas en la Reforma Laboral de 2012 quedaron reflejadas en el nuevo texto del *Estatuto de los Trabajadores* refundido en el Real Decreto de 23 de octubre de 2015, y en el que se integraron y armonizaron las modificaciones realizadas sobre el texto vigente tras su última modificación el 24 de marzo de 1995. Así, en relación a los convenios, el nuevo articulado de 2015 del *Estatuto de los Trabajadores* establecía:

La regulación de las condiciones establecidas en un convenio de empresa, que podrá negociarse en cualquier momento de la vigencia de convenios colectivos de ámbito superior, tendrá prioridad aplicativa respecto del convenio sectorial estatal, autonómico o de ámbito inferior en las siguientes materias:

- a) La cuantía del salario base y de los complementos salariales, incluidos los vinculados a la situación y resultados de la empresa.
- b) El abono o la compensación de las horas extraordinarias y la retribución específica del trabajo a turnos.
- c) El horario y la distribución del tiempo de trabajo, el régimen de trabajo a turnos y la planificación anual de las vacaciones.
- d) La adaptación al ámbito de la empresa del sistema de clasificación profesional de los trabajadores.
- e) La adaptación de los aspectos de las modalidades de contratación que se atribuyen por esta ley a los convenios de empresa.
- f) Las medidas para favorecer la conciliación entre la vida laboral, familiar y personal.
- g) Aquellas otras que dispongan los acuerdos y convenios colectivos a que se refiere el artículo 83.2.

Igual prioridad aplicativa tendrán en estas materias los convenios colectivos para un grupo de empresas o una pluralidad de empresas vinculadas por razones organizativas o productivas y nominativamente

identificadas a que se refiere el artículo 87.1. (...) (Estatuto de los Trabajadores, 23/10/2015, artículo 84.2)

Razones empresariales

Existe una opinión mayoritaria entre el sector empresarial hotelero que las razones por las cuales les puede resultar favorable externalizar determinados servicios tiene que ver con la reducción de costes. En una encuesta realizada por Hostelmarket en 2014 a 100 establecimientos hoteleros de diversas características en cuanto a su tipología, categoría y capacidad de alojamiento, sus responsables identificaron que las ventajas de externalizar servicios eran los siguientes: ahorro de costes (43%), flexibilidad de las operaciones del hotel (30%), acceso a personal con experiencia (24%), obtener un servicio de mayor calidad, mejorar la organización interna (15%) (Pastor, 2014).

Manel Casals, gerente del Gremio de Hoteles de Barcelona, entiende que la opción por las externalizaciones es parte de una estrategia empresarial para adaptarse a un contexto global marcado por la crisis y la irrupción de nuevas formas de alojamiento vinculadas a la economía colaborativa, que generan un escenario de mayor incertidumbre y competencia, y por tanto la necesidad de ajustar costes para afrontar con garantías este contexto.

El turismo ha tenido un crecimiento no solo de visitantes sino también en los ingresos por cada cliente y parece que la evolución puede ser buena, probablemente consecuencia de que los países del otro lado del Mediterráneo llevan años de conflictos. Entonces la gente del Norte de Europa que busca sol ahora no puede ir a Turquía, Egipto, Siria o Argelia, como iba antes, y por lo tanto esto lo notamos positivamente en Canarias, en toda la costa de Valencia y Baleares y también en Cataluña. Y esto nos ha ayudado a amortiguar la caída por la crisis, porque hemos tenido una caída muy fuerte, como la mayoría de sectores. Es verdad que muchos sectores tuvieron que empezar a cerrar y nosotros lo que tuvimos que hacer de una manera muy contundente fue reducir costes y adaptarnos a la situación.

También nos empezó a aparecer, aunque ya existía, una competencia que le diré desleal, vinculada a la economía colaborativa (...), con condiciones muy diferentes a las que tenemos en la propia hostelería, con unas cargas administrativas muy diferentes a las que tiene la hostelería. Entonces, entre una y otra cuestión, la crisis más la aparición de toda esta competencia, en algunos casos desleal, hemos tenido que readaptar costes. (Manel Casals, directivo asociación empresarial, Barcelona)

La forma de ajustar costes ha consistido, según el mismo directivo, en una reducción de los gastos fijos, y la externalización habría sido una de las vías para llevarlo a cabo.

Dentro de la readaptación de costes, una [de las respuestas] ha sido no cargar con una estructura muy grande de personal durante todo el año, porque no tenemos todo el año la misma ocupación. Hablo de Cataluña y en general, sin entrar en detalles de Barcelona o Cataluña, porque no es exactamente igual, pero unos cierran y a otros les baja la ocupación, pero al final es el mismo. Esto supone una serie de consecuencias, que no puedes renovar el negocio como lo deberías hacer o que en lo que respecta al personal tienes que adaptarte y tienes que pensar cómo ajustar los costes, (...). Y aquí es donde probablemente han entrado las empresas de externalización, que dan este servicio en algunos departamentos. Ahora hay miedo a contratar fijo porque venimos de unos años que todos nos hemos tenido que ajustar, y esto nos ha quedado dentro. Este miedo a contratar fijo, porque uno no sabe qué pasará, hace que [los hoteleros] se decanten por la externalización, y probablemente pensando que no habrá ningún efecto negativo. (Manel Casals, directivo asociación empresarial, Barcelona)

La reducción de costes que puede suponer la externalización se produce por diferentes conceptos. Según el Grupo Uno, empresa española dedicada desde 1986 a la externalización en múltiples ámbitos sectoriales, incluyendo los hoteles, las ventajas de la externalización tienen que ver tanto con el ahorro de los costes directos de contratación del personal como los gastos derivados de su gestión, habitualmente menos visibles. En los que respecta a los costes directos, salario y seguridad social, se argumenta que:

En general una empresa de externalización trabaja con un convenio colectivo propio más flexible y competitivo, lo que supone un diferencial importante respecto a los costes directos de la empresa. (Grupo Uno, 2011)

Pero además el Grupo Uno considera «costes ocultos» todos aquellos que se derivan de la gestión operativa y del *back office*. En concreto identifican los siguientes gastos que se verían reducidos gracias a un proceso de externalización:

- a) Costes de producción, derivados de las primas a empleados para que aumenten su productividad, y que por medio de la externalización queda fijada en el acuerdo contractual entre cliente y proveedor.

- b) Costes de gestión de personal asociado a labores de gestión por la fluctuación del servicio, planificación y horarios, absentismo, horas extras y la diversidad de la plantilla, y que son delegadas a la empresa que asume la externalización.
- c) Costes de actividades anexas, como la prevención de riesgos y calidad, que son absorbidos por la empresa de externalización de acuerdo con lo establecido con el cliente.
- d) Costes de *back office* derivados de la gestión de personal asumida por el departamento de recursos humanos, y que consideran que puede ser de un 3% por empleado. Así se prevé la reducción de toda una serie de tareas de gestión, entre las que significativamente incluyen «comités de empresa y sindicatos».

Y dentro del *back office* también se contemplan los costes administrativos y de soporte asociados a una estructuras de compras, finanzas, sistemas de información, etc., de la cual la empresa puede liberarse.

Esta reducción global de costes estaría situada entre un 15% y un 30%, según estimaciones de tres directivos de este tipo de empresas (Oscar Molina de Sodexo, Juan Manuel González de PDQ Spain y Javier Manchón de Cluster) participantes en un debate sobre la externalización durante la edición de 2014 de Hosteltur en Barcelona (Hosteltur, 2014)

Visto en perspectiva, después de cuatro años de la aprobación de la reforma laboral que dio lugar a la eclosión de empresas multiservicios que han asumido los procesos de externalización en numerosos hoteles, y principalmente en los departamentos de pisos, para las empresas del sector el balance es positivo, como así se desprende de algunas declaraciones en medios de comunicación tanto de responsables de empresas de externalización como de los mismos hoteles. Así Jesús Lizárraga, director general del Grupo Elosa, empresa dedicada a la externalización en ámbitos diversos entre los que se encuentra la limpieza en hoteles, enfatiza como ventaja tanto la reducción de costes que ha supuesto como la capacidad de adaptación a las fluctuaciones de la ocupación y factores imprevistos:

Además de convertir un gasto fijo, como es el coste salarial de la plantilla fija de *housekeeping*, en un gasto variable, porque se paga sólo por habitación ocupada y limpia, lo cierto es que mejora la rentabilidad de un departamento que hasta ahora miraba solo por la calidad. Y, por otra parte, permite dedicar los esfuerzos al *core bussines* del hotel, que en la

actualidad y con la competencia que hay en el sector, es llenarlo de huéspedes. (...) El factor más apreciado por los usuarios de nuestros servicios es la flexibilidad. Somos capaces de adaptarnos día a día a unas necesidades que dependen de factores como la estacionalidad, el clima, los congresos, las cancelaciones de grupos o vuelos o los grupos de última hora, entre otros. (Hosteltur, 2016: 14)

Por su parte, Juan Molas, presidente de Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEAT), en respuesta a una pregunta de Hosteltur sobre las razones porqué la externacionalización se habían vuelto un tema de candente actualidad afirmaba:

La práctica de la externalización de servicios está ampliamente reconocida en otros muchos sectores económicos en todo el mundo occidental. Pues lo mismo hace la hostelería que, ante la crisis que hemos vivido de 2007 a 2014, para precisamente paliar las pérdidas y evitar situaciones de conflicto importante, subcontrata determinados servicios en función de la ocupación y de la demanda de servicios que el propio hotel genera. ¿En qué casos? En mantenimiento, informática, seguridad, jardinería, limpieza de zonas comunes y habitaciones y, en mucha menor medida, en restauración. Son empresas de alto valor añadido y muy profesionales que ofrecen servicios externalizados y que operan en función de sus propios convenios colectivos. Estas empresas, obviamente, están obligadas a tener un personal dado de alta, cumpliendo con toda la legislación, pero el hotelero no entra en lo que cobran esos empleados porque el servicio se contrata de empresa a empresa. (Hinojosa, 2016b: 53)

El análisis desde el mundo del trabajo

La valoración de las externacionalizaciones de las asociaciones profesionales y organizaciones sindicales y los mismos trabajadores y trabajadoras del sector no coincide con la de las organizaciones empresariales. Ni tampoco en que el trabajo del departamento de pisos no sea considerado como una actividad troncal en la hotelería.

Desde la Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades (ASEGO), su secretaria general, Ana María Dobaño, identifica la voluntad del empresariado de aprovechar la crisis para reducir costes laborales y problemas de gestión de personal:

¿A que crees que es debida esta apuesta por las externalizaciones?

Al coste, al coste puro y duro, a no querer tener a personal vinculado a la empresa, a querer reducir las plantillas, y también por los problemas con los sindicatos, pues evidentemente, si un hotel tiene menos plantilla pues

también tiene menos representantes sindicales. Pero sobre todo al querer quitarse de encima a tantas mujeres. Hay muchas bajas, muchas incidencias, nos quejamos de la carga del trabajo,... las mujeres siempre hemos sido las que nos hemos quejado, y bueno han visto una oportunidad para quitarse al núcleo que les genera dolor de cabeza, y además me lo quito abaratando costes, reduzco plantilla, reduzco mis gastos fijos y me paso a externalizar los servicios y pago por habitación hecha. (Ana María Dobaño, gobernanta, asociación profesional, Madrid)

Así lo considera también Mar Torres, subgobernanta en un hotel en Inglaterra y administradora del blog Gobernanta's, referencia en la formación profesional en los departamentos de pisos en España.

Con el tema de la crisis los empresarios vieron una puerta abierta para meter más trabajo (...). Antes intentaban abrir el margen de trabajo y no era posible porque los sindicatos o los comités de empresa estaban ahí. Pero con la crisis económica y el miedo a perder el trabajo pues fueron accediendo hasta que al final se ha convertido en lo que es hoy en día, que te pueden poner una carga de trabajo que es sobrehumana, pero lo camuflan bajo la palabra «flexibilidad». (Mar Torres, subgobernanta, administradora del blog Gobernanta's, Oxford)

Por su parte, Sonia Morán, abogada laboralista y asesora de la Asociación de Camareras de Piso de Sevilla (CAPISE), coincide en señalar que la externalización ha comportado un incremento de la precariedad y pérdida de derechos laborales a favor del empresariado:

La reforma laboral ha favorecido las externalizaciones, ya que ha establecido la primacía aplicativa del Convenio Colectivo empresarial frente al sectorial, de modo que las empresas multiservicios aplican sus propios convenios colectivos con condiciones laborales y salariales precarias, en lugar de las pactadas por el sector. El principal impacto es la precarización de los derechos laborales y la dispersión de los colectivos de trabajadores de los hoteles, de forma que impiden su unión y acción colectiva. (Sonia Morán, abogada laboralista, Sevilla)

Para las organizaciones sindicales, aunque el fenómeno de las empresas multiservicios tiene años de estar funcionando, el tipo de externalización que se está produciendo en los últimos años en el sector hotelero son una novedad tanto por su intensidad como por el hecho de estar afectando a procesos o departamentos considerados centrales.

La externalización de actividades que no se consideran troncales de una actividad empresarial viene produciéndose desde hace muchísimo tiempo, desde los años 70, empezando por la industria, pero luego ha ido

a cualquier otro tipo de actividad ¿Cuál es la novedad actual? Que se está produciendo una externalización masiva de algunas actividades del sector servicios por la capacidad que dan las reformas laborales recientemente implantadas en Europa, y que en España hemos sufrido tres, que permiten abaratar los costes laborales para propiciar un negocio de prestación de servicios interpuesto entre la actividad principal y la subsidiaria. Fundamentalmente lo que se busca es convertir costes fijos en variables. La empresa principal se evita el pasivo laboral futuro, las indemnizaciones que pudiera tener que pagar en caso de desvinculación de la plantilla. (José María Martínez, sindicalista, Madrid)

Desde esta perspectiva, el interés del empresariado por las externalizaciones responde principalmente a la posibilidad de disminuir costes laborales. Así estas empresas han podido ofrecer condiciones de contratación para la empresa más ventajosas en términos salariales que la contratación directa por parte de los mismos hoteles o el recurso a las Empresas de Trabajo Temporal (ETT).

De alguna manera esto empieza a surgir como alternativa a la nueva regulación de las ETT a finales de los 90, cuando, además de los estrictos requisitos administrativos que se les imponen, deben asumir la equiparación salarial del personal puesto en misión con el personal al que sustituye en la empresa cliente. Son los propios grupos de ETTs los que crean en su interno nuevas empresas dedicadas a múltiples actividades, aunque éstas ya existían en otros grupos empresariales dedicados a la limpieza, mantenimiento y seguridad, principalmente. Pero el verdadero y más importante auge de las empresas multiservicios se produce coincidiendo con la última crisis económica unida a la reforma laboral de 2012, con la prioridad aplicativa del convenio de empresa, cuando los empresarios vieron que la fórmula perfecta para no tener que pagar las condiciones salariales de la empresa cliente o del convenio sectorial correspondiente. Además, vieron que podían operar en muchos servicios diferentes ofreciendo unas condiciones laborales bastante bajas, y así empezaron a hacer su mercado. (Encarni Bonilla, sindicalista, Madrid)

Este cambio de regulación ofreció a las empresas del sector hotelero importantes ventajas que hacían atractiva su contratación.

La empresa de servicios sale del convenio de ETT, porque no es una ETT, y además hace muchas actividades, hoteles, limpieza, jardinería, mecánica, oficinas, de todo. Lo que ha hecho la reforma laboral es decirle a la empresa que usted puede abrir un convenio en cualquier momento, haya convenio sectorial o no lo haya, y que lo que usted pacte en el convenio de empresa tiene prevalencia sobre el convenio sectorial, sea de provincia, de territorio, sea del sector o sea estatal. Lo que ha hecho la

empresa de servicios es que han montado convenios de empresa, convenios que afectan a un montón de actividades. (Santos Nogales, sindicalista, Madrid)

De hecho las ETT son consideradas por parte de los sindicatos como una primera experiencia de cierto tipo de externalización a la que tuvieron que hacer frente en los años noventa.

Estamos asistiendo a un proceso parecido al que se produjo cuando se legalizaron las ETT en España, en los años 94-95. (José María Martínez, sindicalista, Madrid)

Desde el año 94 se produjo la proliferación de las ETT, que es un poco la génesis de todo este modelo a la hora de ofrecer servicios en los hoteles. Las empresas empezaron a contratar más a través de ETT, que tenían propios convenios. Entonces ahí empezamos a detectar que las condiciones y los salarios que se pagaban en esas empresas de trabajo temporal estaban muy por debajo del convenio de aplicación del sector a nivel regional, hablando de Cataluña, pero a nivel del Estado igual. Esto en su momento se pudo combatir de una forma muy sencilla, que ahí donde estuvieran las ETT se aplicase el convenio del sector en todo lo que es el mundo de la hostelería. (Paco Galván, recepcionista, sindicalista, Barcelona)

Así la externalización actual es vista a ojos de las organizaciones sindicales como un intento de la patronal de recuperar lo que en su momento intentaron a través de las ETT y acabaron perdiendo a causa de la reacción del movimiento sindical y de otras organizaciones sociales.

Una vez que la patronal vio que no podía sacar a las ETT todo el jugo que quería, apareció como agua de mayo una nueva oportunidad con las empresas multiservicios. En cualquier caso estamos ante la misma estrategia: evitar las regulaciones de los convenios colectivos, precarizar el trabajo y maximizar beneficios. El objetivo patronal es sustituir a los trabajadores propios con trabajadores externos, regulados por convenios más laxos y favorables a sus intereses. (Gonzalo Fuentes, sindicalista, Málaga)

Este ajuste de costes se puede hacer porque la externalización lo que permite es transferir la gestión de personal a una empresa multiservicios que puede aplicar un fuerte reducción de gastos al quedar fuera del marco regulatorio del convenio sectorial de hostelería, a través de convenios de empresa, firmados a través de representaciones sindicales

que en en muchas ocasiones no son reales o tienen un carácter fraudulento, o del convenio de limpieza en el caso del departamento de pisos.

La externacionalización lo que trae es el abaratamiento del coste, y es por eso que es ventajosa para la empresa. Si una camarera me coge la baja y tiene un coste y encima tengo que contratar a alguien para que la cubra esto me genera un gasto que de la otra forma no lo tengo. Yo tengo un tanto alzado que tengo que pagarle a la empresa que hay, o bien por número de habitaciones o por lo que sea, y entonces esto no sufre ninguna variación, no tengo que preocuparme si me faltan si no me faltan, si me vienen o si no me vienen. La empresa que hay subcontratada ya se encargará. ¿Cómo hace la empresa subcontratada para que la relación coste/contrato le salga bien? Pues evidentemente aplicando convenios que como son de empresas de servicios integrales aplican el de la limpieza o bien de empresa. Y ese convenio de aplicación es inferior al sectorial. En el convenio de limpieza estamos hablando de 400 ó 500 euros por debajo del salario de un trabajador de hostelería, haciendo el mismo trabajo. (Jesús Lodeiro, sindicalista, Barcelona)

¿Cuál es el mecanismo que permite legalmente hacer esto? Fundamentalmente la prevalencia del convenio de empresa sobre el convenio sectorial. Se hacen convenios de empresa, en empresas de multiservicios que realmente no tienen plantilla para poner a disposición de las empresas principales, y establecen un convenio con una representación laboral *ad hoc*, muchas veces de cartón piedra, falsa. (José María Martínez, sindicalista, Madrid)

También consideran que es una oportunidad para renovar sus plantillas de trabajadoras, haciéndose con los servicios de una fuerza laboral más joven y con mejores condiciones físicas, además de la diferencia en sus condiciones contractuales.

Lo que quieren es poder despreocuparse de un número de trabajadoras que por muchos motivos ya no les interesa tener en plantilla. Muchas llevamos años trabajando, siempre con carga excesiva y cada día va en aumento y evidentemente hay unas dolencias y un absentismo que no les interesa. En ese aspecto el «marrón» se lo lleva la empresa que contrata el servicio. (Loli, camarera de piso, sindicalista, Tarragona)

Una persona con ciertas edades, o seniors digamos, que ya no está para según qué cosas, entonces las empresas de multiservicios son una forma de renovar plantilla. En el caso de las camareras de piso, obviamente, al cumplir ciertas edades, pues ya no pueden con esas cargas de trabajo, ya no están en condiciones físicas de poderlas ejercer, y entonces estas empresas, que tienen otros departamentos, como limpiezas en edificios o limpiezas en establecimientos públicos y demás, pues es como una sustitución de

empleo. Entonces estas empresas se venden también como una forma de puedan quitarse a esas trabajadoras de encima de una forma barata. (Paco Galván, recepcionista, sindicalista, Barcelona)

Pero además los sindicatos interpretan que hay una clara voluntad de debilitar la misma organización autónoma de los trabajadores.

Aumenta la precariedad laboral, y la división de los trabajadores en multitud de empresas que impiden su unidad de acción sindical y colectiva en defensa de sus intereses. (Gonzalo Fuentes, sindicalista, Málaga)

[Las externalizaciones] llevan un objetivo encubierto que es la muerte del sindicato en las empresas, con la desaparición de sus comités y delegados respectivamente, ya que en muchos casos se rompe la unidad productiva y en otros se deja sin la capacidad de hacer elecciones sindicales porque la ley exige siempre unos mínimos de trabajadores para hacerlas. (Antonio Fernández, sindicalista, Calviá)

Los sindicatos identifican en la apuesta por las subcontrataciones un modelo de centro de trabajo en el que coexisten diferentes empresas y plantillas autónomas entre sí. En cierta medida se visualiza un ideal patronal de empresa que lleva a su máxima expresión los procesos de descentralización productiva.

Hoy hay hoteles de Madrid en los que los trabajadores que pertenecen al hotel son el director, y a veces está llevando dos y tres hoteles, el jefe de recepción, un par de recepcionistas, uno por turno, y se acabó la plantilla del hotel. El resto es personal externalizado que pertenece a otra empresa. (Santos Nogales, sindicalista, Madrid)

Es un proceso que no tiene final y que podría terminar con la paradoja de que el único trabajador dependiente de la empresa hotelera en cuestión fuera el director, y el resto podrían pertenecer a diferentes empresas y cada una con realidades laborales distintas. La patronal hotelera quiere acabar con los derechos conquistados en los últimos 35 años de lucha sindical. (Gonzalo Fuentes, sindicalista, Málaga)

Se trata de un esquema de gestión del personal que, lejos de ser insólito, empieza a ser realidad en algunos hoteles, especialmente en los de nueva creación. *Mari Puri*, supervisora del departamento de pisos de un gran hotel de Madrid, describe del siguiente modo este tipo de procesos:

Como era un hotel muy grande tenían a varias empresas. Una llevaba el departamento de pisos, otra la limpieza en lo que es la zona común, otra el restaurante, y así.

¿Todo el personal del hotel estaba externalizado?

No todo, quedaba personal del hotel en la dirección, en la recepción y alguno que otro en el restaurante, pero pocos.

¿Qué relación había entre las distintas empresas externas que trabajaban en el hotel?

Pues mucha competencia, porque querían ver cuál de las empresas funcionaba mejor para poder hacerse cargo del hotel.

¿Y esa competencia os la trasladaban a vosotras?

Sí, claro. De hecho me prohibían que yo hablara con el personal de las otras empresas. Y cuando venía alguna de sus jefas, como yo las conocía de haber trabajado alguna que otra vez con ellos, pues no querían que les hablara. Pero luego entre las trabajadoras nos contábamos todo un poco. (Mari Puri, supervisora, Madrid)

Mónica Moreno, que trabajó algo más de tres años como camarera de áreas comunes en un hotel de Madrid de 5 estrellas a través de una empresa multiservicios describe esa misma situación:

En ese hotel había muy poca gente de contrato, te estoy hablando de dos personas de recepción, tres de oficinas y algún jefe, es que ni los metes eran del hotel. Y toda la plantilla de empresas externas diferentes. El departamento de pisos lo lleva una, a los camareros los lleva otra, y así. (Mónica Moreno, camarera de pisos, Madrid)

En definitiva, desde la perspectiva de las organizaciones sindicales el modelo actual de externalización supone un ataque frontal contra los trabajadores y trabajadoras y los mismos sindicatos, un cambio en las reglas del juego que está precarizando aún más el trabajo en el sector hotelero y que provoca una oposición clara.

Lo que se está produciendo es una especie de ingeniería laboral para precarizar condiciones y tener una rentabilidad muy a corto plazo basada en la competencia en costes sobre la base de abaratar la mano de obra. Esto está aumentando la desigualdad, la brecha salarial entre hombres y mujeres, porque la gran mayoría de este tipo de actividades están muy feminizadas. (José María Martínez, sindicalista, Madrid)

Conclusiones

La externacionalización de los departamentos de pisos tiene un claro objetivo por parte empresarial de reducir costes tanto directos como indirectos. Su aplicación se ha visto favorecida por las altas tasas de desempleo que se han producido desde la crisis de 2008 y los cambios en la legislación laboral. A su vez este cambio en el modelo de gestión de los hoteles, conlleva una serie de consecuencias sobre un colectivo laboral que ya experimentaba un fuerte deterioro en sus condiciones laborales, y en cierta medida ha contribuido a precarizarlas aún más. Muchas trabajadoras describen este cambio como un proceso traumático que ha degradado su trabajo y por ende sus condiciones de vida.

Al estar contratada directamente por la cadena las condiciones son distintas. Tienes tu sueldo, tienes tus derechos, tienes tus días festivos al año, tienes tu domingo de descanso, aunque sea un domingo al mes, tienes tus vacaciones, que te vas y no vas a salir perdiendo por tener unos días de descanso. ¿Qué más? El material de trabajo te lo compra el hotel, porque yo me compré mis zapatos, mi ropa de abrigo, mi chaqueta, mi jersey,... y luego el trato con el resto de personal del hotel, que te consideran un compañero, no que estás ahí solo limpiando las habitaciones. Y luego económicamente no me merece la pena. Te dan nada más que media jornada de alta, y luego cuando te quedas en el paro no tienes nada. Yo ya ha llegado un momento en que con estas condiciones ya no quiero trabajar, es que me va la vida en ello. (*Arcuta*, camarera de piso y subgobernanta, Cáceres)

Los principales impactos identificados por las propias trabajadoras son los siguientes: reducción salarial y pérdida de categoría profesional; sobrecarga de trabajo; mayor incertidumbre en la duración del empleo, horarios y calendario laboral; merma de la calidad del servicio y desprofesionalización; división e incremento de la competencia entre el personal del hotel; acentuación de los problemas de salud; disminución de la capacidad de representación y defensa de intereses colectivos (Cañada, 2015). De este modo, como en otros contextos al principio identificados, la externacionalización de los departamentos de pisos en España ha supuesto una pérdida global en la calidad del empleo.

Agradecimientos. La presente investigación ha sido realizada en el marco de los proyectos siguientes: "Crisis y reestructuración del litoral turístico español" (CSO2015-64468-P) gestionado por el GIST-UIB del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Convocatoria 2015, modalidad 1:

proyectos de I+D, del Programa Estatal de Fomento de la Investigación Científica y Técnica de Excelencia, Subprograma Estatal de Generación del Conocimiento y "Turismo responsable, derechos humanos y trabajo decente" gestionado por Alba Sud y financiado por el Ayuntamiento de Barcelona - Programa Barcelona Solidaria convocatoria 2015.

Referencias bibliográficas

- ALEH (2015). *V Acuerdo laboral de ámbito estatal para el sector de la hostelería, 2015-2015*. Madrid: CCOO.
- Basualdo, V. & Morales, D. (2014). *La terciarización laboral. Orígenes, impactos y claves para su análisis en América Latina*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
- Cañada, E. (2015). *Las que limpian los hoteles. Historias ocultas de precariedad laboral*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Castillo, J. J. (2005). Contra los estragos de la subcontratación. Trabajo decente. *Sociología del Trabajo*, 54, 3-27.
- Dube, A. & Kaplan, E. (2010). Does outsourcing reduce wages in the low-wage service occupations? Evidence from janitors and guards. *Industrial and Labor Relations Review*, 63 (2), 287-306.
- Grupo Uno. (2011, 15 de septiembre). Externalizar: mucho más que reducción de costes de personal. *Grupo Uno*.
- Henson, G.; Grimshaw, D. & Marchington, M. (2003). PPPs and the changing public sector ethos: case-study evidence from the health and local authority sectors. *European Journal of Industrial Relations*, 15 (3), 257-276.
- Hinojosa, V. (2016b). Juan Molas, presidente de CEHAT (Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos): «No entendemos la permanente demonización del sector en relación al empleo». *Hosteltur*, 20, 52-53.
- Hosteltur (2014, 23 de octubre). Hostelco 2014: La externalización en hoteles se doblará en cinco años. *Hosteltur*.
- Hosteltur (2016). Jesús Lizarraga, Director General de Operaciones de Grupo Elosa: «Limpiar una habitación de hotel influye en su cuenta de resultados». *Hosteltur*, 20.
- Lethbridge, (2012). Empty Promises. The impact of outsourcing on the delivery of NHS services. UNISON.
- Moreno, S.; Godino, A.; Recio, A. (2014). Servicios externalizados y condiciones laborales: de la competencia de precios a la presión de los tiempos de trabajo. *Sociología del Trabajo*, 81, 50-67.
- Munro, A. (2012). Thirty years of hospital cleaning in England and Scotland - An opportunity for "better" jobs? En: Warhurst, C.; Carré, F.; Findlay, P.; Tilly, C. (ed.). *Are Bad Jobs Inevitable? Trends, Determinants and Responses to Job Quality in the Twenty-First Century*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 176-190.
- Pastor, M. (2014). Outsourcing Hotelero: Máxima optimización. *Alimarket*.
- Petersen, O.H.; Hjelmar, U.; Vrangbeak, K.; La Cour, L. (2011). *Effects of contracting out public sector tasks. A research-based review of Danish and*

international studies from 2000. Copenhagen: AKF Report (Danish Institute of Governmental Research).

Warhurst, C.; Carré, F.; Findlay, P.; Tilly, C. (ed.) (2012). *Are Bad Jobs Inevitable? Trends, Determinants and Responses to Job Quality in the Twenty-First Century*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Relación de personas entrevistadas:

- Arcuta (pseudónimo). Camarera de piso y subgobernanta, Cáceres, 14/12/2014.
- Bonilla Huete, Encarni. Responsable de externalización de servicios y multiservicios en la Federación de Servicios de CCOO, Madrid, 07/06/2016.
- Casals, Manel. Gerente del Gremio de Hoteles de Barcelona, Barcelona, 25/05/2016.
- Dobaño, Ana María. Secretaria general de la Asociación Española de Gobernantas de Hotel y Otras Entidades (ASEGO), 18/05/2016.
- Fernández, Antonio. Delegado de CCOO en la zona de Calviá, Mallorca, 26/03/2016.
- Fuentes, Gonzalo. Secretario Institucional de la Federación Estatal de Servicios de CCOO, Málaga, 16/12/2014 y 30/04/2016.
- Galván, Paco. Responsable de Hostelería en la Federación de Servicios de CCOO en Cataluña, 03/06/2016.
- Lodeiro, Jesús. Room services, presidente del comité de empresa del Hotel Princess, UGT, Barcelona, 11/12/2014.
- Loli (pseudónimo). Camarera de pisos, presidenta del comité de la empresa multiservicios en complejo hotelero en la costa dorada, UGT, Tarragona, 16/08/2016.
- Mari Puri (pseudónimo). Supervisora en departamento de pisos, contratada por empresa multiservicios, Madrid, 20/12/2014.
- Martínez, José María. Secretario general de la Federación de Servicios de CCOO, Madrid, 19/05/2016.
- Morán, Sonia. Abogada laboralista, responsable del Área de Derecho Laboral en el despacho de abogados Palomino & Morán Abogados, asesora laboral de la Asociación de Camareras de Piso de Sevilla (CAPISE), Sevilla, 31/05/2016.
- Moreno, Mónica. Camarera de pisos, contratada por empresa multiservicios, Madrid, 14/12/2014.
- Nogales, Santos. Secretario de Acción Sindical de UGT, Madrid, 16/09/2014.
- Ruda, Antonio. Responsable de Hostelería de la Federación de Servicios de CCOO, Madrid, 02/08/2016.
- Torres, Mar. Subgobernanta, administradora del blog Gobernanta's, Oxford, 10/11/2014.

Dinámica y repercusiones del mercado inmobiliario en los destinos turísticos de montaña en la Patagonia norte, Argentina

Rodrigo GONZÁLEZ BURGOS y Patricia ERCOLANI

Rodrigo González Burgos, CEPLADES Turismo, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén, Argentina. Email: rodrigo.gonzalez@fatu.uncoma.edu.ar

Patricia Ercolani, Departamento de Geografía, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina. Email: ercolani@uns.edu.ar

González, R. y Ercolani, P. 2016. Dinámica y repercusiones del mercado inmobiliario en los destinos turísticos de montaña en la Patagonia norte, Argentina. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 201-211. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. El trabajo aborda la dinámica y consecuencias que el mercado inmobiliario, amparado en la "sombra del turismo" proyecta sobre el desarrollo de dos destinos turísticos de montaña en el norte de la Patagonia Argentina: Villa La Angostura y San Martín de los Andes, en los que las movibilidades del post turismo crean un campo fértil para la hibridación entre desarrollo turístico y negocio inmobiliario. La indagación de las huellas del negocio inmobiliario actuando en la sombra del turismo permite apreciar dos derivaciones principales. Por un lado, la consideración de que buena parte del desarrollo turístico en estos destinos de montaña termina asociándose a desarrollo inmobiliario, generando presión sobre los recursos comunes. Por otro, y en buena medida como correlato de lo anterior, la instalación del negocio inmobiliario lleva a una expansión y consolidación de la frontera urbanizada, usualmente sobre terrenos con alta fragilidad ambiental.

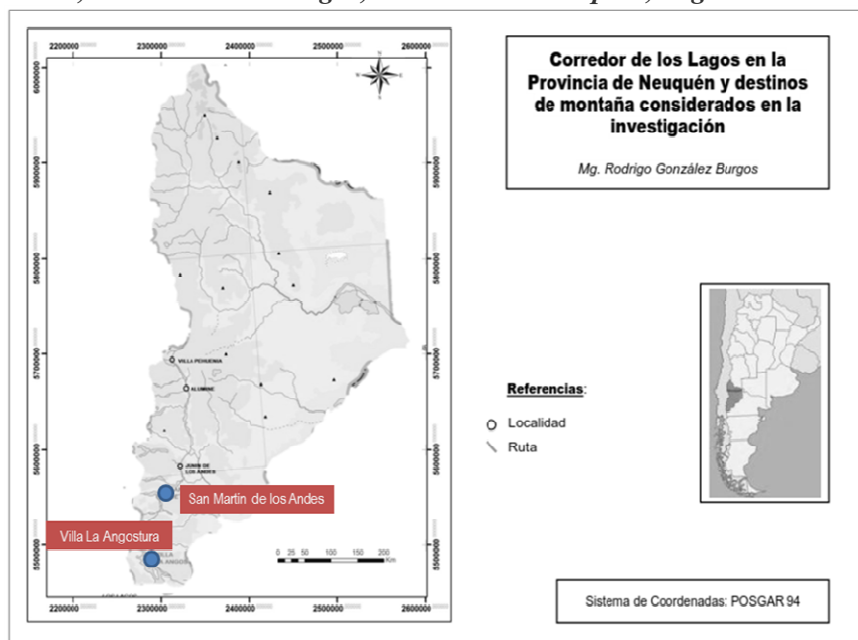
Palabras clave: mercado inmobiliario, destinos turísticos, Patagonia, Argentina.

La Sombra del Turismo y el choque de dos lógicas de desarrollo

El post turismo puede ser definido en un sentido amplio como un proceso de transición residencial y reconversión de los destinos turísticos. Este enfoque incluye nuevas estrategias residenciales de la población activa y retirada, que en la forma de migrantes de amenidad, llegan a estas localidades turísticas para recrear una "nueva vida", buscando un medio ambiente, una calidad de vida imaginada y una sociabilidad de la vida de vacaciones como parte integral de la vida cotidiana (BOURDEAU, 2008). En el Corredor de los Lagos en general, y particularmente en destinos

turísticos de montaña como San Martín de los Andes y Villa La Angostura, en el suroeste de la Provincia de Neuquén, Argentina, se observan, como en muchas otros destinos de montaña, problemas relacionados con la competitividad sustentable a partir de los procesos de migración de amenidad. En un escenario de movilidades *glocales*, el turismo es muchas veces una mera puesta en escena para la operación de las fuerzas de la especulación inmobiliaria, conformando la última etapa de una larga lista de reapropiaciones simbólicas del territorio (DACHARY y ARNAIZ BURNE, 2006: 70).

Figura 1. “Localización de Villa La Angostura y San Martín de los Andes, Corredor de los Lagos, Provincia de Neuquén, Argentina”



La lógica del mercado del suelo reconoce sus propias manifestaciones y repercusiones. En San Martín de los Andes y Villa La Angostura, los loteos - o sus versiones modernas de productos urbanos, los barrios cerrados o *countries* -, dan cuenta de un crecimiento urbano con muy bajo nivel de políticas públicas y de regulación del suelo que generan una expansión extensiva de la trama urbana. Esta "countrización" se consolida con desarrollos de tipo turístico/residenciales, verdaderos productos urbanos que empiezan a significar una nueva atraktividad que compete con la atraktividad tradicional del destino.

Así, se identifican dos lógicas contrapuestas en la arena local, que tienen detrás dos tipos de rentas de naturaleza diferente: la *lógica del desarrollo turístico*, basada en una renta de inversión de riesgo, y en confrontación permanente, la *lógica especulativa del negocio inmobiliario*, sustentada en la renta del suelo. La investigación ha aportado evidencias de que las movi­lidades del post turismo en la forma de migraciones de amenidad, partiendo del supuesto de que todo crecimiento es positivo, proyecta “sombras” que permiten el libre juego del negocio inmobiliario, y dan lugar a dinámicas tendientes a la privatización de los principales beneficios económicos entre las élites y la socialización de los principales costes entre la ciudadanía. Resulta evidente la insustentabilidad de este modelo de desarrollo, que presenta una especialización productiva del territorio en una economía especulativa, que implica riesgos para las comunidades receptoras, pues se configura alrededor de mercados con una demanda muy elástica respecto a las variaciones de la renta.

Garay (1996) reconoce tres fases en el proceso del desarrollo de las ciudades: Extensión, Consolidación y Densificación. La fase de *extensión* comprende la transformación del suelo rural en urbano, siendo que a lo largo del tiempo se puede verificar la evolución de la línea de borde del área urbanizada (conocida como “mancha de aceite”). La *consolidación* reconoce una secuencia en la superposición de ciertas intervenciones que, a lo largo del tiempo, consolidan el asentamiento. Por último, la *densificación* se entiende por la diferenciación interna de la trama, la que induce una diferenciación en el valor de la tierra. Se acuerda con Eduardo Reese (2013), quien establece que “...en América Latina, primero se ocupa y luego se urbaniza...” y esto hace que los procesos de consolidación urbana lleguen de manera muy demorada en el tiempo, las ciudades, y también los destinos turísticos, no paran de crecer en un proceso sostenido de expansión, en muchos casos sobre áreas ambientalmente frágiles o inestables (OTERO y GONZÁLEZ, 2014: 4). Las tres fases de expansión urbana que destaca Garay se presentan en una secuencia cronológica distinguible desde mediados de los noventa, que avanza rápidamente hacia la consolidación y densificación tanto en Villa La Angostura como en San Martín de los Andes. En este contexto, una forma recurrente de expansión y consolidación es el *barrio cerrado*. En tanto producto urbano, expresa una forma de vida de autosegregación y plantea una serie de cuestiones adversas en términos de integración social y también de integración física y urbana. Su proliferación en los espacios de montaña genera una imagen urbana dispersa, antropizada, perdiendo calidad en los recursos escénicos del paisaje, sobre todo en áreas de laderas y en las áreas cercanas a cursos de agua (OTERO, A. y E. GALLEGO, 2006).

Estas lógicas también llevan a la consideración de la naturaleza y el rol de los llamados “bienes comunes”. Se los define como “...aquellos

bienes que se producen, se heredan o transmiten en una situación de comunidad. Son bienes que pertenecen y responden al interés de todos y cada uno de los integrantes de la comunidad. Son bienes que redundan en beneficio o perjuicio de todos y cada uno de estos miembros o ciudadanos por su condición de tal. Son parte de un derecho humano inalienable e inapropiable tanto para otros individuos, corporaciones y/o Estados-Nación...” (VERCELLI, A.; THOMAS, H., 2007 citado por M. MERLOS, 2012).

Consideraciones metodológicas

La investigación propuso un abordaje ontológico de tipo constructivista; desde el punto de vista epistemológico la investigación trabajó sobre distintos campos de estudio dados por la complejidad y la multidimensionalidad de los problemas a analizar. Los aportes de la Geografía Crítica, en tanto plantean un espacio social relacional que es producto de la dinámica del capitalismo a escala global, regional y local, fueron claves para la investigación. El enfoque metodológico utilizado fue *cuali-cuantitativo* y *además*, necesariamente *diacrónico* y *sincrónico*. Se seleccionaron como casos de estudio Villa La Angostura y San Martín de los Andes, en el Corredor de los Lagos, en el sudoeste de la Provincia de Neuquén, Argentina. La elección se fundamenta en que ambos presentan como denominador común y son ejemplos paradigmáticos de procesos de migración de amenidad en el marco del post turismo. El análisis de este fenómeno en estas comunidades conforma un adecuado muestrario del fenómeno del post turismo en destinos de montaña del norte de la Patagonia. Por su carácter exploratorio y cuali-cuantitativo se diseñó e implementó triangulación de fuentes, metodológicas y de investigadores.

Villa La Angostura, destino de migraciones de amenidad y negocio inmobiliario

Villa La Angostura se fundó partiendo de la necesidad de atraer migrantes para trabajar la tierra y hacer trabajos de explotación de recursos naturales, desde sus comienzos siempre "visionarios" con terrenos para vender y comenzar incipientes urbanizaciones. A partir de la década de los noventa, explota el negocio inmobiliario, desde pequeños inversores que buscan el cambio de vida, hasta grandes inversores en complejos de alojamiento, proyectos de golf y loteos bajo la forma comercial de "barrios cerrados". En la actualidad, el negocio inmobiliario sigue en auge, y se evidencia en una oferta muy amplia y variada de venta y alquiler de propiedades y viviendas.

La indagación de las huellas de la operatoria y lógica del negocio inmobiliario llevó a realizar un análisis detallado de la oferta inmobiliaria, de manera de proponer una segmentación del producto inmobiliario en Villa La Angostura. El primer resultado notorio es que se identificaron - al mes de Abril de 2014 - un total de 831 productos inmobiliarios ofertados en el mercado inmobiliario formal, en una localidad cuya población, de acuerdo a cifras del último Censo 2010 es de *11.063 habitantes*; esto representa una *relación producto inmobiliario/habitante* de 1 (un) producto inmobiliario cada 13 personas, lo que habla a las claras del peso del negocio inmobiliario en la economía local. El interés en la renta inmobiliaria acaba desplazando a las otras actividades económicas productivas. La financiarización global de la economía, instrumentada a través de un maridaje entre los sectores financiero e inmobiliario, lleva a una producción financiarizada del espacio, motorizada por la naturaleza de la renta del suelo. En Villa La Angostura, como en muchos otros destinos turísticos de la Patagonia, resulta cada vez más seguro *invertir en ladrillos* que adoptar riesgos en inversiones productivas - servuctivas. En palabras de Lefebvre: "*...Mientras que baja la parte de la plusvalía global formada y realizada en la industria, aumenta la parte de la plusvalía formada y realizada en la especulación. El segundo circuito -especulativo - suplanta al principal -productivo. De accidental, se transforma en principal...*" (LEFEBVRE, 1970: 212). La calidad de la vida urbana es transformada así en mercancía, tanto como la ciudad misma (HARVEY, 2007).

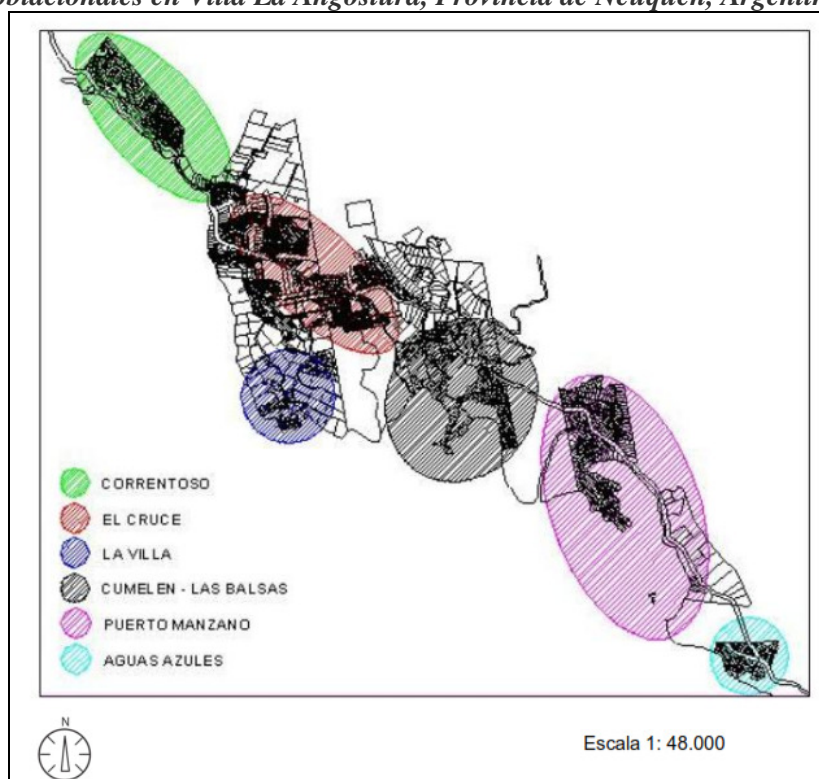
Los migrantes de amenidad llegan a la Villa para quedarse: la oferta de lotes y fracciones es protagonista con casi el 44% del total de la oferta de productos inmobiliarios. El imaginario de una nueva vida en las montañas comienza muchas veces con la compra de un terreno. En la misma dirección, a la oferta de lotes y fracciones le siguen en importancia la oferta de venta de casas y cabañas con el 36 %. Mientras, la oferta de alquileres ocupa sólo el 14 % del total de la oferta de producto inmobiliarios.

El barrio cerrado juega un rol importante en el imaginario del recién llegado, promoviendo una suerte de "efecto espejo": la re-creación de una nueva vida en las montañas, pero con las exigencias de seguridad, confort, conexión, y también aislamiento de su antigua vida ciudadana. Es destacable que en la mayoría de los casos, las inmobiliarias ofrecen a los productos dentro de "barrios privados" que no lo son legalmente, sino que tienen algunas características, como ser estar lejos del centro de la villa, tener una sola entrada de acceso con guardia, lindas casas con vista al lago, que de alguna manera atienden parte del imaginario de los demandantes, pero que no cumplen en realidad con la provisión de las amenidades que un barrio o urbanización cerrada usualmente ofrece para tener ese carácter de "privado".

La presión sobre los bienes comunes

La migración de amenidad en la Villa ha inducido a un aumento de la demanda de productos inmobiliarios, y consecuentemente, al aumento de la oferta de casas, cabañas, lotes y fracciones, derivando en una expansión descontrolada de frontera urbana, que avanza sobre áreas frágiles como laderas de cerros con bosque nativo, orillas de lagos y ríos, loteos preferenciales con vista al cerro y también en la forma de loteos sociales que terminan incorporándose al negocio inmobiliario, y a su lógica. Como resultado, hay más lugares urbanizados, más espacios privatizados, más conflictos entre los antiguos residentes y los migrantes, y mayor y sostenida necesidad de infraestructura, coadyuvando a una expansión de la estructura urbana lineal-longitudinal conformada por varios núcleos poblacionales, que se han ido consolidando a medida que se fue extendiendo la trama urbana (Figura 2).

Figura 2. “Estructura urbana lineal-longitudinal y asentamientos poblacionales en Villa La Angostura, Provincia de Neuquén, Argentina”



Fuente: Plan de Ordenamiento Urbano y Actualización de los Códigos de Planeamiento Urbano y Edificación de las localidades de El Bolsón y Villa La Angostura.

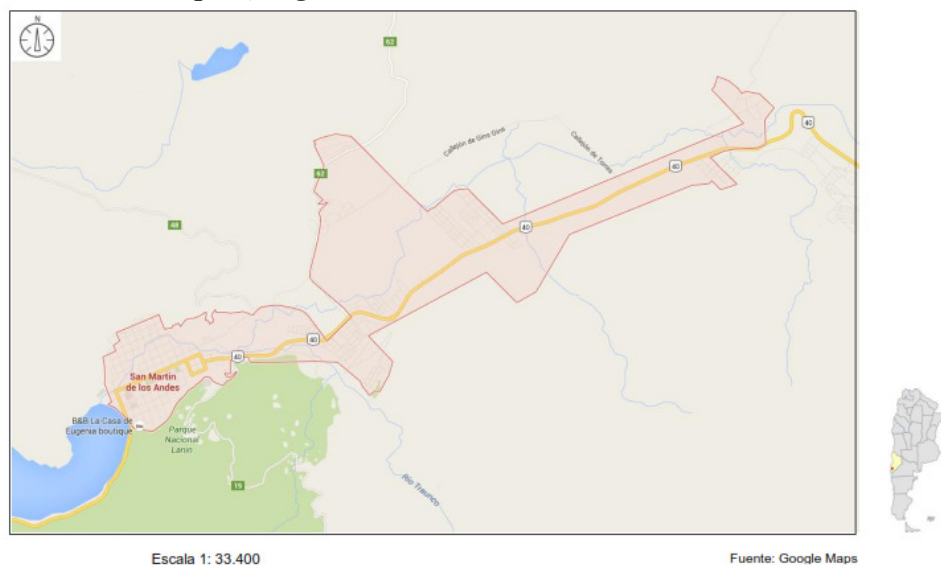
Como corolario de este proceso, en Villa La Angostura se evidencia muy claramente la presión sobre los llamados "bienes comunes". Tal vez el caso más resonante haya sido el intento de urbanización del Cerro Bayo, y la resistencia civil comunitaria que despertó en la que intervino de manera decisiva la organización ambientalista Greenpeace en Junio de 2014. El desarrollo y expansión de barrios cerrados también ha significado el avance privatizador sobre los recursos comunes. En ocasiones, los proyectos inmobiliarios "necesitan" avanzar sobre accesos peatonales y vehiculares, cerrando servidumbres de paso que implican el cierre del acceso a lugares públicos que son recursos comunes. Usualmente, estos cerramientos se dan de un modo solapado, y una vez que se instalan, se defienden en ocasiones de manera intimidatoria y hasta violenta. Con el correr del tiempo, se consolida esta práctica y hasta llega a ser aceptada socialmente a partir de la imposición. El mercado inmobiliario tiene un accionar que se caracteriza por presionar de manera continua para avanzar sobre espacios públicos, ayudado en buena medida por un Estado que deja actuar y aprueba esos proyectos, pero también por la gradual consolidación de lo que podría llamarse un paradigma inmobiliario, del que muchos están convencidos y que se empieza instalar como socialmente aceptado por parte de la población local y sus representantes.

San Martín de los Andes: La *sombra del turismo* en los barrios cerrados

En San Martín de los Andes, el patrón de uso de la tierra revela la pérdida de espacios rurales y un aumento de la subdivisión de espacios para destinarlos a la construcción. Los problemas de manejo del crecimiento del destino han llevado a una serie de transformaciones territoriales. La ciudad está teniendo un crecimiento urbano-territorial en sentido norte-noreste, avanzando sobre zonas frágiles como los faldeos de los cerros y vegas y mallines. La expansión urbana se da de la mano, sobre todo, del desarrollo de productos urbanos de tipo turístico-residenciales, los cuáles se ubican en las afueras del casco céntrico e incluso en los límites del ejido municipal, en espacios de gran valor natural y escénico. Paulatinamente este tipo de urbanizaciones-muchas de ellas incompletas en su provisión de infraestructuras y servicios - comienzan a acercarse hacia la zona de Lolog, y a su vez marcan una tendencia a avanzar hacia el lado de Junín de Los Andes, haciendo pensar que en un futuro no muy lejano ambas manchas urbanas llegan a tocarse formando una sola conurbación. La expansión urbana hace que en San Martín de Los Andes se aprecien claramente los elementos de la segunda tríada de Lefebvre: *el*

espacio se homogeneiza, se fragmenta y se jerarquiza según los intereses de las elites.

Figura 3. “La expansión urbana de San Martín de los Andes, Provincia de Neuquén, Argentina”



El desarrollo de barrios cerrados

En la expansión de la mancha urbana de San Martín de los Andes juega un rol importante el desarrollo de barrios cerrados. Verdaderas *privatopías*, los barrios cerrados significan un desarrollo geográfico desigual. Conforman áreas de exclusión, son urbes exteriores que explícitamente excluyen a los pobres, los desfavorecidos y los marginados, o se encierra entre elevados muros, en "*privatopías*" residenciales y "comunidades valladas" urbanas (Harvey: 2007: 178).

Se identificaron 16 barrios cerrados, clasificados a partir de la conceptualización de "gated communities" de Blakely & Snyder (1997) (HURSTEL, 2013): Desarrollos urbanos por *estilo de vida*, desarrollos urbanos por *prestigio* y desarrollos urbanos por *seguridad*. Producto del análisis de las características de los desarrollos urbanos resultan unas categorías emergentes comunes que marcan algunas regularidades respecto de este tipo de productos urbanos en esta localidad. Los desarrollos urbanos por estilos de vida ofrecen en su interior actividades como ski, golf y polo, que requieren grandes extensiones de tierra para su desarrollo y que tienen como común denominador el avance en zonas de alta fragilidad ambiental como bosques, riberas, mallines, y áreas de pendiente. Otra de las características comunes de estos desarrollos es la inclusión de

buenas vistas paisajísticas como elemento diferenciador de las localizaciones ofrecidas. Vistas a cerros, ríos, bosques hacen del paisaje un *commodity* que potencia el valor de los lotes en el mercado. Si bien puede pensarse que ellos diversifican la oferta de San Martín de los Andes como destino turístico, pueden constituirse para determinados mercados en una competencia muy fuerte para los procesos de desarrollo local a partir del turismo, ya que pueden ser asimilados a productos turísticos de enclave, con muy poca capacidad de potenciación del gasto turístico en la escala local.

Otro elemento distintivo de la localización de los *countries* en general es que se ubican en los bordes de los ejidos para maximizar ganancias respecto al valor del suelo. En el caso de los productos urbanos de San Martín de los Andes, la distancia mínima al casco urbano ronda entre los 6-7 km, mientras que la distancia máxima es de 14 km aproximadamente. Esta lógica de construir ciudad a partir de los proyectos de productos urbanos privados va configurando una trama dispersa, haciéndose visible cada vez más la fragmentación urbana, con “parches” de urbanizaciones dentro y fuera del ejido urbano de San Martín de Los Andes.

La localización estratégica de estos desarrollos urbanos ponen en evidencia que el mercado de suelo es un mercado de localizaciones, donde el precio está condicionado por lo que sucede en el entorno inmediato, en el barrio y por su inserción en el contexto urbano más amplio (GARAY, 1996; REESE, 2013) Así, en San Martín de los Andes el mercado inmobiliario orienta el crecimiento turístico, sobre todo a partir de las *amenities* que se ofrecen dentro de estos desarrollos urbanos en la forma de barrios cerrados o *countries*, construyendo una atraktividad alternativa a la tradicional del destino de montaña, pero que además promueve un crecimiento cada vez más fragmentario, como consecuencia de las ubicaciones estratégicas que estos desarrollos requieren. La mayoría de los desarrollos se asientan alejados de la trama urbana existente. En los últimos años el sector privado se ha colocado a la cabeza del desarrollo de la ciudad, marcando el ritmo por delante de la gestión pública, decidiendo los ejes del desarrollo urbano. Esta lógica del Estado de alguna manera permisiva genera un *patchwork urbano* donde existen grandes “distancias” en cuanto a la infraestructura urbana, generando una suerte de islas, que rompen la continuidad y generan muchos conflictos sociales entre los habitantes de una misma ciudad. En el mismo sentido, también se identifican dos conflictos y contradicciones característicos de la convivencia entre dos *sociedades paralelas*: en primer lugar, la creciente confrontación entre los “locales” (población nativa y antiguos migrantes) y los nuevos migrantes de amenidad; por otro, las contradicciones que se plantean entre el deseo de conservación del medio ambiente natural y la

forma en que ese terminan resolviendo en lo cotidiano las necesidades derivadas de la búsqueda de confort y amenidades por parte de los nuevos migrantes. Es así que el post turismo como nueva fase de desarrollo de los destinos de montaña plantea desafíos que deben ser resueltos en el marco de procesos de gobernanza a escala local que, con un fuerte protagonismo del Estado, promuevan consensos y acuerdos sociales sobre estas problemáticas.

Discusión. Desarrollo turístico es sinónimo de negocio inmobiliario?

Las movilidades del post turismo crean un campo fértil para la hibridación entre desarrollo turístico y negocio inmobiliario en destinos turísticos de montaña. El negocio inmobiliario actuando en la *sombra del turismo* en Villa La Angostura y San Martín de los Andes deja huellas en dos direcciones concurrentes. Por un lado, la consideración de que buena parte del desarrollo turístico en estos destinos termina asociándose a desarrollo inmobiliario, generando presión sobre los recursos comunes, pero invirtiendo el sentido de la competitividad sustentable: *la competitividad económica no es la del sector turismo, sino y sobre todo, la del sector inmobiliario*. Por otro lado, y en buena medida como correlato de lo anterior, la instalación del negocio inmobiliario lleva a una expansión y consolidación de la mancha urbana. En la *sombra del turismo* se forman círculos viciosos de competencia desmedida e informalidad en el mercado del suelo, que siempre tiene como resultado la competencia desmedida por el suelo, el avance del crecimiento urbano avanza sobre zonas frágiles, no habilitadas, alejadas, e incluso cohabitando con diversos tipos de usos, llegando a procesos de gentrificación y la creación de verdaderas sociedades paralelas.

En la naturaleza de la renta del suelo está la raíz de este problema. Bajo el amparo del *dejar hacer* del Estado, en la *sombra del turismo* se forman y nutren círculos viciosos de competencia desmedida e informalidad en el mercado del suelo. El rol medular de Estado y sus instituciones otorgado carta verde para operaciones inmobiliarias encarece el espacio urbano y afecta la posibilidad de reproducción y supervivencia de las relaciones de producción de estas economías locales. Esta lógica especulativa promueve *destinos caros y aburridos*, donde todo lo turístico finalmente se pone a la venta. Dado el carácter global de las movilidades del post turismo, vale preguntarse si esta especialización especulativa, así como los conflictos económicos y sociales derivados, son en realidad tendencias que, en el mediano plazo, lleguen para quedarse en la mayoría de nuestros destinos turísticos de montaña.

Bibliografía

- BOURDEAU, P. (2008) "Amenity Migration and Post-Tourism – A Geo-Cultural Approach to the Alpine Case". En: Moss, L.A.G., R.S. Glorioso and A. Krause (eds.): *Understanding and Managing Amenity-Led Migration in Mountain Regions. – Proceedings of the Mountain Culture at the Banff Centre Conference* (pp.25-32), Banff, Canadá.
- DACHARY, A. y ARNAIZ BURNE, S. M. (2006) *Territorio y Turismo. Nuevas Dimensiones y Acciones*. Universidad de Guadalajara. Centro Universitario de la Costa. Editorial Pandora México.
- GARAY, A. (1996) *Crecimiento urbano y consolidación. El caso Buenos Aires. Ejes para la definición de una política de gestión ambiental de infraestructura y servicios urbanos*. Publicaciones del curso de posgrado GADU. Centro de Investigaciones Ambientales – CIAM. Centro Experimental de la Vivienda y el Equipamiento Urbano – CEVEqU. Buenos Aires.
- REESE, E. (2013) *La Agenda de las cuestiones urbanas, el mercado del suelo y las políticas públicas territoriales*. Programa de Fortalecimiento Institucional de la Subsecretaría de Planificación Territorial de la Inversión Pública.
- HARVEY, D. (2007) *Espacios de Esperanza*. Ediciones Akal. Madrid, España. 328 pp.
- HURSTEL, S. (2014) *Caracterización de la expansión de desarrollos inmobiliarios de tipo residencial y turístico por sobre las áreas de montaña de alta fragilidad ambiental. Caso de estudio San Martín de Los Andes*. Tesina de Grado. CEPLADES-Turismo. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. 141 pp.
- LEFEBVRE, H. (1970) *La revolución urbana*. Alianza Editorial. Buenos Aires.
- MERLOS, M. (2012) *La producción del Espacio en Destinos Post-Turísticos. Caso: Villa La Angostura*. Tesina de Grado. CEPLADES-Turismo. Facultad de Turismo. Universidad Nacional del Comahue. 107 pp.
- OTERO, A y E. GALLEGOS, E. (2006) *El Agua – variable crítica de los umbrales ambientales en destinos turísticos de montaña: El caso de San Martín de Los Andes*. Neuquén. Argentina. CEPLADES Turismo. Facultad de Turismo. UNCo. Neuquén.
- OTERO, A. y GONZÁLEZ, R. (2014) "Más allá de la sombra del turismo. Innovación y cambios territoriales en destinos turísticos de montaña". En: Borsdorf, A., Sánchez, R. et al (Eds.) *Los riesgos traen oportunidades. Transformaciones globales en los Andes sudamericanos*. Instituto de Geografía, Pontificia Universidad Católica de Chile. Pp. 227-246.
- OTERO, A. y GONZÁLEZ, R. (Eds.)(2012) *La Sombra del Turismo. Movilidades y desafíos de los destinos con migración de amenidad*. Educo, Neuquén.

Crisis económica y estaciones de esquí en las comarcas catalanas de la Val d'Aran, Pallars Sobirà y Alta Ribagorça

M. Belén GÓMEZ MARTÍN, Xosé A. ARMESTO LÓPEZ y Martí CORS IGLESIAS

Dep. Geografía, Universidad de Barcelona.

bgomez@ub.edu ; armesto@ub.edu; marti.cors@ub.edu

Gómez Martín, M.B., Armesto López, X.A. y Cors Iglesias, M. 2016. Crisis económica y estaciones de esquí en las comarcas catalanas de la Val d'Aran, Pallars Sobirà y Alta Ribagorça. *In*: Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 213-223. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

El aprovechamiento turístico de las zonas de montaña y, en especial el aprovechamiento ligado al recurso nieve, ha generado en ellas cambios socio-económicos destacados y una importante transformación territorial. Las estrategias de crecimiento de las estaciones de esquí, tradicionalmente basadas en la ampliación de los dominios esquiabiles y las áreas de influencia, han sido sustituidas por otras con motivo de la reciente crisis económica. En este contexto, esta comunicación explora la evolución del sector de la nieve en los municipios de tres comarcas catalanas de montaña en las que el turismo de esquí ha tenido y tiene un peso destacado. Para acometer este fin, y a partir de la consulta de fuentes diversas, se han utilizado indicadores que han permitido observar los cambios en el sector turístico de esta zona de montaña y las estrategias de crecimiento desarrolladas en el reciente contexto de crisis económica.

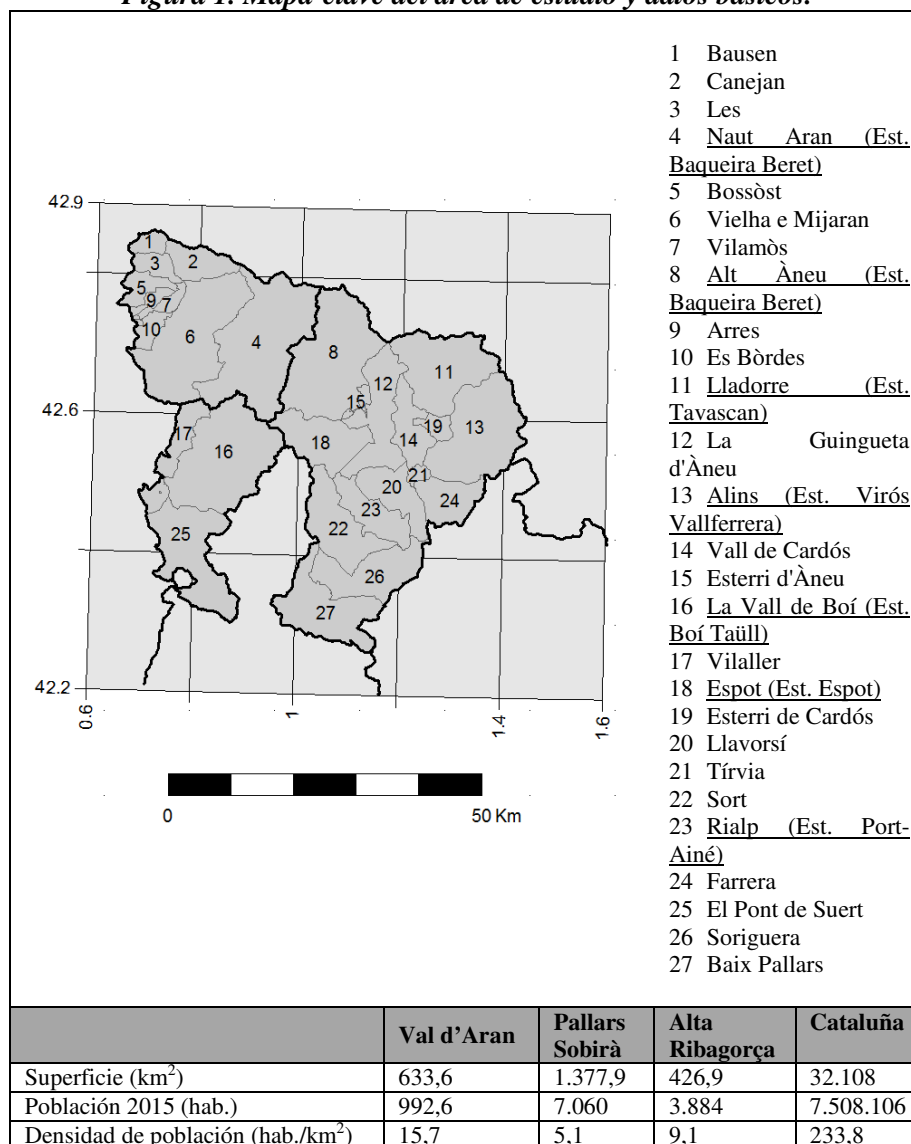
Palabras clave: estaciones de esquí, crisis económica, estrategias de desarrollo, Pirineo occidental catalán.

Introducción

La Val d'Aran, el Pallars Sobirà y la Alta Ribagorça son tres comarcas de montaña situadas en el extremo noroccidental del Pirineo catalán, en la provincia de Lleida (Figura 1). Estas comarcas, debido a su notable marginalidad geográfica, presentaron considerables dificultades para lograr -por si mismas- una dinamización económica suficiente como para mejorar las rentas de sus pobladores y fijarlos en el territorio (VERA

et al., 2011). De este modo, como consecuencia del intenso proceso de despoblamiento sufrido desde mediados del siglo XX, la escasa presión

Figura 1. Mapa-clave del área de estudio y datos básicos.

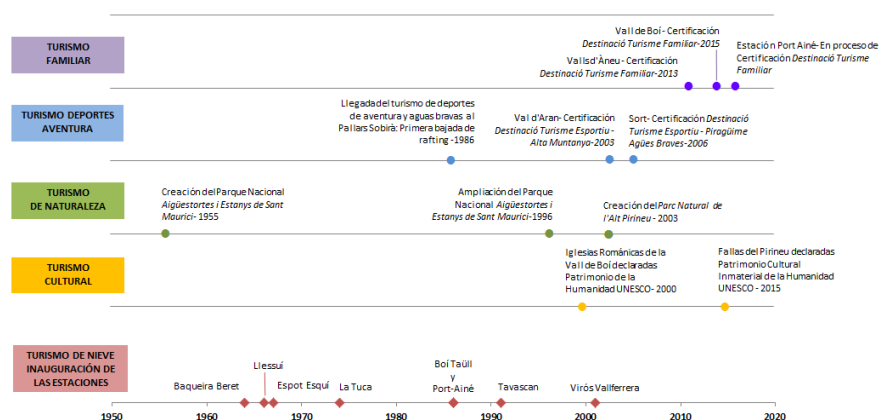


Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del *Institut d'Estadística de Catalunya* y bases cartográficas procedentes del *Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya*.

humana sobre este espacio de características físicas extremas y las actividades agropecuarias extensivas y tradicionales desarrolladas en el mismo permitieron mantener y conservar un patrimonio natural y cultural de innegable valor y atractivo que, con el paso del tiempo, se convertiría en su principal recurso económico. Este patrimonio se ha tornado en un activo para el desarrollo del turismo, actividad que se ha configurado en las tres últimas décadas como el motor de desarrollo más importante de esta zona de montaña.

A pesar de la creación del Parc Nacional d' Aigüestortes i Estanys de Sant Maurici en el año 1955, la actividad turística en este ámbito territorial no se introduce plenamente hasta mediados de la década de los sesenta con la inauguración de la estación de esquí de Baqueira (1964) en la Val d'Aran. La creación de este complejo de la nieve supone el punto de partida para el surgimiento de otras estaciones de esquí, pero también para la aparición y consolidación de otras modalidades turísticas (turismo de naturaleza, turismo de aventura o turismo cultural, entre otros) que aprovechan los diferentes recursos, equipamientos e infraestructuras existentes en el territorio y que se relacionan y complementan entre sí (Figura 2).

Figura 2. Hitos destacables en el marco de las principales modalidades turísticas desarrolladas en las comarcas de la Val d'Aran, Pallars Sobirà y Alta Ribagorça.



Fuente: Elaboración propia.

En la actualidad⁵, en estas comarcas encontramos seis estaciones de esquí en funcionamiento: cinco de ellas de esquí alpino⁶ y una (Virós-Vallferrera) de esquí nórdico. Las características de las estaciones alpinas de esta zona de montaña son contrastadas (Tabla 1). Así, según el indicador Momento de Potencia Acumulado que permite conocer la oferta técnica y comercial de una estación de esquí y que se utiliza para tener en cuenta el tamaño de las mismas, en estas comarcas existen estaciones de talla muy grande como la de Baqueira Beret, talla mediana como las de Port Ainé y Boí Taüll, o talla pequeña como las de Espot y Tavascan (datos para la temporada 2015-16).

Tabla 1. Características de las estaciones de esquí de la Val d'Aran, Pallars Sobirà y Alta Ribagorça (Temporada 2015-16).

Estación	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Baqueira Beret	2510	1471	1039	34	1	10	9	7	7	59783	8527	35856	18180,2	1/32
Boí-Taüll	2747	2043	704	10	0	1	5	1	3	15130	1847	7513	3130,5	10/32
Port Ainé	2421	1678	743	8	0	1	2	3	2	10810	1579	7272	2657,5	12/32
Esport Esquí	2291	1510	781	6	0	2	1	1	2	8220	1163	5179	2111,6	17/32
Tavascan	2197	1712	485	3	0	0	1	1	1	5850	520	1867	717,3	26/32
Virós-Vallferrera*	2200	1550	650	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

1. Cota Máxima (m); 2. Cota Mínima (m); 3. Desnivel (m); 4. Nº total de remontes mecánicos; 5. Telecabinas; 6. Telesillas desembragables; 7. Telesillas fijas; 8. Telesquíes; 9. Cintas transportadoras; 10. Capacidad acumulada en esquiadores / hora; 11. Desnivel acumulado (m); 12. Longitud desarrollada acumulada (m); 13. Momento de Potencia Acumulado en Km de desnivel esqs. / hora; 14. Ranking en la clasificación de estaciones de esquí de España y Portugal por Momento de Potencia Acumulado (temporada 2015-2016).

* Estación sólo de esquí nórdico.

Fuente: Datos procedentes de ATUDEM, 2015 (<http://www.atudem.es/>).

El turismo de nieve en la Val d'Aran, el Pallars Sobirà y la Alta Ribagorça nace, crece y se reproduce a raíz de la crisis económica

En este ámbito del Pirineo catalán, el desarrollo del turismo de invierno se inicia con la inauguración de la estación de esquí de Baqueira Beret en la Val d'Aran (1964), y Llessúí (1966) y Espot (1967) en el Pallars Sobirà. Al poco tiempo de su creación, estas jóvenes estaciones

⁵ La estación de Llessúí, inaugurada en 1966, cerró de forma definitiva en la temporada 1986-87; la estación de La Tuca, inaugurada en el año 1974, cerró sus puertas en la temporada 1988-89.

⁶ Aunque dos de ellas, Baqueira Beret y Tavascan, ofrecen también circuitos de esquí nórdico.

fueron declaradas Centros de Interés Turístico Nacional (CITN) al amparo de la Ley 197/1963 de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional (GALIANA Y BARRADO, 2006). Los CITN creados jugaron un papel clave en el lanzamiento turístico del Pirineo occidental catalán y supusieron la introducción de un determinado modelo de desarrollo turístico *-de masas-* en esta zona de montaña.

A partir de este momento y hasta principios de los años noventa, la puesta en uso de nuevas áreas esquiabiles permitió aumentar significativamente la oferta, ya fuera con la ampliación de las estaciones ya existentes o con la creación de nuevos complejos de la nieve como, por ejemplo, La Tuca (1974) en la Val d'Aran, Boí Taüll (1986) en la Alta Ribagorça y Port-Ainé (1986) y Tavascan (1991) en el Pallars Sobirà. Entrado el nuevo siglo, en este ámbito territorial tan solo se inaugura una estación de esquí nórdico, la estación de Virós Vallferrera (2001) en el Pallars Sobirà y, únicamente, la estación de Baqueira Beret sigue ampliando de forma substancial su dominio esquiabiles⁷.

El negocio de la nieve desarrollado se ha basado, como señala GILI (2003), en grandes operaciones de tipo inmobiliario: prácticamente, todas las licencias para la apertura o ampliación de las estaciones de esquí en esta zona de montaña han ido acompañadas de su correspondiente actuación urbanística. Tan sólo las dos últimas estaciones inauguradas, Tavascan y Virós Vallferrera⁸, suponen una *excepción* al configurarse estas como estaciones pequeñas de bajo impacto que *abandonan* o *reformulan* el modelo tradicional. Un modelo llevado a cabo al amparo de una política de montaña⁹ nacida para intentar acortar distancias respecto al resto de Cataluña mediante la mejora de las infraestructuras, equipamientos y servicios y una importante potenciación del turismo.

Así, pues, el desarrollo del turismo de invierno se ha fundamentado en la construcción y ha ido acompañado de un importante crecimiento residencial y de alojamiento turístico. La vivienda construida de nueva planta, que supone un aumento exagerado de consumo de suelo y que se encuentra ligada mayoritariamente a la segunda residencia, crece en las

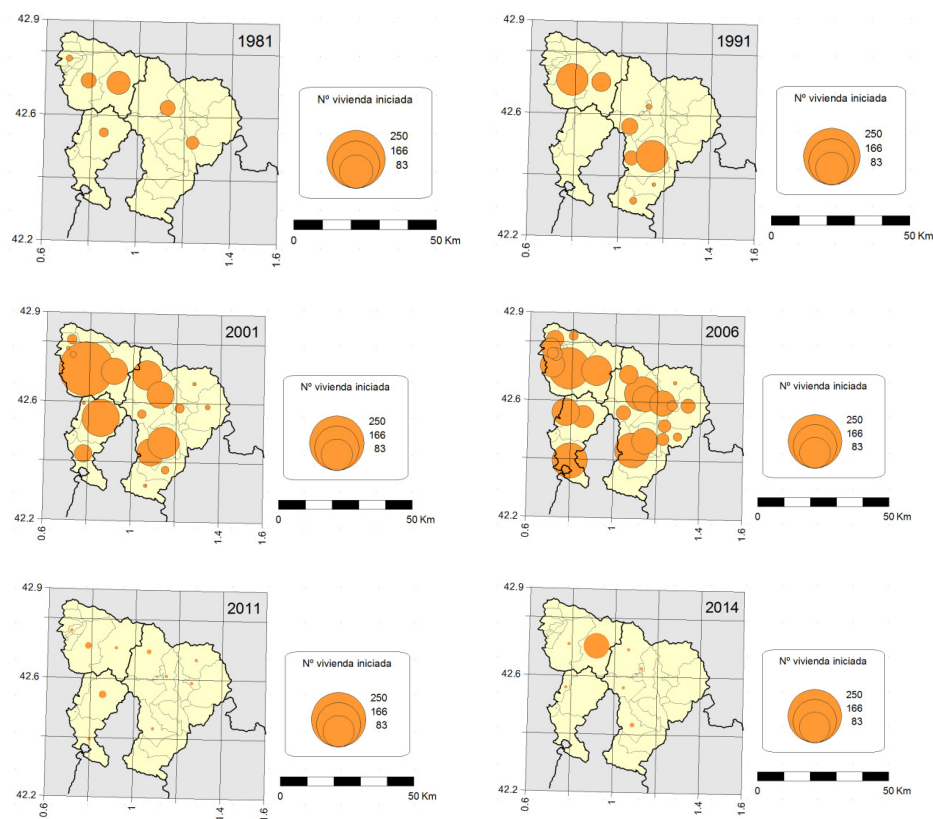
⁷ No es hasta 2015, que Baqueira Beret abandona su estrategia expansionista, al renunciar a la ampliación hacia el Pallars Sobirà a través de la Vall d'Àrreu -once años después de la inauguración de la zona de La Peüllà, en la citada comarca-.

⁸ La estación de Tavascan es una pequeña estación de montaña que combina esquí alpino, nórdico y otras actividades de montaña. Por su configuración y filosofía se asemeja más a una estación de esquí nórdico que alpino. La estación de Virós Vallferrera es una estación únicamente de esquí nórdico.

⁹ La *Llei 2/1983 d'Alta Muntanya* nace para hacer frente al preocupante proceso de despoblamiento experimentado en estas áreas, el bajo nivel de renta, la escasa diversificación productiva con una economía centrada en el sector primario, la falta de instrumentos de gobernanza y la carencia de infraestructuras, equipamientos y servicios en relación al resto de Cataluña.

comarcas de estudio desde la aparición de los primeros complejos de la nieve hasta la llegada de la actual crisis económica. Así, durante esta fase de crecimiento que se acelera a partir de los noventa, los municipios en los que se localizan las estaciones de esquí de talla muy grande o mediana como Baqueira Beret, Boí Taüll o Port Ainé (Naut Aran, Alt Àneu, Vall de Boí y Rialp) o los que están bajo su área de influencia (Esterrí d'Àneu y La Guingueta) son, junto con los municipios que acogen las capitales comarcales (Sort, Pont de Suert i Vielha e Mijaran) los que han ido registrando mayor número de vivienda construida de nueva planta (Figura 3).

Figura 3. Vivienda construida de nueva planta (libre): vivienda iniciada.



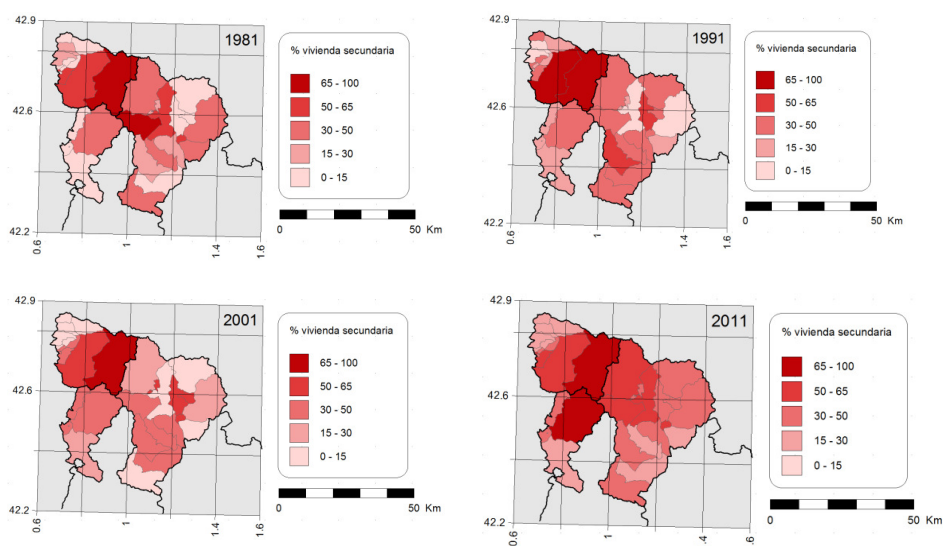
Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del *Institut d'Estadística de Catalunya* y bases cartográficas procedentes del *Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya*.

En los municipios en los que se ubican estaciones de talla pequeña como Espot, Tavascan o Virós Vallferrera (Espot, Lladorre y Alins), la

construcción de nueva vivienda crece aunque no de forma tan desmesurada. De todos modos, en todos ellos, la intensidad de construcción de nueva vivienda en relación a la población residente es muy elevada. Cabe señalar que paralelamente -aunque con un ligero desfase temporal-, en los municipios afectados por este crecimiento desmedido se observa como el porcentaje de vivienda secundaria va aumentando con respecto al total de vivienda familiar (Figura 4), lo que desencadena una serie de *daños colaterales* que acaban repercutiendo negativamente sobre los pobladores de la zona (incremento del precio de la vivienda, subida de los precios de alquiler, desarrollo de pueblos y urbanizaciones fantasma, etc.) y que se suman a los impactos negativos que ya de por sí genera sobre el paisaje un índice de construcción desmesurado.

Por otro lado, el alojamiento turístico también sufre, durante esta primera fase, un crecimiento importante, siendo más notable en el área de influencia que no en los municipios donde se ubican los complejos de la nieve (Tabla 2), con la única excepción de aquellos en los que se localizan estaciones de talla pequeña como las de Espot, Tavascan y Virós Vallferrera.

Figura 4. Porcentaje de vivienda secundaria respecto al total de vivienda familiar.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del *Institut d'Estadística de Catalunya* y bases cartográficas procedentes del *Institut Cartogràfic i Geològic de Catalunya*.

En el contexto de esta dinámica expansiva, el número de visitantes a las estaciones de esquí de este ámbito territorial crece, aunque de forma irregular debido a la elevada variabilidad climática. Así, la temporada 2008-09 –que podríamos tomar como punto de inflexión en esta dinámica– registra algo más de 1.330.000 forfaits vendidos en el conjunto de las estaciones aquí referenciadas cuando, por ejemplo, en la temporada 1989-90 la cifra no había sobrepasado el millón. El esquí alpino protagoniza este crecimiento, tanto en términos absolutos como relativos y la estación de Baqueira Beret se consolida como líder absoluto.

Tabla 2. Evolución en el número de plazas de alojamiento turístico. Índice base 100.

	1986	1996	2004	2009	2014
Municipios con estación de esquí de talla muy grande o mediana	100	162,7	215,8	246,9	233,0
Municipios con estación de esquí de talla pequeña	100	567,3	669,6	707,1	751,0
Municipios área de influencia de las estaciones de esquí	100	313,5	352,2	366,8	399,2
Municipios capital comarcal	100	237,9	284,6	297,5	318,9
Otros municipios*	100	276,4	293,6	305,1	328,8

* Se incluyen municipios sin apenas peso turístico y municipios vinculados a otras modalidades desarrolladas en la comarca (turismo deportes de aventura, turismo cultural, turismo de naturaleza).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del *Institut d'Estadística de Catalunya*.

Hacia el final de esta larga etapa de crecimiento desmedido, se aprueba el *Pla Director de les Estacions de Muntanya* (2006) con el objetivo fundamental de proceder a la implantación de medidas efectivas de ordenación y modernización de las estaciones de montaña en Cataluña. Este Pla Director sumado a la aprobación del *Pla Territorial Parcial de l'Alt Pirineu i Aran* (2006) y otros instrumentos de planeamiento anuncian el cuestionamiento de la dinámica desarrollada hasta ese momento. Dinámica que empezaba a manifestar signos claros de agotamiento. Así, las ayudas específicas a la montaña y las vinculadas al *Pla Director de les Estacions de Muntanya 2006-2011* se mantuvieron hasta el año 2010. A partir de aquí, la crisis económica-iniciada en 2008- impidió la convocatoria de subvenciones y ello agravó la ya difícil situación de las estaciones de esquí. Cabe pensar que, buena parte de estas, al ser financiadas mayoritariamente con las plusvalías derivadas de la urbanización de las zonas periféricas recalificadas de rústicas a urbanizables, se habían convertido en empresas deficitarias como consecuencia del agotamiento y/o limitación¹⁰ de la superficie edificable.

¹⁰ Así, por ejemplo, la aprobación del *Pla Director Urbanístic del Pallars Sobirà* (2008) supone la desclasificación de buena parte del suelo urbanizable situado en las

Si a esta dependencia del sector de las operaciones inmobiliarias, se suma el estallido de la burbuja, la presencia de dominios esquiables de extensión reducida (a excepción de la estación de Baqueira Beret) y/o limitada (por las diversas ampliaciones de la Red Natura 2000 y del Parc Nacional d’Aigüestortes i Estanys de Sant Maurici), la fuerte competencia de las estaciones andorranas y aragonesas y la elevada variabilidad climática, el *desastre* está servido. En este contexto, las estaciones más deficitarias se han ido integrando en empresas públicas, en ocasiones con una gestión público-privada (Espot -2006 y 2011-, Port Ainé -2007 y 2011- y Boí Taüll -2014-); en los casos más extremos, las estaciones han sido clausuradas (es el caso de la estación de Llessú y La Tuca que tras su cierre inicial en 1986 y 1988 respectivamente, y tras varios intentos de reapertura, han sido cerradas de forma definitiva). La construcción de nueva vivienda se detiene con la crisis (Figura 3) y no todas las promociones iniciadas con anterioridad al estallido de la burbuja inmobiliaria logran terminarse y/o venderse, generándose con esto último una importante bolsa de vivienda vacía, con una desocupación estructural caracterizada por ser de larga duración y que no presenta -a corto plazo- expectativas de ser ocupada (Imagen 1).

Imagen 1. Efectos de la crisis económica sobre el sector inmobiliario.



Promociones inmobiliarias con dificultades para la venta y/o alquiler (Pallars Sobirà, 2016). Promoción inmobiliaria iniciada pero no terminada (Pallars Sobirà, 2016).

Fuente: Archivo personal de Pepe Armesto Gómez.

inmediaciones de las estaciones de esquí de Espot, Port Ainé y Llessú, priorizando además el uso turístico y hotelero por delante del uso de segunda residencia (permitido este último únicamente en continuidad con la trama urbana preexistente). La aprobación en 2010, y posterior modificación en el año 2011, del *Pla Director Urbanístic de la Val d’Aran* también supone una limitación a las posibilidades de crecimiento urbanístico y uso residencial.

En este punto, y al margen de las cuestiones atmosféricas, se detecta un cierto estancamiento en el número de esquiadores. En la temporada 2014-15 el número de forfaits vendidos en las estaciones de este ámbito territorial se situaba en torno al 1.150.000. Las estaciones de esquí han emprendido numerosas acciones para contrarrestar esta situación de estancamiento: mejora de las instalaciones; aumento del número de km esquiables a través del rediseño del trazado de pistas dentro de los límites actuales de las estaciones; garantía del recurso nieve a través de la implementación de cañones; venta de forfaits conjuntos; integración del ciclo de consumo, tanto del esquí como de las actividades complementarias; desestacionalización de la oferta; organización de campeonatos y acontecimientos deportivos; promoción de la práctica de los deportes de invierno entre diferentes segmentos de la población, especialmente escolares; promoción conjunta y creación de marcas que agrupan diferentes estaciones de esquí.

Perspectivas de futuro

Se podrá observar que entre las acciones referenciadas para responder a la crisis, predominan las de tipo técnico o de gestión empresarial y, por tanto, se encuentran limitadas al ámbito estricto del negocio. Este tipo de acciones, en un contexto complejo de incertidumbre económica, social y ambiental, resultan insuficientes para lograr una solución a largo plazo que dé respuestas a las complejas necesidades de este ámbito territorial. En este sentido, la única acción que supera el ámbito escalar señalado y que presenta, por tanto, una cobertura territorial más amplia e integradora es la referente a la desestacionalización de la oferta, promovida en los últimos años a través de una diversificación de actividades y, paralelamente, de captación de nuevos segmentos de mercado. Esta acción, incentivada en los últimos años por el *Pla Estratègic de Turisme de Catalunya 2013-2016*, señala la necesidad de diversificar la oferta turística de estas zonas de montaña, presentando a las estaciones de esquí como polos de atracción turística no sólo durante la temporada de invierno sino también durante el resto del año a través de la promoción de actividades de ocio activo.

Pero esta acción, al superar el ámbito escalar de la empresa, precisa de una política de montaña renovada. En este contexto de crisis económica, y considerando el cambio substancial experimentado por estas comarcas de montaña respecto a la situación de la que partían hace treinta años, se plantea la revisión de la *Llei 2/1983 d'Alta Muntanya*. Así, en noviembre de 2011, en el *34º Consell General de Muntanya* -celebrado en el Pont de Suert- se inicia el proceso que debe llevar a la formulación de

una nueva ley de montaña que responda a los nuevos retos y oportunidades que se plantean en estos espacios. Entre estos retos se evidencia la necesidad de que los instrumentos que debe desplegar la nueva ley han de proponerse como objetivo principal *la fijación de la población a través de la promoción de la actividad económica y no tanto a través de la consolidación de infraestructuras y la construcción de nuevos equipamientos*. Para ello se hará necesario el desarrollo de programas integrados (basados en la interdepartamentalidad y la colaboración público-privada) y estratégicos y, por tanto, centrados en las actuaciones clave para el Territorio.

Agradecimientos. Este aportación ha sido realizada en el marco del proyecto de I+D+i con referencia CSO2014-51866-R del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Retos de la Sociedad del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España.

Referencias

ATUDEM: <http://www.atudem.es/>

GALIANA, L. Y BARRADO, D. (2006): “Los Centros de Interés Turístico Nacional y el despegue del turismo de masas en España”, *Investigaciones Geográficas*, 39, 73-93.

GENERALITAT DE CATALUNYA (2015): *Cap a una nove llei de muntanya*. Document de base per al debat. Departament de Territori i Sostenibilitat.

GILI, M. (2003): “Las viviendas de segunda residencia. ¿Ocio o negocio?”, *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. VII, núm. 146(052), 1 de agosto de 2003.

IDESCAT: <http://www.idescat.cat/es/>

VERA, A.; BADÍA, A. Y TULLA, A. (2011): “Desarrollo local en el Pirineo Catalán: impulso económico y uso sostenible del territorio”, *Finisterra*, 46(92), 5-23.

Turismo colaborativo

La socialización del negocio turístico a través de la comercialización de estancias turísticas en viviendas. El caso del municipio de Lloret de Vistalegre (Mallorca)

Miquel Àngel COLL, Margalida OBRADOR y Miguel SEGUÍ

Universidad de las Illes Balears, Departamento de Geografía, Palma de Mallorca
Miquel Àngel Coll Ramis, uibgeotur@gmail.com, Margalida Obrador Izara, margaob@gmail.com, Miguel Seguí Llinás, msegui@uib.es

Coll, M.À., Obrador, M. y Seguí, M 2016. La socialización del negocio turístico a través de la comercialización de estancias turísticas en viviendas. El caso del municipio de Lloret de Vistalegre (Mallorca). *In*: Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 227-236. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. La presente investigación aborda el fenómeno de la socialización del negocio turístico a través de la comercialización de estancias turísticas en viviendas, en el caso del municipio de Lloret de Vistalegre (Mallorca). Los resultados obtenidos han permitido cuantificar la oferta de este tipo de alojamiento turístico, conocer su distribución territorial, además de radiografiar las características de las viviendas y el perfil de los propietarios.

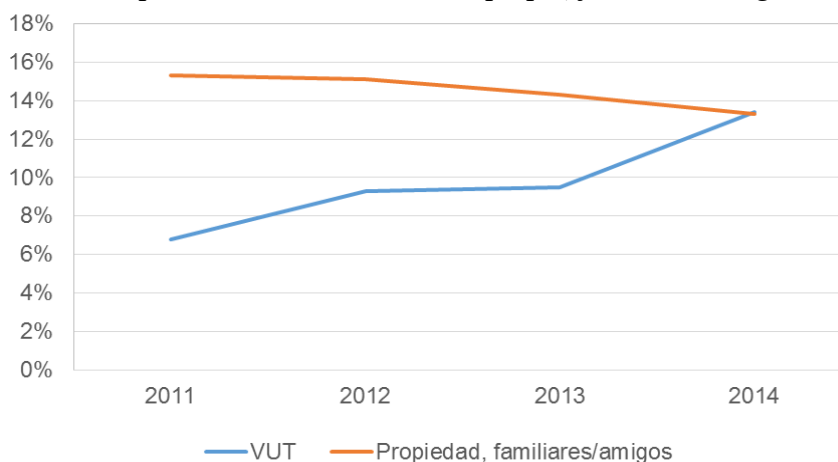
Palabras clave: Lloret de Vistalegre, viviendas de uso turístico, plataforma de comercialización, socialización, turistificación.

Introducción

Desde finales de la década de los ochenta, el espacio rural ha sido objeto de interés por parte de distintas políticas turísticas y territoriales, de carácter supramunicipal, que han contribuido a favorecer la transformación del uso agrícola hacia un uso turístico-residencial de este espacio (LUCAS, 2002; SEGUÍ, 2006; BINIMELIS y ORDINAS, 2012), llegando a su máxima expresión en la actualidad, a través de la proliferación de alquileres turísticos de viviendas unifamiliares. Según datos del Instituto de Estadística de Baleares (IBESTAT), el turismo en viviendas de uso turístico (VUT) en Mallorca, no ha cesado de aumentar durante los últimos años (gráfico 1): en el año 2012 representó el 9,3% de los turistas, el 2013 llegó al 9,5 %, y el 2014 hasta un 13,4% del total de los visitantes que

recibió Mallorca, llegando a 1.291.965 turistas, cifrándose en 10.000 viviendas la oferta legal. Sin embargo, algunos autores como BLASCO (2015: 108), apuntan que se estima que la cifra de VUT y turistas que se alojan en ellas es superior, y una parte de los turistas que son computados dentro de la categoría de turistas que fueron a alojamientos propios o casas de familiares/amigos, en realidad, se hospedaron en una VUT. No obstante, los datos muestran una tendencia hacia la normalización de este tipo de oferta, probablemente motivada por la regularización impulsada a través de Ley del Turismo de las Illes Balears (Ley 8/2012, de 19 de julio), lo cual, justificaría la disminución del porcentaje de turistas hospedados en casas propias, familiares o amigos, y por el contrario, el aumento de los turistas hospedados en VUT.

Gráfico 1. Evolución del porcentaje de turistas llegados a Mallorca que se hospedaron en una VUT o casa propia, familiares/amigos.



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del *Institut d'Estadística de les Illes Balears* (IBESTAT) extraídos de EGATUR.

A pesar de esta regulación legal del alquiler de viviendas a turistas, la realidad de los hechos hace indicar que este fenómeno ha adquirido una dimensión mucho mayor. La oferta existente va más allá de las VUT que se han dado de alta en el registro de la administración autonómica, existiendo por lo tanto una bolsa de VUT que actúan de forma clandestina. Si bien no se trata de un fenómeno nuevo (MATEU, 2003), los últimos años se ha producido una expansión e intensificación de este tipo de alojamiento por toda la geografía de la isla, que ha supuesto la aparición de pequeños empresarios turísticos (tanto en forma de propietarios de viviendas como empresas de servicios a las VUT), que hasta este momento eran completamente ajenos al negocio turístico.

Objetivos

Este trabajo pretende analizar el caso de Lloret de Vistalegre (Mallorca), un pequeño municipio situado en el interior de la isla, que tradicionalmente se ha mantenido al margen del gran negocio turístico, pero que en la actualidad, está experimentando una turistificación de su territorio con el auge de las VUT. El objetivo es investigar diferentes aspectos de este tipo de alojamiento como la cuantía y distribución territorial de las VUT, el análisis de sus principales características (perfil de los propietarios, tipo de vivienda turística, número de habitaciones y huéspedes, precio por noche en temporada alta y baja, servicios disponibles, etc), y el debate jurídico-administrativo que suscita esta nueva modalidad de alojamiento.

Metodología

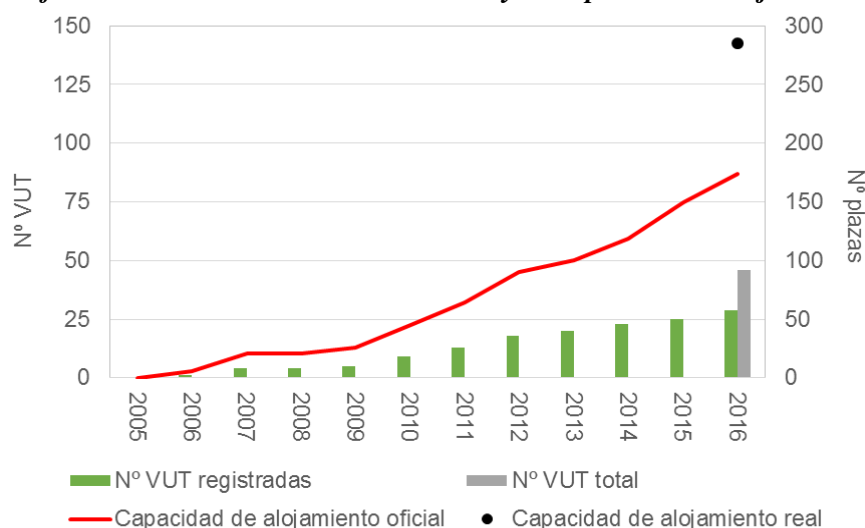
Para la cuantificación del número de VUT existentes en Lloret de Vistalegre, se han utilizado distintas fuentes de información: por un lado, los datos del registro oficial de VUT de la *Conselleria de Turisme i Esports* del *Govern de les Illes Balears*, además de la extracción de información de las plataformas comerciales AirBnB, Homeaway y Homelidays. Dado el margen de error que presentan los mapas de localización de las plataformas, se ha utilizado la fotografía aérea y se ha llevado a cabo un trabajo de campo para poder geolocalizar con exactitud las VUT. En base a los datos obtenidos, se ha elaborado una cartografía con el programa ArcGIS, que permita llevar a cabo un análisis espacial y estadístico de este tipo de alojamiento turístico en el municipio de Lloret de Vistalegre. Por otra parte, se ha investigado mediante la realización de una encuesta distintos aspectos relativos a la gestión de las viviendas y características de los propietarios. Al respecto, se ha podido obtener la respuesta de 21 propietarios que agrupan a 30 de las 46 VUT identificadas en el municipio.

Principales resultados

Actualmente en el municipio de Lloret de Vistalegre se han identificado dos tipologías de alojamiento turístico, correspondientes a 2 agroturismos y 46 VUT, que en su conjunto suponen una capacidad de alojamiento de 323 plazas turísticas, de las cuales, 38 corresponden a agroturismos y 285 a VUT. Cabe resaltar, que la cifra de VUT que se ha obtenido puede que sea mayor, debido a la diversidad de plataformas que comercializan VUT, y que no se han analizado en este trabajo.

En cifras absolutas los datos siguen siendo insignificantes, en comparación a la capacidad de alojamiento de los municipios de costa, no obstante, si se analizan de forma porcentual se puede observar como durante el período comprendido entre 2005 y 2016, el número de plazas turísticas del municipio ha aumentado un 88 %, lo que representa un aumento muy significativo para un municipio que en el año 2000 no disponía de ninguna plaza turística. Así pues, la presencia de turistas que pernoctan en el municipio es una realidad de cada vez más habitual, debido a la proliferación de VUT (gráfico 2).

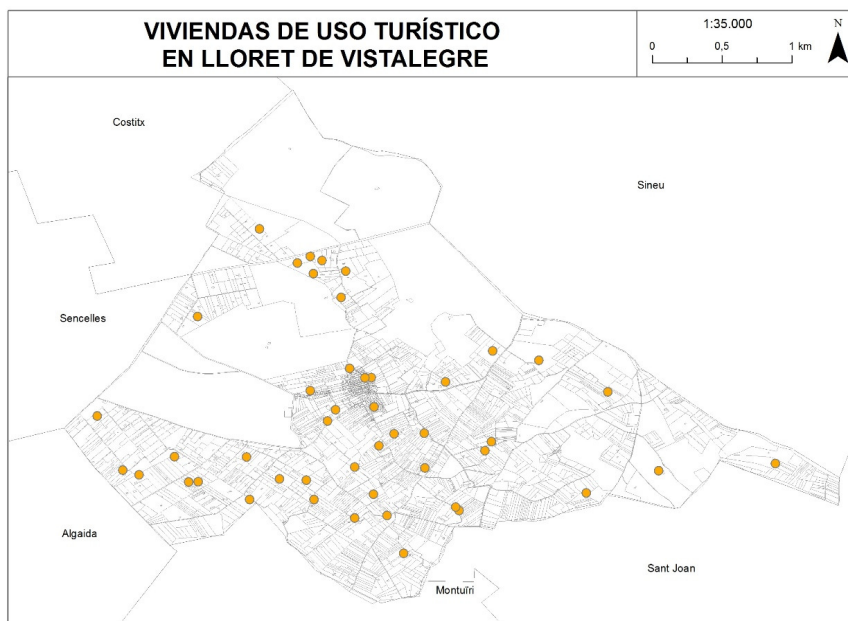
Gráfico 2. Evolución del número de VUT y su capacidad de alojamiento.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de la *Conselleria de Turisme i Esports* (2005-2016) y de las plataformas AirBnB, Homeaway y Homelidays (datos recopilados el 01-02-2016).

Aunque la comercialización de estancias turísticas en viviendas unifamiliares, es una modalidad regulada desde el año 2005 en las Illes Balears, en el caso de Lloret de Vistalegre, es sobre todo a partir del año 2014 cuando realmente se dispara el crecimiento de VUT (gráfico 2). A pesar de la regulación legal del alquiler de viviendas a turistas, de las 46 VUT que se han localizado en el municipio: 18 disponen de autorización para comercializar estancias turísticas, 11 han presentado delante de la Administración la declaración responsable de inicio de actividad, y las 17 viviendas restantes, operan sin haberse dado de alta oficialmente.

Mapa 1. Localización geográfica de las VUT.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de la Conselleria de Turisme i Esports (2005-2015) y de las plataformas AirBnB, Homeaway y Homelidays (datos recopilados el 01-02-2016).

Tal y como puede observarse en el mapa 1, la localización de las VUT viene claramente condicionada por la estructura de la propiedad de las tierras del municipio. Su mayor presencia se da al sur del término municipal, coincidiendo con la zona donde predominan las pequeñas propiedades de tierra con casas de aperos, las cuales, son el resultado de la fragmentación de grandes propiedades como Son Bauló, Sa Casa Nova, Son Miralles, entre otras, que tuvo lugar durante el siglo XVII (RAMIS Y GINARD, 2001). En cambio, hacia el norte su presencia es más escasa debido a que las grandes propiedades no sufrieron tantas parcelaciones, y han mantenido amplias extensiones de tierra. Este es el caso de las posesiones de Son Gelabert de Baix, Son Gelabert de Dalt, Son Joan Arnau, Son Joan Jaume, Son Marron y Es Colomer, además de los terrenos comunales de Sa Comuna.

A pesar de ser uno de los municipios con menor extensión de Mallorca, con tan sólo 17,44 km², la presencia de viviendas en suelo rústico adquiere una notable importancia en Lloret de Vistalegre, ya que según datos del padrón del año 2015, 444 habitantes residían en suelo rústico, lo que representaba el 36 % de la población total del municipio.

Por lo tanto, existe una importante estructura de viviendas en suelo rústico, que son utilizadas como residencia principal, pero también como residencia secundaria. Es especialmente, en este último grupo de viviendas donde se viene produciendo el incremento de VUT en el municipio.

Tabla 1. Características de las VUT.

Propiedad (*)	
Vivienda de herencia	90%
Vivienda comprada	10%
Tipología	
Casa/apartamento entero	96%
Habitación privada	4%
Capacidad	
Habitaciones	3
Huéspedes	6
Localización	
Suelo Urbano	11%
Suelo Rústico	89%
Servicios	
Con piscina	87%
Sin piscina	13%
Precios (por vivienda y día)	
Temporada Alta (Agosto)	171 euros
Temporada Baja (Febrero)	140 euros
Gestión (*)	
Directamente (propietario local)	30%
Directamente (propietario extranjero)	9%
A través de una agencia inmobiliaria	61%
Beneficio del alquiler (*)	
Renta principal	6%
Renta complementaria	94%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos de la *Conselleria de Turisme i Esports* (2005-2015) y de las plataformas AirBnB, Homeaway y Homelidays (datos recopilados el 01-02-2016).

(*) Los resultados hacen referencia a 30 de las 46 VUT identificadas.

A partir del análisis de las características de las VUT (tabla 1), se ha observado un claro predominio del alquiler de casas enteras en suelo rústico (96 % de la oferta de VUT), a diferencia de lo que sucede en entornos urbanos como las grandes ciudades o zonas litorales, donde es más común la presencia de una oferta de apartamentos y habitaciones privadas, que en Lloret de Vistalegre tan sólo llega a un 4%. Mediante el trabajo de campo se ha conocido que el alquiler de habitaciones individuales está vinculada a propietarios extranjeros, en cambio, no se ha identificado a ningún propietario local que oferte una habitación de su domicilio habitual.

A pesar de que la capacidad de un establecimiento tradicional (hotel, aparthotel, hotel rural o agroturismo) son muy distintas a las de una VUT (CUSCÓ Y FONT, 2015), los datos reflejados en el gráfico 2, muestran claramente la dimensión alcanzada por el fenómeno en esta pequeña localidad rural del centro de la isla. La capacidad de acogida promedio de las VUT en Lloret de Vistalegre es de 3 habitaciones y 6 huéspedes.

El 89 % de las VUT son unifamiliares que se localizan en suelo rústico y tan sólo un 11 % las encontramos dentro del núcleo urbano del pueblo. Una de las principales características de las VUT es la disponibilidad de piscina, de hecho, el 87 % de las viviendas disponen de ella. Aquellas viviendas que no disponen de piscina se han localizado principalmente en el casco urbano.

El precio medio del alquiler en Lloret de Vistalegre, durante el año 2016, oscila en torno a los 171 euros en temporada alta (de mayo a septiembre) y los 140 euros (el resto del año). No obstante, se ha observado que algunas viviendas no cambian de precio durante todo el año, siendo la causa explicativa el hecho de que los propietarios tienen un menor interés por alquilar fuera de la temporada alta, o bien porque no tienen necesidad económica y/o prefieren disfrutar de su propiedad durante unos meses al año. De hecho, el 94% de los propietarios alquilan de forma voluntaria su propiedad para obtener unos ingresos complementarios a las rentas de su trabajo habitual, y tan sólo un 6 % lo hacen por necesidad.

Referente a la gestión de la comercialización de las VUT, un 61 % lo hace a través de una agencia inmobiliaria o un agente inmobiliario. Los motivos de esta delegación de funciones se deben al desconocimiento de idiomas y/o falta de tiempo para recibir y atender a los clientes que tienen los propietarios de las viviendas. Por otra parte, un 39 % de las viviendas son gestionadas de forma directa por los propietarios, de los cuales, un 30 % son locales y un 9 % son extranjeros.

Imagen 1. VUT ubicada en Lloret de Vistalegre.



Fuente: <https://www.airbnb.es/rooms/7672260?s=EtAieTf4> (extraído el día 19-07-16).

Conclusiones

Se ha podido constatar un fuerte crecimiento de las VUT a partir del año 2014, especialmente, en la mitad sur del término municipal, coincidiendo con la presencia de una estructura de la propiedad de pequeñas dimensiones. Se trata de antiguas casas de aperos, que han sido reformadas y transformadas en VUT, de tal forma, que los usos turísticos de cada vez van adquiriendo mayor protagonismo dentro de un espacio tradicionalmente agrario.

No obstante, este proceso no ha afectado por igual al conjunto de la población local, sino que la socialización del negocio turístico, en el caso concreto de Lloret de Vistalegre, ha beneficiado principalmente a una clase media y alta, que disponen de una pequeña propiedad en herencia situada en suelo rústico, y que tienen una capacidad económica para acometer reformas en sus propiedades y ofertarlas como VUT, obteniendo unos beneficios complementarios para sus rentas familiares. De hecho, esta ausencia de necesidad económica se ve reflejada en el escaso interés que tienen por alquilar su vivienda durante todo el año, ya que prefieren disponer de ella durante un tiempo. Por otra parte, esta circunstancia reafirma que la mayoría de propietarios de las VUT mantienen un arraigo hacia sus propiedades, por su valor familiar y sentimental.

Por último, cabe mencionar que a pesar de que se supone que la presencia de turistas que se alojan en VUT del municipio, ha provocado la aparición de nuevas oportunidades de negocio (agentes/intermediarios de alquileres turísticos) y la reactivación de las empresas locales dedicadas a la alimentación, restauración, mantenimiento y jardinería, construcción, etc, no se dispone de una medición real de este impacto económico, que sería interesante conocer con detalle de cara al futuro. De igual forma, que su presencia en el medio rural genera nuevos consumos o aumenta los ya existentes (agua, residuos, energía, entre otros), que también sería interesante abordar para poder hacer una valoración global del impacto que están generando las VUT en el municipio.

Bibliografía

- AIRBNB (2016). *Viviendas vacacionales en Lloret de Vistalegre*. En línea: https://www.airbnb.es/s/Lloret-de-Vistalegre--Espa%C3%B1a?guests=1&adults=1&search_by_map=true&sw_lng=2.9610162328613114&sw_lat=39.62524842216331&ne_lng=2.9827313970458817&ne_lat=39.640356335324505&zoom=15&ss_id=j9ij51jj&ss_preload=true&source=bb&s_tag=t79XWU3U (consultado: 01-02-2016).
- BINIMELIS, J. Y ORDINAS, A. (2012): “Paisatge i canvi territorial en el món rural de les Illes Balears”, *Territoris*, 8(1), 11-28.
- BLASCO, A. (2015): “Lloguer d’habitatges a turistes”, en Fundació GADESO (ed.). *Anuari del turisme de les Illes Balears 2015*. Palma: Govern de les Illes Balears, Universitat de les Illes Balears, Caixa Colònia.
- CONSELLERIA DE TURISME I ESPORTS (2016): *Registro oficial de viviendas de uso turístico*. Govern de les Illes Balears.
- CUSCÓ, E., Y FONT, J. (2015): “Nuevas formas de alojamiento turístico: comercialización, localización y regulación de las ‘viviendas de uso turístico’ en Cataluña”, *Biblio 3w: revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*. En línea: Barcelona: Universidad de Barcelona, 5 de octubre de 2015, vol. XX, nº 1.134 (ISSN, 1138-9796). <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1134.pdf>
- HOMEAWAY (2016): *Viviendas vacacionales en Lloret de Vistalegre*. En línea: <https://www.homeaway.es/search/espana/lloret-de-vistalegre/region:2334/keywords:Lloret+de+Vistalegre%2C+Lloret+de+Vistalegre%2C+Islas+Baleares%2C+Espa%C3%B1a> (consultado: 01-02-2016).
- HOMELIDAYS (2016): *Viviendas vacacionales en Lloret de Vistalegre*. En línea: <https://www.homelidays.es/alquiler-vacacional/espana/lloret-de-vistalegre/r2334> (consultado: 01-02-2016).
- INSTITUT D’ESTADÍSTICA DE LES ILLES BALEARS (2016): *Número de turistas por tipo de alojamiento (Mallorca)*. En línea: <http://www.ibestat.cat/ibestat/estadistiques/922f4f96-0580-4c25-9ba6->

[bf8788247112/6dbadf3d-8d2b-4feb-970a-9e7820ba06db/es/I208004_5002.px](https://doi.org/10.1080/00141801.2016.1191112) (consultado: 20 de junio de 2016)

- LUCAS, A. M. (2002): *Les activitats agràries, pesqueres i forestals a les Illes Balears*. Monografies de la Conselleria d'Agricultura i Pesca. Govern de les Illes Balears. Palma.
- MATEU, J. (2003): "Turismo residencial y dispersión urbana en Mallorca (Illes Balears). Un ensayo metodològic en el municipi de Pollensa". *Estudios turísticos*, (155), 197-218.
- RAMIS, A. Y GINARD, A. (2001): "Lloret de Vistalegre", en Tur, M. (coord.). *Guia dels pobles de Mallorca*. Hora Nova S.A.
- SEGUÍ, M. (2006). *El turisme a les Illes Balears (1950-2005)*. Edicions Documenta Balear. Palma de Mallorca.

Experiencias turísticas colaborativas en el Área Protegida Península de Zapata (Cuba)

Maité ECHARRI CHÁVEZ, Rubén Camilo LOIS GONZÁLEZ y Yamilé PÉREZ GUILARTE

Maité Echarri Chávez, Universidad de La Habana, maite_echarri@ftur.uh.cu;
Rubén Camilo Lois González, Universidad de Santiago de Compostela, rubencamilo.lois@usc.es; Yamilé Pérez Guilarte Universidad de Santiago de Compostela, yamypguilarte@gmail.com

Echarri Chávez, M., Lois González, R.C. y Pérez Guilarte, Y. 2016. Experiencias turísticas colaborativas en el Área Protegida Península de Zapata (Cuba). *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 237-246. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. El presente trabajo realiza un estudio del desarrollo del sector turístico privado en el Área Protegida Península de Zapata, provincia de Matanzas (Cuba). Se realizó una encuesta con preguntas cerradas, abiertas y semicerradas a 81 propietarios de negocios de alquiler de habitaciones y restaurantes. El cuestionario incluyó aspectos como: tipos de servicios prestados, número de empleados, ingresos e utilización, vías de comercialización y promoción, proveedores, y satisfacción del cliente. Los resultados muestran que el desarrollo del sector turístico privado es una consecuencia de la creciente demanda, y que a su vez provoca en el área importantes transformaciones en el orden social, físico y económico. Los pobladores han reconocido en esta actividad una alternativa para el desarrollo local y han apostado por participar directamente en la prestación de servicios turísticos en sus propias viviendas.

Palabras clave: Experiencias colaborativas, Península de Zapata, Área Protegida de Recursos Manejados, desarrollo local.

Introducción

La nueva dinámica social que se ha generado en Cuba luego de la aprobación de los negocios privados ha permitido la legitimación de nuevos entramados productivos, que además de incrementarse se diversifican. El alquiler de habitaciones en viviendas donde los huéspedes comparten el espacio con los dueños, y la oferta de comidas en el propio domicilio son los ejemplos más destacados de estas iniciativas colaborativas. En este contexto, importantes destinos como la Península de Zapata, Área Protegida de Recursos Manejados de la provincia de

Matanzas (Cuba) se han convertido en escenarios de grandes transformaciones económicas, sociales y medioambientales.

La Ciénaga de Zapata es considerada el mayor humedal del Caribe insular y se localiza en la zona sur de la provincia de Matanzas. Por la gran variedad de especies que atesora y el importante rol biológico que desempeña le han sido concedidas varias distinciones. De este modo, ha recibido las categorías de Parque Nacional (1933), Reserva de la Biosfera (2000) y Sitio Ramsar (2001) (CNAP, 2004).

El Área Protegida de Recursos Manejados (APRM) “Península de Zapata” ocupa todo el extremo Sur de la provincia de Matanzas (Figura 1) e incluye totalmente al municipio Ciénaga de Zapata, conteniendo además el área de la plataforma insular. Abarca una superficie total de 7.385 km². La parte terrestre ocupa 5.007 km², siendo el 75% de este territorio áreas inundadas, y la parte marina 2.378 km². El APRM presenta 28 asentamientos que al cierre de 2011 contaban con una población estimada en unos 17.820 habitantes (CITMA, 2013).

Figura 1. Ubicación de la Ciénaga de Zapata.



Fuente: Particuba.info (2016).

La Ciénaga de Zapata constituye un espacio natural y social marcado por dos grandes momentos. El primero, antes de 1959 que se caracterizó por la explotación de sus recursos naturales, el abandono y aislamiento de sus pobladores. El segundo, fue después del triunfo revolucionario y se caracterizó por el mejoramiento de las condiciones de vida de los pobladores a partir de su inclusión en las nuevas políticas de desarrollo del país y de la diversificación de sus renglones económicos.

Los pobladores del territorio históricamente se valieron de los recursos de la naturaleza para su subsistencia. Luego del desarrollo socioeconómico experimentado por el municipio a partir de la década de 1960, la dependencia de los recursos naturales para satisfacer las necesidades personales disminuyó. En ese periodo, las entidades estatales absorbieron la explotación de los recursos y constituyeron las principales fuentes de empleo, contribuyendo a elevar el nivel de vida de la comunidad local.

A partir de los años 90, con la crisis económica del “Periodo Especial” la presión sobre los recursos naturales se incrementó como alternativa para satisfacer las necesidades que la población no podía cubrir con el insuficiente salario. Con el aumento de la demanda de estos productos y la aparición de un mercado, aumentó la actividad furtiva. Ante la necesidad de proteger los recursos naturales se fortalecieron las restricciones en cuanto al acceso y uso de estos bienes y se limitó la relación de los pobladores con su entorno.

A partir de entonces el turismo internacional comienza a cobrar auge y con él una incipiente actividad turística privada que comenzó en el área con 10 casas de alquiler. En los últimos años este sector ha crecido sustancialmente, llegando en la actualidad a contar con 132 licencias para el alquiler de habitaciones al turismo extranjero fundamentalmente y 20 licencias para restaurantes (conocidos en Cuba como *paladares*). Estos restaurantes en su mayoría se localizan en locales dentro de las propias viviendas que son habilitados para dar este servicio. Las casas de alquiler y los restaurantes son las principales modalidades desarrolladas por el sector turístico privado en el área (ONAT, 2014). Las casas de alquiler están concentradas fundamentalmente en poblados de mayor cercanía a las zonas de playa. Mientras que los restaurantes constituyen por lo general una alternativa para sitios en donde no existe variedad de atractivos de especial interés.

El 5% de la población económicamente activa del área trabaja en negocios turísticos privados. Su importancia no radica en el peso numérico, sino en el rol que desempeñan en la satisfacción de un grupo de necesidades para la población y para el turismo del territorio. De este modo, se convierten en actores complementarios de la economía estatal local, atendiendo a su capacidad de creación de empleo y al crecimiento de la economía. Igualmente, tienen un papel relevante a la hora de diseñar formas de organización de la pequeña producción hacia otras más colectivas como las cooperativas urbanas.

El número de visitantes supera en más de 52.000 a los turistas alojados. Estas cifras muestran que el área es principalmente visitada por excursionistas, la mayoría según Báez (2009) provenientes de la Habana, Varadero, Cienfuegos, Trinidad y Pinar del Río, que arriban con

opcionales de “one day tours”. Estas regiones emisoras venden los paquetes desde su origen y no retribuyen a las instalaciones del área, por lo que lejos de generar beneficios para la zona, utilizan los recursos del área y no dejan ganancias por esa explotación.

Sin embargo, para la región lo que sí es relevante es el número de visitantes que se alojan en la zona. Se calcula que más de 80.000 turistas entre nacionales y extranjeros visitan la Ciénaga de Zapa anualmente. En 2013 más de 28.000 turistas se alojaron en instalaciones del área, siendo el 57% de ellos extranjeros y el 43% turistas cubanos. Estas cifras muestran un aumento de la presencia de turistas nacionales en relación a 2008, cuando se registró que el 65% de los turistas alojados fueron extranjeros y el 35% fueron cubanos (ONEI, 2014). Por la importancia socio-económica que ha adquirido el sector turístico privado en la Ciénaga de Zapata, este trabajo tiene como objetivo realizar un diagnóstico del desarrollo de esta actividad en la región.

Metodología

Para el estudio del sector privado de la región de la Ciénaga de Zapata se consideraron los negocios de alojamiento y los restaurantes. La metodología escogida fue la realización de una encuesta a los propietarios de estos negocios. La encuesta es un método que permite estudiar el comportamiento de las personas, sus actitudes, opiniones y su conocimiento sobre un tema específico (Flowerdew y Martin, 1997). La Tabla 1 muestra la ficha técnica de la investigación realizada. La población de estudio fue el número total de negocios en los cuatro poblados de mayor infraestructura turística (Playa Girón, Playa Larga, Caletón y Pálpite). Los negocios fueron seleccionados a través de un muestreo aleatorio simple y el trabajo de campo se realizó en el mes de marzo de 2014. El tamaño de muestra se estimó en 81 propietarios de casas de alojamiento y restaurantes, teniendo en cuenta un nivel de error de un 5% de error y un 95% de confianza. El cuestionario se diseñó con preguntas cerradas, abiertas, y semicerradas y tuvo en cuenta cuestiones comunes a ambos grupos y aspectos específicos de cada tipo de negocio. Las preguntas estuvieron dirigidas a conocer aspectos como: tipos de servicios prestados, número de empleados, ingresos e utilización, vías de comercialización y promoción, proveedores, y satisfacción del cliente. Los resultados fueron procesados utilizando el programa estadístico SPSS 18.

Tabla 1. Ficha técnica del estudio del sector privado en la Ciénaga de Zapata.

Características	Encuesta
Universo	Propietarios de casas de alojamiento y restaurantes
Ámbito Geográfico	Ciénaga de Zapata (Playa Girón, Playa Larga, Caletón y Pálpite)
Período	Marzo de 2014
Método de muestreo	Muestreo aleatorio simple
Error muestral	5%
Nivel de confianza	95 %
Estimación Tamaño de muestra (n)	n = 81

Resultados

Casas de alojamiento

Las casas de alojamiento suelen destinar de una a dos habitaciones de las viviendas para el alojamiento. Se establecen precios por noche que varían desde 15 cuc¹¹ hasta 30 cuc según temporada, siendo 20 cuc el precio habitualmente establecido por más del 43% de los encuestados. La estancia promedio de los clientes es de 2 días. Según los encuestados, se prolonga más de tres si los propietarios, en un intento por retener a sus clientes, les informan acerca de los atractivos de la zona y de las múltiples actividades que pueden realizar. En muchos casos los propietarios fueron guías del área, instructores de buceo o trabajaron en instalaciones turísticas estatales, siendo capaces de informar ampliamente sobre los elementos naturales cercanos a su propiedad. Incluso, ofrecen facilidades desde sus casas para la realización de inmersiones, práctica de la pesca deportiva, cicloturismo y snorkeling.

Los encuestados promocionan sus servicios a través de su propia página web, de guías de viajes, revistas o agencias de viajes; así como mediante la distribución de tarjetas de visita y de la señalización de sus servicios (Tabla 2). El gobierno ha dispuesto sitios Wifis en espacios públicos como los parques o en centros de computación, lo cual ha facilitado que estos pequeños negocios puedan promocionarse en Internet. Todas las agencias de viajes con las que tienen contratos son nacionales, lo que muestra la falta de cooperación entre los negocios privados y las agencias cubanas, dominadas por el sector estatal.

¹¹ 1 cuc (peso cubano convertible) es equivalente a 1,06€ (Banco Metropolitano, 2016).

Tabla 2. Acciones de promoción de los negocios privados.

Vías de promoción	Porcentaje del total de encuestados
Internet (www.cubarentaroom.com; www.bbinviales.com; www.casecubane.com; www.cubaacomodation.com; www.cubadestination.com)	50%
Guías de viaje online	23%
Revistas (Cuba Contemporánea y Lonely Planet)	16%
Agencias de viajes extranjeras (Habana Holding, Sol y Arenas, Le Comptoir des Caraïbes y Cuban Touristics Centers)	23%
Señalización de la casa	100%
Tarjetas de visita	100%

Los clientes son en su mayoría turistas extranjeros, siendo pocas las instalaciones (36 %) que aseguran recibir turistas nacionales. Hay que destacar que durante la realización de las encuestas, algunos entrevistados afirmaron no aceptar a clientes nacionales por las dificultades que implica hospedarlos. Según algunos propietarios, el turista interno presenta un comportamiento inadecuado y suele descuidar los bienes que para él se ponen a disposición.

El 83% de los propietarios de casas de alquiler considera que aun cuando han destinado amplios espacios para la promoción de sus servicios, la principal fuente son los contactos existentes con propietarios de casas de alquiler en otros municipios o provincias. Se percibe la existencia de una amplia cadena o red que alcanza sitios desde Viñales, Varadero, Cienfuegos, Trinidad y que se extiende hasta Santiago de Cuba. Esta cadena surgió espontáneamente y funciona de manera casi invisible, constituyendo la vía que mayores resultados brinda a los propietarios de casas en la Ciénaga de Zapata. Además, de forma alegal existen comisiones que le son otorgadas como incentivo a todo aquel que oriente a algún turista hacia cualquiera de las casas de alquiler. Esta comisión suele ser de 5 cuc por turista alojado.

La utilización de las agencias de viajes y la existencia de la red entre los propietarios, constituyen alternativas en los meses de baja turística, contribuyendo a elevar el nivel ocupacional en esta temporada. A pesar de esto existen casas de alquiler que cierran en dicha temporada por la imposibilidad de pagar la contribución mensual a la Oficina Nacional de Administración Tributaria (ONAT). Esta contribución varía por casa de alquiler según el número de habitaciones, los servicios que brinda, la

estancia promedio de los turistas, los precios de las habitaciones, así como la zona en que están ubicadas (cercanas o alejadas de la playa u otros atractivos). Del total de encuestados solo 24 ofrecieron datos sobre la cantidad ingresada a la ONAT mensualmente. Las cifras oscilaron entre 700 y 16.000 pesos cubanos.

Los ingresos obtenidos pasan a formar parte del patrimonio familiar. En el 93% de los casos se destina a la reparación de las propias casas y de otras propiedades como los automóviles y/o para reinvertirlo en la compra de insumos y en la mejora de las facilidades para los clientes. Sin embargo, el 10% dice destinar las ganancias fuera de sus casas o de sus familias, afirmando que contribuyen en la organización de proyectos comunitarios, en la donación de diversos artículos a los pobladores de la zona (principalmente a niños). También contribuyen con la realización de actividades en el barrio en fechas festivas.

Sólo el 30% de los encuestados declaró tener empleados contratados, siendo la mayoría mujeres que se desempeñan principalmente como cocineras y camareras. El 70% restante afirma no necesitarlos, ya que no requieren ayuda adicional para la atención de las necesidades de los clientes o porque cuentan con la ayuda de familiares a los que retribuyen su apoyo.

Instalaciones de comida

Los restaurantes están mayormente concentrados en el poblado de Pálpite, en donde se encuentra un 65% de ellas. La apertura de estas instalaciones constituye una alternativa para los habitantes de este poblado, ya que al estar alejados de la zona de playa o de algún atractivo de especial interés, no es factible el alquiler de habitaciones. La amplia mayoría de los turistas prefieren hospedarse en Playa Larga o en Playa Girón. Ante esta situación, optaron por habilitar espacios con capacidades desde 15 hasta 50 comensales, todas ubicadas en las cercanías de la principal vía de acceso a las áreas de la Ciénaga y con un buen estado constructivo.

El 75% de los restaurantes estudiados se caracteriza por brindar comida típica cubana y el resto especializada, principalmente en mariscos. Los precios de los platos rondan como promedio cifras de 5,00 cuc los más caros y 2,00 cuc los más baratos. Los precios medios por persona son de alrededor de 2,70 cuc, variando según la temporada y la disponibilidad de productos empleados en la confección del menú.

La elaboración de los platos recae en gran medida en la utilización de productos locales (83,3% de los casos), aunque un 58% incluye además productos provenientes de otros municipios. Según afirman los encuestados los insumos no son adquiridos mayormente en instalaciones estatales, existiendo un 59% que obtiene los productos en un mercado informal. Muchos de los proveedores de este mercado informal son

pescadores y cazadores que comercializan especies no autorizadas para la pesca y caza deportiva, como langostas y camarones, y especies amenazadas como tortugas, jutías y cocodrilos.

El 83% de los propietarios encuestados afirma que reciben un representativo número de clientes nacionales, llegando a superar al número de extranjeros en la época de verano. Estos clientes suelen llegar a los locales gracias a la señalética que indica la presencia de un restaurante privado. También, gracias a las recomendaciones de otros turistas o de amigos de los propietarios (33% de los casos), quienes en ocasiones reciben una comisión por la divulgación de los servicios. Sólo tres hacen uso de la promoción vía Internet, dos se anuncian en revistas como Cuba Contemporánea y uno está publicitado en una guía de viajes turísticos francesa. Aparecen igualmente en páginas de Facebook y son recomendados por otros turistas en páginas de TripAdvisor.

El total de instalaciones visitadas tienen al menos dos empleados contratados, llegando algunas a tener hasta 6 empleados. Estos trabajadores viven en los propios poblados en donde se ubican las instalaciones y suelen desempeñarse como cocineros y camareros, siendo mayoritariamente mujeres.

Aspectos comunes

El 56,3% de los propietarios valoró de 5 (en una escala del 1 al 5, en donde 1 es pésimo y 5 es excelente) el nivel de satisfacción de sus clientes con los servicios turísticos de la región. Señalaron que esto se debe al estado de conservación y relevancia de los atractivos (50% de los encuestados), a la excelente preparación de los guías (28,1%), a que los clientes superan sus expectativas (12,5%) y a que disfrutan de la tranquilidad del entorno (9,4%). Por otra parte, el 37,5% calificó la satisfacción de los clientes como alta (4) y el 6,2% como media (3). Las principales causas señaladas fueron la existencia de problemas para el acceso a los sitios y las condiciones desfavorables de algunos de ellos. Además señalan que dada la incorrecta información que reciben los turistas, éstos acuden a las zonas de avistamiento de aves en épocas en las que por el retiro de las migratorias o por la estacionalidad en el uso de diferentes hábitats por las residentes, no hay presencia de aves en los lugares visitados y por tanto regresan decepcionados. En las instalaciones turísticas estatales el índice medio de satisfacción de los clientes es de 3,98 lo cual indica un nivel de satisfacción medio-elevado.

Los trabajadores vinculados a los negocios privados explican a los visitantes acerca de temas como las temporadas migratorias de las aves, la diversidad de atractivos del área, la importancia de la conservación de los recursos naturales o los sucesos de Playa Girón durante la invasión mercenaria. De esta manera, se ha afianzado aún más los valores y

conocimientos en la población constituyendo un impacto social positivo en la zona.

Sin embargo, los resultados de las encuestas de ambos grupos indican que la comunidad no tiene participación en los planes de desarrollo locales. Tampoco es tenida en cuenta para la toma de decisiones que son de su interés, como la ampliación de las zonas de playa o de áreas verdes de los hoteles. Por otra parte, según los propietarios de las casas de alquiler y los restaurantes, los directivos turísticos no han sido capaces de reconocer en ellos la importancia que tienen dentro del destino, marginándolos y tratándolos como simple competencia.

Conclusiones

En el caso de la Ciénaga de Zapata las actividades colaborativas de mayor peso en torno al turismo son el alquiler de habitaciones en viviendas y los restaurantes, conocidos popularmente como paladares. Sus residentes han reconocido en esta actividad una alternativa para el desarrollo local, teniendo en cuenta las limitaciones salariales del sector público. De este modo, han apostado por participar directamente en la prestación de servicios turísticos en sus propias viviendas ofreciendo una atención exclusiva y personalizada. La proliferación de este tipo de iniciativas se ha visto incitada por el alto nivel de aceptación que tiene entre los visitantes extranjeros, quienes buscan un mayor contacto con los residentes locales. Igualmente, porque las ganancias de estos negocios se reinvierten en su mayor parte en las propias viviendas y otros bienes particulares mejorando las condiciones de vida de los locales.

Además, el desarrollo de este tipo de iniciativas ha influido en el enraizamiento de valores y el conocimiento histórico-cultural de la población. Sin embargo, hay que destacar que es necesario mejorar la participación de la comunidad en la toma de decisiones de la región. Por tanto, se hace necesario incentivar la integración entre todos los actores turísticos del área, pues la participación comunitaria y el apoyo a la conservación son ingredientes fundamentales para un turismo sostenible.

Precisamente, en esta zona el turismo no sólo es un motor impulsor del desarrollo local, sino que ha desempeñado un papel destacado en la sostenibilidad del territorio. Gracias a la preservación de vastos espacios para el mantenimiento de los atractivos del área para uso turístico, se ha evitado su transformación por la actividad forestal y otras actividades. De esta manera, de no haberse desarrollado el turismo muchas de las zonas del área protegida hubiesen sufrido mayores alteraciones a causa de estas

actividades, las cuales no solo proveían de madera y carbón, sino que constituían las principales fuentes de empleo del territorio.

Bibliografía

- Báez, A. (2009). Guía Técnica: Diseño y Operación de Productos para el Turismo Sostenible en la Reserva de la Biosfera Ciénaga de Zapata. Matanzas: Turismo y Conservación Consultores SA.
- Banco metropolitano (2016). Tipo de cambio. Monedas libremente convertibles (MLC) vs Pesos Cubanos Convertibles (CUC).
- CITMA (2013). Plan de Manejo del Área Protegida de Recursos Manejados “Península de Zapata” 2014 – 2018. Matanzas: Ministerio de Ciencias Tecnología y Medio Ambiente.
- CNAP (2004). Áreas protegidas de Cuba para todos. La Habana: Centro Nacional de Áreas Protegidas (CNAP). Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente.
- Flowerdew R. y Martin D. (1997). *Methods in Human Geography. A guide for students doing a research project*. Harlow: Addison Wesley Longman Limited.
- ONAT (2014). Oficina Nacional de Administración Tributaria.
- ONEI (2014). Oficina Nacional de Estadística e Información. Disponible en <http://www.one.cu/>
- Particuba.info (2016). Guide de voyage sur 65 villes et villages de Cuba. Disponible en http://www.particuba.net/villes/playa_giron/images/mapas/mapa_peninsula_grande.html

Análisis territorial del alquiler de la vivienda vacacional en las áreas turísticas de litoral de Canarias

M^a Pilar PEÑARRUBIA, Moisés SIMANCAS, Rafael TEMES, Alfonso MOYA FUERO y Alicia GARCÍA AMAYA

M^a Pilar Peñarrubia Zaragoza, Departamento de Geografía. Universitat de València, mapipeza@uv.es; Moisés Simancas Cruz, Departamento de Geografía e Historia. Universidad de La Laguna, msimancas@ull.es; Rafael Temes Cordovez Departamento de Urbanismo. Universitat Politècnica de València; rtemesc@urb.upv.es, Alfonso Moya Fuero, Instituto Cartográfico Valenciano, almofue@urb.upv.es, Alicia García Amaya, Universitat Politècnica de València, alicia@garciaamaya.com

Peñarrubia, M^a P., Simancas, M., Temes, R., Moya Fuero, A. y García Amaya, A. 2016. Análisis territorial del alquiler de la vivienda vacacional en las áreas turísticas de litoral de Canarias. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 247-263. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. Las viviendas vacacionales han quedado excluidas de las áreas turísticas en Canarias a partir de la aprobación del Decreto 113/2015, sin embargo el grado de consolidación de esta modalidad de alojamiento está incrementándose en los suelos turísticos litorales del archipiélago. Los objetivos de este trabajo son, por una parte, cuantificar y tipificar las viviendas de alquiler vacacional que se comercializan en los microdestinos de las áreas turísticas de litoral de Canarias, y por otro, proceder a su análisis territorial comparado. Para ello se ha empleado la información pública aportada por Airbnb, una de las principales plataformas *peer to peer* (P2P) de alojamiento vacacional.

Palabras clave: Airbnb, alquiler de vivienda vacacional, ilegalidad, oferta de alojamiento extrahotelero, renovación turística.

Introducción

El alquiler de la vivienda vacacional se plantea como un posible modelo de negocio disruptivo que las unidades alojativas extrahoteleras necesitan para evitar su residencialización y/o gestión fuera de la unidad de explotación contemplada por la Ley 7/1995, de Ordenación del Turismo de Canarias. Sin embargo, el Decreto 113/2015, de 22 de mayo, por el que se

aprobó el Reglamento de las viviendas vacacionales de Canarias, las ha excluido expresamente de las áreas turísticas, incluidas las del litoral. A pesar de ello, la vivienda vacacional no sólo sigue ofertándose en tales áreas, sino que, incluso, su número se ha incrementado. Esta circunstancia hace relevante su estudio, en cuanto resulta de interés conocer la relación de este tipo de viviendas vacacionales con la oferta de alojamiento turístico reglada.

La oferta de plataformas en las que se anuncian las viviendas vacacionales de las áreas turísticas de litoral Canarias es amplia. Así, según el informe “El alquiler vacacional en Canarias: Demanda, Canal y Oferta 2015”, editado y presentado en Julio de 2016 por la Consejería de Turismo, Cultura y Deportes del Gobierno de Canarias, y Promotur (Turismo de Canarias), páginas de internet como *Airbnb*, *Homeaway*, *Niumba*, *Wimdu*, *Atreveo*, *Housetrip*, *Rentalia*, *Booking*, *9Flats*, *Tripwell*, *Vacaciones España*, *Only Apartments*, *Media vacaciones*, ofertan un total de 42.029 alojamientos en viviendas, de los cuales un 32,93% corresponde a ofertas del mismo alojamiento en diferentes plataformas. Según el citado informe, la plataforma *Airbnb*, constituida en el año 2008 con un modelo de negocio P2P, es la que concentra un mayor número de oferta de vivienda vacacional en Canarias, suponiendo el 27% del total de la oferta hecha por las plataformas.

El informe presenta los resultados del inventario que recoge un total de 28.188 viviendas netas vacacionales extraídas de las 14 plataformas citadas, cifra que implica la disponibilidad de 121.847 camas comercializadas, representando el 22,34% sobre el total de alojamientos de Canarias. Dichas viviendas, según el informe, formarían parte del censo de viviendas no principales (206.345 unidades), estimando que las mismas suponen un 13,66% del total. En este sentido debería tenerse en cuenta el hecho de que estas viviendas vacacionales pueden estar censadas no únicamente como viviendas secundarias, sino como residencias principales o viviendas vacías. En algunos casos se trata de viviendas vacías ofrecidas para venta o alquiler, y que, en tanto no se produzca de manera efectiva su venta o su arrendamiento, son explotadas mediante la fórmula de vivienda vacacional. En el caso de las residencias secundarias, la cesión como vivienda vacacional se realiza en las temporadas en las que no se hace uso de ella como segunda vivienda. En ocasiones, se ofrecen en estas plataformas viviendas principales habitadas de forma permanente, pero que son cedidas como viviendas vacacionales en períodos en los que sus moradores se encuentran de vacaciones en otros destinos.

Se estima que las plazas de apartamentos reglados en Canarias se han reducido en un 13,96% del 2009 a 2015, según la encuesta del Alojamiento turístico del ISTAC, hecho que puede haberse visto favorecido por la tendencia a sacar fuera del principio de la unidad de

explotación, apartamentos cuya rentabilidad, aparentemente, es más alta si se emplea como vivienda vacacional mediante una plataforma P2P.

Ahora bien, el hecho de que el 13,27% de las viviendas que se anuncian en este tipo de plataformas se realicen por anunciantes únicos, mientras que el 86,93% de los anuncios se hagan por anunciantes múltiples, refuerza la hipótesis de que gran parte de las viviendas vacacionales que se anuncian en las plataformas P2P, sean apartamentos que están incluidos en el principio de unidad de explotación, pero que utilicen estos canales como medio de comercialización, resultando que, posiblemente, no todas las viviendas anunciadas lo harían de un modo ilegal. Así pues, la comercialización está muy concentrada. De los 4.246 (53,17%) anunciantes que gestionan 104.4311 camas, los 5 primeros concentran 17.993 camas en anuncios de viviendas (14,77%). Dichos anunciantes operan como agentes inmobiliarios.

Por otro lado, el número de turistas que demanda este tipo de alojamiento se cifró en 2015, según Frontur, en 1.251.795, cifra que representa el 9,64% del total de turistas de Canarias, a los que se les atribuye un gasto total estimado de 528 millones de euros. Es significativo el hecho de que, de los turistas que visitaron Canarias en 2015 a través de la modalidad de pago en origen, el 24,57% corresponde a la elección de vuelo+alojamiento, siendo la segunda opción por detrás del “Todo Incluido”, que representa el 33,04% del total. Dentro de la opción vuelo+alojamiento se incluiría el turismo alojado en vivienda vacacional. Cabe decir que, mientras el porcentaje de demanda de vuelo+alojamiento ha mostrado una cierta estabilidad en los últimos diez años, la opción “Todo Incluido” se ha incrementado un 188,96% desde el año 2016 (según los datos de la Encuesta Sobre Gasto turístico del ISTAC de 2015). En este contexto se plantea el doble objetivo de trabajo: por una parte, cuantificar y tipificar las viviendas de alquiler vacacional que se comercializan en las áreas turísticas del litoral de Canarias; y por otro, proceder a su análisis territorial comparado, se consigue utilizando la información aportada por *Airbnb*, una de las principales plataformas P2P de alojamiento. A modo de *web hosting*, ésta se ha consolidado rápidamente como un intermediario y prescriptor clave y proactivo en la búsqueda, promoción, provisión y almacenamiento de información, comercialización, comparación de ofertas y prestación de servicios de alojamiento turístico en viviendas de alquiler vacacional.

El trabajo se inscribe en el proyecto titulado “Crisis y reestructuración de los espacios turísticos del litoral español” (CSO2015-64468-P) del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO). Asimismo, constituye uno de los resultados del proyecto “Tecnologías de Información Geográfica aplicadas al análisis y diseño de propuestas

innovadoras para la renovación de los alojamientos turísticos”, financiado por la Fundación CajaCanarias.

Planteamiento del problema: la prohibición de la vivienda vacacional en las áreas turísticas de Canarias

La actividad turística en Canarias es de vital importancia para su economía en cuanto ésta supone el 31,4% de su PIB total. Además, con un gasto de turistas internacionales en 2015 en torno a los 13.000 millones de euros, casi 94 millones de pernoctaciones y un total de 421.845 plazas hoteleras y extrahoteleras, Canarias se posiciona como uno de los principales destinos europeos de turismo vacacional especializado en el producto “sol y playa”.

Un importante porcentaje de establecimientos de alojamiento turístico extrahotelero ha entrado en una fase de obsolescencia, debido a su pérdida de competitividad. Así, han salido del mercado turístico convencional dándose dos situaciones (Simancas, 2016a): por un lado, se convierten en viviendas principales (demanda no turística), no habituales (segunda residencia) o arrendamientos a personas de uso particular (privado); por otro, siguen mercantilizándose al margen de la única sociedad explotadora del establecimiento extrahotelero y “principio de unidad de explotación” fijado por la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias. Así, se alquila a terceros, directamente a particulares (turistas o no) o a través de agencias de intermediación, para estancias de corta, media y larga duración. El propósito de los propietarios es lograr unos niveles similares de rentabilidad, vía ingresos, a los que se obtenían cuando se explotaba de manera reglada, y que han disminuido como consecuencia de la depreciación del alojamiento, por una gestión ineficiente de la única sociedad explotadora y los elevados gastos de mantenimiento (Simancas, 2016a). Para ello, hasta el año 2013, los propietarios habían recurrido a la Ley 29/1994, de 24 de noviembre, de Arrendamientos Urbanos (LAU en lo sucesivo), en función de dos cuestiones fundamentales.

La primera se refiere a que Ley la 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias determina que los alojamientos que no sigan el principio de unidad de explotación (realizada por empresas explotadoras en establecimientos registrados y destinados a la actividad turística) quedan directamente excluidos de la oferta turística de Canarias y no pueden ser incluidos en los catálogos ni comercializados en agencias de viajes. No obstante, en el artículo 42.1.b de dicha Ley se permite su alquiler, bajo las disposiciones del Código Civil y la LAU, excluyéndose expresamente la finalidad turística.

Sin embargo, esta norma civil brindó la posibilidad legal para el alquiler de las viviendas particulares con fines turístico posibilitando que los propietarios de las de unidades alojativas fuera de la unidad de explotación y que no se cedieran a la empresa explotadora, podían ser objeto de arrendamiento tanto para fines privados no sujetos a la actividad turística reglada, como para usos distintos al de vivienda; así, engloba el alquiler vacacional de temporada y segunda residencia (artículos 3.1, 3.2 y 4.3 de la LAU).

La segunda se relaciona con el hecho de que la LAU permite suplantarse a la normativa específicamente turística debido a que contiene varias definiciones referidas a la utilización de un inmueble en arrendamiento para uso diferente al de vivienda permanente del arrendatario. De esta manera, la LAU le aportaba el sustento legal para dedicarlas a la actividad turística, e incluso, a viviendas particulares, a través de la figura del arrendamiento por temporada previsto en su artículo 3.2.

En la práctica, hasta la promulgación del Reglamento de la Actividad Turístico de Alojamiento, (Decreto 142/2010), la figura de arrendamiento por temporada, contemplada como arrendamiento para uso distintos al de vivienda en los art los artículos 3.1., 3.2 y 4.3, de la LAU, había posibilitado las cesiones de viviendas con finalidades turísticas, por parte de particulares, fuera del principio de unidad de explotación, bajo el régimen de voluntad entre las partes.

Si bien ha supuesto un fraude de ley, esta posibilidad no ha sido objeto de ningún reproche o problema de carácter jurídico más allá de cuestiones exclusivamente fiscales (Román, 2014). De este modo, los propietarios han pasado de ser inversores-rentistas vinculados con la actividad turística —y, por ende, dependientes de operadores turísticos— a arrendadores de bienes inmuebles urbanos en forma de alquiler de viviendas privadas para uso turístico (vacacional) (Simancas, Temes y Peñarrubia, 2016).

Sin embargo, este decreto constituye el preceptivo régimen específico y sectorial aludido en la LAU. Así, permite hacerla operativa, pues en el caso contrario los propietarios de una vivienda podían seguir utilizando la figura del arrendamiento por temporada y, por tanto, continuar amparándose en la misma. A este respecto, resulta de gran relevancia que, al igual que sucede tanto con la Ley 4/2013 como con esas regulaciones autonómicas, en el Decreto 113/2015 se elude la utilización del término arrendamiento. Del mismo modo, constituye no sólo una alternativa a la prohibición de explotación de las unidades alojativas disidentes de la unidad de explotación, sino también el mecanismo adecuado para cumplir con el deber de atenerse al uso alojativo turístico. Asimismo, se plantea como el mecanismo susceptible de evitar la

competencia desleal entre los establecimientos turísticos autorizados y las viviendas de particulares que se destinan a hospedaje de turistas (Hermoso, 2014), al regular el arrendamiento vacacional como un tipo fuera del de temporada de la LAU e impedir la preceptiva norma que impida que los propietarios pudieran continuar utilizando el arrendamiento de temporada y, por ende, el contrato bilateral entre las partes.

El efecto más inmediato de esta prohibición es la exclusión de la explotación reglada de la vivienda de alquiler vacacional en las urbanizaciones turísticas o urbanizaciones mixtas turísticas ubicadas en las áreas turísticas del litoral de Canarias, dando lugar a conflictos (González, 2015; Simancas, Temes y Peñarrubia, 2016). Asimismo, el Decreto 113/2015 establece que los propietarios de estas unidades alojativas están obligados a cederla a una única empresa explotadora; en caso contrario, no sólo se exponen a una sanción por falta muy grave que puede costarles entre 30.000 y 300.000 euros, sino que es susceptible de aplicación del citado régimen de sustitución. Ello excluye cualquier posibilidad de explotación turística alternativa, como el alquiler de habitaciones (Bed & Breakfast) o el alquiler de una vivienda, e incluso, de una anexa independiente.

La promulgación de este Decreto ha eliminado cualquier posibilidad de aprovechamiento de algunas de las potencialidades del alquiler vacacional en estos ámbitos territoriales. En este contexto, éste se está convirtiendo en una fórmula alternativa no sólo de la mercantilización de las viviendas residenciales localizadas en zonas aisladas, próximas o contiguas a las áreas turísticas preexistentes, sino, sobre todo, de la gestión y explotación de esas unidades alojativas. En gran medida, ello se debe a que les aporta el modelo de negocio que les permite ser competitivos y, por tanto, mantenerse en el mercado turístico. De esta manera, la vivienda es, en cierta medida, una consecuencia de la residencialización de las unidades alojativas obsoletas (Simancas, Temez y Peñarrubia, 2016).

El anterior planteamiento hace relevante cuantificar la oferta de alojamiento vacacional que existe en las áreas turísticas de litoral de Canarias, y que, por tanto, se están comercializando y explorando de manera ilegal.

Fuentes de información y metodología de estudio

La principal fuente de información utilizada para este trabajo es la aportada por las plataformas P2P, consideradas en la actualidad como la única fuente que proporciona este tipo de información. Puestas en el mercado desde 1997, suponen un excelente canal, de aquellas unidades alojativas extrahoteleras que han salido del mercado. Junto con el desarrollo de métodos electrónicos de pago seguros, estas plataformas

justifican, en gran medida, el éxito de este tipo de vivienda de alquiler vacacional. A modo de web hosting y siguiendo el principio de neutralidad tecnológica, éstas se han consolidado rápidamente como intermediarios y prescriptos claves y muy proactivos en la búsqueda, promoción, provisión y almacenamiento de información, comparación de ofertas y comercialización del alojamiento turístico en viviendas de alquiler vacacional. Dicho éxito se debe a múltiples factores (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, 2016), entre los que destacamos los siguientes:

- Permite reducir los costes de transacción entre oferta y demanda y, por tanto, los costes de búsqueda e información sobre precios y productos o servicios y los costes de elaborar y hacer valer un contrato.
- Facilita la entrada y permite ampliar el tamaño del mercado, con lo que se incrementa la competencia.
- Aumenta la información disponible
- Posibilita que se haga al margen de los operadores tradicionales, e incluso, la manera directa. Ello lo diferencia respecto al arrendamiento que se hacía de los mismos durante la primera etapa.
- Permite que el propietario la alquile en función de sus intereses —en detrimento de los del turoperador—, en cuanto lo hace, por ejemplo, sólo cuando no lo utiliza a lo largo del año.
- Permite un contacto directo entre demandantes y oferentes. Estos son personas individuales, que, en algunos casos, se convierten en anfitriones.
- Posibilitan compartir determinados costes fijos asociados a las transacciones que se realizan en la plataforma, como los de facturación o publicidad. Asimismo, reduce sobremanera los gastos de comercialización; así, en el caso del portal *Airbnb*, éste se limita al cobro de una comisión al anfitrión y los clientes. Ello ayuda a reducir considerablemente los costes de entrada.

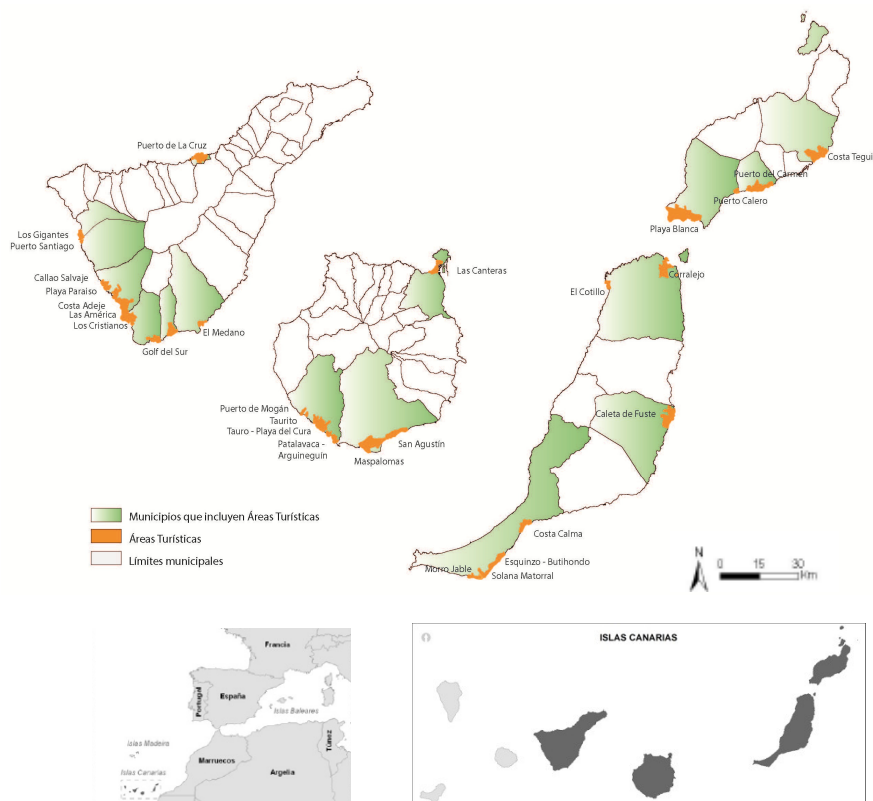
Para llevar a cabo el análisis se ha elaborado un registro propio durante el mes de junio de 2016, tomando la plataforma *Airbnb* como caso de estudio, extrayendo de la misma los datos que dispone de viviendas vacacionales existentes únicamente para los microdestinos turísticos de las Islas Canarias.

En coherencia con la perspectiva geográfica de la definición de destino turístico de la Organización Mundial del Turismo (2007), un área turística supone un ámbito territorial fácilmente reconocible con límites geográficos o administrativos que los turistas visitan y en la que permanecen durante su viaje.

En relación con las unidades geográficas de observación, se ha partido de las entidades y núcleos turísticos de Canarias definidos por el

Instituto Canario de Estadística (ISTAC). Se trata de zonas o microdestinos que cuentan con una alta concentración de establecimientos turísticos de alojamiento colectivo, continuidad espacial y cierta homogeneidad en sus características. Se han definido 47 núcleos turísticos distribuidos en 16 entidades turísticas que, aunque solo representan aproximadamente el 1,7% de la superficie regional, concentran alrededor del 92% de las plazas de alojamiento turístico y el 94% de las pernoctaciones (datos de 2014). Su agregación ha generado el mapa de áreas turísticas de Canarias (mapa 1).

Mapa 1. Distribución territorial de las áreas turísticas de las islas consolidadas turísticamente de Canaria.



La extracción de datos se ha llevado a cabo durante el mes de junio de 2016 de forma manual, generando un registro propio mediante la consulta de información accesible públicamente en la plataforma.

Los parámetros analizados han sido el número de viviendas, tipología de vivienda, plazas (camas) por vivienda, número de dormitorios, precio por noche, y número de evaluaciones obtenidas por vivienda.

Durante el desarrollo de la extracción de los datos, y su posterior tratamiento para la elaboración del registro, se detectaron cuestiones que reorientaron el planteamiento de la investigación:

- Imposibilidad de identificar la ubicación exacta de la vivienda. La plataforma no facilita, a priori, la dirección completa de la vivienda, sino que se muestra, mediante un punto en el mapa, una ubicación orientativa. Ante este desconocimiento, se decidió realizar las consultas, y agrupar las viviendas, por microdestino turístico.

- Se observó el hecho de que algunos anfitriones (anunciantes de las viviendas en las plataformas) publican de forma repetitiva sus alojamientos, por lo que fue necesario someter el registro a un proceso de depuración y deduplicación de viviendas. Este procedimiento supuso eliminar un 7% el volumen total de la oferta.

- Dificultad para cuantificar la tipología de vivienda en alquiler, dada la casuística de parámetros que presenta la plataforma debido a la posibilidad de introducción manual, por cada anfitrión, de tipos de vivienda, e incluso la variedad semántica en el momento de indicar si se trata de alquiler de viviendas completas o por habitaciones.

- El microdestino de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria es el que más viviendas anunciadas tiene con 450 viviendas, aunque, por ser un destino urbano con características turísticas no comparables al resto de microdestinos, se ha excluido del análisis con el objetivo de no distorsionar la muestra.

A partir de los datos extraídos de la plataforma *Airbnb*, combinados con el Padrón de población del ISTAC con fecha de mayo de 2016, y de datos de alojamientos hoteleros y extrahoteleros presentes en la base de datos Alojatur, también del ISTAC, se calcularon los siguientes indicadores útiles como "fuentes básicas":

- Costo plaza medio por día: $(\sum \text{de precio/ día} / \text{infraestructura ofertada})$ en Microdestino / $\sum \text{n}^\circ$ de plazas (personas) en Microdestino. Este indicador permite ver el precio medio que las personas que visitan un Microdestino pagan por alojarse.

- Índice de fidelización del modelo P2P: Media de evaluaciones por microdestino. A través de la media del número de comentarios que se muestran en los anuncios de las viviendas vacacionales, se puede deducir cierta madurez o fidelización del microdestino en cuanto a oferta de vivienda vacacional. Planteamos la hipótesis de que en aquellos microdestinos en los que los usuarios hagan más comentarios implica que han usado de forma más reiterada las viviendas, y por tanto tienen una mayor consolidación o madurez.

- Media de antigüedad de oferta reglada Con el objetivo de establecer patrones de comportamiento entre la proliferación de viviendas

vacacionales en los microdestinos y los alojamientos reglados (hoteles y apartamentos), se han incluido parámetros como la antigüedad media de la oferta reglada de alojamiento turístico en cada microdestino.

- Media de categoría de oferta reglada. Este indicador pretende establecer una correlación entre menor calidad media (estableciendo un valor de calidad de 1 a 5 siendo 1 la más baja, y 5 la más alta) y mayor oferta de vivienda vacacional.

- Proporción oferta vivienda vacacional en plataforma P2P por plaza reglada ($\sum \text{capacidad alojativa Airbnb} / \sum \text{Plazas oferta reglada}$): Permite Conocer el grado de predominio de la oferta "no reglada" respecto a la "reglada" hotelera.

- Índice potencial de densidad ($\sum \text{de población} + \sum \text{de Airbnb} + \sum \text{de plazas regladas}$)/Superficie Microdestino (Superficie en metros). Los destinos turísticos ven incrementados su volumen de población al sumarse a la población residente, la alojada en viviendas vacacionales, y la alojada en la oferta reglada, de modo que, ciertos microdestinos, elevan su grado de saturación en relación a la superficie de que disponen.

Finalmente se procedió a la georreferenciación del registro y los indicadores elaborados mediante un Sistema de Información Geográfica (SIG).

Resultados

Caracterización de las viviendas vacacionales en los microdestinos turísticos

El análisis comparado de la vivienda vacacional inventariada por el Gobierno de Canarias en la totalidad de las Islas Canarias, con respecto al registro de elaboración propia para los microdestinos turísticos, (Tabla 1) resulta revelador al indicarnos que los microdestinos de las Islas Canarias concentran el 59,5% de la oferta total de viviendas vacacionales (5.699 anuncios) así como el 58,4% del total de las plazas (23.183 camas). El precio medio en los microdestinos por vivienda/noche es de 66,36€, siendo, por tanto, inferior a la media del total de viviendas de las islas (91,56€).

Tenerife es la isla que mayor volumen de viviendas y de plazas concentra, aunque es en Gran Canaria donde el precio por vivienda resulta más elevado 92,03€ por vivienda/noche (Tabla 2).

Tabla 1. “Análisis comparado del total de la vivienda vacacional en relación a los microdestinos turísticos de Canarias”

Datos generales	Informe Gobierno de Canarias 2016		Elaboración Propia
	Inventario Total Canarias	Inventario Airbnb Canarias	Inventario Airbnb Microdestinos
Viviendas Anunciadas	28.188	9.633	5.699
Camas publicadas (Plazas)	121.847	39.644	23.183
Promedio de camas por vivienda	4,32	4,12	4,07
Precio medio Vivienda/noche	91,56 €	-	66,36 €
Precio medio Vivienda/cama/noche	21,19 €	-	16,31 €

Fuente: Elaboración Propia en base al informe “El alquiler vacacional en Canarias: Demanda, Canal y Oferta” 2015 del Gobierno de Canarias y Promotur, y datos públicos de la plataforma Airbnb.

Tabla 2. “Viviendas Vacacionales en los microdestinos turísticos de Canarias”

Isla	Viviendas vacacionales	Plazas	PVP medio por vivienda/noche
Tenerife	2.441	10.216	71,69 €
Gran Canaria	1.576	5.825	92,03 €
Fuerteventura	853	3.637	62,10 €
Lanzarote	728	3.181	88,62 €
La Gomera	71	216	40,76 €
La Palma	30	108	42,98 €
Totales	5.699	23.183	66,36 €

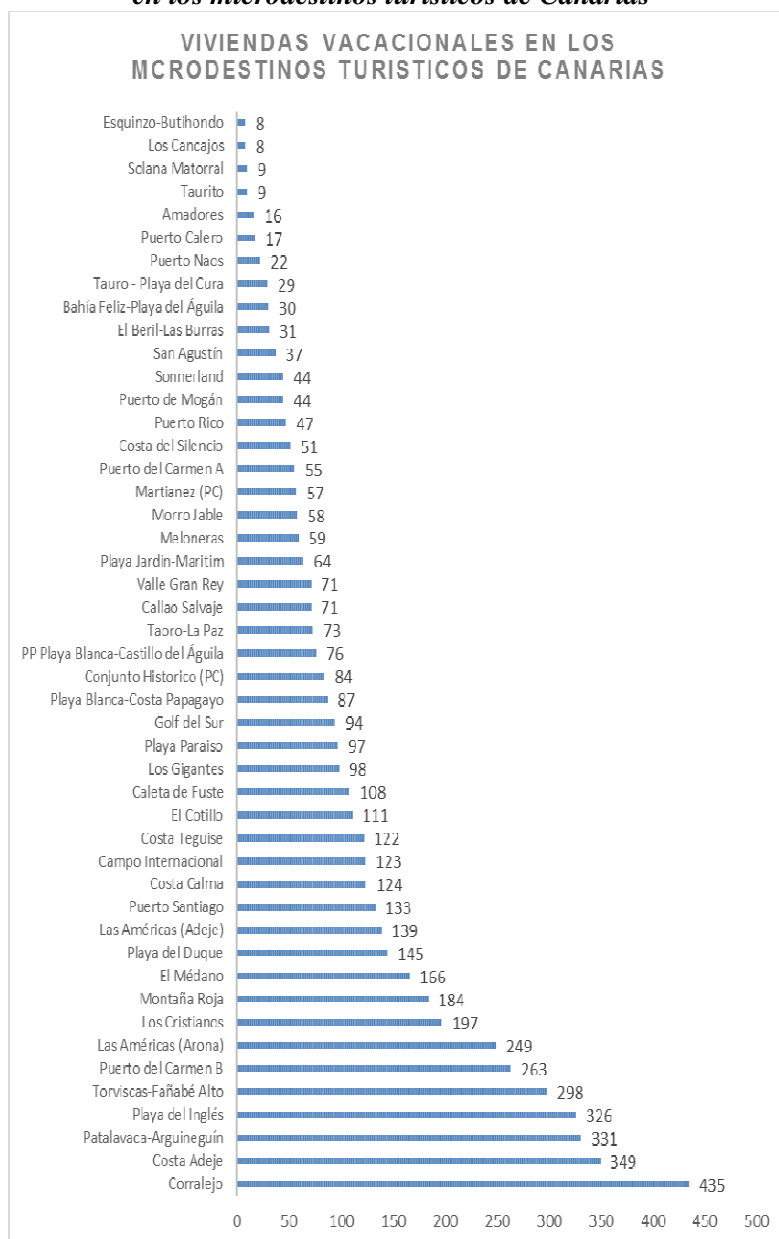
Fuente: Elaboración Propia en base a datos públicos de la plataforma Airbnb.

El microdestino que mayor oferta de vivienda vacacional anuncia es Corralejo, en Fuerteventura, con un total de 435 viviendas, casi un 20% de viviendas más que el siguiente microdestino, Costa Adeje, Tenerife, con 349 viviendas, seguido por Patalavaca-Arguineguin con 331 y Playa del Inglés con 326, ambos microdestinos de Gran Canaria (Gráfico 1).

En cuanto al número de plazas (camas) anunciadas, seis microdestinos concentran el 38% de la oferta. Corralejo (Fuerteventura) es el que más capacidad alojativa tiene con 1.934 plazas, seguida de Costa Adeje (Tenerife) con 1.444, Torviscas-Fañabé Alto (Tenerife) con 1.433,

Patalavaca-Arguineguin (Gran Canaria) con 1.314, Playa del Inglés (Gran Canaria) con 1.109, y Las Américas (Tenerife) con 1.026.

Gráfico 1. “Viviendas vacacionales comercializadas a través de Airbnb en los microdestinos turísticos de Canarias”



Fuente: Elaboración Propia en base a datos públicos de la plataforma Airbnb.

El tipo de alquiler predominante en todo el territorio es de casa/apartamento completo, reduciéndose aproximadamente a un 10% el volumen de viviendas que se alquilan de forma compartida por habitaciones, e incluso como Bed & Brekfast pese a estar explícitamente prohibido por el Decreto 113/2015, de 22 de mayo.

En cuanto al coste plaza medio por día, las diferencias son notables. Los precios más altos las viviendas se dan en cuatro microdestinos del municipio de San Bartolomé de Tirajana: Bahía Feliz-Playa del Águila con 101,9 €, El Beril-Las Burras con 69.3€, Meloneras con 68,5€, San Agustín con 35,1€.

Uno de los datos que hemos considerado como significativo es la cantidad de evaluaciones que poseen las viviendas en cada uno de los microdestinos. Con ello entendemos que a mayor cantidad de evaluaciones, mayor frecuencia de uso del destino se realiza, implicando una cierta madurez, consolidación o fidelización del mismo. Partiendo de esta interpretación, el microdestino de Taurito (Gran Canaria) presenta una media de 20 evaluaciones por alojamiento, distando casi el doble a los siguientes, San Agustín (Gran Canaria), con 12,7, y al Conjunto Histórico de Puerto de la Cruz (Tenerife) o Los Cancajos (La Palma), ambos con 12,6.

La vivienda vacacional en relación con la oferta reglada hotelera en los microdestinos turísticos

No se observan correlaciones significativas entre una mayor antigüedad media de la oferta de plazas hoteleras regladas, con un aumento de la cantidad de viviendas vacacionales. Tampoco existe una relación entre la calidad media de los alojamientos reglados y el volumen de vivienda vacacional.

En cuanto al grado de predominio de la oferta no reglada, entendida como vivienda vacacional, con respecto a la reglada, únicamente se detecta un alto predominio en el microdestino de El Cotillo (Fuerteventura), con un índice de 0,78 sobre 1, así como el microdestino de El Médano (Tenerife), con un índice de 0,67. El resto de microdestinos obtienen índices inferiores al 0,37, por lo que no resulta relevante la presencia de vivienda vacacional en relación al alojamiento reglado.

Cuatro son los microdestinos que presentan, con respecto al resto, un grado de saturación mayor encabezado por Martianez en Puerto de la Cruz con 23,03 personas por m², seguido del Conjunto Histórico en el mismo municipio con 20,36 personas por m², de Playa del Inglés, en el municipio de San Bartolomé de Tirajana con 18,46 personas por m², y Costa Adeje, en el municipio de Adeje con 17,83 personas por m².

Conclusiones

Pese a la promulgación del Decreto 113/2015, con la consiguiente prohibición de la explotación de las unidades alojativas fuera de la unidad de explotación bajo la fórmula del alquiler vacacional o similar en suelo turístico, queda patente que esta modalidad de alojamiento extrahotelero está ampliamente extendida en las áreas turísticas de litoral de Canarias, representando el 59,5% de la oferta total de viviendas vacacionales.

Se trata de una oportunidad que permite avanzar en la “democratización” del turismo y la dimensión económica-social del paradigma de la sostenibilidad turística, en cuanto optimiza el efecto multiplicador de la actividad turística, favorece y diversifica el gasto en destino, incrementa el número de personas involucrada y beneficiada del negocio turístico, a la vez que dinamiza las economías de las áreas turísticas mediante un mayor reparto social y territorial de los beneficios de la afluencia turística; así, el análisis comparado de los gastos por contratación y de estancia entre las viviendas vacacionales y los hoteles realizado en el II Barómetro del Alquiler Vacacional en España (2015) arroja un balance positivo para las primeras. Así mismo, satisface a segmentos de la demanda turística que no coinciden con la convencional (reglada), tanto por la duración de su estancia, como por sus motivaciones y necesidades específicas siguiendo la lógica de la larga cola (long tail) y la especialización temática o por destinos, a la vez que pone de manifiesto la existencia de un cliente que demanda nuevos productos alojativos. Del mismo modo, contribuye a las economías familiares de los propietarios de unidades alojativas que se alquilan turísticamente fuera de la unidad de explotación; a este respecto, las comparaciones entre la oferta reglada y residencial realizada por Exceltur-Deloitte (2005) en relación con su contribución económica y la sostenibilidad de los destinos, así como Exceltur (2015), relativo al alquiler vacacional, resultan de gran interés, a pesar de que se hacen desde una óptica peyorativa del alojamiento no reglado. Además, como se señala en el “Estudio sobre los nuevos modelos de prestación de servicios y la economía colaborativa” de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (marzo de 2016), la vivienda de uso turístico beneficia, en ocasiones, el nivel de competencia con formas tradicionales de alojamiento, como hoteles o apartamentos turísticos. Además, esta modalidad de comercialización y explotación supone tanto una alternativa y una innovación a las unidades alojativas que quedan al margen de la unidad de explotación, planteándose como una renovación de los mismos, como el modelo de negocio disruptivo que estas unidades alojativas extrahoteleras y las viviendas residenciales que se han convertido en la modalidad alojativa de “villa” en virtud de la

posibilidad contemplada en el artículo 31 de la Ley 2/2013, necesitan para su puesta en valor y explotación; ello posibilita que estas plazas alojativas puedan recuperar su funcionalidad turística y competitividad económica, con la consiguiente reincorporación al mercado turístico. Su aplicación sobre las unidades alojativas disidentes del principio de unidad de explotación es posible debido a que su mayoría cumplen los requisitos fijados para ello, en la medida en que cuentan, entre otros, con el mobiliario y el equipamiento necesario para cumplir con las condiciones mínimas de uso inmediato y el desarrollo de la vida cotidiana, su finalidad es lucrativa y se arrenda la totalidad de la vivienda.

Por otra parte, a partir de la promulgación del Decreto 142/2010, la vivienda vacacional forma parte de la oferta de alojamiento turístico en la modalidad extrahotelera, en coherencia con la definición -incluida en dicho Decreto- de establecimiento turístico de alojamiento como "el inmueble, conjunto de inmuebles o la parte de los mismos que, junto a sus bienes muebles, constituye una unidad funcional y de comercialización autónoma, cuya explotación corresponde a una única empresa que oferta servicios de alojamiento con fines turísticos, acompañados o no de otros servicios complementarios". La importancia de este tipo de oferta ha quedado patente en el Informe económico sobre el Decreto 113/2015, de 22 de mayo, por el que se aprueba el reglamento de las viviendas vacacionales de la Comunidad Autónoma de Canarias, elaborado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (2016: 1): "la entrada de las viviendas vacacionales está dinamizando el mercado de alojamiento turístico de Canarias de forma extraordinaria, incrementando el nivel de presión competitiva, reduciendo los precios, proporcionando incentivos para una mayor calidad y eficiencia, y aumentando la variedad disponible para los consumidores".

Además, la vivienda vacacional constituye un establecimiento turístico de alojamiento, en coherencia con la definición de un establecimiento turístico de alojamiento del artículo 2 del Decreto 142/2010, que aprueba el Reglamento de la actividad turística de alojamiento, esto es, "el inmueble, conjunto de inmuebles o la parte de los mismos que, junto a sus bienes muebles, constituye una unidad funcional y de comercialización autónoma, cuya explotación corresponde a una única empresa que oferta servicios de alojamiento con fines turísticos, acompañados o no de otros servicios complementarios".-

Por otra parte, si partimos de la premisa de que el alquiler vacacional (corta estancia) contribuye al cumplimiento del deber de atenerse al uso alojativo turístico, aunque fuera del principio de unidad de explotación, su prohibición en las áreas turísticas de litoral del Canarias supone su radicalización como una oportunidad para su "desresidencialización". En este sentido, recordamos que, a diferencia de

lo que sucede en otros ámbitos geográficos, la mayoría de las viviendas alquiladas para el uso turístico se encuentran en suelo turístico, correspondiéndose con apartamentos que cesaron su actividad para convertirse en residenciales (Simancas, 2016b).

Por último, el arrendamiento de una vivienda por temporada o como alquiler turístico constituye, en esencia, una actividad en la que, al margen de cualquier actividad turística, el propietario del inmueble cede su uso temporal a otra persona a cambio de una cantidad de dinero. Ello hace que los arrendadores estén obligados a declarar la cuantía total de los ingresos que reciben, así como a realizar las contribuciones tributarias correspondientes (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, Impuesto General Indirecto Canario e Impuesto sobre Actividades Económicas). Asimismo, “separa” al propietario de la condición de “empresario”, para el que se exigiría cumplir con el Impuesto de Actividades Económicas.

Sin embargo, tanto su explotación fuera de ordenación, como la idiosincrasia del propio sistema, hacen que este tipo de arrendamiento no soporte, en muchas ocasiones, las cargas fiscales a las que supuestamente deberían estar obligadas. Así, según estimaciones de los Técnicos del Ministerio de Hacienda (Gestha), el 55,6% de los alquileres en Canarias, un porcentaje que se sitúa catorce puntos por encima de la media nacional (41,4%) (El Día, 19 de abril de 2016). Del mismo modo, numerosos propietarios de esas unidades alojativas destinadas al alquiler vacacional son extranjeros no residentes, por lo que gran parte de las transacciones entre los particulares se producen vía webs y de ingresos en cuentas que el particular tiene fuera de España. Aunque ello no supone *per se* una ilegalidad, pues un gran porcentaje de la oferta reglada se está comercializando por esta vía, habría que analizar las fórmulas tributarias más adecuadas para que estos propietarios tributen localmente y no en su país de residencia. Todo lo anterior hace susceptible un cierto descontrol tributario y una opacidad fiscal (Simancas, 2016b). Estos comportamientos fraudulentos son los que justifican los cambios legales.

En definitiva, el fenómeno de la vivienda vacacional es una realidad, y como tal las administraciones competentes deben atender a su regulación como oferta de alojamiento turístico, conciliando intereses tanto de los propietarios, referente a los derechos de explotación legal de sus inmuebles, con los alojamientos turísticos hoteleros reglados, y las demandas y necesidades de los nuevos turistas.

Bibliografía

CONSEJERÍA DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTES DEL GOBIERNO DE CANARIAS. VICECONSEJERÍA DE TURISMO. PROMOTUR T.C.

- S.A. (2015): El alquiler vacacional en Canarias: Demanda, Canal y Oferta. Santa Cruz de Tenerife, Intelligent Atlas S.L.
- CONSEJERÍA DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTES DEL GOBIERNO DE CANARIAS VICECONSEJERÍA DE TURISMO (2016): Comparación de la normativa sobre alquiler vacacional en las Comunidades Autónomas del Estado español. Santa Cruz de Tenerife, Deloitte.
- EXCELTUR (2015): Alojamiento turístico en viviendas de alquiler: impactos y retos asociados. Madrid, Exceltur.
- GONZALEZ CABRERA, I. (2015): “La prohibición de alquilar viviendas vacacionales en municipios turísticos. Otra oportunidad perdida para resolver algunos conflictos en los complejos turísticos extrahoteleros”, en BENÍTEZ DEL ROSARIO, J. M.; GONZÁLEZ MOLINA, A. y BREEDE EYZAGUIRRE, C. (coord.): Congreso Internacional de Tendencias en Destinos Turísticos. III Foro Internacional de Turismo. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria / Centro de Estudios Turísticos y Económicos / Ayuntamiento de San Bartolomé de Tirajana, pp. 396-406.
- GONZÁLEZ CARRASCO, C. (2013): “El régimen de los arrendamientos de vivienda tras la ley de medidas de flexibilización y fomento del mercado del alquiler”. Revista CESCO de Derecho de Consumo, nº 6, pp. 170-190.
- MAGRO SERVET, V. (2013): “Interpretación del alcance de la exclusión de los arrendamientos de aprovechamiento turístico de la LAU en la Ley 4/2013, de 4 de junio”, Revista de Derecho inmobiliario, 1 julio.
- MARTOS CALABRÚS, M. A. (2014): “El contrato de arrendamiento de vivienda vacacional tras la reforma del artículo 5 de la LAU por la Ley 4/2013”, Revista de Derecho Civil, vol. 1, núm. 1, enero-marzo.
- SIMANCAS CRUZ, M. R. (2016a): “Los procesos de residencialización de las áreas turísticas de litoral”, en Simancas Cruz, M. y Mañoso Valderrama, J. (coords.) (2016): La residencialización de las áreas turísticas de Canarias. PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. / Universidad Internacional Menéndez y Pelayo. Santa Cruz de Tenerife, pp. 13-38.
- SIMANCAS CRUZ, M. R. (2016b): “Efectos y defectos del uso residencial y el alquiler vacacional de los establecimientos de alojamiento extrahoteleros”, en Simancas Cruz, M. R. y Mañoso Valderrama, J. (coords.) (2016): La residencialización de las áreas turísticas de Canarias. PROMOTUR TURISMO CANARIAS, S.A. / Universidad Internacional Menéndez y Pelayo. Santa Cruz de Tenerife, pp. 231-259.
- SIMANCAS CRUZ, M. R.; TEMES CORDOVEZ, R. y PEÑARRUBIA ZARAGOZA, M. P. y (2016): “La prohibición de la vivienda vacacional de alquiler en las áreas turísticas de litoral de Canarias”. XIX Congreso Internacional Turismo Universidad-Empresa. Universitat Jaume I, Castellón.

El desarrollo del fenómeno de los tours gratuitos (*free tours*) en los destinos culturales. El caso de la ciudad de Madrid: colaboración o negocio¹²

Rosario NAVALÓN-GARCÍA y M^a del Carmen MÍNGUEZ GARCÍA

Navalón-García, Rosario, Universidad de Alicante

Mínguez García, , M^a del Carmen, Universidad Complutense de Madrid

Navalón-García, R. y Mínguez García, M^aC. 2016. El desarrollo del fenómeno de los tours gratuitos (*free tours*) en los destinos culturales. El caso de la ciudad de Madrid: colaboración o negocio. In: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 265-279. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. El objeto de esta comunicación es analizar una de las orientaciones de la llamada economía colaborativa que, aunque menos conocida que otras referidas a la gestión del transporte o el alojamiento, ofrece un panorama igualmente interesante y no exento de polémica. Planteamos una aproximación al estudio de los servicios de guiado turístico, realizados a través de plataformas Online por personas que ofrecen esta posibilidad –inicialmente– de forma altruista o voluntarista, como intercambio cultural entre iguales, y cuyo desarrollo y evolución en los últimos años suscita debate entre los profesionales afectados.

Para ello, se propone una primera parte centrada en las bases conceptuales y operativas de este tipo de servicios y su evolución en relación con la economía colaborativa, a la que seguirá el estudio concreto de la oferta de recorridos guiados “gratuitos” en Madrid, como caso de estudio que permite mostrar la complejidad de relaciones y de agentes implicados en el ámbito del turismo urbano.

Palabras clave: Guía turístico, destinos culturales, consumo colaborativo, tour gratuito, *Freemium*.

Introducción

¹² Este texto se enmarca dentro del Programa de I+D “Los conjuntos patrimoniales como activos turísticos de la Comunidad de Madrid. Problemas y oportunidades en perspectiva territorial” (PTR-TUR-CM). Ref. S2015/HUM 3317. Años 2016-2018. Coordinador: Miguel Ángel Troitiño, y dentro del Proyecto de Investigación “Nuevos enfoques para la planificación y gestión del territorio turístico: conceptualización, análisis de experiencias y problemas. Definición de modelos operativos para destinos turísticos inteligentes (TTI)” Ref. CSO2014-59193-R. Programa estatal de I+D+i, MINECO, IPs: Fernando Vera y Josep Ivars.

En los últimos años España está viviendo una explosión de las prácticas vinculadas a lo que se ha denominado “economía colaborativa”, especialmente en relación con el sector turístico. Este aumento ha venido motivado por el amplio desarrollo que, a nivel internacional, está teniendo el cambio en el paradigma económico, en el que se antepone el uso y disfrute a la propiedad (Botsman y Rogers, 2010); pero también por el auge de Internet y, más concretamente, de las redes sociales, que favorecen el intercambios entre pares o iguales (P2P) (Figuerola, 2016). A ello, se une la fuerte crisis económica, que ha favorecido el desarrollo de nuevas estrategias y modelos de negocio que permitan generar ingresos complementarios y los cambios en las formas de consumo y en el comportamiento de los turistas, quienes buscan convivir con los residentes y realizar viajes económicos, bien para adaptarse a sus recursos o para poder conocer más lugares.

Dentro del sector turístico, la economía colaborativa ha tenido un gran auge en el subsector del alojamiento. Solo en España, según el informe realizado por Exceltur, en el año 2014, se contabilizaron más de 2,7 millones las plazas en alojamientos en viviendas de alquiler turístico; de ellas más de 1,0 se ofertaban a través de tres plataformas Online P2P. Esta cifra contrasta con los más de 2,4 millones que, según el INE, pertenecen a establecimientos reglados (hoteles, hostales, pensiones o apartamentos turísticos), mostrando una distribución muy desigual, entre ambas tipologías, en función de si se trata de ciudades ubicadas en el litoral o en el interior (Mínguez y Troitiño, 2016).

Menos llamativa, pero también importante, es su incursión en otros subsectores turísticos como el del transporte, la gastronomía, las experiencias e incluso lo que se puede denominar servicios de comunicación (*wifi* y *roaming*) (Díaz et al, 2016). En todos ellos han suscitado gran polémica allí donde se han puesto en marcha, en la mayor parte de los casos como consecuencia del desarrollo de actividades lucrativas que se desarrollan aprovechando vacíos legales y administrativos; en otros, especialmente en la “hotelización” del alquiler vacacional, la polémica ha derivado del volumen de afluencia que han ocasionado fuertes conflictos con la población residente.

De todos los subsectores el menos estudiado, a pesar de ser igualmente polémico e interesante, es el vinculado a los servicios de guiado turístico, cuya peculiaridad y variedad lleva frecuentemente a generalizaciones y confusiones. Dentro de éstos se encuentran los tours turísticos gratuitos que proliferan en los principales destinos urbanos, y que son realizados por personas que ofrecen este servicio de forma altruista o voluntarista, como intercambio cultural entre iguales. Esta es la razón que nos lleva a estudiar las características y funcionamiento de esta práctica, para comprobar si puede enmarcarse realmente dentro de las

pautas del consumo colaborativo o sí, por el contrario, se trata de un modelo de negocio de la mano de empresas y asociaciones ya establecidas que, apoyado en las actuales tendencias de la demanda turística, propone ofertas novedosas para conectar más fácilmente con los usuarios con el fin de poder ofrecer también otros servicios tradicionales de guiado.

El interés social y académico que despierta el análisis de esta actividad hasta la fecha ha sido escaso, debido a que mueve un menor volumen de ingresos y un número más reducido de personas implicadas que otros subsectores del turismo, como el alojamiento o el transporte. Sin embargo, creemos que su estudio puede resultar relevante si consideramos que el guiado constituye una pieza esencial en la experiencia turística, en el conocimiento de los lugares visitados y, en consecuencia, en la imagen generada del destino.

Se ponen de manifiesto algunas cuestiones de notable importancia: por un lado, la escasa profesionalización de los servicios de guiado turístico, regulados por un marco legal en evolución y, por otro, la mercantilización de la economía colaborativa que se convierte en coartada para el desarrollo de actividades de algunas empresas turísticas. Prueba de su interés es que las asociaciones de profesionales del sector vienen denunciando este fenómeno, por la competencia desleal que supone la aparición de ofertas “gratuitas” en las ciudades, en ocasiones de escasa calidad/profesionalidad o que parten de un tipo de recaudación opaca (que se basa en propinas voluntarias), de confusa declaración y en cualquier caso de difícil control, al tratarse de intercambios de colaboración voluntaria y cantidad variable.

Consideramos que se trata de un asunto de calado por la discusión que plantea entre la legitimidad de la respuesta de la sociedad a unas demandas de cambio en los guiados tradicionales, frente a los derechos de profesionales que garantizan la calidad de sus servicios con sus licencias administrativas y su aceptación del marco regulatorio turístico y fiscal.

Para ello, a partir de un análisis más amplio de esta cuestión que permita una mejor comprensión del marco regulatorio y de la situación actual del subsector del guiado, se aborda en este texto el caso de la ciudad de Madrid. Ésta, además de presentar gran atractivo turístico y una afluencia que supera los tres millones de visitas anuales, está sujeta a la legislación regional relativa a las empresas turísticas, supeditada a la Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de apoyo a la empresa madrileña, lo que le confiere un carácter diferente al de otras ciudades españolas.

Con el fin de conocer y exponer los distintos puntos de vista que nos lleven a tomar posiciones sobre si esta actividad es en realidad colaboración y valor social o negocio encubierto, se ha realizado un

análisis de la situación legal, así como una serie de entrevistas con empresas responsables de los tour gratuitos que operan en la ciudad.

Economía colaborativa en el servicio de guiado turístico de las ciudades

El texto de referencia sobre consumo colaborativo de Botsman y Rogers (2010), muestra la diversidad de ámbitos en los que se puede desarrollar este enfoque, entre los cuales, para su aplicación en el ámbito turístico, consideramos relevante el referido a las actividades relacionadas con un estilo de vida colaborativo. En éste, más allá del sistema de producto y el de redistribución, fundamentalmente centrados en la posibilidad de compartir o intercambiar bienes materiales, la idea central plantea conectar a personas con intereses comunes y, para el caso que nos ocupa, con una concepción de la vivencia del viaje y de la experiencia turística similar. Desde esta perspectiva, el consumo colaborativo en turismo se muestra como un valor para el usuario que le permite desarrollar vínculos con el destino que visita y con las personas que allí residen proporcionando una experiencia más enriquecedora y auténtica.

Partiendo de este contexto cultural, que coincide con un escenario general muy sensible a los aspectos económicos, una cultura digital generalizada en los usuarios y una amplia presencia de la tecnología, surgen propuestas en el sector turístico vinculadas al consumo colaborativo que son capaces de propiciar ventajas de diversa índole. En primer lugar, procuran beneficios objetivos relacionados con el precio, que se percibe más ajustado (y que puede alcanzar la gratuidad), lo que sin duda ha propiciado la llegada de nuevos usuarios a este tipo de consumo; pero también se reconocen otros beneficios emocionales (Cañigüeral, 2014) que derivan de la participación en un sistema capaz de generar el sentimiento de ayuda mutua, de cierta pertenencia a una comunidad, o la sensación de actuar de un modo inteligente por el uso más eficaz del tiempo y los recursos.

Precedentes del consumo colaborativo en recorridos guiados

Es innegable que, aunque el término de consumo colaborativo se ha acuñado bien entrado el siglo XXI, se trata de una actividad que tanto en otros aspectos de la vida como en el sector turístico venía desarrollándose de forma diversa desde tiempo atrás. Para el caso de los servicios de guiado turístico, al margen del trabajo de los guías turísticos habilitados oficialmente por la administración y que se organizan a través de asociaciones y/o empresas, es largamente conocida la existencia del guiado “espontáneo” realizado por voluntarios residentes en el entorno de los

monumentos más emblemáticos de los destinos turísticos tradicionales, bien de forma altruista o -la mayoría de las veces- a cambio de propinas, y su heterogénea calidad siempre ha sido objeto de críticas por parte de profesionales en defensa de sus competencias. La diferencia entre las propuestas colaborativas y esta actividad se centra en que el foco de la actividad se halla en la motivación por compartir y no sólo en el afán lucrativo, aunque éste no se desestima.

En este sentido y desde esta perspectiva fundamentalmente altruista, creemos que el precedente de esta actividad puede situarse en la ciudad de Nueva York en el año 1992, con el desarrollo del proyecto *Big Apple Greeter* en cuyo germen se encontraba el deseo de mostrar a los visitantes una ciudad que se alejara de los tópicos turísticos, más real, más próxima y auténtica, a partir de una estructura de voluntarios no profesionales que actuaban sin ánimo de lucro. La estructura ideada por Lynn Brooks se basaba en tres pilares básicos: en primer lugar, el trabajo de formación y preparación de un voluntariado comprometido y apasionado por la ciudad para asegurar la calidad de la información y la experiencia proporcionada; en el segundo, la presencia de visitantes interesados dispuestos a este tipo de encuentro no estrictamente formal, para lo cual era necesario desarrollar una tarea de difusión y comunicación del proyecto; en tercer y último lugar, la necesidad de una financiación estable, no dedicada a sueldos sino a la creación de una estructura técnica y física de apoyo para la organización, formación, promoción y mantenimiento del proyecto. Este proyecto contó con el beneplácito tanto de la administración local como del sector turístico implicado (*Global Greeter Network*).

Es así como surge la creación de una organización cuya finalidad se centra en el acompañamiento y guiado personalizado de los visitantes por parte de ciudadanos voluntarios, y que pretendió desde su origen mantener al mínimo los gastos de funcionamiento que, en ausencia de apoyo económico público o privado, deberían ser cubiertos por donaciones o por la participación de otras empresas que pudieran verse beneficiadas por una imagen más diversa, creativa y mejorada de la ciudad. Con el desarrollo de la tecnología, a partir de 2006, el desarrollo de su página web inicia el camino de la expansión y el punto de partida para la creación de la *Red Global Greeter*, presente en más de 100 ciudades en todo el mundo, con un proyecto de crecimiento constante gracias a la generalización de las redes sociales. Con esta descripción de la concepción y gestación del movimiento *greeter*, creemos se plantean las bases organizativas del consumo colaborativo en el sector del guiado turístico, y se muestran los ejes de trabajo en los que se basan las nuevas propuestas: voluntariado, difusión y financiación para la organización de la estructura.

Factores para el impulso de las nuevas modalidades participativas

Se han dado dos condiciones previas que han propiciado el desarrollo y la evidente expansión experimentada por las nuevas formas de participación en relación con el guiado:

- Por un lado, se trata de un subsector en el que a menudo la intermediación es redundante: *usuario-administración-empresa-guía*, frente a la relación directa *usuario-guía*. En ocasiones, esta estructura tradicional marcada por una fuerte presencia administrativa y empresarial, favorece el control los procesos, que generan escasez en el mercado (p.e. retraso de las pruebas de habilitación de nuevos guías locales), y establecimiento de los precios de referencia, lo que perjudica al usuario.

- Por otro lado, la organización eficaz de mecanismos que posibilitan que proveedores y visitantes establezcan un contacto directo y que favorece la confianza hacia el servicio, ya que esta relación entre personas permite ajustar los recorridos a una experiencia más cercana y adaptada a las necesidades y preferencias de la demanda. Es esta una cuestión clave en este subsector turístico, acusado de forma reiterada de poca profesionalidad, debido a actuaciones inadecuadas que, aunque sean puntuales, acaban generando un poso de desconfianza social. Así pues, el trato directo fuera de los circuitos tradicionales favorece la confianza y mejora la experiencia en los servicios de guiado y acompañamiento de los visitantes.

Atendiendo a los cambios en las motivaciones y hábitos de consumo de la demanda turística, parece evidente que el mundo colaborativo y la empresa turística tradicional están condenados a relacionarse, aunque no resulte sencillo. El comportamiento de las empresas establecidas respecto a las nuevas fórmulas de colaboración sigue un patrón similar a otros ámbitos (Cañigüeral, 2014: 153). A una etapa inicial en la que se ignora esta nueva realidad, a la espera de que se trate sólo de una moda, sigue un proceso de enfrentamiento abierto a la nueva modalidad en el mercado, a partir de la descalificación que pone en duda la calidad ofrecida, hasta llegar al cuestionamiento de la competencia legal para ejercer este trabajo. En el sector del guiado turístico buena parte de las asociaciones y empresas se sitúan en esta etapa intermedia que, a la vista de la velocidad de implantación, de forma efectiva no serán capaces de evitar su adaptación a una nueva realidad que exige un contacto más fluido entre usuario y oferente.

Varios factores, económicos y sociales, han propiciado un aumento de personas que desean compartir sus conocimientos, aficiones y rincones favoritos de la ciudad, de manera informal a tiempo parcial o profesionalmente, pero hasta fechas recientes el contexto legal y administrativo no era. La exigencia de la habilitación como guía oficial de

turismo, otorgada en el marco autonómico para poder ejercer la profesión en entornos o elementos declarados BIC, ha supuesto un freno legal y comunidades autónomas constituye un obstáculo para quienes desean incorporarse al mercado profesional y comienzan a buscar formas para poder desarrollar esta labor, no siempre como profesionales a tiempo completo. Ello ha propiciado una lectura más pormenorizada de los textos que regulan la figura de guía de turismo, que deja claro que esta acreditación administrativa no es obligatoria en todo tipo de recorridos y lugares, lo que supone un elemento más para la creación de nuevas ofertas de recorridos y servicios guiados. A todo ello se han de sumar los cambios que introdujo la Directiva del Parlamento Europeo y del Consejo (123/2006/CE) relativa a los servicios en el mercado interior, conocida coloquialmente como Bolkestein, y su trasposición a las comunidades autónomas -con diversas interpretaciones y reglamentos-, que ha creado *de facto* el marco legal que legitima el desarrollo de la actividad de guiado por parte de profesionales de la Unión en cualquier país miembro, y que en cierto modo legaliza la aparición de otros guías no habilitados en España sino en sus destinos turísticos de origen, ya habituados en muchos casos a un contacto directo con los visitantes a través del empleo de la tecnología y las redes sociales.

Plataformas para el consumo colaborativo en el guiado turístico vs agencias de guiado tradicional

En este caldo de cultivo la eclosión de las fórmulas organizativas del consumo colaborativo favorece la aparición de iniciativas por parte de particulares que desean desarrollar tareas de guiado y servicios turísticos especiales, así como resultar atractivos en un mercado altamente competitivo, con la propuesta de experiencias turísticas diferenciadas que no encajan en las estructuras tradicionales. La nueva demanda, en buena medida constituida por nativos digitales, atraída por estas propuestas singulares buscará a través de la web cómo conectar con los oferentes y lo hará a través de las plataformas Online, que procuran el encuentro del visitante con el particular que ofrece esas actividades singulares.

En estos portales, de forma voluntaria (aunque no obligatoriamente gratuita), un particular ofrece una o varias propuestas de actividad, las pone a disposición del potencial cliente con una descripción de texto e imagen y él mismo establece una duración y un precio, que cuelga directamente en la web de referencia. Son numerosas las plataformas que, a nivel nacional e internacional, canalizan estas iniciativas, de entre las cuales destacan: Trip4real, Vayable, TriperOne, Sherpandipity (ahora Yuniqtrip), entre otras de las que operan en nuestro entorno. El funcionamiento es muy similar en todas ellas y por cada experiencia reservada, el oferente aporta una comisión al portal (que no supera el 15%

del precio) a cambio de verse amparado por una plataforma de comunicación y gestión, que genera confianza y seguridad, y que ofrece además un compromiso de calidad y de supervisión de los contenidos de la oferta, antes de la puesta a disposición del cliente. Las plataformas que tienen una mayor penetración en el mercado serán aquellas que sean capaces de generar una buena reputación a partir del diseño de unas propuestas de calidad, bien planificadas y con un servicio adecuado dentro de los parámetros de una actividad compartida.

Por parte de empresas y asociaciones profesionales tradicionales surge, a menudo, el debate sobre la regulación de estas propuestas, con la crítica de que se ofrezcan actividades con ánimo de lucro por las cuales la plataforma también recibe beneficio por poner en contacto a la clientela con el oferente. Para algunos este intercambio económico dinerario no correspondería con un consumo colaborativo, sin embargo, ha sido el impulsor de este tipo de plataformas y la base que permite ofrecer una mayor calidad y seguridad.

Se trata de una tendencia en expansión y, precisamente por ello, otras empresas se apoderan de este discurso, aunque sea sólo de forma parcial, para resultar atractivos en un mercado cambiante. Este puede ser el caso de algunas de las agencias de tours y operadores turísticos que ofrecen tour gratuitos o *free tours* en destinos turísticos, como pueden ser Sandemans, Feel the city, Ogotours, Freewalkingtour, entre otros. Podría afirmarse que este tipo de propuestas surgen en Berlín a partir de 2004 con la creación de la empresa Sandemans, basada en la idea de ofrecer recorridos guiados a pie de calidad para cualquier persona, sea cual fuere su presupuesto de viaje. En la actualidad está presente en 13 países y es la plataforma de tours gratuitos más conocida, a la que han seguido algunas otras con características similares y que serán tratados para el caso de la ciudad de Madrid más adelante.

La principal diferencia respecto a las anteriores plataformas de consumo colaborativo radica en que en este caso se trata de empresas de guiado que reclutan a personal autónomo “voluntario” con un perfil adecuado a sus necesidades: profesional, amante del patrimonio, extrovertido (aunque no necesariamente habilitado como guía de turismo), para acercarse a una demanda más joven y abierta. En este caso, siguiendo las pautas de gestión similares a las comentadas para las plataformas de economía colaborativa, se cuenta con guías que solicitan su inscripción como colaboradores de la empresa de forma voluntaria, pero éstos desarrollan las propuestas de recorrido guiado que diseña y promociona la empresa, y no iniciativas individuales y singulares definidas por ellos mismos. No en vano, la estandarización de los servicios facilitará la gestión y minimizará las posibles incidencias derivadas de la diversidad. Ciertamente, las propuestas intentan parecer más cercanas y próximas con

un discurso desenfadado y procuran promover experiencias distintas; además, la adscripción de sus guías autónomos a cuenta de un porcentaje de los ingresos (voluntarios) por las propinas recibidas puede llevar a engaño. Pero la definición empresarial y planteamiento de éstas no presenta la misma estructura de responsabilidad delegada y compartida que las plataformas de consumo colaborativo que se mencionaban anteriormente.

El factor diferencial de estas empresas de guiado respecto a otras agencias tradicionales estriba en el hecho de incluir dentro de sus propuestas algunos recorridos que se ofrecen en principio de forma gratuita, por los que los guías sólo reciben propinas de los usuarios en función de la calidad percibida, de las cuales además deberán dejar un porcentaje a la empresa de referencia. Este es el aspecto más controvertido de este tipo de propuestas empresariales entre los agentes implicados del sector, ya que la declaración fiscal de las propinas, como ingresos aleatorios y sujetos a la valoración de los clientes resulta a todas luces poco transparente.

En todas estas empresas, el precio menor (gratuidad) actúa de señuelo para atraer a un mercado que busca una experiencia cultural con bajo coste al que se ofrece a continuación un catálogo con otras actividades distintas, en este caso, con precio tasado según las pautas del mercado. Este modelo de negocio, que aunque no es nuevo está adquiriendo popularidad, se conoce como *Freemium* (*free + premium*) y es la verdadera clave del éxito de estas empresas. Ofrecer un producto gratis permite alcanzar a un número superior de visitantes y las posibilidades de alcance que permite internet hacen este planteamiento enormemente atractivo, pero este es también otro de los aspectos de reprobación por parte de la competencia que se rige por estrategias de comunicación y comercialización más tradicionales.

El caso de la ciudad de Madrid

Madrid se constituye como uno de los principales destinos de turismo urbano de España y de Europa. Anualmente, recibe más de 8.8 millones de viajeros que realizan más de 17.8 millones de pernoctaciones, una cifra en ascenso en los últimos años (INE, 2016). Su carácter de capital del estado, unido al gran número de atractivos culturales que posee hacen, desde hace décadas, de la ciudad uno de los principales destinos de turismo cultural, tanto para el turismo nacional (50,28%) como para el internacional (49,72%), lo que ha convertido a esta actividad en una de sus principales fuentes económicas (en torno al 8% del PIB de la ciudad). Esto

ha propiciado una potente oferta de servicios turísticos, que son regulados por la Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, que además establece los principios básicos en materia de planificación, promoción y fomento del turismo. Entre otras disposiciones relativas a las profesiones turísticas; las entidades turísticas no empresariales; los usuarios de servicios turísticos y todos aquellos que presten servicios, recoge un capítulo específico (IV) a la actividad turística informativa. En él se señala que se liberaliza la prestación del servicio de información turística en la Comunidad de Madrid y que los guías habilitados serán denominados “Guías Oficiales de Turismo de la Comunidad de Madrid”. Será la Comunidad la que, en colaboración con las Asociaciones Profesionales de Guías de Turismo, establecerá las pruebas necesarias que permitan acreditar el conocimiento de idiomas y de las materias oportunas para la obtención de la condición de Guía Oficial de Turismo de la Comunidad de Madrid”, al tiempo que será la administración regional quien vele por la prestación de un servicio de calidad para lo cual “desarrollará acciones de formación y perfeccionamiento de los profesionales, promocionará su actividad y fomentará la firma de acuerdos con instituciones públicas y privadas para facilitar el ejercicio profesional de este colectivo” (art. 20 bis Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid).

Precisamente, la actividad del guía está regulada por el Decreto 47/1996, de 28 de marzo, por el que se reglamenta la habilitación y actividad de Guía de Turismo en la Comunidad de Madrid y su posterior modificación, en el Decreto 84/2006, de 26 de octubre, que regula la habilitación y actividad de guía de turismo en esta comunidad. Este último, asume algunos de los artículos de la Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación de Turismo de la Comunidad de Madrid y reconoce que “la profesión de Guía de Turismo ejerce un papel fundamental como canal conductor y transmisor del patrimonio histórico-cultural de nuestra región”, al tiempo que determina que en consonancia con el Acuerdo General para la liberalización de servicios a nivel mundial (GATS) se ha de liberar la prestación de servicios de guías turísticos, es decir, se suprime como requisito la exigencia de una nacionalidad determinada (europea) para acceder a las pruebas de habilitación, permitiendo así presentarse a guías asiáticos, como potenciales impulsores y canalizadores de un mercado pujante.

Así, cualquier persona mayor de dieciocho años, en posesión de un título de Diplomado en Empresas y Actividades Turísticas, Técnico Superior de Información y Comercialización Turística o Titulado Superior Universitario, que domine el castellano y una o más lenguas extranjeras, y que pueda presentar permisos de trabajo y residencia, en caso de ser extranjero, podrá acceder a las pruebas de habilitación de Guía Oficial de

Turismo de la Comunidad de Madrid, las cuales llevan sin convocarse desde el 5 de marzo de 2009.

Pero el cambio normativo que más ha alterado al sector del guiado es la Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Madrileña, transposición de la ya mencionada Directiva Bolkestein (2006/123/CE), que pretende favorecer la libre circulación de servicios, entre los estados miembros de la UE, así como la libertad de establecimiento. Así, la ley regional entre sus objetivos plantea introducir medidas para las empresas madrileñas del sector turístico que permite la liberalización de sectores de la economía madrileña como las actividades recreativas y de patrimonio histórico, entre otras.

Esto supone una importante modificación de la Ley de Turismo, al suprimir por una declaración responsable las autorizaciones de las distintas modalidades de alojamiento turístico y de los establecimientos de restauración y los requisitos para el ejercicio de la actividad de agencia de viajes. Además, se elimina la obligatoriedad de inscribir las empresas de alojamiento, restauración e intermediación y de las oficinas de turismo en el Registro General de Empresas Turísticas. En relación a los guías de turismo se dice expresamente “se liberaliza este subsector turístico eliminándose su exclusividad en las visitas a los bienes integrantes del patrimonio histórico-artístico y cultural ubicados en el territorio regional” (Preámbulo II, Ley 8/2009, de 21 de diciembre, de Medidas Liberalizadoras y de Apoyo a la Empresa Madrileña).

Todo ello ha permitido que en la actualidad haya más de un centenar de guías que ofrecen sus servicios en las plataformas nombradas en el apartado anterior, así como numerosas empresas y asociaciones que trabajan en Madrid. Comenzando por la oferta de voluntarios canalizada a través de portales hay que destacar que es muy numerosa y diversa en temáticas, que además supera los límites de la ciudad turística tradicional. En ocasiones los voluntarios señalan sus cualidades (profesionales y personales) como valor diferencial sinónimo de calidad o garantía de una experiencia: “ruta de la Guerra Civil con el hijo de un excombatiente”, “Museo del Prado con un historiador del arte”, “Visita las tiendas más *cool* con una periodista de moda”, entre otras muchas. Llama la atención que rara vez se ofertan de forma gratuita y cada vez es más frecuente que cada ruta tenga establecida una tarifa cerrada, la cual oscila entre los 10€ -para las rutas por el Madrid histórico- y hasta 285€ para aquellas que conllevan alguna actividad complementaria (taller, cata, curso...).

Respecto a las empresas de guiado que más presencia tienen en Madrid (Feel the city. S.L, Sandemans S.L, OgoTour S.L y la asociación Madrid a pie) hay que señalar que contratan guías autónomos que abonan un canon, de entre 2,5 y 4€, por cada uno de los clientes que realiza los *free tour*, independientemente de cual sea su aportación, en caso de que la

haya. Además, todas ellas presumen de realizar entrevistas y contratar a profesionales titulados en turismo, historia o historia del arte, muchos de

Tabla 1: Oferta de las plataformas *free tour* en la ciudad de Madrid

Nombre	Ruta	Duración (min)	Precio (€/per)	Punto de inicio
Feel the city	Panorámica	150	<i>free tour</i>	Plaza Isabel II
	Barrio de las letras y paseo del arte	150	12	
	Tapas Tour	120	25	
	Especial Tour nocturno	90	6	
	Tours privados	150	80	
Sandeman	Tour gratis	150	<i>free tour</i>	Plaza Mayor
	El Siglo de Oro	150	12	
	Tour de la inquisición española	150	12	
	Tour de tapas	Sin definir	20	
	Pub Crawl	Sin definir	12	
OgoTour	Noche de flamenco y tapas	150	45	Puerta del Sol
	Tour gratis en Madrid	150	<i>free tour</i>	
	Tour Madrid apasionante	150	12	
	Tour gastronómico de tapas	180-240	75	
	Tour “Orígenes de Flamenco”	180	45	
	Tour privado	variable	80	
	Obras Maestras del Museo del Prado	150	15	Museo del Prado
Madrid a pie	Madrid básico	120	<i>free tour</i>	Plaza Mayor
	Madrid de los Austrias			
	El barrio de las letras			
	Madrid hechizado			
	Madrid siniestro			
	Madrid mágico			
	Tabernas legendarias			
	Panteón y basílica			
	Curiosidades de Madrid			
	El Madrid criminal			
	Orígenes de Madrid			
	Madrid medieval			
Museo del Prado	Museo del Prado			

Fuente: Webs de Feel the city, Sandemans, OgoTour y Madrid a pie.

los cuales además, disponen del título de guía oficial por otras comunidades autónomas, lo que les permite trabajar en el interior de los museos de la ciudad.

El objetivo que se repite en las empresas de guiado es enseñar la ciudad de manera diferente, generar experiencias, y que sea el viajero (en teoría) quien determine su visita, es decir, qué ver, cómo verlo y cuánto pagar por ello. Estos eslóganes parecen no ajustarse del todo a la realidad, puesto que las rutas ya están diseñadas y “paquetizadas” (duración, accesos, lugares de visita...) y porque, como se puede ver en la tabla, a excepción de la asociación Madrid a pie, posiblemente por su figura legal, ese “a su medida y gratis” sólo es parte de su oferta, ya que ofrecen una única ruta como tour gratuito y otras muchas como productos comerciales. Esto indica que el *free tour* (completado con el servicio gratuito de pickup) no deja de ser una estrategia comercial, siguiendo el modelo de negocio *Freemium*, tal y como se señaló en el apartado anterior.

Otra de sus estrategias comerciales es la similitud de la oferta, así como de las tarifas, teniendo dos elementos como valores diferenciales: la ubicación de cada una de ellas (donde tienen sus puntos de recepción y desde donde inician sus recorridos) así como los comentarios y valoraciones de los clientes (*WOMM* o a través de plataformas como TripAdvisor).

Conclusiones

Del análisis teórico y aplicado expuesto previamente podemos extraer las siguientes ideas fuerza:

- Los recorridos guiados gratuitos, como experiencia que permite el contacto y enriquecimiento entre visitantes y residentes que desean compartir conocimientos en un entorno no formal, no deberían considerarse como algo novedoso, pues existen precedentes desde los inicios del turismo, que han ido evolucionando hasta nuestros días, reflejando los cambios sociales y económicos de la propia sociedad.
- Aunque se han descrito notables diferencias entre los particulares que ofrecen sus servicios de guía turístico a través de plataformas de consumo colaborativo y las empresas de guiado que ofrecen algunos recorridos gratuitos, existe cierta confusión en la opinión pública por el hecho de que las segundas se han “apropiado” de la idea de gratuidad *free tour* para captar mercado, aunque el concepto de compartir experiencias no sea más que una parte de la propuesta y no el eje central de la oferta que se basa fundamentalmente el ánimo de lucro.
- Las plataformas de consumo colaborativo de recorridos guiados ofrecen experiencias adaptadas a la demanda a cargo de profesionales y de

particulares que proponen actividades para las cuales no en todos los casos se precisa la habilitación como guía de turismo (acreditación administrativa). Por tanto, la controversia en este caso dentro de plataformas plenamente colaborativas puede estar en la potencial opacidad de los ingresos, que obviamente resulta idéntica al sector tradicional, o incluso menor si las ofertas se incluyen dentro de portales de gestión conjunta.

- El hecho de que las plataformas de consumo colaborativo reciban un porcentaje de los oferentes particulares y que éstos puedan cobrar a su vez por sus servicios no tendría por qué ser un tema a debate, si este proceder conlleva una gestión que proporciona una garantía de seguridad que mejora la calidad de la experiencia.

- Los tours gratuitos no deberían ser considerados en su totalidad como consumo colaborativo entre iguales que, de forma individual y voluntaria, comparten servicios de guiado apoyándose en plataformas de gestión. En la mayor parte de los casos estudiados, se trata de un modelo de negocio *Freemium* de algunas agencias de guiado tradicionales que buscan un hueco en el mercado, adaptándose a las nuevas condiciones de la demanda, y que parten de la oferta de un servicio gratuito para conectar de forma ventajosa con la potencial clientela. Este es el principal punto de conflicto con las empresas tradicionales, el acceso preferente a una clientela sensible al precio, cuestión a la que se suman reticencias, con base legal o no, sobre la profesionalidad de los oferentes de los recorridos guiados, y sobre el respecto a las obligaciones fiscales de la actividad.

Bibliografía

- Botsman, R. and Roo, R. (2010). *What's mine is yours. The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Collins.
- Cañigual, A. (2014): *Vivir mejor con menos. Descubre las ventajas de la nueva economía colaborativa*. Ed. Conecta. 193 pp. Disponible en: <http://www.slideshare.net/acanyi/1er-cap-vivir-mejor-con-menos/1> (fecha de la última consulta 1/8/2016).
- Díaz Armas, R; Gutiérrez Taño, D. y García Rodríguez, F. (2016). ¿Por qué Airbnb es un modelo de alojamiento colaborativo con tanto éxito? *La actividad turística española en 2014*. Madrid: Ed. Síntesis y AECIT. Pp.111-118
- Exceltur (2015). *Alojamientos turísticos en viviendas de alquiler: impactos y retos asociados*. <http://www.exceltur.org>
- Figuerola Palomo, M. (2016). “2014, el año de la explosión de la economía colaborativa. Causas y situación actual”. *La actividad turística española en 2014*. Madrid: Ed. Síntesis y AECIT. Pp. 101-109
- Instituto Nacional de Estadística (2016, 2015). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2015, 2014*. <http://www.ine.es>

Mínguez García, M.C. y Troitiño Torralba, L. (2016). “Turismo urbano-turismo de ciudad”. *La actividad turística española en 2014*. Madrid: Ed. Síntesis y AECIT. Pp. 397-410

Russo, P. A (2015). “La explosión del turismo colaborativo y los retos para el modelo turístico español”, en E. Aguiló Pérez y S. Antón Clavé (coords.). *20 retos para el turismo en España*. Pp.113-134

Webgrafía:

Blogthinkbig: <http://blogthinkbig.com/ejemplos-de-exito-modelo-freemium/>
(fecha de la última consulta 3/8/2016).

Directiva 123/2006/CE: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:376:0036:0068:es:PDF> (fecha de la última consulta 20/7/2016).

Global Greeter Network: <http://globalgreeternetwork.info/home/> (fecha de la última consulta 20/7/2016).

Sandemans: <http://www.neweuropetours.eu/> (fecha de la última consulta 10/8/2016).

The impact of Airbnb in the urban arena: towards a tourism-led gentrification? The case-study of Palma old quarter (Mallorca, Spain)

Ismael Yrigoy

Independent researcher. Ismael.yrigoy@gmail.com

Yrigoy, I. 2016. The impact of Airbnb in the urban arena: towards a tourism-led gentrification ? The case-study of Palma old quarter (Mallorca, Spain). *In*: Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 281-289. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Last five years have witnessed the birth and rapid sprawl of Airbnb, an app that offers short-term rentals across the world. Using as a case study the Historical quarter in Palma (Mallorca), the paper problematizes three of the basic self-created Airbnb assumptions: (i) Airbnb enrich low-income population. (ii) Airbnb invigorates the housing market (iii) Airbnb boost forms of tourism more acceptable by local residents. This paper argues that the emergence of Airbnb is triggering a wave of tourism led-gentrification which is rooted in a substitution of the residential rental by a tourism rental market. This substitution has amongst other, three main consequences which are analysed in this paper. First, the eruption of tourism-oriented rentals as the main, if not only, form of land rent in this quarter. Second, the consolidation of large landowners and real estate agencies specialized on the Airbnb market. Third, an increase in the social contestation against tourism in Palma Old Quarter.

Keywords: Tourism Gentrification, land rent, rental market, rent gap, Airbnb, Palma

Introduction

Brief introduction to airbnb

Airbnb is an intermediary website that puts in contact individuals renting a room or house with persons seeking a non-hotel accommodation while visiting a city. It was created in 2008, after Airbnb founders Brian Chesky and Joe Gebbia decided to supplement their rent in San Francisco by hosting people on an airbed in their living room (Coldwell, 18/03/2016). These spaces vary widely, ranging from a living room futon

to an entire island (Wortham, 25/07/2011) but typically involve a private room or an entire apartment or house (Guttentag, 2015:1193). The host may be living there at the time of the rental, or may be absent, possibly operating the housing unit as a permanent rental (Guttentag, 2015:1193).

With two million listings, 640.000 hosts and a market valuation of \$25 billion in 2016, Airbnb is considered to be one of the most successful examples of the so-called shared economy (Martin, 2016).

Since the book by Rachel Botsman and Roo Rogers “*What’s Mine is Yours – How Collaborative Consumption is Changing the Way we Live*” (2011) became a best seller, the “share economy” has become a buzzword for Internet websites acting as enablers and facilitators of the matchmaking process between demand and supply of tourism accommodations (Stors & Kagermeier, 2015:17). Yet unlike several other peer-to-peer collaborative apps, in Airbnb there is a monetary relation, as the guest pays both to the host and to the company itself.

Theoretical frame and paper objectives

This paper thus argues that Airbnb’s *monetary exchange* dimension has deep impacts both in how land rents are extracted from housing and local inhabitants’ access to housing rentals.

Specifically, this paper aims to critically engage and problematize three of Airbnb’s main self-constructed depictions: (i) Airbnb as a platform supporting both young creatives and individuals on low incomes hoping to make extra money out of spare rooms (Coldwell, 18/03/2016) (ii) Airbnb as a way to invigorate housing markets.

The main hypothesis of this paper is that the eruption of Airbnb has entailed a new wave of what Kevin Fox Gotham defined as ‘tourism gentrification’. According to Gotham (2005: 1100-1101) this concept highlights the role of state policy in encouraging both gentrification and tourism development, arguing that the combination of flows of capital in the real estate market and the shift to tourism is what explains gentrification.

Departing from Gotham’s (2005) conceptualization and in light of Airbnb’s impact on the Old Quarter of Palma, this paper aims to develop the “tourism gentrification” concept into three interrelated directions.

First, it is argued that the contemporary process of Airbnb expansion in Spain is not exclusively the result of the combination of the State action, flow of capitals spatially fixing, and tourism, as the literature suggests, but rather, as a combination of the robustness of tourism and the impact of the crisis on real estate agents.

Second, Airbnb-led tourism gentrification boosts a new type of land-based rent capitalization which is now based in short-term tourist-oriented rentals and not anymore in selling or long-term residential rentals.

Third, the process of Airbnb-led gentrification challenges the production-side narratives of Gentrification. Indeed, it is argued that in this particular case of gentrification there has not been an Airbnb-based broad dynamic of capital investment and spatial fixation, rather Airbnb has been an alternative strategy to address shrinking ground rents through residential rents or selling.

This paper tries thus to develop these issues drawing its insights from the case study of Palma old-quarter. At a specific level, this paper aims to analyse the impact of the Airbnb accommodation expansion on the dynamics of gentrification and housing availability in the Old Quarter of the city of Palma, which has become one of the most popular Spanish Airbnb destinations.

Data and research methods

The Airbnb data upon the analysis is built on data available on the website [insideairbnb.com](https://www.airbnb.com). In order to fulfil the aforementioned goals, a data-analysis of the basic figures of Airbnb (housing supply characteristics, typology of hosts) and its geographical distribution in Palma Old Quarter is carried out.

Palma old quarter: the impact of Airbnb

Palma old quarter spread of Airbnb

Since the eruption of mass tourism in the sixties in Majorca, Palma has become a tourist attraction complementary to the sea and sun spots across the island. Within the contours of Palma city, most of the tourist attractions such as historical landmarks, retail stores and nightlife are located within Palma Old Quarter. This quarter is the historical part of the city, located geographically in the very center of Palma city (see Figure 1).

In Palma Old Quarter, there are 22.847 inhabitants (INE, 2016), and 1.896 tourist beds in official tourist accommodations (mostly hotels and some legalized tourist apartments). Regarding the population main occupations, up to 39% of population have a full-time job, whereas the rest of the population are retired, unemployed, students or part-time salaried (see figure 2). Within the 39% of inhabitants which have a full time job, most of them have salaries which are below 2000 €/month.

The geographical proliferation of Airbnb is massive: there are Airbnb units spread all across the Old Quarter, but there are some areas which there is a particular proliferation of this type of housing: the areas around the geographical center of Palma Old Quarter and the eastern parts of this quarter (see Figure 2). This area forms part of Sa Gerreria

neighborhood, which has had a long history of gentrification processes since the nineties.

Figure 1: Location of Palma Old Quarter within Palma (highlighted area).

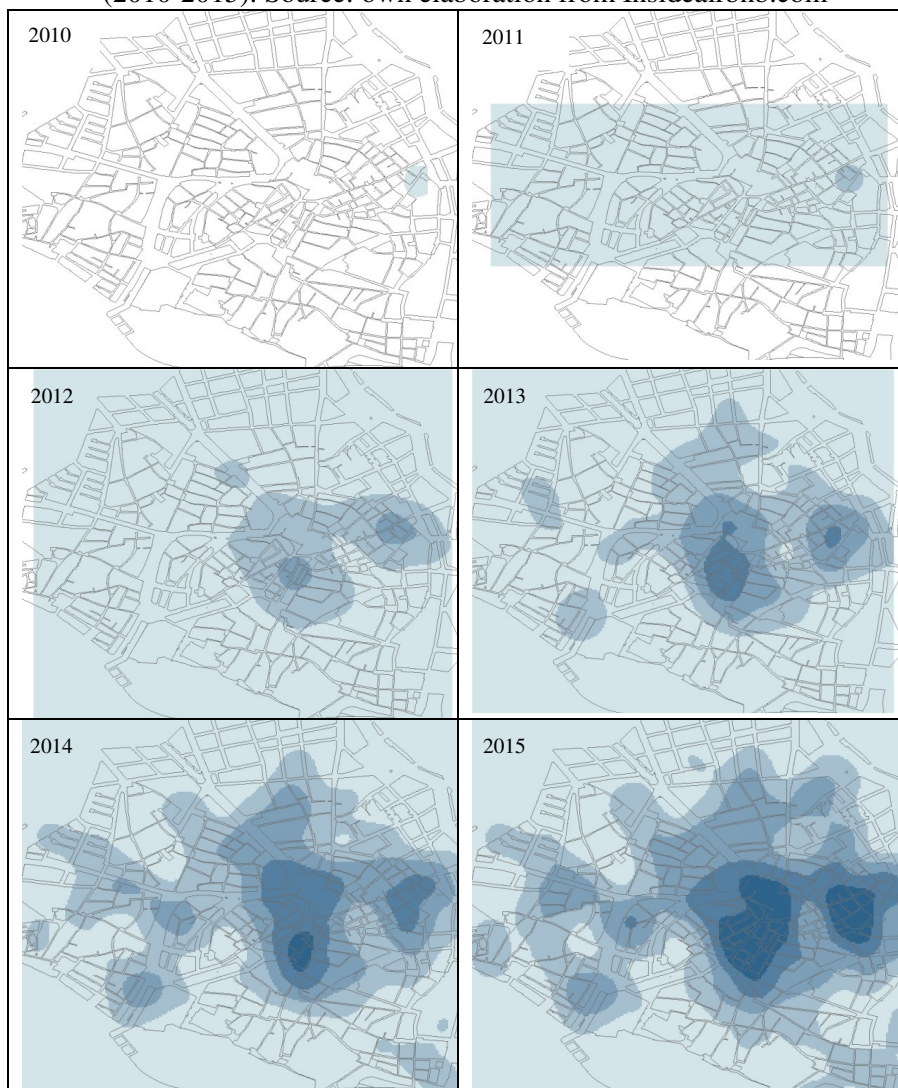


Figure 2: Distribution of Airbnb Units in Palma City. Source: own elaboration from Insideairbnb.com



The geographical and temporal spread of Airbnb in Palma Old Quarter has mainly taken place between 2012 and 2015, when most of these advertisements were created (see figure 3).

Figure 3: Geographical Density of Airbnb units across Palma Old Quarter (2010-2015). Source: own elaboration from Insideairbnb.com



Sa Gerreria neighborhood –the epicenter of Airbnb- was in the seventies and eighties the red-light district of Palma, widely known for being a center for prostitution and drug trade. In 1995, a city-led Special

Internal Reform Plan for the neighborhood was approved, which consisted in the development of several urban development projects sponsored by the EU, which led to the renewal and rebuilding of most of the neighborhood. This led to a massive increase in the selling prices of the refurbished dwellings in the area. According to Vives-Miró (2011) before the approval of the PEPRI, the selling prices in sa Gerreria were more than four times below the city average, whereas in 2008 sa Gerreria prices more than doubled Palma's average selling price.

Yet since the eruption of the financial crisis in 2008, as ground rent capitalization through house selling became increasingly difficult due to the decreasing demand, Airbnb has emerged as an alternative land rent extraction strategy.

Are Airbnb arguments real in the case of Palma old quarter?

Airbnb is helping to boost income of households

(i) Which houses are rented for Airbnb?

The first important aspect to consider is that, according to the 2011 Spanish census, 23.63% of dwellings in the Old Quarter are either 'empty' or 'second residences'. This percentage goes up in Sa Gerreria neighborhood, where the non-primary dwellings are around 1/3 of the total amount of dwellings. In fact, there are 3.035 houses in the Old Quarter that are not classified as main residences, and of those, up to 2.525 houses are located in Sa Gerreria. This means that there is a large part of the housing stock is *a priori* ideal to develop Airbnb activities. In fact, the houses currently being listed in Airbnb are 774, still much less than the 3.000 houses that are not main residences according to the census.

There is no direct evidence that the Airbnb listings are actually of those houses which are officially registered as non-main residences. Nevertheless, there are two indicators (typology and availability of housing units) which indirectly show that the houses listed in Airbnb are not main residences.

Regarding the typology of units rented, 85% of Airbnb beds correspond to houses that are entirely rented and 15% to rooms rented. This means that in the 85% of cases, house owners are not at the house when rented, that is, the main purpose of these houses is not its everyday life use but to create rental profits. In the entire houses rented, the average days available are 309 days/year. In 69% of the entire houses rented, these are rented for at least 300 days/year. This means that in most of the Airbnb market, the only if not only, the use made by its owners is a rent-based one, or in other words, owners seek to realize the *exchange value* of the dwelling. On the other hand, in roughly the 40% of Airbnb units there is

some sort of a combination of the use of the house by its owners and the use of the house as a source of rents (either through entire houses rented parts of the year or rooms rented within houses).

But in order to better grasp this, the focus also needs to be on not which use is given to the houses but also who the agents who own and/or advertise the houses.

(ii) *Who rents Airbnb houses?*

One key issue is that the hosts who only offer one house are in control of 713 tourist beds, that is, 36.25% of the Airbnb 'share' in Palma Old Quarter. These are the type of hosts that could match with Airbnb's description of 'low income' hosts. Indeed, there is the possibility that a large amount of these are those who rent a room or houses not all the year. Even in this case, it is improbable that these hosts are all 'low income' (15% of Airbnb market is based on room rental, but hosts listing just one house are 36%). The most likely scenario is that the bulk of this group are middle-class renting second residences and/or low income population renting a room, but it is very unlikely that these are real estate corporations or big landlord rentists .

But almost 2/3 of the Airbnb market in Palma inner city is controlled by a wide array of actors that have two or more listings in the Airbnb webpage. A majority of Airbnb hosts offer between 2 and 10 houses, but some of the Airbnb listings are controlled by owners that have between 10 and 678 houses listed on Airbnb. This show is that there are real estate companies that are increasingly extracting rents through Airbnb instead of residential renting or selling markets.

Airbnb helps to boost the housing market

In order to address the question we aim to focus in the 'gap' between the prices of rental markets and the prices of Airbnb units. Interestingly enough, the difference between the average Airbnb prices and the rental prices is of roughly 800 €/month. Indeed, the average rental price in Palma's Old quarter is of 1240 €, whereas the average Airbnb rental price is of 2034 €. Broadly speaking, Airbnb rental prices are thus *higher* than in the non-touristic rental market.

Yet at a more specific level, available data shows than the difference between the prices within the Airbnb market is much higher than in the case of the traditional rental market (the standard deviation in the case of Airbnb units is of 1271€, whereas in the case of others rentals 652€). This show how deep is the spread of Airbnb in the housing market: all type of housing units and thus all housing prices are involved in such a process.

But more than a gentrification via traditional process of rental increase, what is actually taking place is a process by which there is a

substitution of the market: the overall rental market is now placed on Airbnb, whereas the web platforms which are meant for non-touristic rentals have noticeably much fewer listings than Airbnb. This can be grasped only through a quick overlook to the webpages. In the case of Palma Old quarter, there were around 700 listings in Airbnb whereas in three web pages addressed for the non-rental market, there were just 49 advertisements.

Furthermore, several of the 49 non-Airbnb advertisements were also oriented and/or used with tourism purposes. Yet even within these residential oriented rentals, there are some of these advertisements (15% approximately) whose particular goal is to pursue either short term rentals (with a clearly touristic vocation since the rental period coincides with the touristic season) or rent contracts opened to selling agreements.

In any case, what this is actually showing is a *substitution* of the rental market. There is not anymore rental housing for residents: most of the housing has gone to tourism-oriented rentals.

Second, this vanishing process of the rental market means at the same time an increase in the *potential number of tourists* and the *threat of displacement of rental population* towards other parts of the city and/or the island (which are also facing pressure from Airbnb). Airbnb housing units in 2016 are meant to host up to 2.971 individuals (InsideAirbnb, 2016) in an area where there are 21.760 inhabitants.

To put it shortly, there is indeed a reactivation of the housing market, as Airbnb is indeed boosting the rental market. Yet this rental market is tourist-based, and thus, this new housing rental niche is not meant for local inhabitants, but to attract visitors.

Brief conclusions

In relation with the ‘tourism gentrification’ thesis, a preliminary analysis shows that in the Old Quarter, the emergence of Airbnb has possibly meant an increase in the rental prices, and definitely a decrease in the non-tourism rental market. Thus, a potential displacement threat for residing population is arising from Airbnb.

On the other hand, there are several real estate agencies and local landowners that are using Airbnb as a way to put into the market housing units with low demand. Yet there is still a minority of hosts (average profile of young people with precarious jobs or unemployed) which supply a room and/or their own house as a mean to get an additional source of income. In any case, Airbnb perpetuates and even accentuates class and property tenancy differences.

In this way, it may be the case that because of the impact of the economic crisis on households, tourism, and particularly Airbnb, helps to boost a mobilization of the exchange value of dwellings, which, is mainly helping real estate developers.

References

- Coldwell, T (18/03/2016). Airbnb: from homesharing cool to commercial giant. Available on line at: <http://www.theguardian.com/travel/2016/mar/18/airbnb-from-homesharing-cool-to-commercial-giant> [Last accessed 11/05/2016].
- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: The case of new Orleans' vieux carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121.
- Guttentag, D (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Current Issues in Tourism*, 18 (12) 1192-1217.
- INE (2016). *Censo de Población y Viviendas 2011*. Available at: http://www.ine.es/censos2011_datos/cen11_datos_inicio.htm [Last accessed 05/06/2016].
- Martin, C.J (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?. *Ecological Economics* 121, 149-159.
- Stors, N. and Kagermeier, A. (2015), "Motives for using Airbnb in metropolitan tourism – why do people sleep in the bed of a stranger?", *Regions Magazine*, Vol. 299 No. 1, pp. 17-19.
- Wortham, (25/07/2011). *Room to rent, via the web*. Retrieved from <http://www.nytimes.com/2011/07/25/technology/matching-travelers-with-rooms-via-the-web.html>
- Vives-Miró,S (2011). Producing a "Successful City": Neoliberal Urbanism and Gentrification in the Tourist City—The Case of Palma (Majorca). *Urban Studies Research*

Ecoturismo

El papel de la administración pública en el fomento y planificación del ecoturismo en la montaña española

F. LÓPEZ PALOMEQUE, X. FONT URGELL y J. ROMERO TORRES

F. López Palomeque; Universidad de Barcelona, lopez.palomeque@ub.edu; X. Font Urgell; Universidad de Barcelona; xfontu@ub.edu; J. Romero Torres; Universidad de Barcelona; jromerotorres@ub.edu

López Palomeque, F., Font Urgell, X. y Romero Torres, J. 2016. El papel de la administración pública en el fomento y planificación del ecoturismo en la montaña española. *In*: Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 293-303. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. En esta comunicación se presentan los primeros resultados de un estudio específico sobre el papel de las administraciones públicas en el fomento y planificación del ecoturismo en los destinos de montaña españoles. Los resultados permiten verificar la hipótesis sobre el protagonismo estructural de la gestión pública del turismo en la montaña española y, a su vez, refuerzan las evidencias que avalan la aportación del ecoturismo a los procesos de renovación turística de las áreas de montaña españolas en la última década. En relación con la metodología, dos referencias de interés: el estudio se ha centrado en el análisis de las características e implementación de los instrumentos de fomento y planificación en los últimos quince años, principalmente, con el propósito de constatar el cambio implícito en el planteamiento inicial del estudio; y, por otra parte, el análisis contempla los distintos niveles de gestión pública (administración central y administración regional).

Palabras clave: España, montaña, ecoturismo, gestión pública, planificación turística.

Introducción

La montaña española constituye un escenario en el que se manifiestan diversos tipos de turismo, siendo uno de ellos el turismo de naturaleza, al que se asocia de manera explícita. Entre las distintas modalidades de turismo de naturaleza sobresale el ecoturismo, que comprende a su vez diversas actividades turísticas. En España, determinados destinos turísticos de montaña y determinados productos específicos han completado la primera fase de desarrollo, centrándose en la

puesta en valor de sus recursos y en la promoción hacia mercados domésticos. No obstante, en la última década, debido a su propia evolución y a las nuevas dinámicas del mercado turístico a distintas escalas, han sufrido un cambio significativo, dando paso a situaciones muy diversas de mantenimiento de la actividad o de declive, según los casos, con la necesaria movilización de los actores públicos. El ecoturismo constituye una modalidad turística que en los últimos diez años se ha reforzado, fruto de la dinámica de la demanda y de las respuestas de los actores públicos y privados.

En esta comunicación se presentan los primeros resultados de un estudio específico sobre el papel de las administraciones públicas en el fomento y planificación del ecoturismo en los destinos de montaña españoles, realizado en el contexto del Proyecto de investigación sobre la renovación de la montaña española como escenario turístico (1). El marco institucional es más amplio y se ha conformado en torno al estudio de la gestión pública del turismo, en particular en los espacios de interior y de montaña. En este sentido, los contenidos específicos de esta comunicación se suman a aportaciones anteriores sobre dicha línea de investigación (LÓPEZ PALOMEQUE, 2012).

El propósito de esta comunicación, que se explicita claramente en su título, es aportar los primeros resultados del análisis y caracterización de la nueva normativa y nuevos planes sobre el turismo de naturaleza y sobre el ecoturismo. La interpretación de sus resultados se alinea con la argumentación o hipótesis sobre el papel relevante de la administración pública en el fomento y desarrollo del turismo en todo el territorio, y también en las zonas de montaña, a través de sus distintos roles.

Los resultados que se aportan en esta ocasión, preliminares y seleccionados para su adaptación al formato y dimensión de la comunicación, permiten verificar la argumentación sobre el protagonismo estructural de la gestión pública del turismo en la montaña española. En relación con la metodología, dos referencias de interés: a) el estudio se ha centrado en el análisis y caracterización de los instrumentos de fomento y planificación en los últimos quince años, principalmente, con el propósito de constatar el cambio implícito en el planteamiento de las premisas del estudio. En este texto se presenta una breve caracterización de dos planes significativos. Por lo tanto, se aborda el análisis de documentos (motivos, estructura, objetivos, etc.) más que la valoración de su implementación puesto que en general, dada la fechas recientes de su publicación, aún no hay evidencias y contrastes para una verificación de su desarrollo y despliegue; y b) el análisis contempla los distintos niveles de gestión pública, principalmente la administración central y administración autonómica.

La estructura de esta comunicación contempla, además de este primer apartado de Introducción, un segundo dedicado a la relación entre administración pública y gestión de destinos turísticos (como referencia básica e ineludible del marco fenomenológico e institucional). El siguiente apartado se dedica al análisis y caracterización de los dos planes seleccionados, dado el formato de esta comunicación, uno de ámbito estatal y otro de ámbito autonómico. Finalmente, en las Consideraciones finales se sistematiza y valora el alcance del protagonismo de la administración pública (particularmente la central y autonómica) en el fomento reciente del turismo de naturaleza y del ecoturismo, a través de la redacción de la normativa específica y del diseño de planes.

Montaña, administración pública y gestión de destinos

Los fundamentos del turismo de montaña son diversos y en la fase más reciente de su desarrollo se constata que el turismo de montaña se ha consolidado en el marco de una sociedad en la que el ocio y los viajes constituyen un componente que ha alcanzado categoría de necesidad básica. En los últimos años se observa una creciente valoración social de la naturaleza; una búsqueda de una recreación alternativa al medio urbano y al litoral urbanizado y, además, se observa la generalización de una conciencia ambiental en la sociedad, apenas existente hace dos décadas. El resultado de estas nuevas ideas y conductas es que la sociedad moderna, fuertemente urbanizada, busca cada vez más el contacto con la naturaleza y con la montaña que se presenta y se idealiza como su máximo exponente (VERA et al, 2013: 159).

En los espacios de interior se constata, en el marco de los procesos territoriales y socioeconómicos de las últimas tres décadas, que el turismo se ha perfilado como uno de los principales factores de desarrollo, si bien no exento de contradicciones (PULIDO FERNÁNDEZ –coord-, 2008; LÓPEZ PALOMEQUE, 2012). La montaña, como espacio heterogéneo y diverso, dispone de una gran variedad y calidad de recursos, algunos de ellos de carácter único en relación con el resto del territorio. La diversidad de recursos presenta niveles de explotación diferentes, pero en conjunto se puede afirmar que las potencialidades son altas y las posibilidades de convertir los recursos en productos se incrementan gracias a la creciente valoración social de los mismos y a la creciente demanda de la actividad turística, incluso en periodos de crisis. Un análisis de sus productos específicos permite identificar hasta seis grupos: el turismo de nieve; el turismo verde y ecoturismo; el turismo cultural; el turismo de deportes y de aventura; turismo de salud y el turismo rural (VERA et al, 2013: 163).

El turismo de naturaleza se basa en el descubrimiento, conocimiento, disfrute activo, aprendizaje, contemplación y descanso en el medio natural. Contempla, a efectos conceptuales, tres modalidades: ecoturismo, turismo activo y turismo de recreo. El ecoturismo se define como aquella modalidad de turismo de naturaleza en la que la motivación principal del usuario es disfrutar activamente, observar y conocer la naturaleza y las expresiones culturales asociadas, de una manera respetuosa con el entorno y las poblaciones locales.

En los procesos de desarrollo del turismo en los espacios de montaña participan diversos actores, destacando el papel de la administración pública a través de sus diferentes mecanismos. Se constata, asimismo, la relación entre desarrollo turístico de los espacios de montaña y la institucionalización de la gestión pública del turismo, estableciéndose finalmente una relación de causa efecto entre ambas circunstancias. El turismo de naturaleza es un sector complejo cuyo desarrollo adecuado precisa de la cooperación entre las administraciones que gestionan el recurso y las administraciones que promocionan e impulsan los servicios turísticos que lo configuran, así como de la colaboración con el sector privado.

En la gestión pública del turismo los objetivos y los medios de las políticas de desarrollo territorial y, en particular, de planificación territorial turística cambian para adaptarse a las nuevas realidades y necesidades (FAYOS-SOLÁ, 2004; VELASCO, 2011). Por lo tanto, la intervención de la administración pública se adapta a las nuevas realidades (se formulan nuevos objetivos y se utilizan nuevos instrumentos), y en los espacios de interior adquiere más relevancia dado el contexto de crisis.

La premisa anterior es aplicable a lo sucedido en España en los últimos diez años, en los espacios de interior (LÓPEZ PALOMEQUE, 2012) y, en particular, en la montaña española, percibida como escenario turístico. La acción de la administración se ha adaptado al contexto de crisis, y se ha orientado hacia el impulso de nuevos productos fundamentados en dos tipos de necesidades: a) la puesta valor de los recursos de alta potencialidad, por su valor intrínseco y por el crecimiento de la demanda, como son el turismo de naturaleza y, específicamente, el ecoturismo; b) la búsqueda de alternativas a los problemas de otros turismos de montaña, en particular con el turismo de nieve (su irregularidad, cambio climático).

Iniciativas de impulso y planificación del turismo de naturaleza y del ecoturismo

Tal como se ha indicado en los apartados anteriores en la última década han aparecido diversas normas y planes sobre la materia de estudio. Dado el formato y la dimensión de este texto, se han seleccionado los dos

que, entendemos, son los más relevantes en relación con los objetivos de la comunicación y claramente representativos para corroborar las premisas de referencia de la misma. Se trata del Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020, de ámbito estatal, y el Plan de Fomento del Turismo de Naturaleza en los Espacios Naturales Protegidos de Cataluña 2020, de ámbito autonómico.

Ámbito estatal

El documento más importante en relación con el tema de estudio es el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 (MINISTERIO DE PRESIDENCIA, 2014). En el contexto de este plan destacan unos hitos anteriores muy significativos en el ámbito de la conservación de la naturaleza, regulación de usos de los espacios naturales protegidos y aprovechamiento socioeconómico de los recursos.

El Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 (2014) se trata de un plan publicado con rango de Real Decreto, y con diversas referencias anteriores (BLANCO, 2006), sobre la materia de espacios naturales protegidos y turismo. El Plan deriva y aparece asociado a otras normativas anteriores. Por una parte, la Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, que recoge como principios inspiradores la promoción de la utilización ordenada de los recursos para garantizar el aprovechamiento sostenible del patrimonio natural; y la integración de los requerimientos de la conservación, uso sostenible, mejora y restauración del patrimonio natural y la biodiversidad en las políticas sectoriales. Por otra parte, de la Ley 42/2007 derivó el Plan estratégico del patrimonio natural y de la biodiversidad 2011-2017. Su lectura permite constatar que la tercera meta del Plan busca “Fomentar la integración de la biodiversidad en las políticas sectoriales” y tiene vinculado el objetivo de “Promover la sostenibilidad del turismo de naturaleza”. Para el logro de este objetivo se establecen una serie de acciones, entre las que destaca la necesidad de desarrollar un plan sectorial de turismo y biodiversidad. Teniendo en cuenta todo lo anterior y siguiendo el marco fijado en el artículo 14 de la Ley 42/2007, se ha elaborado el Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad que se aprobó y publicó en 2014.

La meta de este Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad es poner en valor la biodiversidad de España para impulsar el turismo de naturaleza como actividad económica generadora de empleo, asegurando siempre la correcta conservación de los valores naturales del territorio. Este Plan Sectorial se concibe como un marco de colaboración entre todos los implicados, tanto del sector público como del privado, en el turismo de naturaleza y la conservación de la biodiversidad.

El Plan sectorial, elaborado conjuntamente entre el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y en el que también han participado las comunidades autónomas, a través de la Comisión Estatal del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, de la Conferencia Sectorial de Medio Ambiente y de la Mesa de Directores Generales de Turismo, se concibe como un marco de colaboración entre todos los implicados, tanto del sector público como del privado, en el turismo de naturaleza y en la conservación de la biodiversidad.

Además del contexto normativo en materia de conservación y gestión de espacios naturales, cabe recordar que España ha contado con diversos planes turísticos de ámbito estatal, con planteamiento general, transversal e instrumental que también se han proyectado sobre los productos (turismo de naturaleza y ecoturismo) y destinos de montaña.

Tabla 1.- Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad

OBJETIVO	ACCIONES
1. Promover la configuración de destinos y productos de turismo de naturaleza sostenible.	1.1. Desarrollar un sistema de reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza en la Red Natura 2000 poniendo en valor el capital natural como fuente de ingresos y generador de empleo. 1.2. Impulsar iniciativas solventes relacionadas con el reconocimiento de la sostenibilidad del turismo de naturaleza. 1.3. Promover la confluencia de iniciativas que reconozcan la sostenibilidad del turismo de naturaleza en España.
2. Impulsar y promocionar un producto de ecoturismo en España que incorpore a la Red Natura 2000.	2.1 Promocionar el turismo de naturaleza reconocido como sostenible. 2.2 Facilitar información adecuada sobre la biodiversidad española para la promoción del turismo de naturaleza. 2.3. Desarrollar herramientas tecnológicas para la divulgación y la promoción del turismo de naturaleza en España.
3. Mejorar la consideración de la biodiversidad en las actividades de turismo de naturaleza.	3.1 Identificar y desarrollar buenas prácticas en relación con la biodiversidad para actividades de turismo de naturaleza. 3.2 Fomentar la aplicación de buenas prácticas en relación con la biodiversidad en la realización de actividades de turismo de naturaleza.
4. Mejorar los conocimientos, la información y la formación	4.1 Obtener información sobre turismo de naturaleza y biodiversidad.

relacionados con el turismo de naturaleza.	4.2 Establecer programas de formación en materia de turismo de naturaleza.
--	--

Fuente: MINISTERIO DE PRESIDENCIA (2014)

Cabe hacer mención, a partir del 2000, del Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006 (PICTE) (2000); del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 (2007); del Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT) (2013) y del Plan Integral de Turismo Rural 2014 (2014).

Como primera nota valorativa del Plan cabe indicar que contempla cuatro objetivos cuyos enunciados son significativos de su finalidad (promover, impulsar, mejorar,...) (ver Tabla 1). Para cumplir los cuatro objetivos se formula un total de diez acciones. En la descripción de las mismas es recurrente la referencia al término “sostenible” o “sostenibilidad”, y también a “buenas prácticas”.

Ámbito autonómico

Desde los años ochenta del siglo XX las comunidades autónomas se ha dotado de planes de turismo, en distintos momentos y con diversos enfoques, como instrumentos de gestión y planificación pública del turismo. Este proceso ha constituido una respuesta a las necesidades de ordenación y planificación turística en sus territorios. En algunos casos ya se cuenta con varias generaciones de planes.

Catalunya, que fue pionera al realizar en 1980 el primer libro blanco del turismo (*Llibre Blanc del Turisme a Catalunya*, 1983) no redactó su primer plan de turismo de ámbito regional hasta el año 2005 (LÓPEZ .PALOMEQUE y GARCÍA PASCUAL, 2014). Se trata del Plan Estratégico de Catalunya 2005-2010; y luego le sucedió el Plan Estratégico de Turismo de Catalunya 2013-2016. Una novedad destacada en la evolución de la planificación ha sido la presentación en 2015 del Plan de Fomento del Turismo de Naturaleza en los Espacios Naturales Protegidos de Cataluña 2020, dirigido y redactado por Xavier Cazorla– ELEMENTS-MUNTANYES D’IDEES. Novedad por la materia objeto del plan y novedad por ser el primero de ámbito autonómico en España de esta temática, reflejo del Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020 (2014), de ámbito estatal. El Plan catalán, impulsado de manera conjunta por la Dirección General de Turismo y la Dirección General de Políticas Ambientales, nace con el objetivo de posicionar Catalunya como referente en materia de turismo de naturaleza en la región mediterránea.

La elaboración de este Plan de fomento del turismo de naturaleza y/o ecoturismo en espacios naturales responde a una de las directrices del

Plan estratégico de turismo de Cataluña 2013-2016, que detecta como una oportunidad la puesta en valor de la gran diversidad de recursos naturales y culturales en forma de productos y experiencias turísticas competitivas y

Tabla 2. Estructura y contenido básico del Plan de fomento del turismo de naturaleza en los espacios naturales protegidos 2020

<p>DIAGNÓSTICO Y ANÁLISIS DAFO. Conclusiones y retos:</p> <p>RECURSOS NATURALES. RETO 1: De ... espacios protegidos frágiles y amenazados a ... patrimonio conservado y valorizado.</p> <p>EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS (PÚBLICOS) DE SOPORTE. RETO 2: De ... Equipamientos insostenibles a ... Servicios optimizados de dinamización turística.</p> <p>GESTIÓN DE LA OFERTA: PRODUCTOS Y PROVEEDORES. RETO 3: De ... Sector con potencialidad a ... Sector consolidado y responsable.</p> <p>GESTIÓN DE LA DEMANDA: PROMOCIÓN, MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN. RETO 4: De ... Cataluña tiene naturaleza en ... Cataluña ES naturaleza</p> <p>HERRAMIENTAS DE PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL TURISMO DE NATURALEZA. RETO 5: De ... Sector poco planificado ..., herramientas transversales y coordinadas e información de calidad.</p> <p>AGENTES IMPLICADOS EN EL TURISMO DE NATURALEZA A ENP: MARCOS DE COLABORACIÓN Y COORDINACIÓN. RETO 6: ..., competencia entre microempresas ..., en clúster de empresas competitivas y en red.</p> <p><u>PLAN DE ACCIÓN.</u> Los seis retos se han abordado con seis objetivos/ejes de acción:</p> <p>OBJETIVO 1.- Favorecer un uso turístico sostenible y responsable de los recursos naturales y culturales empleados por el turismo de naturaleza. Mapa de los 50 recursos naturales y los 25 destinos top para la práctica del ecoturismo en Cataluña,</p> <p>OBJETIVO 2.- Optimizar las infraestructuras, equipamientos y servicios públicos de los ENP empleados para el turismo de naturaleza:</p> <p>OBJETIVO 3.- Consolidar una oferta diversa y competitiva con proveedores corresponsables y de calidad.</p> <p>OBJETIVO 4.- Atraer la demanda creciente de turismo de naturaleza, tanto nacional como internacional, con una estrategia integral y diferenciada de comunicación y promoción.</p> <p>OBJETIVO 5.- Innovar y hacer más transversal la planificación del turismo de naturaleza y garantizar un seguimiento adecuado.</p> <p>OBJETIVO 6.- Fomentar marcos de colaboración estables y efectivos entre agentes públicos y privados que aglutinen y refuercen el sector del turismo de naturaleza.</p>

Fuente: CAZORLA (2015)

sostenibles. Por todo ello, el Plan realizado permitirá disponer de una estrategia que posicione Catalunya como un referente del turismo de naturaleza y que sirva de punto de partida para trabajar conjuntamente con agentes del territorio que ayuden a dinamizar los diferentes espacios naturales catalanes desarrollando diferentes productos turísticos en sus ámbitos.

El modelo de gestión del turismo de naturaleza en los espacios naturales protegidos (ENP) de Catalunya está fundamentado en cinco principios básicos: 1) Contribuye a conservar el patrimonio; 2) Mejora el desarrollo local (y la creación de empleo estable en las áreas rurales); 3) Ofrece una experiencia de alta calidad a los visitantes; 4) Atrae a un visitante (cercano y lejano) interesado en los valores naturales de los ENP y la cultura; 5) Fomenta la cooperación entre los gestores de los ENP y el sector turístico.

Como primera valoración del Plan interesa señalar que tanto el sector público (en particular la administración local y comarcal) como el sector privado esperaban desde hacía algún tiempo esta normativa, que ha sido bien recibida. No obstante, se critica que el plan está muy pensado para los espacios naturales protegidos gestionados por la Generalitat y, en menor medida, en los gestionados por otras administraciones, como la Diputación de Barcelona. Finalmente, señalar que por la fecha de publicación (2015) no es posible realizar aún un balance y valoración de su desarrollo e implementación.

Consideraciones finales

En esta ocasión el análisis de las iniciativas públicas sobre el fomento y la planificación de la montaña española se ha centrado en materias “sectoriales” (turismo de naturaleza, ecoturismo), que se proyectan asimismo sobre otros entornos geográficos, además de las zonas de montaña. Por lo tanto, los planes analizados son evidencias del papel de las administraciones públicas en el fomento y planificación del turismo de naturaleza y, en concreto, del ecoturismo en todo el territorio español, no exclusivamente las zonas de montaña, pero sí principalmente sobre la montaña, por su singularidad y atributos geográficos y por la estrecha asociación entre los términos “naturaleza” y “ecoturismo” con los espacios de montaña.

En relación con el propósito del estudio y con las premisas formuladas en la Introducción, los dos planes analizados redactados por la administración pública sobre el fomento y planificación del ecoturismo en la montaña española son evidencias claras del rol destacado de los actores públicos en el impulso del ecoturismo y su planificación. Estos dos planes (a nivel estatal y a nivel autonómico) no surgen de manera aislada sino que

son fruto de unas referencias anteriores, iniciada con el milenio y que como tendencia supone la explicitación por actualizar las normativas sobre los espacios naturales, incluyendo la regulación de usos y el aprovechamiento productivo de los recursos y la propia frecuentación de los espacios naturales.

En este proceso han participado tanto la administración central como la autonómica, en ocasiones cooperando y de manera coordinada. Precisamente, la novedad en los últimos años es la coordinación entre ministerios (más allá del Ministerio de Agricultura y Medio Ambiente) y la cooperación con las comunidades autónomas. También se observa que los dos planes analizados contemplan un papel destacado del sector privado, como actor específico o en colaboración con la administración, para la consecución de los objetivos. Asimismo, los principios y las propuestas de los planes tendrán un efecto arrastre, una llamada a la implicación para otros actores (otras administraciones y el sector privado).

Con un enfoque crítico cabe añadir dos consideraciones: Por una parte, recordar que la respuesta en el ámbito de la administración central, con la publicación del Real Decreto 416/2014, de 6 de junio, por el que se aprueba el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad 2014-2020, puede entenderse como un punto final o una salida al proceso de años anteriores dedicados a la redacción de la nueva Ley de Parques Nacionales, cuyo debate llegó a los medios de comunicación, y que incluso el Consejo de Estado redactó una enmienda por invasión de competencia y por detectar aspectos inconstitucionales. Entre otras cuestiones, el proyecto de ley contemplaba usos turísticos en los parques nacionales, lo que provocó que los medios hablasen de que con ello empezaba el negocio en los parques nacionales.

Por otra parte, como síntesis de las críticas que ha recibido el plan estatal, se ha afirmado que el Plan Sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad tiene como objetivo promocionar el turismo en los espacios naturales protegidos a pesar de que, según la legislación, debería estar centrado en lograr que el sector turístico respete la conservación de la naturaleza. Por otro lado, llama la atención que el plan no incorpore ninguna medida concreta para lograr que dicho turismo sea lo más sostenible posible. Por el contrario, los críticos interpretan el plan como un instrumento que posibilitará la masificación del turismo de naturaleza, especialmente en espacios protegidos, que responde al objetivo de generar beneficios económicos, que ni siquiera serán luego utilizados para conservar dichos espacios. Las consecuencias que puede tener la aplicación de este plan son justo las contrarias de las que se pretendía con la elaboración de planes sectoriales: lograr que el desarrollo turístico tenga en cuenta la conservación de la naturaleza.

Bibliografía y documentación citada

- BLANCO PORTILLO, R. (2006): “El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso”, *Estudios Turísticos*, 169-170, 7-38
- CAZORLA, X. (2015): *Plan de fomento del turismo de naturaleza en los espacios naturales protegidos 2020*. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- FAYOS-SOLÀ, E. (2004): “Política Turística en la Era de la Globalización”, en J. Auriol (coord.): *Las nuevas formas de turismo*. Almería: Cajamar. 215-232.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2012): “Nuevas dinámicas turísticas y Nuevos retos en los espacios de interior”, en López Olivares (Ed.), *La diferenciación y segmentación de los mercados en los destinos turísticos*. Valencia: Editorial Tirant lo Blanc. 125- 138.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. y GARCÍA PASCUAL, F. (2014): “Política Turística y desarrollo del turismo en los espacios de interior de Catalunya”, en Olcina, J. y Rico, A. (Coords.), *Libro Jubilar en Homenaje al profesor Antonio Gil Olcina*, Alicante: Universidad de Alicante. 1249-1266.
- MINISTERIO DE PRESIDENCIA (2014): *Plan Sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020* (https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2014-6432).
- PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. –coord.- (2008). *El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España*. Editorial Síntesis, Madrid.
- VELASCO GONZÁLEZ, M^a. (2011): “La política turística. Un área de acción autónoma”, *Cuadernos de Turismo*, 27, 953-969.
- VERA REBOLLO, F. (Coord.) et al. (2013): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Editorial Tirant Humanidades, Valencia.

Notas

- (1) La presente comunicación se inscribe en las líneas de investigación del Proyecto CSO2014-59660-P, titulado “La renovación turística de la montaña española: análisis, evaluación y prospectiva de destinos turísticos”, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad; y, a su vez, el trabajo de investigación se desarrolla en el marco del Grup de Recerca Consolidat Anàlisi Territorial i Desenvolupament Regional, 2014SGR425, Generalitat de Catalunya

Dinámicas geográficas asociadas a las Reservas de la Biosfera de la comunidad de Madrid: los casos de la reserva de la Cuenca Alta del Manzanares y la Reserva de la Sierra del Rincón

Trinidad VACAS GUERRERO y Fernando Javier SANTA-CECILIA

Universidad Rey Juan Carlos. Madrid (España), trinidad.vacas@urjc.es; fernando.santacecilia@urjc.es

Vacas Guerrero, T. y Santa-Cecilia, F.J. 2016. Dinámicas geográficas asociadas a las Reservas de la Biosfera de la comunidad de Madrid: los casos de la reserva de la Cuenca Alta del Manzanares y la Reserva de la Sierra del Rincón. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 305-319. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. Análisis comparativo de dos Reservas de la Biosfera en la Comunidad de Madrid: la Cuenca Alta del Manzanares y la Sierra del Rincón. El artículo se detiene a observar dinámicas geográficas que tengan que ver con el correcto cumplimiento de la normativa vigente y el grado de proximidad y fidelidad del Programa Hombre y Biosfera (MAB). Se analizan indicadores relacionados con la evolución y cumplimiento de los objetivos relacionados con la población y la economía. Los resultados desvelan por un lado, patrones de transformación del territorio y de sus paisajes, diferentes entre una y otra reserva, niveles de crecimiento socioeconómico igualmente desiguales, y políticas de acción contrarias a la conservación de territorio.

Palabras clave: Turismo, Reserva de Biosfera, dinámica geográfica, desarrollo socioeconómico, conservación de la naturaleza.

Presentación

Las Reservas de la Biosfera son zonas de ecosistemas terrestres o costero/marinos, o una combinación de los mismos, reconocidas como tales en un plano internacional en el marco del Programa MAB de la UNESCO. Sirven para impulsar armónicamente la integración de las poblaciones y la naturaleza, a fin de promover un desarrollo sostenible mediante el diálogo participativo, el intercambio de conocimiento, la reducción de la pobreza, la mejora del bienestar, el respeto a los valores

culturales y la capacidad de adaptación de la sociedad ante los cambios (UNESCO, 2014).

La Red Mundial de Reservas de Biosfera cuenta, en 2016, con 669 sitios, que incluyen 16 reservas transfronterizas, ubicadas en 120 países, de ellas 48 se localizan en España y dos en la Comunidad de Madrid, la Reserva de la Biosfera Cuenca Alta del Manzanares (declarada en 1992) y la Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón (declarada en 2005).

Reserva de la Biosfera Cuenca Alta del Manzanares

La Reserva de la Biosfera Cuenca Alta del Manzanares, en adelante RBCAM, fue designada por la UNESCO el 9 de noviembre de 1992, tiene una superficie de 46.728 hectáreas y afecta a dieciséis términos municipales (ver Tabla 1).

Los principios que impulsan la creación de esta pionera figura de protección en nuestro país son: proteger las áreas más relevantes de la cuenca alta del río Manzanares, crear un corredor verde que una la ciudad de Madrid con las cumbres de la Sierra de Guadarrama garantizando así los movimientos estacionales de la fauna y la salvaguarda de ecosistemas, hábitats y especies de singular valor.

El eje articulador de esta Reserva es el río Manzanares y a lo largo de su curso se distinguen unidades ambientales representativas del centro de la península Ibérica: alta montaña, bosques de coníferas, caducifolios, esclerófilos y de ribera, robledal, fresneda y ecosistemas agrosilvopastoriles de gran valor como son las dehesas y los pastizales de montaña. En torno a estos ecosistemas se sitúan poblaciones de tradición serrana de caracteres cada vez más urbanos como es el caso de Moralzarzal, El Boalo o Soto del Real. Más al sur, con un volumen mayor de población, superando los 45.000 habitantes, Torrelotones, Collado Villalba, Tres Cantos y Colmenar Viejo. Finalmente, áreas altamente urbanizadas situadas en el perímetro sur de la Reserva, Las Rozas, ciudad de Madrid (Fuencarral), San Sebastián de los Reyes y Alcobendas.

Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón

La Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón, en adelante RBSR, fue declarada por la UNESCO el 29 de junio de 2005, se ubica en el extremo nororiental de la Comunidad de Madrid, donde se unen la Sierra de Ayllón y Somosierra. Tiene una extensión de 15.231 hectáreas repartidas en 5 términos municipales: Montejo de la Sierra, Puebla de la Sierra, La Hiruela, Horcajuelo de la Sierra y Prádena del Rincón. Los 5 núcleos urbanos se reparten en la depresión de Prádena del Rincón-Montejo de la Sierra y en los valles de Horcajuelo de la Sierra, La Hiruela y Puebla de la Sierra. Además, se encuentran rodeados por el macizo de la Cebollera y las sierras de Peña de la Cabra, del Rincón y La Hiruela.

El territorio acoge una amplia variedad de especies vegetales y de fauna asociadas a las características físicas y a su historia rural y sus usos tradicionales. Organizado en torno a cuatro depresiones o valles rodeados de cordales montañosos. Las laderas bajas están ocupadas por los núcleos rurales, las dehesas delimitadas por muros de piedra seca y los campos cercados. En las zonas de mayor pendiente se extienden pinares y robledales, hayas, fresnos, encinas, formaciones de bosques de ribera, roquedos y matorrales. En las cumbres, predominan los pastos.

Conviene recordar que las Reservas de Biosfera plantean una zonificación del territorio organizada en las siguientes categorías:

-Zona núcleo: corresponde con las áreas de mayor valor ambiental. Debe asegurar una protección a largo plazo de estos paisajes, de los ecosistemas y de las especies que contienen.

-Zona tampón: también denominada de amortiguación intenta regular las actividades que se efectúan en las proximidades de la zona núcleo, procurando que sean compatibles con la conservación.

-Zona de transición: se configura como un área para el fomento y uso sostenible de los recursos del entorno.

La RBCAM, la zona núcleo, corresponde con las áreas de mayor valor ambiental, cumbres de la Sierra de Guadarrama, curso del río Manzanares y La Pedriza, representan el 40 % de la superficie total. La zona tampón, también denominada de amortiguación se dedica a actividades tradicionales, como la ganadería extensiva, las actividades educativas y culturales, la caza y pesca, y en general los usos conservadores y regeneradores de suelo. Afecta a municipios como Colmenar Viejo, Hoyo de Manzanares, El Boalo, junto a otros. Representan el 60 % e intentan regular las actividades que se efectúan en las proximidades de la zona núcleo procurando que sean compatibles con la conservación. Para la RBCAM no existen zonificación de Transición.

En la RBSR, la zona núcleo representa el 4 % de la superficie, ocupa las áreas de mayor valor ambiental, Hayedo de Montejo y la Dehesa Boyal de Puebla de la Sierra. El objeto es conservar la diversidad biológica, vigilar los sistemas menos alterados y realizar investigaciones y otras actividades que no perturben el medio. Las zonas tampón o de amortiguación (46%), colinda con las zonas núcleo y su función es amortiguar los impactos sobre la anterior y acoger actividades como la educación medio ambiental, la recreación, el turismo ecológico y la investigación aplicada. La zona exterior de transición (50%) incluye los cinco núcleos urbanos, zonas de cultivo, prados, campos y dehesas en los valles, ya sean de propiedad pública o privada, y algunos montes cubiertos principalmente por melojares.

Dinámica geográfica de ambas reservas mediante el estudio de indicadores socioeconómicos

El presente estudio pretende observar la evolución experimentada en ambas reservas desde su creación hasta el año 2015. Para este diagnóstico se han tomado en consideración algunos indicadores que resultan expresivos a la hora de cuantificar cambios en el espacio geográfico – dinámicas geográficas-. Así, se han tenido en cuenta, indicadores socioeconómicos (volumen de población), y de la actividad turística (volumen de establecimientos hoteleros). La escala de trabajo que se ha empleado es el municipio.

Dinámica Socioeconómica: situación de los municipios afectados por la legislación MAB e indicadores relacionados

De forma sintética se incluyen la relación de municipios y la población total de cada uno (Tablas 1 y 2). Los datos pertenecen a diferentes periodos, tomando un papel relevante aquellos años que se sitúan antes y después de la fecha de declaración de la Reserva.

Población

Dentro de las 46.728 hectáreas que ocupa la RBCAM pueden distinguirse tres tipologías de municipios según sus características urbanas y sociológicas: municipios de dinámica urbana (Madrid, Tres Cantos, San Sebastián de los Reyes y Alcobendas), residenciales con fuerte peso de las actividades económicas (Las Rozas, Torreldones, Collado Villalba, Galapagar y Colmenar Viejo), un última tipología, municipios neorurales (Hoyo de Manzanares, Moralarzal, Becerril de la Sierra, El Boalo, Manzanares el Real, Soto del Real y Navacerrada). Navacerrada con 2.855 habitantes frente a Madrid con 3.141.991 habitantes, para el año 2015.

A la vista de las tablas, para el caso de la RBCAM, llama la atención: Crecimiento poblacional en las décadas de 1960, 70 y 80, en especial de aquellos municipios cercanos a Madrid (Alcobendas y S.S. de los Reyes). Aumento poblacional de núcleos situados al pie de la Sierra de Guadarrama por el fenómeno de segunda residencia de los años 70 y 80. Falta de homogeneidad y desigual tamaño de los conjunto urbanos, municipios altamente urbanizados al sur frente a localidades situadas en la sierra de caracteres más rurales.

En la RBSR se observa un descenso poblacional en los cinco municipios que integran la Reserva desde comienzos del siglo XX. Este descenso se incrementó entre 1960-1975, la población quedó reducida a la mitad consecuencia del éxodo rural hacia la ciudad de Madrid y su área metropolitana. Se inició una leve recuperación a mediados de los ochenta,

quedando estancada en torno a los 700 habitantes desde la declaración de la Reserva a la actualidad, transcurridos diez años, la densidad de población es de 4,68 hab/km².

Tabla 1. Evolución demográfica por municipios, Reserva de la Biosfera Cuenca Alta del Manzanares. Fuente: Instituto de Estadística Comunidad de Madrid. (1) Hasta 1986 la población de TRES CANTOS se incluye en el municipio de Colmenar Viejo. (*) Fecha próxima al año de la declaración de la Reserva de la Biosfera (1992).

Municipio	2015	1991*	1986	1981	1960	1900
Alcobendas	113.055	78.725	70.227	63.731	3.748	1.313
Becerril de la Sierra	5.396	1.905	1.642	1.401	852	595
Collado Villalba	62.056	26.356	20.396	18.762	5.152	1.019
Colmenar Viejo	47.601	24.202	29.495	19.839	8.483	5.358
Boalo (El)	7.157	1.689	1.482	1.316	941	463
Galapagar	32.294	9.050	7.015	6.113	2.526	915
Hoyo de Manzanares	7.880	3.472	2.507	2.689	1.637	393
Madrid	3.141.991	3.010.492	3.058.182	3.158.818	2.177.123	575.675
Manzanares el Real	8.309	2.340	1.745	1.575	829	393
Moralzarzal	12.213	2.208	1.650	1.600	854	644
Rozas de Madrid (Las)	93.520	35.137	20.818	13.405	3.258	1.051
Navacerrada	2.855	1.588	1.539	1.257	598	241
San Sebastián de los Reyes	84.944	53.707	50.027	39.950	2.760	1.180
Soto del Real	8.456	2.689	1.715	1.347	421	254
Torrelorones	23.117	7.198	5.018	3.497	1.572	325
Tres Cantos ⁽¹⁾	43.309	15.431	0	0	0	0
Total:	3.694.153	3.276.189	3.273.458	3.335.300	2.210.754	589.819

-Dinámica demográfica

Antes de comenzar conviene aclarar que para el caso de la RBCAM, decidimos excluir al municipio de Madrid debido a la gran distorsión que ofrecen sus datos respecto a los demás espacios urbanos de la Reserva. Hecha esta consideración las dinámicas asociadas a la población son las siguientes:

Tabla 2. Evolución demográfica por municipios, Reserva de la Biosfera

Sierra del Rincón periodo (1900- 2015). Fuente: Instituto de Estadística Comunidad de Madrid. (*) 2005 año de la declaración de la Reserva de la Biosfera

Municipio	2015	2005*	1991	1986	1981	1960	1900
Horcajuelo de la Sierra	88	112	72	71	60	168	396
La Hiruela	54	79	32	40	35	203	215
Montejo de la Sierra	374	322	255	232	198	401	520
Prádena del Rincón	122	105	103	103	106	258	333
Puebla de la Sierra	73	104	48	57	69	315	308
Total:	711	722	510	503	385	1.345	1.772

-Crecimiento de población. Esta dinámica se experimenta de forma diferente en ambas reservas. Para el caso de la RBCAM, el aumento poblacional es generalizado en todo el territorio, con marcadas disimetrías en cuanto a volumen poblacional según municipios. Los situados al sur ofrecen un marcado comportamiento urbano, San Sebastián de los Reyes 84.944 hab., Colmenar Viejo 47.601 hab. (Tabla 1). Magnitudes muy diferentes para los municipios serranos, Navacerrada 2.855 habitantes (2015). Estas diferencias radican en las limitaciones que ofrece la zonificación antes expuesta, ausencia de zonas de transición lo que permite la expansión de los municipios cercanos a la urbe madrileña. Por el contrario, los municipios situados cercanos a la zona núcleo, ven limitado su crecimiento urbano y poblacional en beneficio de la conservación de la naturaleza.

La dinámica demográfica en los municipios que integran la RBSR es claramente regresiva y la declaración de la UNESCO no ha propiciado el desarrollo poblacional en las localidades que la integran, aunque podemos exceptuar el municipio de Montejo de la Sierra, ya que es el único en el que se observa un leve aumento desde la fecha de declaración, quizás debido a la ubicación en el mismo del principal recurso natural de la Reserva, el Hayedo de Montejo, que atrae al mayor número de visitantes (unos 25.000 anuales) y que ha generado la localización de equipamientos turísticos destinados a los mismos y con ello un desarrollo local un poco más elevado.

-Movimientos migratorios. Ambas reservas se ven afectadas por flujos migratorios del campo a la ciudad y de ciudad al campo. De carácter estacional aquellos motivados por el turismo y, flujos permanentes vinculados al fenómeno residencial que conlleva movimientos pendulares al lugar de trabajo. Ambas tipologías son responsables del cambio en los usos del suelo que experimentan un buen número de municipios

estudiados, evidenciando la tesis expuesta en 1973 por Valenzuela Rubio, “*la masiva urbanización y la crisis rural de la Sierra de Madrid*”. En ambas Reservas se advierte un cese de actividades tradicionales como la agricultura y ganadería, y de tipo silvícola, frente al avance del sector servicios, en especial el turismo.

-Rejuvenecimiento de la estructura poblacional. Compartido para ambas reservas, mayor en el caso de los municipios de la RBCAM. En relación con esta dinámica hay que considerar el factor de proximidad a la gran ciudad de Madrid y su área metropolitana y las ventajas comparativas que suscitan. Modernas infraestructuras y servicios, cómodos medios de transporte, mejora de las carreteras y accesos. Son aspectos que fomentan el rejuvenecimiento poblacional de los municipios por trasvase poblacional desde la gran ciudad aumentando el número de residentes en las últimas dos décadas. Este hecho se ve respaldado por una creciente cultura del transporte privado.

Economía

Para ambas Reservas, el descenso del sector primario es manifiesto como se verá más adelante. Solo tiene cierta relevancia en municipios de la RBSR, como es el caso de Puebla de la Sierra, en el que hemos de resaltar la importancia que ha ido adquiriendo la especialización en la agricultura ecológica como una alternativa para la recuperación de producciones tradicionales. El sector secundario, en el que se incluyen las actividades derivadas de la construcción ha sido bastante relevante, especialmente en la RBCAM, aunque sin duda, el sector mayoritario y que no ha dejado de crecer desde la declaración es el terciario o de servicios.

Hemos querido analizar de cerca la evolución del sector primario por ser el de mayor tradición en las dos Reservas. Las siguientes tablas muestran el número de explotaciones por municipio en los últimos treinta años.

Tabla 4. Evolución de las explotaciones agrarias por municipios, Reserva de la Biosfera Cuenca Alta del Manzanares. Fuente: Instituto de Estadística Comunidad de Madrid.

Municipio	1989	1999	2009
Alcobendas	13	6	4
Becerril de la Sierra	4	10	0
Collado Villalba	3	3	1
Colmenar Viejo	49	19	17
Boalo (El)	11	11	6
Galapagar	5	10	1
Hoyo de Manzanares	15	4	3
Madrid	62	39	38
Manzanares el Real	11	5	2
Moralzarzal	18	7	1
Rozas de Madrid (Las)	10	0	0
Navacerrada	4	0	0
San Sebastián de los Reyes	30	8	3
Soto del Real	13	12	2
Torrelodones	1	1	0
Tres Cantos	-	3	5
Total:	249	138	83

Tabla 5. Evolución de las explotaciones agrarias por municipios, Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón. Fuente: Instituto de Estadística Comunidad de Madrid.

Municipio	1989	1999	2009
Montejo de la Sierra	41	3	2
Prádena del Rincón	59	1	1
Horcajuelo de la Sierra	9	1	0
Puebla de la Sierra	57	4	1
La Hiruela	166	9	4
Total:	332	18	8

-Descenso del número de explotaciones agrarias. En ambas Reservas se observa esta dinámica. En la RBCAM, en el año 1989 existieron 249 explotaciones agrícolas, 20 años tarde, en el año 2009, descienden a 83 el número de titulares de explotación. Para el caso de la RBSR los datos ofrecen una tendencia similar, de 332 explotaciones en el año 1989

descienden a 8, las causas no están relacionadas con el cambio de uso del suelo sino más bien, asociadas al despoblamiento y abandono del campo como confirma la Tabla 2 referida al total de población por municipios.

Dinámica de la actividad turística

En la RBCAM la llegada del turismo se produce de forma marcada en la década de 1960, no obstante no hay que olvidar el movimiento higienista vivido a comienso del siglo XX con la aparición de las primeras colonias de veraneo. En 1970 se suceden procesos de urbanización en numerosos lugares en el territorio que más adelante se convertirá en Reserva de Biosfera. Son significativos de este periodo las poblaciones como Collado Villaba y Torreldones, junto a otros. Esta revitalización asociada al auge de la segunda residencia de fin de semana paralizó el despoblamiento que vivían otras zonas rurales iniciándose un cambio en la economía, el paso de una economía rural a otra de servicios y el surgimiento de comercios, hostelería, etc. No hizo falta por tanto la intervención de la administración para el desarrollo de estos municipios a excepción de actuaciones urbanas vinculadas a los deportes de invierno como es el caso del entorno de Navacerrada y la finca de Valcotos.

Situación bien distinta es la que ofrece la RBSR, la preocupación por el claro declive del territorio de los municipios de la Sierra Norte (entre los que se encuentran los cinco municipios de la RBSR), llevó a la administración madrileña a impulsar algún tipo de actuaciones, así en 1982 se declara la zona como “Comarca de Acción Especial”; en 1986 la entrada en la CEE canalizaría algunos de los recursos económicos necesarios para la revitalización de la zona; se crea en 1986 el PAMAM (Patronato Madrileño de Áreas de Montaña) que elaboraba un Plan Comarcal para la Zona. En definitiva, en los años noventa se realizaron multitud de iniciativas de dinamización que se orientaron hacia el desarrollo de la actividad turística, así el turismo rural se convertía en la principal apuesta para la revitalización económica y social del área.

La variable escogida para el estudio de la dinámica de la actividad turística es el número de establecimientos hoteleros por municipios (Tablas 6 y 7). Hemos seguido la clasificación del Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid, que entiende por establecimientos hoteleros: casa rural, pensiones, apartamentos, campamentos y sus tipologías, hostales, hoteles, hostería, hoteles-apartahoteles, vivienda de uso turístico.

*Imagen 1: Reserva de la Biosfera Cuenca Alta del Manzanares.
Fotografía: F. Santa-Cecilia*



*Imagen 2. Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón.
Fotografía: Trinidad Vacas*



Tabla 6. Total establecimientos hoteleros por municipio. Reserva de la Biosfera Cuenca Alta del Manzanares. Fuente: Instituto de Estadística Comunidad de Madrid.

Municipio	2015	2004
Alcobendas	17	8
Becerril de la Sierra	3	3
Collado Villalba	15	5
Colmenar Viejo	4	1
Boalo (El)	3	1
Galapagar	1	0
Hoyo de Manzanares	2	0
Madrid *	-	-
Manzanares el Real	9	3
Moralzarzal	2	2
Rozas de Madrid (Las)	11	5
Navacerrada	8	7
San Sebastián de los Reyes	10	5
Soto del Real	4	2
Torrelodones	2	1
Tres Cantos	5	4
Total:	96	47

Tabla 7. Total establecimientos hoteleros por municipio. Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón. Fuente: Instituto de Estadística Comunidad de Madrid.

Municipio	2015	2005	2004
Montejo de la Sierra	8	15	7
Prádena del Rincón	4	6	2
Horcajuelo de la Sierra	6	8	3
Puebla de la Sierra	6	8	4
La Hiruela	6	8	3
Total:	30	45	19

Aumento del número de establecimientos hoteleros en los años cercanos a la declaración de la Reserva de Biosfera y posterior recesión.

En la RBCAM aumenta el número de establecimientos hoteleros. Se duplican entre 2004 y 2015. Este crecimiento es más acusado en municipios de mayor volumen de población cercanos a la metrópoli, Alcobendas, S.S. de los Reyes, Collado Villalba. Por otro lado, en localidades de carácter residencial como Colmenar Viejo, Torrelodones, se produce un descenso acusado de estos servicios siendo llamativo el caso de

Hoyo de Manzanares donde no se registra ningún establecimiento hotelero en 2015. Finalmente, en poblaciones situadas en las zonas de mayor valor ambiental, se observa un aumento aunque leve, destacando Manzanares el Real, triplicándose su oferta (de 3 pasa a 9) entre el periodo 2004-2015.

En la RBSR, al abrigo de la declaración de la Reserva y sin duda por el reclamo turístico que esta figura de protección supuso, así como las ayudas recibidas tanto desde la Comunidad de Madrid como de fondos europeos, vemos que el número de alojamientos se duplicó entre 2004 y 2005. En la actualidad el número total se ha reducido y estabilizado en 30. El número total de plazas hoteleras es de 559 (de ellas 370 se concentran en Montejo, mientras que el resto de los municipios ronda las 50). Las empresas dedicadas a la hostelería son 15, la mayor parte de ellas dedicadas a la restauración (5 en Montejo, 3 en Horcajuelo y la Hiruela, y 2 en Puebla y Prádena).

En 2012, se inició por la Comunidad de Madrid el Proyecto “Emprendedores” para impulsar el empleo y el desarrollo rural de los cinco municipios que integran la RBSR. Se presentaron 14 iniciativas (8 de población local y 6 de otros municipios de la Sierra Norte), las actividades están vinculadas a la práctica del ocio en contacto con la naturaleza y el aprendizaje de los oficios tradicionales, así como la formación ambiental y la sensibilización y el respeto por el medio.

Conclusiones

Dos modelos próximos en el espacio y bajo una misma administración y figura de protección internacional pero contrapuesta y muy diferente en sus características (las que hemos analizado).

Mayor transformación del paisaje en el caso de la RBCAM frente a la RBSR, que mantiene “vivos” los elementos del paisaje. Los planes urbanísticos de la RBSR se muestran más próximos a la creación de una imagen arquitectónica rural a diferencia de la Reserva de Manzanares, más urbana. En este caso, la figura de la Reserva propicia un mantenimiento de los rasgos urbanos de estos municipios rurales. A diferencia de otros lugares de Madrid, ha de destacarse el escaso desarrollo urbanístico en la Sierra del Rincón, la cual se encuentra libre de edificios fuera de los cascos urbanos.

Escaso carácter vinculante de la normativa del programa del MAB. La figura de protección no va acompañada de instrumentos de carácter ejecutivo que conlleven una obligatoriedad en su cumplimiento.

El suelo que ocupan las explotaciones agrarias cercanas a los conjuntos urbanos se ha visto reducido en las últimas décadas. La causa se encuentra en la reclasificación del suelo, de rústico a urbanizable y urbano, disminuyendo así las actividades tradicionales y en consecuencia

generando una de las transformaciones territoriales más importantes en los espacios urbanos de ambas reservas.

En la actualidad ambas Reservas se encuentran dentro del marco de la aplicación del nuevo Programa de Desarrollo Rural de la Comunidad de Madrid 2014-2020. Las acciones se concretan en la formación de los participantes capacitándoles para el aprovechamiento del patrimonio natural, cultural y etnográfico que tienen a su disposición, así como el desarrollo de nuevas iniciativas profesionales que les permitan asentarse en el territorio. Se centrarán principalmente en actividades y servicios ambientales que provee el medio rural y natural en estos espacios y se realizarán algunas inversiones en infraestructuras turísticas y recreativas de pequeña escala.

La declaración de la RBSR no ha repercutido positivamente en el aumento de la población en la zona. El despoblamiento generalizado, a pesar de leves repuntes, nos parece una característica relevante. La declaración de la Reserva no ha solventado este problema (dinámicas demográficas regresivas no solucionadas con la declaración de la Reserva).

Los servicios ambientales y su conservación, objetivo de la declaración de las RB, han servido como soporte de un nuevo modelo de desarrollo aunque exclusivamente dedicado al sector servicios y muy focalizado en actividades turísticas.

Las pautas marcadas en los objetivos de la UNESCO pueden ser asumidas fácilmente por la población local y por la administración municipal en la RBSR, así se ha construido un modelo de participación social donde la población local se ha integrado de una manera proactiva en la gestión de la RB y en la elaboración del Plan de Gestión 2015-2025.

En algunos casos la declaración de RB se ha percibido por la población local como un freno a la expansión de algunas actividades económicamente rentables (urbanización, cambios de uso del suelo, implantación de algunas actividades comerciales, realización de nuevas infraestructuras de transporte, etc.), no ha sido así en la RBSR, donde han visto la posibilidad de articular un modelo de desarrollo local basado en la conservación de la naturaleza, del patrimonio y de los valores tradicionales existentes, viendo en todo ello una posible fuente de ingresos y de empleo.

Ambas RB madrileñas han conformado un escenario muy distinto para la gestión del territorio. Son dos modelos muy diferentes. En RBSR ha habido unas claras sinergias con las actividades locales, mientras en RBCAM puede servir como alternativa para proteger valores naturales fuertemente amenazados.

En ambos casos coexiste el hombre con la biosfera como determina el Programa MaB, sin embargo la planificación urbanística y ordenación territorial de la RBSR ha estado más controlada que la RBCAM, independientemente de ser una Reserva mucho más joven y con menos

población. El porcentaje de suelo no urbanizable en la primera es del 90% aproximadamente, este hecho ha propiciado conservar en mejores condiciones la arquitectura tradicional.

En lo que respecta a los objetivos del Plan de Acción de las Reservas, ambas cumplen con ellos. Sin embargo, cuando analizamos la zonificación de cada una de las Reservas, se pudo comprobar que la RBCAM sí que tiene zonas núcleo y de amortiguación, pero carece claramente de zonas de transición; la RBSR cuenta con las tres zonas de protección.

En la RBCAM el hecho de estar ubicada dentro del Parque Regional Cuenca Alta del Manzanares y recientemente también dentro del Parque Nacional Sierra de Guadarrama, ha hecho que la figura de Reserva haya quedado en un segundo lugar mientras que en RBSR, aunque existen otras figuras de protección en algunas de sus zonas, la que prevalece por encima de las demás es la de Reserva de la Biosfera.

Desde el punto de vista sociológico, se observa un aumento de lo que se conoce como neorruralismo, o lo que es lo mismo, comportamientos urbanos llevados al campo. Dinámica que tiene como consecuencia directa la demanda de servicios e infraestructuras en estos núcleos de tradición rural. Esta realidad geográfica puede generar conflictos sociales asociados al mantenimiento de actividades tradicionales, pero también cambios en la estética de los núcleos urbanos. Esta dinámica paisajística conlleva a su vez la modificación del imaginario del visitante que acude a estos espacios. La imagen que el turista crea en su mente al visitar un lugar, se ve modificada con el aumento poblacional y sus nuevas conductas urbanas, mermando la calidad del paisaje cultural percibido. Este efecto es más patente en la reserva de Manzanares que en la del Rincón.

El descenso del número de explotaciones agrarias que experimentan ambas reservas va asociado a dinámicas contrarias a los objetivos del programa MaB que afectan paisaje. La desaparición de estas funciones agrarias tiene como consecuencias directas el desempleo en el sector primario y el deterioro del paisaje rural como consecuencia del abandono de las labores agrícolas.

Referencias bibliográficas

- ESPAÑOL BOUCHÉ, L. (2008): *La Sierra del Rincón Reserva de la Biosfera. Pasado y futuro de una sierra de Madrid*. Fundación para la Investigación y el Desarrollo Ambiental (FIDA), Madrid. *Estudios Geográficos*, LVI, 219, 147-168.

- FERRER, D.; SANTA-CECILIA, F. (2005): *Lectura del paisaje de la Comarca Alto Guadarrama, Alto Manzanares: un legado histórico. Guía para su interpretación*. ADESGAM, Fundación Biodiversidad.
- GÓMEZ GÓMEZ, C.M., NORTES, M. (2010): “*Los servicios ambientales y el desarrollo de las Reservas de Biosfera de la Comunidad de Madrid*” en Miren Onaindia Olalde: *Servicios ambientales en reservas de la biosfera españolas*, págs. 185-208. OAPN, UNESCO.
- LÓPEZ ESTÉBANEZ, N. & SÁEZ POMBO, E. 2002: “*Gestión, aprovechamiento y paisaje de las dehesas de Guadarrama y Somosierra (Madrid)*”: Estudio de casos, *Revista Ería*, 58: 231-245.
- LOURÉS SEOANE, M.L. (2001): *Patrimonio natural y territorio. La Sierra del Rincón en la Comunidad Autónoma de Madrid*.
- PAMAM (1995): *La Sierra del Rincón. Reserva de naturaleza y arquitectura rural*. Patronato Madrileño de Áreas de Montaña. Madrid.
- VALENZUELA RUBIO, M. (1973): *Urbanización y crisis rural en la Sierra de Madrid*. Universidad Complutense.

Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón (2016): Memoria anual 2015

Instituto de Estadística Comunidad de Madrid (2016): Banco de Datos Municipal del Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid [consulta: 20/07/2016].

Comunidad de Madrid. Orden 203/2014, de 10 de febrero, de la Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio de la Comunidad de Madrid, por la que se crea la Sección de Reservas de la Biosfera del Consejo de Medio Ambiente de la Comunidad de Madrid. BOCM de 21 de febrero de 2014.

Centro de Recursos de la Sierra del Rincón: <http://www.sierradelrincon.org/>

La custodia del territorio como instrumento de gestión medioambiental y turística.

Una revisión desde el análisis de experiencias

Margarita CAPDEPÓN FRÍAS

Departamento de Turismo – Universidad Católica de Murcia (UCAM) - Murcia, España, mcapdepon@ucam.edu

Capdepón, Frías, M. 2016. La custodia del territorio como instrumento de gestión medioambiental y turística. Una revisión desde el análisis de experiencias. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 321-333. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. La gobernanza territorial requiere mecanismos innovadores de gestión y conservación de la naturaleza, entre los que cabría destacar la Custodia del territorio, un instrumento cuyo alcance puede ir mucho más allá de lo puramente medioambiental, puesto que, para el tema que este coloquio ocupa, es capaz de desempeñar un interesante papel también desde el punto de vista turístico. Así, la presente comunicación pretende avanzar en el conocimiento de estas cuestiones y demostrar que la custodia puede participar directamente en el desarrollo del turismo. Para ello, el texto revisa y analiza experiencias significativas de diversas entidades de custodia, tanto a escala nacional como internacional, que proponen actividades y servicios turístico-recreativos de muy variado tipo.

Palabras clave: Gobernanza territorial, acuerdos voluntarios, conservación, turismo de naturaleza, ecoturismo.

Introducción

En el marco de la gobernanza territorial, se requieren mecanismos de gestión y conservación medioambiental innovadores como la Custodia del territorio, que implica a propietarios, usuarios y distintas entidades en la conservación y buen uso de espacios de gran valor natural, cultural y paisajístico a partir de acuerdos voluntarios y colaboraciones (BASORA y SABATÉ, 2006). De hecho, según los resultados de algunos estudios (EAGLES, 2009; ROMAGOSA ET AL., 2012), los modelos más próximos a los estándares de buena gobernanza son, precisamente, aquellos en los que participan organizaciones sin ánimo de lucro (por ejemplo, las entidades de custodia), bien de manera exclusiva o en colaboración con otros agentes.

Se trata de un instrumento que se viene desarrollando desde finales del s. XIX en países anglosajones como EE.UU., Reino Unido, Canadá y otros de Latinoamérica, donde se encuentra fuertemente consolidado (BASORA y SABATÉ, 2006; DURÁ, 2015) y encaja con el resto de políticas, instrumentos legales, y estrategias en materia medioambiental (SABATÉ ET AL., 2013). Y si bien es cierto que en España se encuentra en un estado todavía muy incipiente, está ganando cada vez mayor peso en la gestión del medio natural, particularmente en regiones como Cataluña o Illes Balears. Tanto es así, que la Ley del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad, marco normativo estatal desde el año 2007, apunta a la necesidad de que las Administraciones públicas fomenten la custodia mediante la firma de acuerdos entre entidades públicas o privadas sin ánimo de lucro (asociaciones o fundaciones, ONG conservacionistas, entes públicos, etc.), y propietarios a partir de los cuales se pacta el modo de conservar y gestionar determinado un territorio.

Para PIETX y CARRERA (2012:12) constituye una herramienta de «conservación innovadora, participativa, de incidencia política y social y de proyección internacional» que, por lo general, tiene un mayor desarrollo fuera del suelo estrictamente protegido. En efecto, complementa los mecanismos de conservación tradicionales y suele funcionar en terrenos tan importantes para los espacios naturales protegidos como son los corredores ecológicos, zonas de amortiguamiento o áreas protegidas por figuras de menor rango; todos elementos esenciales para la integración ecológica y territorial.

El papel de la custodia del territorio en el contexto turístico

Una aspecto de máxima importancia para el trabajo que aquí se presenta es que, además de los objetivos habituales, generalmente asociados a la gestión medioambiental, la conservación de especies o la restauración de hábitats, la custodia del territorio también puede contribuir a poner en valor el patrimonio natural y cultural de los terrenos custodiados, acercar sus valores a la sociedad, transmitir su importancia, y proporcionar los servicios necesarios para que aquellos sean aprovechados con fines educativos, lúdicos y recreativos. Dicho de otro modo, los acuerdos de custodia pueden generar beneficios económicos con enfoques más mercantilistas; por ejemplo mediante prácticas relacionadas con el ecoturismo (alojamientos, visitas guiadas) o la educación ambiental (SABATÉ et al., 2013).

Además, resultan de gran interés los posibles vínculos entre las entidades de custodia y el colectivo empresarial local. Y es que las primeras pueden proporcionar una protección eficiente y eficaz de los recursos naturales, mientras que las empresas podrían facilitar

financiación, redes de colaboradores y experiencia en el marco del turismo sostenible (CHANCELLOR et al., 2011; CHANCELLOR, 2012). Unas relaciones que, asimismo, servirían para difundir los principios de la custodia entre los visitantes, promocionar los espacios custodiados (BASORA y SABATÉ, 2006) y fomentar actividades turístico-recreativas en fincas privadas (SABATÉ et al., 2013). De hecho, según URRY y LARSEN (2011), el incremento en el número de miembros de este tipo de organizaciones centradas tanto en la protección como en la mejora del acceso a la naturaleza es un reflejo de que esta se ha convertido en un objeto atractivo para los visitantes y turistas.

Por razones como estas, el Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad (2014-2020), no duda en afirmar que «la custodia del territorio puede contribuir a las alianzas entre los diferentes actores interesados de cara a avanzar en las sinergias positivas entre turismo, biodiversidad y conservación».

Con todo, no abundan en España experiencias en las que se combinan custodia y turismo; una realidad que también queda reflejada en la escasez de referencias bibliográficas sobre estos temas, más allá de algunas alusiones en ciertas publicaciones de corte esencialmente medioambientalista y/o conservacionista (EUROPARC-España, 2010; PIETX y CARRERA, 2012; SABATÉ et al., 2013). Más numerosos y extendidos son los trabajos procedentes de la literatura anglosajona (TURNER et al., 2001; EAGLES, 2008, 2009, 2013; CHANCELLOR et al., 2011; CHANCELLOR, 2012, entre otros), realizados en su mayoría en aquellos países donde este tipo de instrumentos están mucho más consolidados.

Objetivos y metodología

En cualquier caso, y de acuerdo a EAGLES (2013), se trata de líneas de investigación prioritarias en las que es necesario profundizar. De ahí el interés de esta comunicación en avanzar en el conocimiento del papel que puede desempeñar la custodia del territorio desde un punto de vista turístico-recreativo y, muy especialmente, en las sinergias positivas que se pueden generar. Se pretende demostrar que la custodia posee una gran potencialidad para convertirse en un instrumento de gestión no solo de tipo ambiental sino, especialmente, en un mecanismo que contribuya al impulso de determinadas prácticas turísticas.

Para alcanzar el objetivo, se ha llevado a cabo un análisis empírico de diversas entidades de custodia, tanto a escala nacional como internacional (ver tabla 1), a partir de la información existente en sus páginas web, informes y memorias anuales y publicaciones corporativas, y otras fuentes bibliográficas (FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD, 2015;

DURÁ, 2015). Cabe apuntar que tales organizaciones ha sido elegidas más por proporcionar experiencias significativas que permitan verificar estas suposiciones que por la aplicación de criterios específicos de selección.

Tabla 1: Entidades de custodia revisadas en el trabajo



Creada en 1889, se encarga de conservar miles de hectáreas de importancia ecológica para las aves en Reino Unido mediante la compra de tierras y recepción de legados (DURÁ, 2015). Cuenta con 1 millón de socios y posee unas 200 reservas (casi 130 000 ha).



Fundada en 1895, es otra de las entidades británicas más relevantes; protege unos 1215 km de costa, 247 000 ha de tierra, y unos 350 edificios históricos, jardines, parques, monumentos y reservas naturales; tiene más de 4 millones de socios y ha recibido unos 21 mill. de visitantes entre 2010 y 2014.



Creada en 1951 en EEUU, se ha consolidado como una de las entidades más importantes a escala global. Gestiona entornos de gran valor en 69 países, protege unas 48.000.000 ha y 8.000 km de río, y desarrolla más de 100 proyectos de conservación marina. Cuenta con más de 1 mill. de socios.



La Sociedad Española de Ornitología (SEO/BirdLife) se fundó en 1954 para conservar las aves silvestres y su hábitat (DURÁ, 2015). Es una de las entidades españolas con mayor superficie custodiada con casi 57 000 ha (FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD, 2015), entre ellas 8 reservas ornitológicas.



Pionera en Latinoamérica (1979), desde 1987 desarrolla el Programa Refugios de Vida Silvestre, una red nacional de 18 reservas privadas (unas 193.000 ha) a partir de convenios con propietarios. Son compromisos formales para desarrollar actividades productivas sostenibles.

Fundación para la Conservación del Buitre Negro

Creada en 1986 en Holanda con el fin de recuperar al Buitre negro en su antigua área de distribución europea. Su primer proyecto se inició en 1987 en Mallorca, España, apoyando hasta la fecha al Govern de les Illes Balears en en la recuperación de la última población insular de Buitre negro en el mundo.



Constituida en 1993, sus fines fundacionales son la conservación, protección y ordenación del medio ambiente. Se encuentra entre las principales organizaciones españolas por número de acuerdos de custodia, con 133 convenios firmados (FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD, 2015).



Fundada en Mallorca (2002) para contribuir a la conservación de la biodiversidad en Baleares y el resto del Mediterráneo; cuida y desarrolla actividades científicas, conservacionistas y educativas en varias fincas (Son Pons, Campanet, Ariant).



Antes Fundación Urdaibai, nace en el País Vasco en 2002 como entidad privada y sin ánimo de lucro para favorecer la conservación y la gestión del patrimonio natural. En la actualidad tiene firmados un total de 138 acuerdos (FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD, 2015).



Constituida en 2009 como ONG, es una iniciativa de personas residentes en varias regiones, especialmente del medio rural, que comparten el interés por su conservación y su desarrollo sostenible. Según la FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD (2015), cuenta con 205 acuerdos de custodia firmados.

**Fundació
Catalunya-La
Pedrera**

Fundada en 2013, y con origen en la Obra Social de Caixa Catalunya, tiene unos 59 acuerdos firmados (FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD, 2015), lleva a cabo un programa de iniciativas de custodia del territorio (Red Espais Natura), además de apoyar a la Xarxa de Custòdia del Territori de manera regular.

Elaboración propia a partir de las *web* corporativas de cada entidad y las fuentes citadas.

Aplicación del análisis de relaciones entre custodia y turismo

La revisión de estas entidades de custodia del territorio desde la lectura que aquí se propone ha permitido identificar diferentes líneas de acción con una marcada componente turístico-recreativa; son las que se muestran a continuación.

Visitas y desarrollo de actividades turístico-recreativas

No cabe duda que la llegada de visitantes y la práctica de actividades lúdico-recreativas constituyen una de las apuestas más clara

que tienen las entidades de custodia en el marco del aprovechamiento turístico de sus terrenos protegidos. Claro ejemplo de ello es *The Nature Conservancy* que, al menos en sus territorios de EE.UU., ofrece la posibilidad de realizar tours y viajes de varios días, propone el desarrollo de muy diversas prácticas deportivas (senderismo, cicloturismo y BTT, escalada, paseos a caballo, travesías en kayak y canoa, rutas en raquetas de nieve, entre otras muchas), ofrece itinerarios libres y otros autoguiados para observar la naturaleza o practicar la fotografía, organiza eventos (fiestas en la naturaleza, por ejemplo) y admite la caza o la pesca en aquellos espacios donde se dan las condiciones para ser permitidas. Todo ello sobre la base de una completa red de equipamientos e infraestructuras de uso público (centros de visitantes, senderos, áreas recreativas, zonas de picnic, paneles informativos, etc.).

Si bien con un desarrollo extraordinariamente menor, son varias las organizaciones que en España proponen prácticas similares en el marco del impulso del turismo rural y de naturaleza. Entre las principales entidades de custodia por número de acuerdos (según datos de la Fundación Biodiversidad en 2015), cabe mencionar la Asociación para la custodia del territorio y el desarrollo sostenible (ACUDE) que impulsa y apoya diversas iniciativas (itinerarios, visitas, observación de fauna y flora) en fincas integradas en la red de custodia, además de actividades cinegéticas en cotos privados que forman parte de la misma. Así también, las excursiones y visitas guiadas organizadas eventualmente por la Fundación Lurgaiá para mostrar el patrimonio natural de sus terrenos custodiados. Por su parte, la Fundació Catalunya-La Pedrera ofrece actividades como visitas guiadas, excursiones y talleres, generalmente a cambio de una pequeña aportación económica, además de la posibilidad de realizar itinerarios por cuenta de los visitantes en su red de espacios naturales.

A todas ellas se le suman las prácticas relacionadas con la observación de aves, actividad todavía bastante incipiente en España, pero muy extendida y ampliamente consolidada en países como Reino Unido donde mueve millones de aficionados al año; no en vano, se trata de la cuna del *birdwatching* (Capdepón, 2013). En este contexto, cabe destacar las organizaciones conservacionistas que tienen entre sus principales objetivos la conservación de hábitats naturales para la protección de aves.

Es el caso de *The Royal Society for the Protection of Birds* (en adelante, RSPB) que a la gestión y acondicionamiento de sus terrenos para la llegada de visitantes, añade una amplia oferta de actividades y eventos de variado tipo (acciones de educación ambiental, excursiones, visitas guiadas y rutas de senderismo, observación de fauna y flora, etc.), muchas de las cuales están especialmente dirigidas a colectivos educativos, familias y niños.

En líneas similares trabaja SEO/Birdlife en sus áreas custodiadas y reservas ornitológicas, además de ser responsable de la iniciativa *iberaves*, dirigida a profesionales del sector comprometidos a poner en práctica una oferta de ecoturismo y turismo ornitológico responsable en España. Se trata de un marco de colaboración entre la entidad y el resto de agentes para alcanzar una oferta turística respetuosa con la naturaleza, las aves y la biodiversidad, y que contribuya al desarrollo rural, y a la creación de empleo y generación de riqueza local. Para hacerlo posible, pone a disposición distintas herramientas para mejorar la formación de los profesionales, así como un código ético y un manual de buenas prácticas dirigidas al público en general.

Distintas formas de alojamiento

Otro de los servicios esencialmente turísticos que incorporan las entidades de custodia es el alojamiento. En este sentido, uno de los mejores ejemplos se encuentra en *The National Trust* que ofrece una amplia y variada red de establecimientos en Inglaterra, Gales e Irlanda del Norte. Una de las formas más populares es la posibilidad de alquilar temporalmente alguno de los más de 400 *holiday cottages*; edificaciones tradicionales (casas de campo, cabañas, granjas, faros, castillos, entre otras) adaptadas y dotadas de los servicios necesarios para su ocupación y uso por parte de los visitantes. Cabe señalar que parte de estas edificaciones son propiedad de particulares y se utilizan mediante un acuerdo de arrendamiento, y que, en ocasiones, requieren ser reformadas para ajustarse a los estándares marcados por la entidad. En cualquier caso, *The National Trust* posee un elevado número de construcciones de este tipo, además de seguir adquiriendo otras nuevas.

Otras de las propuestas, esta vez dirigida a un visitante de mayor poder adquisitivo, se apoya en varios edificios históricos (*country-houses*) que fueron donados a la entidad y que han sido también restaurados para convertirlos en hoteles. Un tipo de alojamiento que incluye spa, tratamientos de belleza y salud, servicios para la celebración de congresos, eventos y ceremonias, y una oferta gastronómica de cierto nivel. Desde el punto de vista económico, subrayar que las ganancias derivadas de ambas modalidades de alojamiento alcanzaron los 3 millones de libras (unos 3,5 millones de euros) entre los años 2014 y 2015 (NATIONAL TRUST, 2015).

Por último, la entidad promociona a través de su sitio web zonas de acampada y *Bed & breakfast* particulares dentro de los terrenos que custodia, si bien en el segundo caso, la entidad no se hace responsable de inspeccionar las condiciones de alojamiento ni exige el cumplimiento de unos estándares de calidad mínimos.

También diversas son las opciones de alojamiento de la Red de Refugios de la Fundación Vida Silvestre en las que el ecoturismo representa una de las principales actividades productivas sustentables. En varias de las 18 reservas privadas que conforman la red, existen de cabañas con comodidades mínimas para el visitante, distintas áreas de acampada y un albergue de montaña. Y en este caso concreto, es preciso destacar la infraestructura hotelera una de estas reservas (Refugio Yacutinga) que por «su criterio edilicio en armonía con su entorno selvático» ha sido incluida por la OMT entre los 60 establecimientos ecoturísticos más destacados a nivel mundial (FUNDACIÓN VIDA SILVESTRE, 2016).

En España cabría destacar los alojamientos rurales incluidos en la Red de Custodia del Territorio en la isla de Mallorca, desarrollada a partir de acuerdos entre la Fundación de Conservación del Buitre Negro (BVCF), la Fundación Vida Silvestre de Mediterránea (FVSM) y los propietarios de fincas privadas y establecimientos. Los objetivos principales de estos acuerdos son la puesta en valor de recursos naturales y culturales, el incremento de actividades socioeconómicas en el marco del ecoturismo, turismo rural y agroturismo, y la conservación de entornos de la Red Natura 2000.

La importancia de la colaboración con el resto agentes turísticos

El enorme peso que tiene *The National Trust* se refleja también en su red de colaboradores que incluye diversas empresas y organizaciones. En el marco de la actividad turística mantiene vínculos con varias compañías de cruceros (*Swan Hellenic*, *Voyages of Discovery* y *Hebridean Island Cruises*), donde los socios disponen de descuentos en la reservas, y con *Virgin experience days*, dedicada a organizar múltiples y variadas experiencias de ocio en Reino Unido, algunas de las cuales tienen lugar en áreas custodiadas por la entidad. De mayor interés, incluso, son los compromisos adquiridos por otras empresas como *Just Go! Holidays*, que no solo ofrece viajes personalizados a propiedades de *The National Trust* sino que además aporta a la entidad 25£ (unos 29 €) por cada cliente que reserva un viaje.

Se trata de una iniciativa similar a la desarrollada por *The Headland Hotel*, que, como parte de su responsabilidad social corporativa (RSC), ofrece a sus huéspedes la posibilidad de donar 1£ (poco más de 1 euro) en el momento que abandona el hotel. De esta manera, se recaudó unas 23.000£ (unos de 26.600 €) entre 2014 y 2015, que contribuyeron a la realización de pequeñas acciones de restauración en varias propiedades que la entidad tiene en la localidad. Y es que, tal y como explican SABATÉ ET AL. (2013), si bien no es todavía una estrategia mayoritaria, muchas empresas prestan una dedicación creciente a la RSC, concepto que ayuda a integrar una perspectiva social y ambiental a su acción comercial,

siempre de manera voluntaria. Así, las compañías pueden desempeñar un rol positivo en la conservación de la biodiversidad, en general, y en la custodia del territorio, en particular.

Otra organización que mantiene este tipo de alianzas es *The Nature Conservancy*, que reconoce el importante papel del sector privado en la protección del medio natural; de ahí su colaboración con diversas compañías de todo el mundo para la mejora de prácticas empresariales, el incremento de la concienciación medioambiental, el apoyo a iniciativas conservacionistas y científicas, y el aumento de inversiones privadas en la conservación. Es el caso Delta Air Lines que, junto con la entidad, y dentro de su política de RSC, se comprometió en 2007 a participar en proyectos de recuperación forestal como medida de compensación de las emisiones de carbón. La aerolínea permite a sus viajeros calcular el impacto ambiental de sus vuelos y les ofrece la oportunidad de comprar una compensación voluntaria para financiar el proyecto que ellos mismos elijan. De esta forma, y de acuerdo al último informe publicado por la compañía, se lograron compensar unas 3.190 toneladas métricas de carbón en el año 2014 (DELTA AIR LINES, 2015).

Por su parte, la Fundación Vida Silvestre trabaja junto con todos los sectores de la sociedad, y esto incluye a las empresas como promotoras de cambios de patrones de producción y consumo, en un intento de encontrar soluciones a los problemas ambientales de Argentina. De ahí otro buen ejemplo de responsabilidad social y ambiental de las empresas turísticas como es el proyecto *Check out para la naturaleza*, un mecanismo de WWF internacional para financiar iniciativas de turismo responsable y conservación mediante el aporte voluntario de turistas y la predisposición de los hoteles involucrados. Como partícipe del mismo, esta fundación adapta el proyecto para implantarlo en su país con los objetivos de conservar la biodiversidad biológica, promover el uso sustentable de los recursos naturales e incentivar el consumo responsable. Así las empresas turísticas adheridas a la iniciativa ofrecen a sus clientes la posibilidad de hacer una donación al momento de hacer el *check out*, que es entregada a la entidad para apoyar los distintos proyectos de conservación desarrollados (FUNDACIÓN VIDA SILVESTRE, 2016).

En definitiva, se trata de una particular «ecotasa» (EUROPARC-España, 2010), de manera que quien visita un equipamiento turístico vinculado a un acuerdo de custodia puede donar dinero voluntariamente que se destina al programa de conservación de dicha entidad o, como se acaba de observar, de algún otro organismo externo.

Otras iniciativas en el marco del ecoturismo

Desde una amplia perspectiva, las propuestas mencionadas se podrían enmarcar dentro del turismo de naturaleza; en cualquier caso, se

considera necesario apuntar en este último punto algunas iniciativas desarrolladas por las entidades cuyo objetivo es el impulso del ecoturismo. Entendido, tal y como lo hace *The Nature Conservancy*, como aquel que presenta un especial énfasis en la conservación, la educación de visitantes y comunidades locales, y el beneficio socioeconómico de las mismas (reversión de ingresos, generación de puestos de trabajo, creación de empresas turísticas...). Una práctica donde el turista ha de tener, además, un alto grado de responsabilidad e interés por participar activamente en la comunidades que visita.

Así, sobre la base de estos principios, la entidad norteamericana ha contribuido durante los últimos años al impulso de proyectos ecoturísticos en diversos países del mundo, en ocasiones en colaboración con otras organizaciones internacionales. Algunos ejemplos de ello se localizan en varios parques nacionales marinos en Bahamas, en la Reserva Ecológica de Loisaba (norte de Kenia), en la Reserva Costera Valdiviana (sur de Chile), y el Parque Nacional Cabo Pulmo, un arrecife coralino al sur de Baja California, Méjico.

En el caso español, cabe mencionar el «Proyecto de custodia marina y biodiversidad» impulsado hace unos años por la Fundación Global Nature como uno de los socios fundadores de Turebe (Asociación Empresarial Innovadora Ecoturismo Responsable en la Biosfera). Un proyecto enfocado a la creación de productos turísticos en entornos naturales donde la fundación, una de las entidades de custodia más destacadas a nivel nacional, fue una de las encargadas de la formación de empresarios turísticos en temáticas como el desarrollo de buenas prácticas en el medio marino o estrategias de comunicación sobre biodiversidad y turismo.

Conclusiones

Con lo visto en el trabajo, se pone de manifiesto que la custodia del territorio no solo es un instrumento de gestión medioambiental en el marco de la gobernanza territorial sino que también desempeña un significativo papel desde el punto de vista turístico, especialmente para el impulso de modalidades ligadas al turismo de naturaleza y el ecoturismo. Las entidades trabajan en la conservación de los entornos naturales y la recuperación de un patrimonio cultural y tradicional que se revaloriza para la generación de atractivos turísticos (visitas guiadas, estancias, prácticas deportivas, eventos, fomento del *birdwatching*...) y propuestas de alojamiento de muy variado tipo. Unos usos que, más allá de incrementar la oferta turística de los territorios en cuestión, generan un rendimiento socioeconómico a tener en cuenta. Los pagos por servicios turísticos como el alojamiento o las aportaciones voluntarias realizadas por los visitantes contribuyen a la

financiación de las entidades, al tiempo que las actividades lúdicas, educativas y recreativas desarrolladas pueden servir para la difusión de valores conservacionistas entre la usuarios de los espacios custodiados.

Asimismo, cabe destacar las sinergias positivas creadas por los vínculos entre las entidades y el resto de agentes del territorio. Los particulares y propietarios de fincas disponen de una posibilidad de rentabilizar mediante el uso turístico sus terrenos privados, que son gestionados ambiental y económicamente por la entidad. Por su parte, las relaciones con las empresas turísticas sirven para intercambiar experiencias, promocionar las organizaciones conservacionistas entre la demanda, divulgar la custodia como mecanismo de protección y gestión, y contribuir también a la financiación de las entidades a través de la RSC y otras inversiones privadas. En definitiva, un marco de colaboración público-privada que es esencial tanto para el sector turístico como para el desarrollo socioeconómico de los territorios.

Por último, subrayar la labor que desempeñan las entidades internacionales vistas en el trabajo, muy especialmente las anglosajonas (*The National Trust*, *RSPB* y *The Nature Conservancy*). Si bien no se ha pretendido aquí analizar las razones que explican por qué la custodia del territorio está mucho más extendida en unos lugares que en otros (para ello se recomienda leer, entre otros, a DURÁ, 2015), es indudable que cuentan un grado de consolidación incomparable con las organizaciones de nuestro país. Por ello, pueden servir de referencia no solo para evidenciar con claridad los vínculos entre custodia y turismo sino también para marcar el enorme recorrido que las entidades españolas tienen en este contexto, todavía bastante modesto. En cualquier caso, hay que valorar muy positivamente el constante aumento de iniciativas, número de entidades y acuerdos firmados durante los últimos años en España, tal y como reflejan los inventarios de la FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD (2015), así como el cada vez mayor dinamismo que presenta la custodia del territorio desde una perspectiva turística.

Bibliografía

- BASORA ROCA, X. y SABATÉ i ROTÉS, X. (2006): *Custodia del territorio en la práctica. Manual de introducción a una nueva estrategia participativa de conservación de la naturaleza y el paisaje*. Fundació Territori i Paisatge – Obra Social Caixa Catalunya. Xarxa de Custòdia del Territori. Disponible en http://custodiaterritori.org/mm/xct_castella_web.pdf.
- CAPDEPÓN FRÍAS, M. (2013): *El papel de los parques naturales como elementos de diversificación en el marco de la renovación de los destinos turísticos consolidados* (Tesis doctoral). Universidad de Alicante.

- CHANCELLOR, C. (2012): «Assessing the intention of land trust representatives to collaborate with tourism entities to protect natural areas», *Journal of Sustainable Tourism*, 20:2, 277-296
- CHANCELLOR, C.; NORMAN, W.; FARMER, J. y COE, E. (2011) «Tourism organizations and land trusts: a sustainable approach to natural resource conservation?», *Journal of Sustainable Tourism*, 19:7, 863-875.
- DURÁ ALEMAÑ, C.J. (2015): «La custodia del territorio», *Cuadernos de sostenibilidad y patrimonio natural*, 23. Disponible en http://custodia-territorio.es/sites/default/files/recursos/custodiaterritorio-resumentescj.dura_.pdf
- EAGLES, P.F.J. (2008): «Governance models for parks, recreation and tourism», en HANNA, K.S.; CLARK, D.A., y SLOCOMBE, D.S. (Eds): *Transforming parks: Protected area policy and management in a changing world*, 39-61. London: Routledge
- EAGLES, P.F.J. (2009): «Governance of recreation and tourism partnerships in parks and protected areas», *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 231-248.
- EAGLES, P.F.J. (2013): «Research priorities in park tourism», *Journal of Sustainable Tourism*, 22(4), 528-549.
- EUROPARC-España (2010): Mecanismos financieros innovadores para la conservación de la biodiversidad. Madrid, Fundación Fernando González Bernáldez 148 pp. Disponible en <http://www.redeuroparc.org/publicaciones/monografia3.pdf>
- FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD (2015). *Informe del 4º Inventario de Iniciativas de Custodia del Territorio del Estado español*. Plataforma de Custodia del Territorio de la Fundación Biodiversidad del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, 146 pp. Disponible en http://custodia-territorio.es/sites/default/files/informe_iv_inventario_estatal_custodia_territorio.pdf
- PIETX, J. y CARRERA, S. (2012): «Buenas expectativas para que la custodia del territorio crezca», en *Quercus*, 315, 12-13.
- ROMAGOSA, F.; EAGLES, P.F.J. y BUTEAU DUTSCHAEVE, W. (2012): «Evaluación de la gobernanza en los espacios naturales protegidos. El caso de la Columbia Británica y Ontario (Canadá)», *Anales de Geografía*, 32(1), 133-151.
- SABATÉ, X., BASORA, X., O'NEIL, C., y MITCHELL, B. (2013): *Conservar la naturaleza entre todos. La custodia del territorio, una herramienta para implicar la sociedad en la gestión del patrimonio natural en Europa*. Documentos LandLife. 1ª ed.
- TURNER, R.; MILLER, G. y GILBERT, D. (2001): «The role of UK charities and the tourism industry», *Tourism management*, 22, 463-472.
- URRY, J. y LARSEN, J. (2011): *The tourist gaze 3.0*. London: SAGE Publications, 282 pp.

Páginas web

ASOCIACIÓN PARA LA CUSTODIA DEL TERRITORIO Y EL
DESARROLLO SOSTENIBLE (ACUDE):

<http://www.custodiadelterritorio.com/>

DELTA AIR LINES: <http://www.delta.com/>

FUNDACIÓ CATALUNYA-LA PEDRERA: <http://www.fundaciocatalunya-lapedrera.com/>

FUNDACIÓ VIDA SILVESTRE DE LA MEDITERRÀNEA:
<http://www.fvsm.eu/>

FUNDACIÓN GLOBAL NATURE: <http://www.fundacionglobalnature.org/>

FUNDACIÓN LURGAIA: <http://www.lurgaia.org/>

FUNDACIÓN PARA CONSERVACIÓN DEL BUITRE NEGRO:
<http://conservacionbuitrenegro.blogspot.com.es/>

FUNDACIÓN VIDA SILVESTRE AGENTINA: <http://www.vidasilvestre.org.ar/>

JUST GO! HOLIDAYS: <http://www.justgoholidays.com/>

SEO/Birdlife: <http://www.seo.org/>

PLATAFORMA DE CUSTODIA DEL TERRITORIO: <http://custodia-territorio.es/>

THE NATURAL TRUST: <https://www.nationaltrust.org.uk/>

THE NATURE CONSERVANCY: <http://www.nature.org/>

THE ROYAL SOCIETY FOR THE PROTECTION OF BIRDS:
<http://www.rspb.org.uk/>

TUREBE: www.turebe.org

Pequeñas y medianas empresas de alojamiento turístico y ahorro hídrico: una exploración cualitativa en el ámbito de la Costa Brava

Josep PADULLÉS, Albert LLAUSÀS y Anna RIBAS

Universitat de Girona. Departament de Geografia. Institut de Medi Ambient.
Girona, España; josep.padulles@udg.edu, albert.llausas@udg.edu,
anna.ribas@udg.edu

Padullés, J., Llausàs, A. y Ribas, A. 2016. Pequeñas y medianas empresas de alojamiento turístico y ahorro hídrico: una explotación cualitativa en el ámbito de la Costa Brava. *In: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 335-344. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.*

Resumen. Garantizar la disponibilidad de agua es clave para el éxito de hoteles y campings, y por ello es importante que los establecimientos adopten medidas para la buena gestión y ahorro de este recurso. En España, conocer los estímulos y motivaciones de los gestores de pequeños establecimientos de carácter familiar es clave para introducir mejoras en su actividad ambiental que repercutan en ahorros hídricos acumulativos. El objetivo de la comunicación es analizar cómo influye el discurso de quienes toman las decisiones en un conjunto de hoteles y campings de la Costa Brava en relación a su responsabilidad social corporativa hacia el medio ambiente con las acciones de mejora de la eficiencia hídrica que han implementado. Las transcripciones de 18 entrevistas a gerentes de hoteles y campings fueron analizadas con metodologías cualitativas. Los resultados evidencian un cierto desfase entre un discurso superficialmente pro-ambiental y unas acciones que responden a estímulos mayormente económicos.

Palabras clave: Baix Ter, disponibilidad hídrica, gestión hotelera, responsabilidad social corporativa, turismo sostenible.

Introducción

En una celebrada revisión de la literatura científica sobre la relación entre agua y turismo, Gössling et al. (2012) afirmaban que, a nivel global, la actividad turística consume solamente alrededor del 1% de la demanda total del recurso. Sin embargo, los mismos autores alertaban, en primer lugar, del hecho que dicha cifra escondía situaciones muy distintas. A escala local, donde la demanda turística se concentra en espacio y tiempo, la presión sobre las fuentes de abastecimiento puede ser notable, extrema o incluso verse superada tras períodos de escasez de lluvias. En España, dónde el sector turístico contribuye aproximadamente al 11% del PIB y de

la ocupación laboral, y es responsable del 12% del consumo nacional de agua potable, algunas destinaciones turísticas han sufrido históricamente importantes episodios de sequía (GIL OLCINA, 2010; INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2013; MARCH, 2015). Por ello es particularmente importante contemplar, también, la segunda advertencia realizada por Gössling y sus colegas a la que también se unirán investigadores como Deyà Tortella y Tirado (2011) o Hadjikakou et al. (2013), señalando la falta de investigaciones sobre el uso del agua en el sector turístico, en comparación con la que se lleva a cabo en otros sectores como el agrícola o el industrial.

En el contexto turístico del litoral español, la pequeña y mediana empresa de alojamiento turístico (PYMEAT) se perfila como un actor clave a la hora de abordar el estudio de la relación entre turismo y agua. En regiones como Cataluña, este tipo de establecimiento, a menudo de carácter familiar y de reducidas dimensiones, constituye la mayor parte de la oferta de alojamiento, al igual que sucede en la mayor parte de Europa (BOHDANOWICZ, 2006; GARAY Y FONT, 2012). A pesar de la reducida capacidad de alojamiento de cada hotel o camping, el impacto ambiental acumulativo de este tipo de empresas puede ser significativo y por ello es importante la adopción de medidas, tecnologías o modelos de gestión que minimicen el consumo de recursos naturales. No obstante, se ha demostrado que a menudo las PYMEAT se enfrentan a retos que las afectan específicamente a la hora de ejercer y mejorar su trayectoria de responsabilidad social corporativa (RSC). La lista de barreras que impiden una mayor adopción de sistemas de gestión ambiental formales o informales por parte de las PYMEAT más comúnmente identificadas en la literatura científica incluye la escasa disponibilidad de recursos humanos y económicos (HILLARY, 2004; KASIM, 2009; CHAN, 2011; GARAY Y FONT, 2012), la ausencia de personal especializado (HILLARY, 2004; MENSAH, 2006; CHAN, 2011), el insuficiente conocimiento sobre principios de sostenibilidad en la empresa (HILLARY, 2004; MENSAH, 2006; KASIM, 2009; CHAN, 2011), la adopción de estrategias ambientales de carácter reactivo (MOLINA-AZORÍN et al., 2009; CHAN, 2011; GARAY Y FONT, 2012) o la dependencia ante la voluntad de la persona que toma las decisiones en la empresa (HILLARY, 2004; BOHDANOWICZ, 2006; MENSAH, 2006).

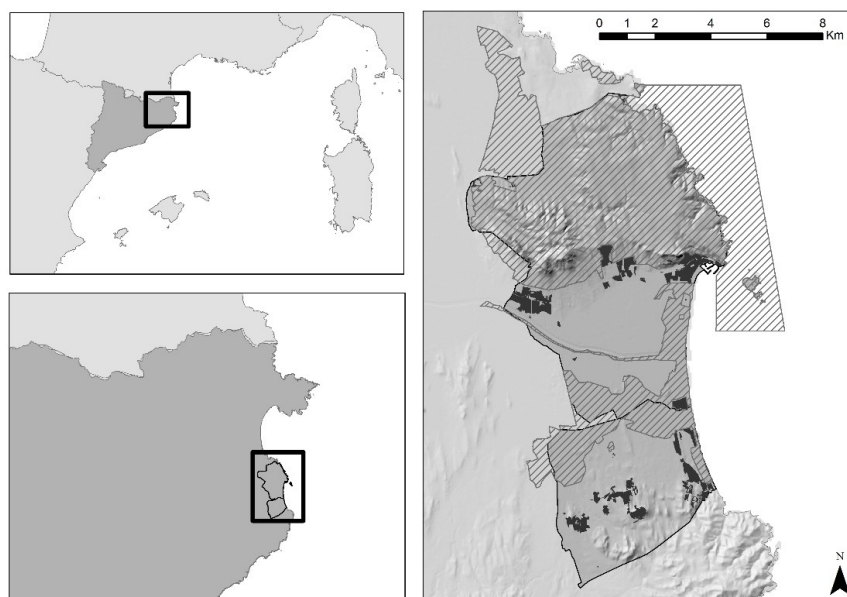
La investigación llevada a cabo trata de arrojar luz sobre la relación entre la adopción de medidas de ahorro hídrico por parte de las PYMEAT y las motivaciones, percepciones o estímulos que llevan a sus gestores a adoptarlas o, si fuera el caso, descartarlas. El objetivo concreto de la comunicación que aquí se presenta es analizar cómo influye el discurso de quienes toman las decisiones en un conjunto de PYMEAT (hoteles y campings) localizadas en el destino turístico maduro de la Costa

Brava en relación a su responsabilidad social corporativa respecto al medio ambiente con las acciones que han implementado en sus establecimientos a fin de minimizar el consumo de agua.

Área de estudio

El área de estudio se ubica en la Costa Brava centro (Cataluña, España), y comprende los municipios de Pals y Torroella de Montgrí-l'Estartit (Figura 1). Su población total es de unos 14.000 residentes, si bien puede aumentar hasta las 22.000 personas en el período vacacional, con una mayoría de visitantes del resto de España y de Europa, particularmente de Francia y Alemania (IDESCAT, 2016). Buena parte de la infraestructura turística se insiere en un paisaje con marcado carácter rural que convive con el reconocido patrimonio natural de la reserva de las Illes Medes, el Massís del Montgrí y las lagunas litorales del Baix Ter, todos ellos espacios protegidos bajo la figura de parque natural.

Figura 1. Área de estudio. En la esquina superior izquierda: situación de Cataluña y el área de estudio en el Mediterráneo Occidental. En la esquina inferior izquierda: los municipios de Torroella de Montgrí - l'Estartit (norte) y Pals (sur). En la parte derecha de la figura: relieve del área de estudio, con los núcleos urbanos indicados en color oscuro y el área del Parque Natural del Montgrí, Illes Medes i Baix Ter marcado con una trama de líneas. Fuente: elaboración propia.



En la actualidad la principal fuente de abastecimiento de agua potable son pozos que explotan el acuífero superficial. El “Consorci de la Costa Brava”, administración pública que agrupa 27 municipios de la región, es la encargada del abastecimiento de agua en alta a ambas poblaciones del área de estudio (GABARDA-MALLORQUÍ Y RIBAS PALOM, 2016).

Métodos

Se determinó que el universo de establecimientos hoteleros y de acampada en el área de estudio era de 37. Todos ellos fueron contactados, bien directamente por los investigadores a través de una carta, o indirectamente a través de la “Unió d’Empresaris d’Hostaleria i Turisme de la Costa Brava Centre”, que se prestó a colaborar con el proyecto facilitando el contacto con sus miembros. Finalmente, 6 campings y 12 hoteles aceptaron la invitación de ser entrevistados para la investigación. Todos ellos son negocios de tipo familiar, gestionados como pequeñas y medianas empresas. La mayoría fueron fundados entre 1950 y 1970. Por categorías, los hoteles se reparten de forma equitativa entre los grupos de 2, 3 y 4 estrellas, mientras que todos los campings son de primera categoría, a excepción de un caso, que es de segunda categoría. Quince de los establecimientos disponen de piscina, 16 tienen jardín y, salvo en dos casos, todos se abastecen de agua procedente exclusivamente de la red pública. En cuanto a dimensión, solamente dos hoteles superan las 100 habitaciones, y dos campings las 1000 parcelas de acampada.

La entrevista presencial combinaba un cuestionario cerrado de 10 preguntas y 19 cuestiones de respuesta abierta. La entrevista estaba diseñada para recabar información referente a las características estructurales del establecimiento y de las medidas adoptadas; sobre aspectos organizativos como la propia política de gestión del agua o las prácticas de riego y control de los consumos; así como sobre aspectos relacionados con la percepción de las personas entrevistadas sobre sequías, cambio climático, organización sectorial o normativa vigente. Las entrevistas se realizaron entre mayo y noviembre de 2015, y todas ellas fueron grabadas y posteriormente transcritas. Los resultados procedentes de las preguntas cerradas, referentes a acciones emprendidas, se analizaron mediante tratamiento estadístico descriptivo en una hoja de cálculo. Los contenidos de las preguntas abiertas se examinaron a través del marco del análisis de discurso, implementado en un software de análisis de información cualitativa en sucesivas fases de codificación de fragmentos, generación de categorías y elaboración de memos (AYUSO, 2006; KASIM, 2009; PARK et al., 2014; RAZUMOVA et al., 2015).

Resultados

A grandes rasgos, las personas entrevistadas muestran inquietud, en algunos casos incluso preocupación, por los impactos que el cambio climático pueda causar sobre los recursos hídricos de los que, se reconoce, depende la actividad turística:

“Sí, preocupa bastante [el cambio climático] porque somos un establecimiento hotelero y vivimos de esto. ¿Si sufrimos sequía durante el verano, que es cuando más trabajo hay y que es lo que nos da el pan, pues que haremos?” HE4

“Sí que preocupa, porque afecta la vegetación. La sequía hace que la capa freática de agua salada suba y cuando las raíces de la vegetación absorben esta agua la afecta. Antes en las marismas había vegetación de agua dulce, ahora todo es salicornia.” HT2

El medio ambiente y el perjuicio que puede causar sobre él el sobreconsumo y/o malbaratamiento hídrico aparecen repetidas veces en el discurso de muchas de las personas entrevistadas. Sin embargo, en contraste con la visión claramente ecocéntrica que se desprende del fragmento anterior, en todos los casos restantes la mención a la calidad ambiental aparece como un concepto superficial, vacío de contenido, sin ser desarrollado, o incluso presentado con dudas. Los siguientes dos fragmentos ilustran dicha situación:

“Yo creo que tenemos que cuidar el medio ambiente porque si no lo vamos a destruir todo, por lo tanto, ahorrar es bueno. Es bueno porque, primero, económicamente ahorras, y luego que además cuidas el medio ambiente.” HE7

“Optamos siempre por la mejora, en ahorro de agua y en la eficiencia energética en general. Con el agua por supuesto, porque además entra un tema de consciencia medioambiental, que lo llaman ahora, ¿no?” HE8

Nótese en estas declaraciones, como es común en muchas otras entrevistas, que, a pesar de mencionar la motivación altruista, de responsabilidad hacia el medio ambiente, se reconoce de forma abierta como el principal estímulo para emprender medidas de conservación del agua es más bien de tipo económico:

“Lo que vemos es que ahorrar agua es importante, pero no lo es. Sí que lo es a nivel ecológico, por el clima, etc. Pero claro, a nivel hotelero, no es importante, como ese servicio ya lo tienes cubierto, ya lo das, pues no haces más, ¿sabes?” HE4

Dada esta situación, no sorprenden las abundantes referencias al pobre retorno de las inversiones destinadas al ahorro hídrico como justificante de la falta de más acción:

“Tenemos contacto con otros hoteles y campings, vemos que pensar en hacer inversiones para ahorrar agua se deja para el final, porque son cosas que el cliente no las nota. Buscar medidas que no se vean cuesta dentro de las prioridades de un hotel.” HP6

“No hacemos demasiado porque las inversiones no son rentables, pues la temporada es muy corta.” HE1

La relación de las medidas de ahorro hídrico adoptadas por los establecimientos entrevistados (Tabla 1), parece confirmar la prioridad de los criterios económicos por encima de otras consideraciones. En primer lugar, se puede observar como las medidas más populares son las que suponen una baja o nula inversión, como son el aumento de la concienciación de los clientes y el personal hacia el ahorro de agua. En segundo lugar, cabe destacar como el número de acciones emprendidas tiende a aumentar a partir de 2008, cuando la crisis económica se combinó con un incremento notable de las tarifas por el servicio de agua. A pesar de todo ello, es remarcable como muchas de las medidas propuestas han sido escasamente incorporadas por el sector.

Tabla 1. Medidas de ahorro de agua adoptadas por los establecimientos de la muestra, indicando el período aproximado de su implantación.

	No	Desde la apertura	2007 o antes	A partir de 2008	Progresivamente	NS/NC/No aplica
Aireadores, sensores y/o temporizadores en grifos y duchas	1	3	5	2	3	4
Descarga de doble pulsación en W.C.	3	3	4	3	2	3
Optimización del sistema de riego	5	2	3	2	-	6
Reutilización de aguas grises	8	-	-	2	-	8
Recogida y aprovechamiento de pluviales	7	1	-	2	-	8
Control ropa sucia y programas de lavadoras	7	3	1	2	-	5
Sustitución de equipos de refrigeración y condensación de aire	6	-	2	2	3	5
Sustitución de bañeras por duchas	16	-	-	1	-	1
Difusores en mangueras y equipos de presión	8	1	-	3	-	6
Controles de estanqueidad de la red	7	5	-	1	-	5

Diseño de jardines mediterráneos	4	6	-	2	-	6
Pavimentación de exteriores	9	-	1	2	-	6
Programadores del riego y/o sensores de humedad	15	-	-	1	-	2
Sistemas de filtraje y limpieza en piscinas	3	6	2	3	-	4
Piscinas de agua salada	10	1	-	-	-	7
Cubiertas de piscina	10	-	-	-	-	8
Sustitución de electrodomésticos	3	-	-	5	7	3
Control detallado del consumo interno	2	7	1	2	-	6
Información y sensibilización de los clientes	-	7	5	4	-	2
Información y sensibilización del personal	2	10	2	2	-	2
Apertura de pozo	7	2	-	1	-	8
Instalación de nueva piscina	-	14	1	-	-	3
Instalación de nuevo spa	-	1	-	2	-	15

Finalmente, es importante destacar que casi la totalidad de los factores que se mencionan en las entrevistas como posibles facilitadores o barreras a la hora de implementar medidas de ahorro del agua son de tipo interno. Estos factores internos estarían relacionados con la rentabilidad del negocio y/o con la sensibilidad, percepción y actitudes de sus gestores en relación al medio ambiente. Preguntadas sobre factores externos, como puedan ser las demandas de la clientela o la presión de la administración, prácticamente ninguna persona entrevistada los identificó como relevantes. No obstante, en más de una ocasión, sí que se reclamaba una mayor implicación de los clientes y, especialmente, las administraciones, a la hora de afrontar el ahorro hídrico, particularmente a escala regional. Esta voluntad de externalización de la responsabilidad ambiental es compartida por los gestores de, al menos, ocho establecimientos:

“Yo pienso que la administración tiene muchos recursos, y el agua, mientras llegue al usuario y con la calidad que marca la normativa, ya les es suficiente. No hacen ninguna acción para decir “vamos a hacer una acción que dure tres años para intentar rebajar el consumo de agua”. Lo único que hacen, eso sí, es ir subiendo la factura.” HT6

Discusión y conclusiones

La literatura científica ha avalado en repetidas ocasiones la influencia clave que ejerce la figura del gestor/a de establecimientos de hospedaje sobre la acción de la empresa en materia de medio ambiente. Autores como Garay y Font (2012), Sampaio et al. (2012) o Tzchentke et al. (2008) han identificado como motivaciones altruistas y relacionadas con la ética de estos gestores se traducen en acciones destinadas a mejorar el ejercicio de la responsabilidad social corporativa respecto al medio ambiente en el ámbito de la empresa de alojamiento turístico. Los resultados de nuestra investigación basada en entrevistas a 18 personas responsables de hoteles y campings de carácter familiar apuntan a una influencia más bien secundaria de los valores y actitudes ambientales, ampliamente presentes, sobre la adopción de medidas de ahorro hídrico. En este sentido, los hallazgos se alinean mejor con observaciones realizadas por investigadores críticos con la relación entre los discursos de tipo ambiental y las acciones reales de los establecimientos (BOHDANOWICZ, 2006; CHARARA et al., 2011; HILLARY, 2004; KASIM, 2009).

Tres factores parecen claves a la hora de explicar estos resultados. En primer lugar, resulta evidente que, a pesar de la constatación de un cierto grado de conciencia ambiental generalizado entre las personas entrevistadas, las prioridades económicas y a corto plazo de su modelo de gestión reactivo relegan la adopción de medidas de ahorro hídrico a un segundo plano (AYUSO, 2006; MOLINA-AZORÍN et al., 2009). En este sentido, el sector del alojamiento turístico en la Costa Brava se encuentra aún en una fase identificada por autores como Le et al. (2006) o Mensah (2006), en la cual solo las medidas pro-ambientales fácilmente rentables y que proporcionen una ventaja competitiva serán adoptadas. Ello está parcialmente relacionado, sin duda, con los retos y limitaciones a los que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas de alojamiento, carentes de los recursos de capital, de preparación y humanos de las grandes cadenas hoteleras y que les permiten adoptar estrategias ambientales y de RSC mucho más ambiciosas (GARAY Y FONT, 2012; PARK et al., 2014).

En segundo lugar, el hecho que el servicio de abastecimiento esté monopolizado por una única empresa distribuidora y que los costes relativos al agua sean bajos en comparación con otros servicios no proporciona estímulo a las empresas turísticas para centrar sus esfuerzos en lograr una mayor eficiencia en el uso de agua. Según se desprende de las entrevistas, es posible que en ámbitos como la energía o la calidad hídrica las empresas mostraran un mayor grado de proactividad en la adopción de medidas de ahorro y mejora. No obstante, el vínculo entre el discurso de concienciación ambiental y la adopción real de medidas

seguiría siendo poco claro, pues es probable que una hipotética mayor inversión fuera únicamente el resultado de un mayor margen a la hora de obtener beneficios económicos.

En tercer lugar, y en consonancia con la dinámica identificada por Ayuso (2006), se observa una tendencia a externalizar la responsabilidad de la conservación ambiental, haciéndola recaer en agentes externos a las organizaciones, como son la administración o incluso la clientela. Ello indicaría una oportunidad de ejercer presión a través de estos grupos para lograr una mayor implicación de las PYMEAT para lograr la consecución de objetivos de ahorro hídrico.

Finalmente, nos unimos a autores como Ayuso (2006), Kasim (2009) y Razumova et al. (2015) en constatar la adecuación de metodologías cualitativas basadas en la realización de entrevistas y el análisis de discurso para comprender mejor las visiones y opiniones de los gestores de las PYMEAT y determinar los factores que influyen en su toma de decisiones.

Bibliografía

- AYUSO, S. (2006): "Adoption of voluntary environmental tools for sustainable tourism: analysing the experience of Spanish hotels", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13 (4), 207-220.
- BOHDANOWICZ, P. (2006): "Environmental awareness and initiatives in the Swedish and Polish hotel industries—survey results", *International Journal of Hospitality Management*, 25 (4), 662-682.
- CHAN, E.S. (2011): "Implementing Environmental Management Systems in Small- and Medium-Sized Hotels: Obstacles", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35 (1), 3-23.
- CHARARA, N., CASHMAN, A., BONNELL, R. Y GEHR, R. (2011): "Water use efficiency in the hotel sector of Barbados", *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (2), 231-245.
- DEYÀ TORTELLA, B. Y TIRADO, D. (2011): "Hotel water consumption at a seasonal mass tourist destination. The case of the island of Mallorca", *Journal of Environmental Management*, 92 (10), 2568-2579.
- GABARDA-MALLORQUÍ, A. Y RIBAS PALOM, A. (2016): "Understanding reductions in water consumption in tourist areas: a case study of the Costa Brava, Spain", *International Journal of Water Resources Development*, SN, 1-19.
- GARAY, L. Y FONT, X. (2012): "Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises", *International Journal of Hospitality Management*, 31 (2), 329-337.
- GIL OLCINA, A. (2010): "Optimización de recursos hídricos y armonización de sus usos: el Consorcio de Aguas de la Marina Baja", *Investigaciones geográficas*, 51, 165-183.

- GÖSSLING, S., PEETERS, P., HALL, C.M., CERON, J.-P., DUBOIS, G., LEHMANN, L.V. Y SCOTT, D. (2012): "Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review", *Tourism Management*, 33 (1), 1-15.
- HADJIKAKOU, M., CHENOWETH, J. Y MILLER, G. (2013): "Estimating the direct and indirect water use of tourism in the eastern Mediterranean", *Journal of Environmental Management*, 114, 548-556.
- HILLARY, R. (2004): "Environmental management systems and the smaller enterprise", *Journal of Cleaner Production*, 12 (6), 561-569.
- IDESCAT (2016): Institut d'Estadística de Catalunya, Generalitat de Catalunya, Barcelona, Spain. <http://www.idescat.cat/emex/> Fecha de consulta: 15-03-2016.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2013): Cuenta Satélite del Turismo de España. Base 2008. Serie 2008-2012. <http://www.ine.es/prensa/np829.pdf>. Fecha de consulta: 07-03-2016.
- KASIM, A. (2009): "Managerial attitudes towards environmental management among small and medium hotels in Kuala Lumpur", *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (6), 709-725.
- LE, Y., HOLLENHORST, S., HARRIS, C., MCLAUGHLIN, W. Y SHOOK, S. (2006): "Environmental management. A Study of Vietnamese Hotels", *Annals of Tourism Research*, 33 (2), 545-567.
- MARCH, H. (2015): "Taming, controlling and metabolizing flows: Water and the urbanization process of Barcelona and Madrid (1850-2012)", *European Urban and Regional Studies*, 22 (4), 350-367.
- MENSAH, I. (2006): "Environmental management practices among hotels in the greater Accra region", *International Journal of Hospitality Management*, 25 (3), 414-431.
- MOLINA-AZORÍN, J.F., CLAVER-CORTÉS, E., PEREIRA-MOLINER, J. Y TARÍ, J.J. (2009): "Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish hotel industry", *Journal of Cleaner Production*, 17 (5), 516-524.
- PARK, J., JEONG KIM, H. Y MCCLEARY, K.W. (2014): "The Impact of Top Management's Environmental Attitudes on Hotel Companies' Environmental Management", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38 (1), 95-115.
- RAZUMOVA, M., IBÁÑEZ, J.L. Y PALMER, J.R.-M. (2015): "Drivers of environmental innovation in Majorcan hotels", *Journal of Sustainable Tourism*, 23 (10), 1529-1549.
- SAMPAIO, A.R., THOMAS, R. Y FONT, X. (2012): "Why are some engaged and not others? Explaining environmental engagement among small firms in tourism", *International Journal of Tourism Research*, 14 (3), 235-249.
- TZSCHENTKE, N.A., KIRK, D. Y LYNCH, P.A. (2008): "Going green: Decisional factors in small hospitality operations", *International Journal of Hospitality Management*, 27 (1), 126-133.

El producto turístico de naturaleza en el litoral gallego como instrumento de sostenibilidad ambiental

Carlos Alberto PATIÑO ROMARÍS y Rubén Camilo LOIS GONZÁLEZ

Carlos Alberto Patiño Romarís, Universidade de Vigo, Departamento de Historia, Arte e Xeografía, Vigo, España, carlosalberto.patino@uvigo.es; Rubén Camilo Lois González, Universidade de Santiago de Compostela, Departamento de Xeografía, Santiago de Compostela, España, rubencamilo.lois@usc.es

Patiño Romarís, C.A. y Lois González, R.C. 2016. El producto turístico de naturaleza en el litoral gallego como instrumento de sostenibilidad ambiental. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 345-355. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. Tanto Galicia como el conjunto de su litoral se caracterizan por una gran diversidad paisajística y la riqueza de su medio natural. Unos espacios naturales que constituyen los recursos fundamentales para el desarrollo del Producto Turístico de Naturaleza. Se trata de un desafío importante que obliga a emitir juicios complejos sobre las concesiones mutuas entre el desarrollo del turismo, la protección del valor de los recursos y los intereses de la comunidad local. Con todo, podemos afirmar que sólo en los últimos años fueron surgiendo productos turísticos de naturaleza más o menos desarrollados y estructurados. Un campo amplio que incluye actividades recreativas, de interpretación y conocimiento de la naturaleza, en mayor o menor grado de profundidad, así como la práctica de actividades deportivas de diferente riesgo y actividad física. Donde los gestores públicos de los destinos turísticos deben asegurar la conservación de los espacios naturales, procurando que las actividades turísticas se desarrollen en un nivel acorde con la capacidad de acogida y los objetivos de conservación.

Palabras clave: espacio litoral, producto turístico, sostenibilidad, diferenciación, imagen turística.

Introducción

Tanto Galicia como el conjunto de su litoral se caracterizan por una gran diversidad paisajística, y por tanto como destinos privilegiados para practicar turismo en la naturaleza, por sus buenas condiciones climáticas y la riqueza de su medio natural. Ahora bien, los gestores turísticos del litoral gallego deben ser plenamente conscientes que los procesos ligados a la evolución de la economía gallega tuvieron una

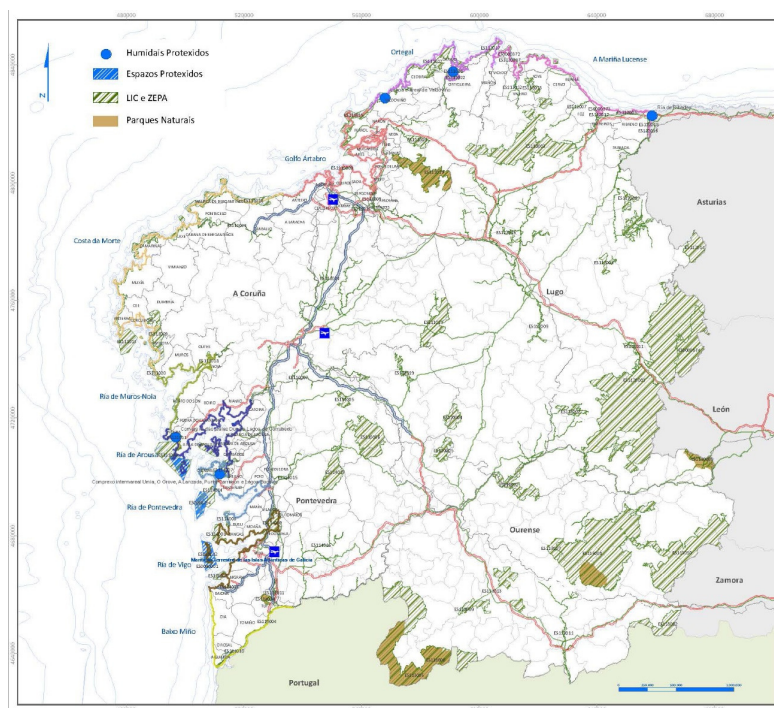
repercusión clara sobre el hábitat del litoral. Procesos que supusieron lo deterioro en determinados sectores del litoral del medio y de un bien común como es el paisaje. Una degradación con evidente incidente en el potencial de atracción turístico de los destinos litorales gallegos (PATIÑO-ROMARÍS, 2016). De hecho, la incorporación de las cuestiones medioambientales en la agenda política coincidió con el desarrollo de la administración autonómica y la consolidación de una distribución dentro del estado español de las competencias en la materia ambiental marcadamente descentralizada. En este proceso, la Ley 4/1989, de 27 de marzo, de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre supuso una gran novedad para la política de conservación al incorporar la planificación de espacios naturales. Esta ley y sus modificaciones posteriores (Ley 40/97 y 41/97) sirvieron a las CC.AA. como marco básico de referencia. La Ley 9/2001, de 21 de agosto, de conservación de la naturaleza de Galicia y la Ley 7/2008, de 7 de julio, de Protección del Paisaje de Galicia (LPPG) constituyen los ejes vertebradores de la de protección de los recursos naturales gallegos. Un régimen propio de protección que establece, entre otras cosas, una segmentación y clasificación de los diferentes espacios naturales con los que cuenta la comunidad. Unos espacios naturales que constituyen los recursos fundamentales para el desarrollo del Producto Turístico de Naturaleza, máxime ante la creciente diversificación motivacional en la demanda, interesada cada vez más en la búsqueda de la autenticidad y de experiencias en contacto con el medio natural. Dentro lo cual, el turismo en espacios protegidos que recibió escasa atención en Galicia (PAÛL, 2009: 135). Un producto turístico de naturaleza que es uno de los que más está creciendo en los últimos años (GÓMEZ-LIMÓN et al., 2000: 28. NEWSOME et al., 2001: 11; EUROPARC-España, 2007: 13), realidad que se constata con el aumento de las visitas a espacios naturales protegidos tanto en Galicia (CABALAR, 2010) como en España. En cualquiera caso, los espacios naturales protegidos desempeñan un importante papel en la dinámica turística, en particular por las posibilidades que ofrecen de revalorizar recursos naturales y estructurar productos turísticos, asegurando la contribución de la actividad al desarrollo socioeconómico del espacio protegido y su área de influencia (ANTON et al., 2008: 9; VERA et al., 2011: 322). La designación de áreas protegidas no garantiza de por sí la supervivencia de los valores de esas zonas. Y lo que es aún más importante, la eficacia de esa gestión varía enormemente de un lugar a otro. En nuestra opinión, aunque queda mucho por hacer para mejorar la eficacia de la gestión de las áreas protegidas dentro del litoral gallego. Los gestores turísticos han de procurar que se creen “(...) los marcos y estrategias de gestión precisas para garantizar que ese elemento apoye y mantenga los valores naturales y culturales de las áreas protegidas. Los

gestores tienen la labor y la responsabilidad de proteger esos valores naturales de las áreas protegidas y los elementos socioculturales asociados. Además, deben velar por que el acceso con fines de turismo y esparcimiento sea adecuado. Se trata de un desafío importante que obliga a emitir juicios complejos sobre las concesiones mutuas entre el desarrollo del turismo, la protección del valor de los recursos por los que se crearon las áreas protegidas y los intereses de la comunidad local” (EAGLES et al., 2003: 12).

El litoral gallego cuenta con una amplia diversidad de espacios naturales incluidos dentro de la Red Gallega de Espacios Protegidos, con una enorme capacidad para ofrecer al visitante los más variados medios paisajísticos (Figura 1). Variedad cimentada en la compartimentación del relieve y los contrastes altitudinales como a una importante fragmentación climática, a lo que hay que añadir el permanente moldeado del paisaje por el ser humano.

Figura 1. Red Gallega de Espacios Protegidos.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Xunta de Galicia (2012): “Plan Director da Rede Natura 2000 Galicia. Documento de síntese”. Xunta de Galicia.



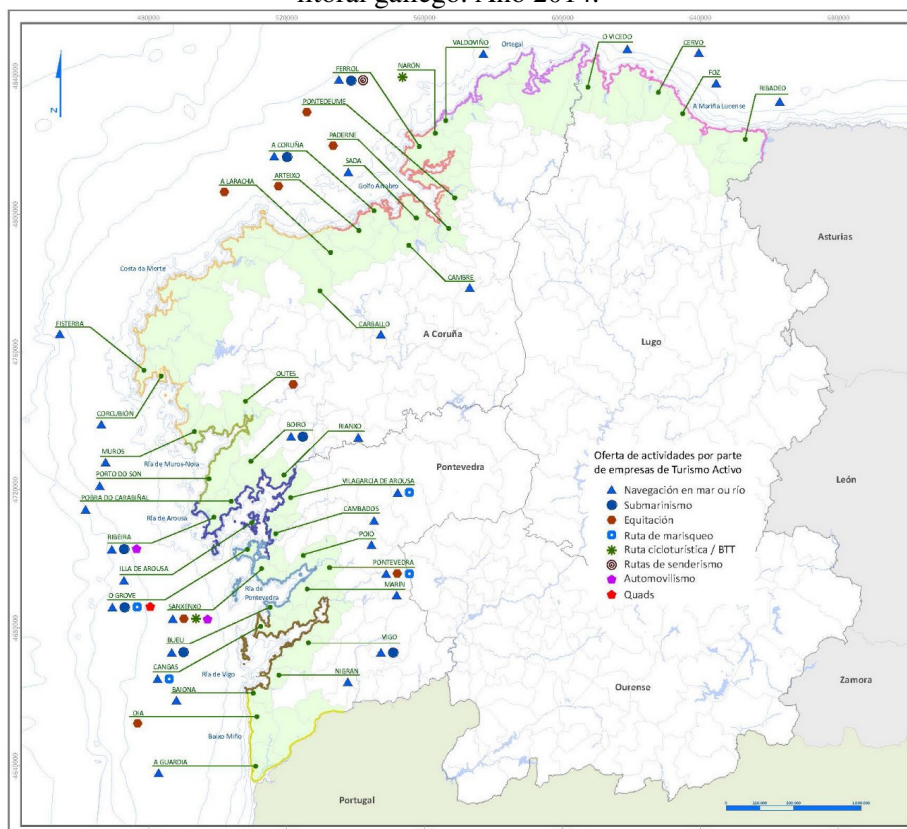
Con todo, sólo en los últimos años fueron surgiendo productos turísticos de naturaleza más o menos desarrollados y estructurados. Un campo amplio que incluye actividades recreativas, de interpretación y conocimiento de la naturaleza, en mayor o menor grado de profundidad, así como la práctica de actividades deportivas de diferente riesgo y actividad física, todo eso haciendo uso de recursos naturales (ARAÚJO et al., 2011: 11). Donde los gestores públicos deben asegurar la conservación de los espacios naturales, procurando que las actividades turísticas se desarrollen en un nivel acorde con la capacidad de acogida y los objetivos de conservación. Unos productos organizados que cuentan con un sector privado caracterizado por una importante atomización, estar sometido a las frecuentes presiones por formas de comercialización no legales, y que dificultan su consolidación, la consecución de unos niveles de calidad y la penetración en los mercados. Ahora bien, se realizó un gran esfuerzo promocional de los destinos de naturaleza, pero en muchas ocasiones poco específico o poco centrado en productos concretos. Uno de los más conocidos es el turismo activo. Ahora bien, ¿qué entendemos por turismo activo? El turismo activo es aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos. En función de los recursos naturales de los que haga uso, podemos hablar de turismo activo terrestre, acuático o aéreo (ARAÚJO et al., 2011: 11). Dentro de estos tres posibles medios que forman parte de la naturaleza (terrestre, aéreo y acuático), fueron surgiendo actividades/productos de distinta intensidad física y riesgo, destinadas a un público que va desde los más conservadores a los más aventureros y demandantes de grandes emociones (ARAÚJO et al., 2011: 13).

La oferta de producto turístico de naturaleza en el litoral gallego

A continuación haremos un breve estudio de la oferta de empresas de turismo activo en el litoral gallego. Para eso partimos de la base de datos de Turgalicia, centrando la busca en empresas que oferten más de un producto considerado de turismo activo y practicado en la naturaleza. En Galicia, en el año 2014, según Turgalicia operaban 18 empresas de turismo activo. De las cuales únicamente 5 tenían su sede en municipios del litoral gallego (27,78% del total en Galicia). Ahora bien, Turgalicia también ofrece la posibilidad de buscar de modo general actividades de turismo deportivo en Galicia, obteniendo en este caso una población mucho más amplia que la anterior, con un total de 152 empresas u organizaciones, las cuales las cuales sumamos las 18 empresas de turismo activo ya citadas, haciendo una población total en Galicia de 170 empresas que ofertan por lo menos un producto de turismo activo. En el conjunto del litoral gallego

tienen su sede 118 empresas que ofrecen actividades de turismo activo (70,00% del total de Galicia). La Ría de Pontevedra es el espacio turístico del litoral con mayor oferta de empresas de turismo activo con 33 (27,73 y 19,41% y 19,41% de la oferta del litoral y de Galicia, respectivamente). De las cuales, prácticamente la mitad, se localizan en O Grove (16 empresas). Un valor que lo sitúan como el municipio litoral gallego con más oferta (13,45 y 9,41 de la oferta del litoral y de Galicia, respectivamente). Ahora bien, esta relevancia se debe esencialmente al hecho de que el puerto de O Grove es la sede de gran número de empresas que ofertan mini-cruceiros por las Rías de Arousa o Pontevedra (Figura 2).

Figura 2. Oferta de empresas de turismo activo en los municipios del litoral gallego. Año 2014.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Turgalicia. Año 2014.

De la población total de empresas que ofertan actividades de turismo activo en el litoral, nos encontramos con que la mayoría se centra en ofertar actividades náuticas (paseos en embarcaciones de vela, pesca o

submarinismo), suponiendo un 66,39% del total (Tabla 1). A continuación, se sitúan aquellas que ofertan más de un producto considerado de turismo activo con un total de 13 empresas (10,92% del total del litoral gallego). Los municipios de Tui y A Coruña (con 3 y 2 empresas, respectivamente) son que presentan más empresas de este tipo dentro del litoral gallego. En tercer lugar, están las empresas que centran su oferta en la actividad de submarinismo, un 7,56% del total del litoral gallego, seguidas por las empresas que ofertan equitación y rutas de marisqueo, un 6,72% y un 3,36% del total, respectivamente. Las restantes tipologías muestran unos valores muy inferiores.

Tabla 1. Actividades de turismo activo en el litoral gallego. Año 2014.

Actividad	Número de empresas	% respecto al total
Náutica: navegación (mar o río)	79	66,39%
Submarinismo	9	7,56%
Equitación	8	6,72%
Ruta marisqueo	4	3,36%
Rutas cicloturísticas	2	1,68%
Senderismo/rutas a pie	1	0,84%
Automobilismo	1	0,84%
Quads	2	1,68%
Más de una actividad	13	10,92%
TOTAL	119	100

Fuente: Elaboración propia a partir de Turgalicia.

El medio que fue más explotado hasta ahora en el litoral gallego, es el terrestre, donde destacan productos como el senderismo o el ciclomontañismo. El senderismo es un producto turístico que representa una verdadera experiencia relacionada con la naturaleza; pero no exclusivamente, ya que podemos vincularla con el turismo rural, deportivo y cultural. El senderismo se debe entender como un producto que representar una experiencia turística integral, sobre todo si la enfocamos en el ámbito de ámbitos rurales y naturales, en los que los recursos turísticos existentes pueden ser relacionados entre sí a través de esta actividad. Los gestores turísticos deben ser plenamente conscientes que el desarrollo de este producto turístico informal exige una fuerte implicación de todos los agentes locales, privados y públicos. Más que un simple trazado señalizado, el turista-senderista “consume” un territorio “(...) a través de sus paisajes y su identidad, de unos itinerarios adaptados, y de unos servicios y acogida brindados antes, durante y después de su actividad de senderismo” (OBSEVATORIO EUROPEO LEADER/AEIDL, 2001: 5). Una experiencia turística integral ya que es capaz de combinar deporte, naturaleza y cultura, entre otros (RODRÍGUEZ et al., 2012: 306). La

oferta en los países desarrollados europeos es inmensa y es prácticamente imposible encontrar un destino de naturaleza que no cuente con una respetable red de caminos y sendas tradicionales (RODRÍGUEZ et al., 2012: 308). De hecho, la tendencia en el mundo desarrollado occidental es la de ver incrementar el número de personas que eligen el senderismo como alternativa para mantenerse en forma, para conocer un lugar o simplemente como nexo complementario de su actividad turística habitual. El senderismo es una actividad que se adapta a un amplio abanico de motivaciones, edades y condición física. Si bien es cierto que el perfil del consumidor de senderismo no cuenta con un estándar concreto, sí podemos establecer unas características generales que nos permiten aproximarnos la dicho perfil: papel destacado de las mujeres, constituye una actividad perfecta para realizar en el ámbito familiar, el número de senderistas con edad superior a 50 años es muy representativo (BEEDIE y HUDSON, 2003: 628) y suele ser practicado básicamente por clases sociales medias y altas (OBSEVATORIO EUROPEO LEADER/AEIDL, 2001: 9). Por lo tanto, el senderismo se presenta los gestores turísticos del litoral gallego como una magnífica estrategia dinamizadora de recursos paisajísticos. Esta infraestructura turística en el año 2013 contaba en el conjunto del litoral gallego con un total 22 sendas señalizadas (33,33% de las señalizadas en toda Galicia). Consideramos como tales todas aquellas que algún momento de su trazado atraviesan un municipio del litoral gallego y están recogidas dentro del catálogo de Turgalicia: “Sendas para descubrir un país” (2013). Un conjunto de rutas que son realizables a pie, a caballo o en bicicleta, y que permitan al turista realizar una actividad complementaria relacionada con la naturaleza y el patrimonio cultural. Recientemente, con el objeto de promover y potenciar la actividad del senderismo, Turgalicia desarrolló bajo el nombre “sendegal” una herramienta gratuita, disponible desde junio de 2013, para dispositivos móviles tipo i-phone y android. Una aplicación que permite conocer las rutas oficialmente homologadas de Galicia para el senderismo, integrando la descripción de cada una de ellas con su visualización, perfil topográfico, grado de dificultad... así como las valoraciones y comentarios útiles de otras personas que ya la recorrieron antes.

Además del senderismo, las actividades relacionadas con la bicicleta en el marco de la naturaleza están cobrando importancia. En esta dirección, una línea clave de actuación de la Xunta de Galicia la constituye el proyecto “Centros BTT Galicia” que pretende dotar medio plazo al territorio gallego de una Red de Centros para la práctica con bicicletas todo terreno (BTT). Una Red de Centros BTT Galicia concebida para dar soporte técnico a cada centro, al objeto de favorecer su crecimiento y maduración como producto, al tiempo que actuará como plataforma de promoción y dinamización de la totalidad de los Centros que la componen

de manera integrada y unificada. Los centros BTT se idearon en Francia y pasaron a España por Cataluña, que fue la primera comunidad en instalarlo. Un centro BTT es una instalación preparada para la prestación de un producto turístico basado en el uso de la bicicleta de montaña. El centro BTT consta de un punto de información principal donde se suministran toda clase de productos y servicios, así como datos sobre rutas cicloturistas. Ligado a este centro se encuentran una serie de rutas jalonadas y señalizadas, clasificadas por diferentes niveles de dificultad según varios parámetros: longitud, desnivel, naturaleza y estado del terreno, peligrosidad, etc. Son rutas marcadas, interconectadas entre sí y que pueden realizarse bien de forma única o bien mismo cómo grandes travesías. Las señales utilizadas para jalonar las rutas están homologados y son similares a las utilizadas en otros centros BTT en España y en Europa. En definitiva, un producto turístico potencialmente desestacionalizador con imagen propia que facilita el uso ordenado y sostenible de la bicicleta de montaña a través de una red normalizada de instalaciones y que está dirigido tanto al usuario experto como al principiante. En el año 2015, Galicia sólo contaba con cuatro Centro BTT (O Salnés, Portas de Galicia, Serra del Xurés y Ribeira Sacra). El Centro BTT O Salnés, único localizado dentro de un espacio de mercado carácter litoral, fue inaugurado en mayo de 2011 y su punto de acogida se localiza en el Campo de Golf de Meis, a 15 km de Pontevedra y la 75 de Santiago de Compostela. El Centro BTT O Salnés ofrece 10 rutas (117,5 km totales) para todos los niveles.

Otro producto de naturaleza que está potenciando actualmente Turismo de Galicia es el turismo ornitológico. El litoral gallego con más de 1.300 km de costa posee un mosaico de hábitats singulares donde observar muchas especies diferentes de aves. Así mismo, su posición estratégica, uno de los puntos más occidentales de Europa, lo hacen un lugar extraordinario para el avistamiento de aves marinas migratorias. Desde Turgalicia se hizo un trabajo de inventariado de aves y de espacios, así como de las épocas óptimas para la observación, de las figuras de protección asociadas y de la biología y hábitat predominantes en los espacios identificados. Dentro de estos espacios identificados, diferencian seis ambientes (entre los cuáles figura lo catalogado cómo “litoral y mar abierto”) y diez mejores lugares para la observación de aves en Galicia (cuatro de los mismos localizados en el litoral: Estaca de Bares y la Ría do Barqueiro, Ría de Ortigueira e Cariño, Costa da Morte y el Complejo Ons-Grove). Así mismo, se están impulsando políticas de promoción basadas en su carácter sostenible y su vinculación con el espacio rural. La observación de aves es un nicho de mercado que creció bastante en países como Reino Unido, Estados Unidos o Alemania. En total, se estima que unos 3 millones de personas viajan cada año con el objetivo principal de

observar aves. Utilizan Internet de forma intensiva, se informan con antelación, gustan de aprender sobre el tema y los lugares en los que habitan las diferentes especies y valoran en gran manera poder ver el mayor número de especies posible en un viaje de la forma más eficiente, a un coste razonable. Son viajeros que buscan una conexión con la naturaleza y vivir una experiencia única. Por lo tanto, estamos ante un producto con un mercado de demanda en crecimiento, con un elevado nivel de desestacionalización y de gran potencialidad en el litoral gallego. Ahora bien, dentro de los potenciales destinos en el litoral gallego se están dando los primeros pasos con asesoramiento por parte de la Xunta de Galicia.

Rescapitulación final

Los procesos ligados a la evolución de la economía gallega en épocas recientes tuvieron una repercusión clara sobre el hábitat del litoral. De hecho, la lucha contra el minifundismo a través de procesos de concentración parcelaria, la apuesta por la explotación de recursos energéticos fluviales y eólicos, la afectación del litoral por nuevas plantas de acuicultura, el abandono del campo por la tercerización de la estructura productiva, el monocultivo de pino/eucalipto en detrimento de frondosas autóctonas de crecimiento más lento, la minería a cielo abierto en zonas de alto valor ecológico, la insuficiente planificación urbanística, entre otros factores, supusieron la deterioro del medio y de un bien común como es el paisaje. Un valor colectivo que es parte de la propia identidad del pueblo gallego, pero a lo que se ha sometido a una degradación insostenible con consecuencias lamentablemente irreversibles y con claro incidente en el potencial de atracción turístico de los destinos litorales gallegos (PATIÑO-ROMARÍS, 2016). Del mismo modo, se están produciendo serios problemas derivados del uso público-recreativo de ciertos espacios naturales (protegidos, la mayoría de ellos) y determinados monumentos, consecuencia de un desarrollo turístico masificado, no planificado, y la falta de una gestión sostenible. La búsqueda de rentabilidades inmediatas a través de la masificación y la sobreexplotación de los recursos de mayor atractivo para los turistas (playas, paisaje, naturaleza, monumentos o cultura local) consume y deteriora el medio y ponen en peligro en muy pocos años la fuente de ingresos derivada del turismo. Ya empezamos a tener algunos ejemplos en el litoral gallego, como el caso de la playa de As Catedrais (Ribadeo) protegido como Monumento Natural y perteneciente a la Red Natura, que, con una longitud de 1.320 m. y una anchura media de 10 m., llegó a recibir en el período estival una afluencia de visitantes que oscilaba entre 6.000-8.000 personas/día, llegando a una situación límite que hizo a la Xunta de Galicia replantearse su modelo de explotación

turístico y la toma de decisiones drásticas en la gestión de flujos de visitantes. La necesidad de superar este escenario exige un cambio de la actual gestión turística, en la que la vertiente ambiental debe disfrutar de un trato preferente que garantice la protección e integración de los recursos y, a la vez, la recuperación de la imagen del destino desde la óptica de la calidad y la sostenibilidad. Los gestores públicos deben impulsar la puesta en práctica de un nuevo modelo de desarrollo turístico. Un modelo que debe fundamentarse en el principio de la sostenibilidad que permita no sólo garantizar el futuro económico del sector, sino también la conservación e idónea gestión del ámbito en el que éste se desarrolla y de sus servicios. El objetivo es, pues, que el vital recurso que representa el medio no se degrade, y no afecte con eso a la estabilidad económica y social actuales y futuras del sector turístico. Finalmente, recalcar que tanto en Galicia como en su litoral se infrutilizaron importantes posibilidades de desarrollo vinculadas a la declaración de espacios naturales protegidos y su posterior gestión como espacios turísticos. Sólo en la última década se generalizó la puesta en valor de estos espacios como destinos turísticos concebidos por se. Los gestores turísticos deben ser plenamente conscientes que la delimitación, protección y gestión de espacios naturales protegidos es fundamental para sentar las bases de un Turismo de Naturaleza coherente y estructurado. Para lo cual, además, resulta imprescindible una coordinación estrecha entre las políticas ambientales y turísticas.

Bibliografía

- ANTON CLAVÉ, S.; BLAY BOQUÉ, J. y SALVAT SALVAT, J. (2008): "Turismo, actividades recreativas y uso público en los parques naturales. Propuesta para la conservación de los valores ambientales y el desarrollo productivo local". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 48, 5-38.
- ARAÚJO VILA, N.; PAÛL CARRIL, V. y FRAIZ BREA, J. A. (2011): "El turismo activo o de aventura como componente destacado del turismo de naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia". *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 4, 8-31.
- BEEDIE, P. y HUDSON, S. (2003): "Emergence of mountain-based tourism adventure tourism". *Annals of Tourism Research*, 30 (3), 625-643.
- CABALAR FUENTES, M. (2010): *O uso público nos Espazos Naturais Protexidos de Galicia: diagnose e propostas de acción*. Tese de Doutoramento. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico da Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- EAGLES, P. F. J.; McCOOL, S. F. y HAYNES, C. D. (2003): *Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión*. Organización Mundial del Turismo/ Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente/Unión Mundial para la Naturaleza (UICN). Madrid.

- EUROPARC-España (2007): Catálogo de buenas prácticas en materia de accesibilidad en espacios naturales protegidos. Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid.
- http://www.redeuroparc.org/documentos_anexos/Publicaciones/ligadas_a_plan_de_accion/manual_5.pdf
- GÓMEZ-LIMÓN GARCÍA, J.; DE LUCIO FERNÁNDEZ, J. V. y MÚGICA DE LA GUERRA, M. (2000): Los espacios naturales protegidos del Estado Español en el umbral del siglo XXI: De la declaración a la gestión activa. Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid.
- NEWSOME, D.; MOORE, S. A. y DOWLING, R. K. (2001): Natural area tourism: Ecology, Impacts and Management. Channel View Publications, Clevedon (U.K.).
- OBSEVATORIO EUROPEO LEADER/AEIDL (2001): La valorización del turismo de senderismo en los territorios rurales: Guía pedagógica sobre la elaboración y la aplicación de un proyecto de senderismo. Cuaderno de la Innovación nº12, Observatorio Europeo LEADER, Bruselas.
- PATIÑO-ROMARÍS, C. A. (2016): Espazos turísticos e de ocio no litoral galego: Unha análise a diferentes escalas. Tesis Doctoral. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- PAÛL CARRIL, V. (2009): “El turismo en el Parque Natural do Invernadeiro. Situación heredada y perspectivas de cambio”. Cuadernos de Turismo, 24, 135-167.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, M.; RODRÍGUEZ CAMPO, M^a. L. y SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, P. (2012): “El senderismo como experiencia turística integral”, en FRAIZ BREA, J. A. (ed.): Creación y desarrollo de productos turísticos: innovación y enfoque experiencial. ACTAS del XVIII Congreso de la AECIT (Asociación de Expertos Científicos en Turismo) O Carballiño (Ourense) entre el 21 y 23 de Noviembre de 2012, AECIT; 306-313. http://www.aecit.org/actas_XVII_ocarballino.php
- VERA REBOLLO, J. F. (coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. J. y ANTON CLAVÉ, S. (2011): Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Tirant lo Blanch, Valencia.

Signs of hope or wrong way? The implementation of ecotourism as a touristic product within Morocco destination

Yassir LAMNADI

Universitat Rovira i Virgili (URV), Faculty of Tourism and Geography, Tarragona. yassir.lamnadi@estudiants.urv.cat

Lamnadi, Y. 2016. Signs of hope or wrong way ? The implementation of ecotourism as a touristic product within Morocco destination. *In*: Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 357-367. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Abstract. This paper tries to highlight the state of ecotourism in Morocco, in order to examine its practicing experience, its presence as a touristic product within the destination Morocco, and how is the state developing and managing this vital sector. The state developed coherent projects and management plans (Vision 2010, Vision 2020...) looking for a strong and alternative economic pillar. However, touristic products offered by Morocco remain largely dominated by seaside product (3S tourism or Mass tourism). While other more sustainable forms of tourism (mountain, natural, cultural, green, eco...) remain struggling to emerge as a competing national product. To achieve the above objectives this paper is based on a review of primary research (case studies) conducted on different Moroccan national parks and regions. along with secondary data (official reports, statistics) and literature written on tourism and ecotourism in Morocco.

Keywords: Morocco, Tourism, Ecotourism.

Introduction

In the last two decades Morocco focused more on the tourism sector and its promising outcomes on social development and more importantly, on the country's economy. The state developed coherent projects and management plans (Vision 2010, Vision 2020...) looking for a strong and alternative economic pillar. These plans pushed Morocco forward in global tourists' arrivals, and provided a considerable economic resource. However, touristic products offered by Morocco remain largely dominated by seaside product (3S tourism or Mass tourism). While other more sustainable forms of tourism (mountain, natural, cultural, green, eco...)

remain struggling to emerge as a competing national product. This seaside dominance does not represent Morocco's richness concerning natural and cultural potential, which is a contradiction in itself (Berriane 2002). This situation is imposed by the global ecotourism demand and by Moroccan authorities themselves which have not pushed too much in that direction on the ground (Sbai 2012). Even though recent management plans and their juridical frameworks concerning the sector, pay special attention to a more sustainable form of tourism, especially within protected areas, and to the necessity of preserving natural biodiversity and cultural heritage.

Moroccan tourism sector

History

Protectorate phase

From the first years of its installation, the French protectorate in Morocco included tourism in its development policy for the country along with the modernization of agriculture, exploitation of mineral wealth and the installation of some processing industries. Even if, at the very beginning, tourists were just related families of settlers, civilian and military officials of the Spanish and French Protectorate. As to (Stafford, 1996, quoted by Brault, 2004), the real tourism began in the country thanks to the first political General Resident Lyautey, whose policies aims to offer a resting place for the French and wealthy tourists. Thus investments were oriented luxury hotel construction to better meet of travellers' requirements. At this stage, the protectorate's major investments were focused only on some strategic areas, either due to their colonial importance to the French or for the political sake to the Moroccan established authority then. This distribution will provoke next what divided the country into utile and inutile Morocco (Jiménez, 2015).

(Stafford, 2005) argues that as their departure approached, the protectorate left a large potential in tourism infrastructure, (roads, ports, airports and railways) which was implemented, primarily, to allow a better military control for the sake of the plundering of the country's natural resources. And then as a secondary objective, to promote the early settlement of the country, which in the end, one way or another, is serving the primary purpose. this infrastructure had enabled subsequently, the development of international tourism in Morocco.

Early in 1936, Morocco witnessed its first organized touristic tour since the end of the establishment of colonial power in Moroccan territory. This tour was established between three imperial cities: Marrakech, Fes, Meknes. Just one year later, in 1937, the protectorate Committee of tourism was replaced by the Sherifian Tourist Office, which was, according to (Stafford, 1996, quoted by Brault, 2004), primarily

responsible for the creation, management and control of host organizations and intelligence tourism and the preservation of historic monuments. Just after the WWII ended, in 1946, Morocco will see the birth of the current national Office Moroccan Tourism (ONMT) (Stafford, 1996, quoted by Brault, 2004). This period, was the founding era of Moroccan tourism took advantage from the protectorate experience in the country and consequently continued the infrastructure path by contributing to the creation of the first hotel chains in Morocco, which were characterized by a luxury hotel infrastructure encouraged in its realization by the Moroccan Office of Tourism. Later on, the office will encourage private investments which will bring more and more touristic facilities and end up opening Morocco an international tourism destination.

Post-protectorate phase

After independence (1956), the Moroccan State had left with many stuck matters concerning tourism sector as any other sector, a normal situation for such an emerging State. This caused the country to enter in a 'touristic coma' that lasted almost a decade as described by (Berriane 1992). Morocco did not officially enter the international tourism market until the year 1965 by the creation of the Tourism Ministry, as well as the massive investment of the state in the tourism sector. Then, the ministry developed a three-year plan (1965-1967) in order to create the principle foundations for Morocco to become a busy tourist destination (Berriane 1992).

The Ministry of Tourism will develop during this period ZAPs, i.e. priority management areas. As (Stafford, 1996, quoted by Brault, 2004) points out, these areas are privileged places where one intends to concentrate tourism development. they were mainly focused in the resort of Agadir and the circuit of the imperial cities (Marrakech, Rabat, Fez and Meknes). Symbolically, this distribution illustrates the types of tourism were established in Morocco by that time, seaside and cultural tourism.

During the period from 1965 to 1973 Morocco saw the appearance of its Mediterranean coast on the international market. the Mediterranean coast was chosen in the middle 1960s to receive the first implementations destined to international tourism. It will see the birth of a series of seaside stations with foreign clientele management (Berriane, 1992). But this flourishing on the Mediterranean coast will not last for a very long time, not even a decade after its emergence. Tour operators which turned themselves to new ways of success achieved by the "product winter" deep away from the coast. Indeed, at tourism, the plan had an approach that was based on " making new tourism products corresponding to new centres of tourism development and the types of Tourism marginalized.

An important step in the development of tourism in Morocco will be reached during the 1988-1992 five-year plan. (Berriane, 1992) confirms the very special and promising change in that period, it took until the middle of the 1980s to attend an effective revival of the region. original and unusual phenomenon, this revival is the national tourism. But generally speaking, the late 70s see a marked decrease government investment in the tourism sector, and that until the early 90's the private sector that took the relay. The privatization process helped to diversify the Moroccan touristic product, especially with the emergence of domestic tourism. National tourism brought back balance to tourism sector in general and reached levels beyond competitiveness. (Berriane, 1992) describes the relationship between the two as complementary rather than competitive. This completion lays in the distribution of tourists (national and international) on cities, on one hand, and their distribution on months of year on the other hand.

Present-day tourism

Morocco is located in a region of the world where the countries of the Mediterranean are, despite a relative stagnation of international tourist arrivals (UNWTO, 2002), tourism is a sector among the most developed in the world. This region, however, is experiencing intense competition, especially due to the rise of new destinations such as Turkey, Malta... The sub-region countries of the southern Mediterranean, which borders Europe through the Strait of Gibraltar, is mainly composed of five destinations: Morocco, Tunisia, Egypt, Turkey and Cyprus.

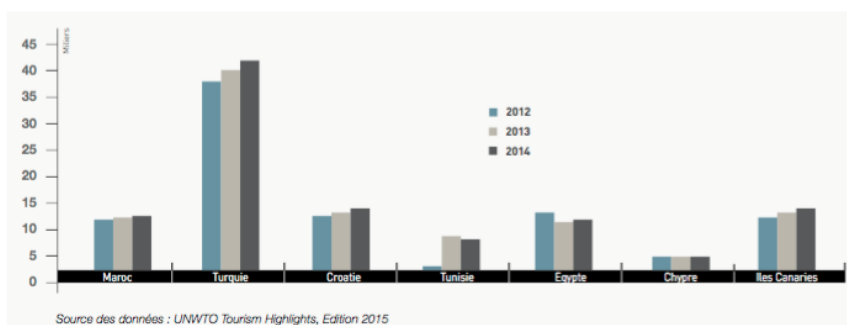


Figure 1: Mediterranean destination tourists arrivals in Million (Observatoire du Tourisme 2016)

International tourism in these five countries is extremely important with nearly 40 million international tourist arrivals in Turkey during 2014, followed by Canary Islands with 15 million. Morocco here, showed a slight increase in tourist arrival from 2012 to reach nearly 10 million in

2014, overcoming both Tunisia and Egypt benefiting from the unstable political situation in both countries after 2011 events (Observatoire du Tourisme 2016).

in her analysis of the annual report of Morocco's Central Bank published in 2004, (ARIB, 2005) concludes that that its share is three times that of seafood, textiles and agriculture. Thus, one of the most important sectors in terms of economic growth, foreign exchange, investment and job creation appears to be tourism. The economic contribution of tourism in Morocco is certainly important. It is increasingly regarded by officials as a strategic sector to support economic development. Morocco has granted in its development policy, a prominent place in the tourist activity in the late 1960s Since independence, successive governments have sought to encourage the sector without making the necessary political will.

It was not until 2001 that the decision was taken at the highest state level to chart a new strategy involving the sectors both public and private with a new vision called "Vision 2010" or Plan Azur. This ambitious strategy for tourism in 2010 aims at hosting 10 million tourists, achieving 160 000 new beds, the creation of 600 000 new jobs, the increase in annual foreign exchange earnings of 80 Billion MAD and a contribution in GDP of 2 to 3 points per year. Morocco therefore hopes to move in the space of ten years, from the 39th to one of the world's top 20 destinations (VELLAS and MEHADJI, 2005).

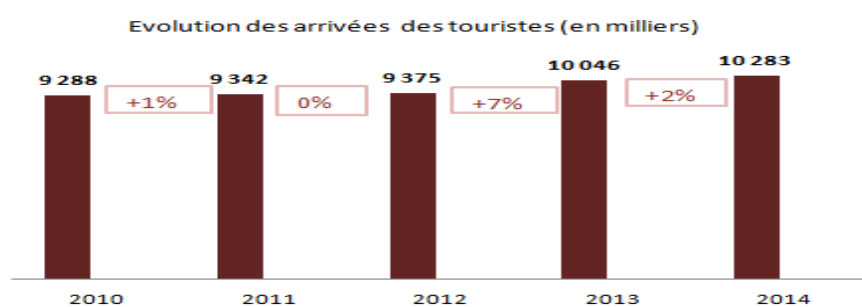


Figure 2: Morocco tourists arrivals evolution in Thousands (Observatoire du Tourisme 2016)

Under the motivation of this framework agreement, the plan Azur was launched. It was meant mainly to develop six new high potential areas, located near airports: Khmis Sahel Larache, Mogador, Saida Ras El Ma in the Oujda region, El Haouzia in El Jadida, Taghazout Agadir and finally white Beach in Guelmim. The realization of these sites will double the accommodation capacity, to help accommodate the 10 million tourists.

Indeed, promoting tourism in Morocco requires significant investments especially in terms of accommodation and infrastructure. The plan envisages a total investment that requires a down payment of more than 100 billion dirhams. To reassure lenders will require that Morocco can offer an internal rate of 12% and an occupancy rate of 60% on hotels (Achbany et al. 2007).

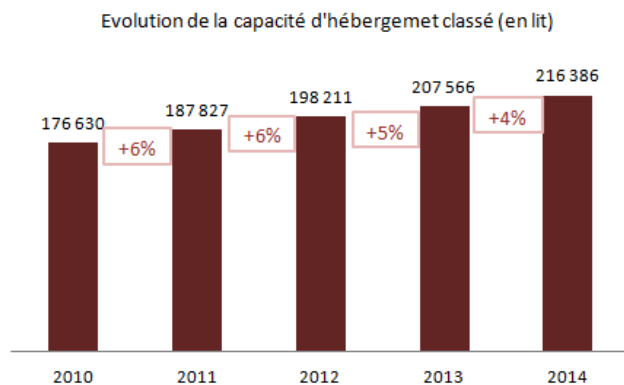


Figure 3: evolution of classified accommodation capacity in beds (Observatoire du Tourisme 2016)

Figure 3 shows that the evolution of classified accommodation capacity between 2010 and 2014. It remains at a very comfortable positive rate between 4% and 6%.

As shown in Figure 4, the evolution of overnight stays in classified touristic establishments remains at a steady rate between 3% and 9%. Except for the years 2010-2011 in which it has dropped seriously to -9% due to general geopolitical situation and the global economic crisis.

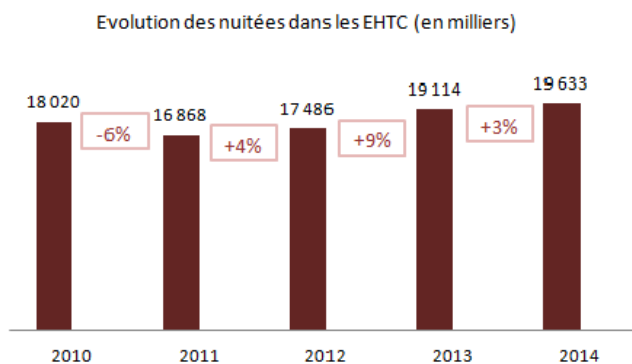


Figure 4: Evolution of overnight stays in Thousands (Observatoire du Tourisme 2016)

The state of ecotourism

It is obvious that when we put ecotourism in Morocco in the spotlight, we do not unveil only the state of ecotourism, but more importantly, we detect the flaws in tourism management plans and the value of the State's tourism policy such a vital sector. (Sbai, 2012) sees that ecotourism offer in morocco is weak, even not visible in the destination morocco. Ecotourism sector is generally associated with the development of nature, green and rural tourism. However, Ecotourism clientele remains very limited compared to the whole tourist flow in Morocco as well as in the world. For instance, the ministry of tourism in morocco gives a number of 150,000 visitors per year, where 50% is for the atlas destination only, and 30% for the desert product. (Sbai, 2012).

The ecotourism sector in Morocco, despite the efforts done in the last years, remains a niche yet to emerge strongly. it has been always just included or annexed to mass tourism management plans; the government yet approaches the ecotourism sector, at its best practice, as a secondary matter. the intention was always turned to only towards a seaside mass tourism that can bring a maximum of visitors. (Sbai, 2012) also points out that morocco has simply followed the classic scheme which consisted of receiving the maximum tourists, with a minimum care for the impacts on natural resources, witness cases in this framework are not to miss. Consequently, and as direct reflection of the State's policy, Moroccan tourism is highly concentrated on the shoreline. This concentration translates the whole Moroccan tourism sector into a 3S tourism (Sea, Sand, and Sun) despite its rich and varied potentials.

The touristic offer in Morocco has two main weak points that affect negatively the whole sector. These points are the highly concentrated geographic distribution of tourists, and the low diversified touristic offer (Sbai, 2012). It is less than 10 cities that focus about 80% of the total capacity. He argues that The strong focus of lodging capacity on the shoreline and imperial cities, is also the consequence of the low touristic offer diversity. However, the cause/effect relationship between the two points remains open to debate; because, from another perspective, if there was a diversified touristic offer (rural, nature, green tourism), there would be a relatively tourist distribution eliminating the high concentration on shoreline and imperial cities.

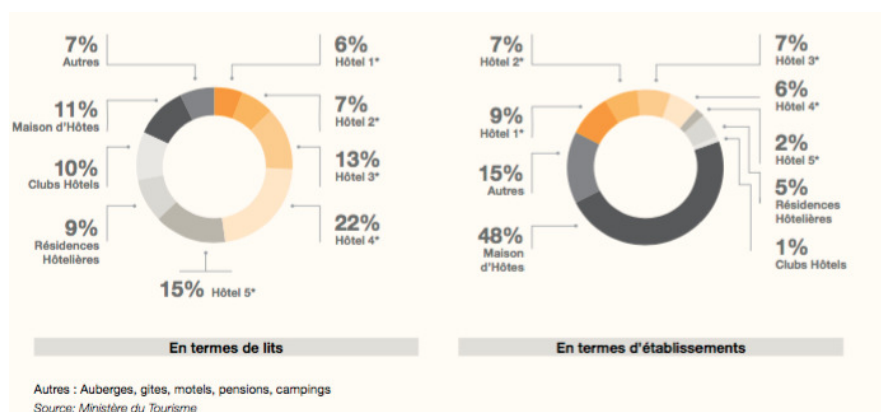


Figure 5: Accommodation types and distribution in Morocco (Observatoire du Tourisme 2014)

Despite the official dark side, still, there is a bright side of ecotourism in Morocco. Some individual initiatives along with the valuable contribution of NGO associations begin to make their way in ecotourism development. Even if these initiatives start isolated, with the support of some foreign operators who find refuge in local particulars; have started to develop this segment of sustainable tourism (PORTER, 2008).

Another directly related factor to the ecotourism segment, is degree of contribution of protected areas. These areas are the main attraction of ecotourists, therefore, well managed and developed protected areas, in which preserving the environment is the above all priority, are one of the main pillars of this type of tourism (El Ansari, 2013). In Morocco Many factors can be considered as indicators that can favour such an orientation choice, and their intelligent combination can reinforce this tendency.

Morocco's resources, in this sense, are numerous and diversified all across the country, between national parks, SIBEs (Sites of biological and ecological interest), and biosphere reserves: 10 national parks, 154 SIBE, and 3 Biosphere reserves. These areas are undoubtedly of great quality and of vast diversity, but remains fragile and above all insufficiently protected. The valorisation of these natural spaces through ecotourism will allow offering a real economic alternative that can help to decrease the degradation process which continues to endanger Moroccan natural spaces (MOUDOUD and EZAÏDI, 2005). The conservation of natural areas has become a decisive issue. Especially in promoting local community development in terms of economic alternatives.

Methodology

To achieve the above objectives this paper is based on a review of primary research (case studies) conducted on different Moroccan national parks and regions. along with secondary data (official reports, statistics) and literature written on tourism and ecotourism in Morocco.

Findings

Findings of this paper centre around three main problematic points of the ecotourism sector in Morocco: First, lack of the integration of local communities neither in official management plans nor in the stakeholders' touristic strategies. This opposition usually lead to tourism being rejected by local population. Second, these actors themselves, despite their large numbers, often they are not organised or embodied in a global network. Which complicates their work on the ground and diminishes any positive effect of their presence. Third, the state management plans are focused on seaside tourism product. As this type of tourism lost its brightness in last decade in favour of cultural/natural tourism. The state did not act on this basis and diversify ecotourism destinations and products.

Another vital factor that is seen to be decisive in the management of the tourism sector in Morocco is the fact that public authorities, or the ministry in question, tackles the sector issues from a very surface perspective ignoring the real and deep challenges of the sector. For instance, in the last two decades we the ministry planning huge and long term contract programmes that are intended to revolutionize the sector but on the ground, we see entire cities and region, which are very important in terms of tourists flows, lack even a local representation of the ministry and other necessary infrastructure for a touristic destination.

Discussion and Analysis

First, lack of the integration of local communities neither in official management plans nor in the stakeholders' touristic strategies. It is imperative that any development plan, that does not include local communities, is condemned to fail (author). Therefore, in order to establish a sustainable form of tourism, Moroccan authorities and private/public stakeholders must take into consideration different aspects of local communities by compromising their strategies with their lifestyle needs and by avoiding any violations that may negatively affect them or their environment.

Second, these actors themselves, despite their large numbers, often they are not organised or embodied in a grouped network. The different

stakeholders of any given sector, the more there are; the more necessary is the grouping or embodying network. This kind of organisation has many qualities over ungrouped stakeholders such more harmony and effectiveness in the stakeholders' performance, sharing experiences and spreading the benefit between stakeholders, and being unified in one voice when represented to public authorities or any other external institutions.

Third, the state management plans are focused on seaside tourism product. While Morocco is considered as the second most biodiversity in the Mediterranean after turkey, and has a very rich cultural potential. This focus on seaside mass tourism remains a contradiction in its self. However recent tourism development strategies started to involve sustainable and and cultural tourism in their projects, but individual and private initiatives remain always a step ahead from the state in this sense.

Tackling the sector issues from a very surface perspective and ignoring the real and deep challenges of the sector, Of course, this paradoxical approach will not take the tourism sector anywhere, on the contrary it makes those milestone vision and contract-programmes useless. To avoid this planning loophole, the authorities must radicalise their tourism development strategy. That is to say, working on the sectors basic and small-detailed issues locally or regionally, in order to make them ready to receive and suit any national development strategy.

Conclusion

The present paper highlights the state of ecotourism in Morocco and its implementation in the country's destination as a touristic product. Despite the state's inability to force the emergence of ecotourism as national touristic product on the ground, other individual, private, and civil society initiatives contributed to a large extent in establishing many different projects centring around ecotourism and generally a green sustainable form of tourism throughout the country's territory. These kind of initiatives, despite being low-funded and less-organized, proved their efficiency over official governmental plans at least locally speaking. What will be now a considerable constructive strategy from the state is to support and collaborate with these individual initiatives in order to nationally promote ecotourism and establish a touristic destination that complies with the country's very rich and diversified natural and cultural potential.

References

- ACHBANY, Y. et al. (2007): "Ten million tourists in 2010 how Morocco can succeed by developing e-tourism", MCIS 2007 Proceedings, Paper 15.
- ARIB, F. (2005): "Le tourisme : atout durable du développement au Maroc ?", *Téoros*, 24 (1), 37-41.
- BERRIANE, M. (2002): "les nouvelles tendances du développement du tourisme au maroc", Conférence donnée dans le cadre du 13ème Festival International du Géographie.
- BERRIANE, M. (1992): "Tourisme national et migration des loisirs au Maroc", Etude Géographique, Faculte des Lettres et des Sciences Humaines, Rabat.
- BRAULT, F. (2004): "Le tourisme et la transformation du territoire et du paysage au maroc", Université de Montréal, CUPEUM Workshop, Marrakech.
- EL ANSARI, R. (2013) "Patrimoine et développement régional au Maroc", Institut National d'Aménagement et d'Urbanisme (INAU), ASRDLF, Rabat.
- JIMÉNEZ, E.A. (2015): "Beginnings and development of tourism in the spanish protectorate in northern morocco (1912-1956)", *Cuadernos de Turismo*, 36, 441-443.
- MOUDOUD, B. and EZAÏDI, A. (2005): "Le tourisme national au Maroc : opportunités et limites de développement", *Téoros*, (24)-1, 25-30.
- Observatoire du Tourisme, "Annuaire statistique etude portant sur le suivi de la demande touristique", Rabat 2014.
- Observatoire du Tourisme, "Note de conjoncture du secteur du tourisme Année 2015", Rabat 2016.
- PORTER, M. (2008): "Analysis of the Moroccan Tourism Cluster ", Microeconomics of Competitiveness, Country Competitiveness Project.
- SBAI, L. (2012): "Evaluation du cadre juridique et institutionnel relatif à l'écotourisme et aux aires protégées au Maroc", Rapport UICN.
- STAFFORD, J. (2005): "Le tourisme au Maroc : entre le temps et les événements", *Téoros*, 24 (1), 53-54.
- VELLAS, F. and MEHADJI Z. (2005): "Les stratégies touristiques du secteur privé au Maroc", *Téoros*, 24 (1), 31-36.

Usos recreativos y conservación del patrimonio natural en los paisajes del agua del Parque Natural del Montgrí, les Illes Medes i el Baix Ter (Girona)

Josep PUEYO-ROS, Rosa Maria FRAGUELL, Josep VILA SUBIRÓS y Albert LLAUSÀS

Departament de Geografia. Institut de Medi Ambient

Universitat de Girona Autor de contacto: josep.pueyo@udg.edu

Pueyo-Ros, J., Fraguell, R.M., Vila Subirós, J. y Llausàs, A. 2016 Usos recreativos y conservación del patrimonio natural en los paisajes del agua del Parque Natural del Montgrí, les Illes Medes i el Baix Ter (Girona). *In*: Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 369-378. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. Esta comunicación presenta los conflictos entre los usos recreativos y la conservación del patrimonio natural en dos reservas naturales parciales (RNP) del Parque Natural del Montgrí, les Illes Medes i el Baix Ter (PNMIMBT). La RNP marina de les Illes Medes donde la sobrefrecuentación por actividades subacuáticas puede poner en riesgo la recuperación de algunos valores naturales. En este contexto los centros de inmersión han conseguido la aprobación de una regulación más flexible por parte de la administración pública con la finalidad de incrementar el número total anual de inmersiones. Y la RNP de La Pletera un antiguo saladar alterado a finales de los años 80 por trabajos de urbanización y que se encuentran en un proceso de restauración que persigue la recuperación de las lagunas litorales. La metodología utilizada ha sido el análisis de contenidos, a partir de una revisión de noticias de prensa e informes técnicos que pone de relieve la conflictividad entre los posicionamientos econocéntricos y antropocéntricos.

Palabras claves: reserva natural parcial, Costa Brava, presión turística, submarinismo, ecocentrismo y antropocentrismo.

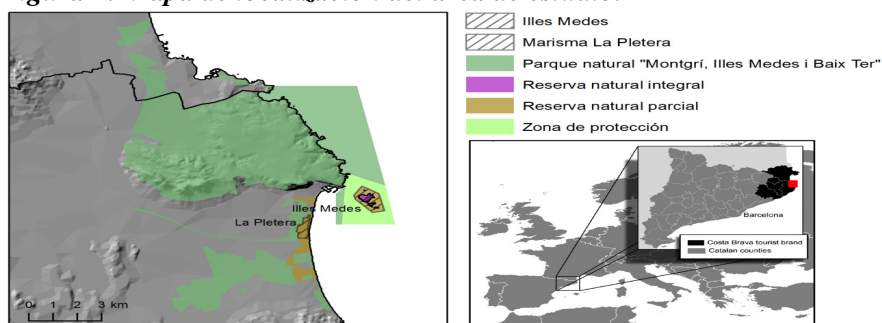
Introducción

El Parque Natural del Montgrí, Illes Medes y Baix Ter (PNMIMBT) fue creado el año 2010 (Ley 15/2010) a partir de la incorporación de un conjunto de espacios protegidos preexistentes. Este es el caso de las Illes Medes donde la protección se inicia en 1983 con la prohibición de la pesca y la extracción de recursos marinos vivos, una regulación que fue ampliada

posteriormente con una ley específica en el año 1990 (Ley 19/1990). En el caso de la Pletera la protección nace de su incorporación al PEIN (Plan de Espacios de Interés Natural) en el año 1992 (Decreto 328/1992).

La reserva natural parcial (RNP) marina de las Illes Medes es un archipiélago formado por siete islotes a una milla de distancia del núcleo turístico de l'Estartit y que ocupa una superficie de 511 ha marinas. Es una de las zonas tradicionales de buceo del Mediterráneo, una actividad que se inició a medianos del siglo pasado y que cuenta con un primer centro de buceo desde principios de los años setenta, todo gracias a su gran biodiversidad y la calidad escénica de su fondo marino.

Figura 1: Mapa de localización del área de estudio.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 2: Mapa de la RNP de las Illes Medes.



Fuente: Elaboración propia a partir del mapa topográfico Institut Cartogràfic de Catalunya (ICC).

El PNMIMBT es el único parque de Catalunya donde los usuarios abonan una tasa para la realización de la actividad subacuática. El periodo de inmersión es de mediados de marzo hasta mediados de noviembre, minimizando el impacto de la estacionalidad típica del turismo de sol y

playa. Es un sector clave para la economía local y la zona protegida con más inmersiones a nivel mundial (LLAUSÀS, 2015). En el número de inmersiones se observa un estancamiento al mantenerse entre los años 2010 y 2015 alrededor de las 60.000 inmersiones anuales, con un mínimo en el año 2012 (55.662) y un máximo en el año 2014 (62.713). Últimamente, estas inmersiones se concentran en festivos o fines de semana y el sector turístico reclama a la administración poder adaptarse a la demanda real y “ser más flexibles” en el cumplimiento del número de inmersiones diarias permitidas. Evidentemente este posicionamiento entra en conflicto con el potencial impacto de los usos turísticos y recreativos en espacios protegidos y la limitación del acceso.

Limitar el acceso a los espacios naturales significa aplicar medidas de *números clausus* poco populares en el sector turístico. La aplicación del concepto de capacidad de carga tiene como objetivo tratar de determinar el punto de congestión y estrangulamiento en un espacio natural (ROIG, 2002). En los estudios sobre el desarrollo de las actividades turísticas en los espacios naturales se distinguen dos grandes tipos de capacidad de carga: Capacidad de Carga Ecológica (CCE), referida a niveles de actividad turística o recreativa por encima de los cuales se dará un deterioro físico del espacio natural, y Capacidad de Carga Psicológica (CCP), referida a la densidad óptima de usuarios para el disfrute del espacio.

Actualmente, la práctica del buceo está regulada por normativa por el Plan de Uso y Gestión de la RNP de las Illes Medes del año 2008 y ratificada por la Ley que creó el parque natural (2010). Esta regulación, con una vigencia de 4 años prorrogables, permite realizar 846 inmersiones: 50 las pueden realizar particulares, 396 empresas de submarinismo acreditadas y las 400 restantes se reservan para practicar *snorkel*. En base a informes científicos elaborados por la Universidad de Barcelona (UB) en el 2015 la Junta Rectora del PNMIMBT aprobó una modificación de los anexos 1 y 2 del Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG), que regulan las inmersiones en sintonía con las demandas del sector turístico, pero a raíz de la polémica surgida no se ha llegado a aprobar de forma definitiva.

La modificación del PRUG implica: pasar de una cuota diaria de inmersiones a una anual (76.151), aumentar un 33% el número de boyas, prohibir las inmersiones en el islote del Medallot (que pasaría a ser una reserva integral submarina) para comprobar si un espacio sin inmersiones evoluciona de manera diferente del resto, fijar que no haya más de 45 submarinistas haciendo inmersiones al mismo tiempo y, en base a indicadores biológicos, establecer una gestión flexible de las inmersiones, con una cuota anual adaptada al estado del medio y la capacidad de carga de cada boya.

En el caso de la Pletera el debate se perfila en relación a posicionamientos ecocéntricos y antropocéntricos, pero en este caso fruto de la restauración de una zona de lagunas a partir de un proyecto Life. Aquí también surge la controversia entre los que prefieren un medio más naturalizado y regulado y las personas que consideran adecuado el estado precedente y un uso antrópico más intensivo y sin regulaciones.

Algunos autores defienden que la perspectiva antropocéntrica es necesaria cuando se recuperan espacios naturales en zonas muy humanizadas, como es el caso de los destinos maduros de litoral. Por tanto si la recuperación ecológica (RE) no considera los beneficios y perjuicios que puede generar en la población puede resultar ineficaz o inviable (BUCKLEY and CRONE, 2008). El turismo incluso puede adoptar un papel clave en la preservación, tal y como se recoge en la convención RAMSAR (DHAKAL, 2014) pero a la vez también puede ser el culpable de la degradación de espacios naturales por razones de masificación (FLETCHER and NEVES, 2012). En cualquier caso, los conflictos entre el sector turístico y el conservacionismo son inevitables.

Figura 3: Esquema de área de intervención del proyecto Life. RNP de la Pletera



Fuente: Elaboración propia a partir Ortofotomapa 1:5.000 color ICC.

Objetivos

Los dos casos de estudio son excelentes ejemplos del eterno debate entre los posicionamientos ecocéntricos o antropocéntricos en la gestión de los espacios naturales protegidos (Aggestam, 2014). Los primeros persiguen la recuperación y conservación de los ecosistemas por su valor intrínseco. Los segundos persiguen también su recuperación y conservación pero su enfoque se centra en los beneficios que estos aportan a las sociedades humanas, es decir, un ecosistema es valioso en la medida

que es capaz de contribuir al bienestar humano (Millennium Ecosystem Assessment, 2005). Las Medes y la Pletera nos permiten profundizar en la comprensión de esta compleja realidad socioambiental con el objetivo de ayudar a encontrar soluciones que garanticen la conservación y el aprovechamiento económico de estos espacios naturales protegidos.

Metodología

La metodología de casos de estudio es la utilizada para analizar las diferentes perspectivas sobre estos dos espacios naturales protegidos y los conflictos que emanan entre la voluntad de conservación y las actividades turísticas (EISENHARDT, 1989). Los casos de estudio implican siempre la exploración detallada y en profundidad de un sistema bien delimitado, en este caso dos reservas naturales y los grupos de agentes sociales que interactúan (CRESWELL, 2013). La finalidad es llegar a identificar y caracterizar las temáticas que son fuente de conflicto y las perspectivas de los individuos y/o agentes sociales implicados (YIN, 2013). La hipótesis de partida del trabajo es que en cada área de estudio convergen unas miradas e intereses determinados, a veces compatibles y en otros casos no, y en conjunto configuran un sistema socioambiental de gran complejidad. La mejor comprensión de estos sistemas ha de permitir la formulación de estrategias y recomendaciones para facilitar la resolución de los conflictos y mejorar la gestión.

El procedimiento escogido en la investigación es el análisis de contenidos. Originalmente concebido por la sociología y las ciencias de la comunicación como una herramienta de balance cuantitativo de los textos periodísticos, estos métodos han ido incorporando nuevas fuentes de información (páginas web, audios, entrevistas etc.) y son más sensibles en relación a la interpretación de los contenidos más allá de su mera cuantificación (GRANEHEIM & LUNDMAN, 2004; RIFF et al., 2014).

Las fuentes de información analizadas en los dos casos de estudio son documentos técnicos vinculados a las dos RN como por ejemplo el PRUG de les Medes o el proyecto Life de la Pletera. Y por otro lado, un exhaustivo examen de las noticias publicadas por la prensa en los años claves de las respectivas polémicas: 2014, 2015 y 2016. Los medios de comunicación han sido seleccionados por su vinculación y su particular seguimiento de los dos casos de estudio. En concreto se trata de: Emporion, Diari de Girona, El Punt Avui, Diari Ara, La Vanguardia y El Periódico.

Para analizar los conflictos económico-ambientales en las Illes Medes en relación a su capacidad de carga ideal para la práctica del buceo, se localizaron y analizaron 51 documentos que trataban esta problemática

y la percepción que tenían sobre ello los diferentes *stakeholders* implicados. En el caso de la Pletera, sobretodo en relación al proyecto de RE se encontraron y analizaron 88 documentos.

Resultados y discusión

En el caso de la RN marina de las Medes se han identificado 5 colectivos de *stakeholders*, algunos de ellos con intereses comunes. Un primer colectivo está formado por los ecologistas, representado por la Asociación de Naturalistes de Girona (ANG) y la Institución Altempordanesa per a l'Estudi i la Defensa de la Natura (IAEDEN – Salvem l'Empordà), quienes han presentado alegaciones a las modificaciones del PRUG, rechazan la cuota anual porque consideran que significa un incremento de las inmersiones totales y denuncian que se convierta el espacio natural en un parque subacuático. Como justificación, apuntan que, a pesar de la mejora del fondo marino, el ecosistema de las Medes “está en recuperación, pero no recuperado”, y que todavía existen hábitats en regresión como consecuencia del exceso de presión causada por las actividades subacuáticas. Consideran que el Gobierno de la Generalitat ha dado “carta blanca” a los clubs de buceo y en cambio “la conservación de la biodiversidad tendría de ser objetivo prioritario en los espacios naturales protegidos, y en este caso creemos que se ponen por delante los intereses de los centros de inmersión”.

Un segundo colectivo está formado por científicos. Este se subdivide en dos subgrupos: un primero lo forman aquellos con un posicionamiento ecocéntrico, éstos opinan que los submarinistas son “una amenaza” para la conservación del fondo marino de las Medes y critican el modelo de gestión actual porque consideran que no ofrece garantías de sostenibilidad ni para el ecosistema ni para el sector económico. En este sentido, el departamento de Ecología de la Universitat de Barcelona (UB), el cual elaboró precisamente los informes científicos que sirvieron para justificar las modificaciones del PRUG, presentó alegaciones al plan de gestión y una nota informativa donde indicaba que “el número actual de submarinistas es excesivo para la conservación de los ecosistemas de las Illes Medes”. Asimismo consideran que la Junta Rectora del PNMIMBT “ha aumentado las inmersiones y los puntos de buceo sin seguir ningún criterio ecológico, porque se ha hecho sin estudiar a fondo la capacidad de carga de cada área afectada”; “priman los criterios de explotación económica de los espacios protegidos por encima de la conservación del patrimonio natural”.

El segundo subgrupo de científicos mantienen posicionamientos más antropocéntricos. Está representado por miembros del Instituto de Ciencia y Tecnología Ambientales (ICTA) de la Universidad Autónoma de

Barcelona (UAB). Consideran que las principales causas de pérdida de biodiversidad en el Mediterráneo, más que el buceo, son el calentamiento y la acidificación del agua, afectando a especies tan emblemáticas como el coral rojo (RODRIGUES et al., 2016).

Un tercer colectivo está protagonizado por el Gobierno de la Generalitat, con un posicionamiento antropocéntrico que asegura que permitir más inmersiones no pondrá en riesgo ni al ecosistema ni a las especies. Según declaraciones hechas por el exconsejero de Agricultura, Ganadería y Pesca los argumentos de los ecologistas no se sustentaban en “razones de peso”, y como contrapunto afirmaba que las modificaciones del PRUG estaban avaladas por los informes elaborados por la UB, que concluyen que en los últimos años ha aumentado la biodiversidad en las Medes, “ello demuestra que preservar el medio es perfectamente compatible con las actividades económicas que dependen de éste”.

Un cuarto colectivo está representado por la Junta Rectora del PNMIMBT, donde el sector empresarial tiene un peso substancial. Desde una visión antropocéntrica centra su atención en la satisfacción del cliente y la importancia de evitar una masificación para garantizar la satisfacción de los usuarios. Aprobaron la cuota anual de inmersiones argumentando que “es un sistema adaptativo a cada zona, a su seguimiento y corrección en el caso de deterioro”, e incluso proponen incrementar un 10% las inmersiones en los puntos donde los indicadores biológicos lo permitan.

Finalmente un quinto colectivo son los centros de buceo. Operan regularmente unas 28 empresas, 20 son centros de submarinismo y 8 de *snorkel*. Estos reclaman a la Generalitat que finalice la tramitación del PRUG, el cual con la cuota anual les da una mayor flexibilidad para adaptarse a las necesidades diarias, aprovechando la mayor demanda en días festivos y puentes. Se quejan de que siempre se los culpabilice de la degradación del fondo marino, cuando consideran que “son los primeros interesados en conservarlo”, y no se analicen otros factores como la contaminación, el aumento de la temperatura del agua o su acidificación. Declaran que “no quieren convertir las Medes en una rambla subacuática” ni “en una barra libre” y defienden que “los problemas se evitan educando al buceador, no prohibiendo”. En este sentido, se comprometen a trabajar con el Parque en la sensibilización y educación de los submarinistas.

En el caso de la Pletera, todos los documentos analizados ponen de relieve que los objetivos de la RE son ecocéntricos: recuperación de las lagunas y su funcionalidad ecológica y en la repoblación del fartet (*Aphanius Iberus*), un especie de pez endémica de la Península Ibérica. Incluso algunas noticias hablan de “devolver a la Naturaleza lo que es suyo” o “restituir aquello degradado por toneladas de avaricia”.

Esta perspectiva ecocéntrica se diluye cuando la prensa recoge las declaraciones de los políticos locales o incluso de técnicos del proyecto. El

alcalde de Torroella de Montgrí-l'Estartit considera que la recuperación del espacio es “una muy buena noticia” porque el espacio natural complementará la oferta turística de sol y playa y de submarinismo, ofreciendo un valor añadido a la destinación turística. Unas declaraciones nítidamente más antropocéntricas de las que se detectaba en la formulación de los objetivos del proyecto, aunque también sugerían que el turismo no es sólo un recurso económico sino también un agente activo para la conservación. Así se hablaba de como el turismo sostenible o turismo de naturaleza pueden contribuir a un cambio en “la concepción del modelo turístico en la zona”, actualmente basado en el turismo de sol y playa (SARDÀ et al., 2009) y en el submarinismo.

En la Pletera se visualizaron dos conflictos derivados de la RE. El primero derivado de las restricciones a la accesibilidad que el proyecto propone respecto los usos anteriores. El segundo fue la eliminación de un tramo de playa donde los perros estaban permitidos y que el proyecto prohibió al representar una amenaza para la nidificación de las aves de la marisma y un elemento de erosión del cordón dunar.

El conflicto por la accesibilidad se derivó de las actuaciones del proyecto. Es evidente que el proyecto supuso una mejora para recorrer el espacio a pie. Según se puede leer en la prensa, el proyecto habilitó “itinerarios para viandantes, bicicletas y caballos alrededor de la zona de marismas y dunas”. También se adecuaron dos miradores para “contemplar el ámbito con una determinada perspectiva así como los pájaros que se instalen o hagan parada en los humedales”. Pero estas mejoras, que favorecieron claramente a aquellos usuarios del espacio que realizaban actividades de contemplación de las marismas, iban acompañadas de otras medidas que perjudicaron algunos de los usos anteriores al proyecto y, por consiguiente, entraron en conflicto. Antes de la RE, uno de los usos más comunes de la marisma era servir de aparcamiento a aquellos turistas que buscaban un acceso fácil a una playa tranquila. La RE comportó dos medidas que perjudican a estos visitantes. Por un lado se regularon “los accesos a las zonas de baño por pasos orientados con el objetivo de que las dunas no fueran pisadas ni dañadas”, lo que se tradujo en una reducción en el número de accesos a la playa. Por otro lado, el acceso con vehículos motorizados dejó de estar permitido, habilitando zonas de aparcamiento en la periferia de la marisma. Los dos conjuntos de medidas se tradujeron en un aumento de la distancia a recorrer para aquellos visitantes cuyo objetivo era acceder a la playa. Con lo cual, tuvieron que adaptarse al nuevo escenario o buscar otra playa con características similares y que fuera accesible en coche. Estas medidas generaron resistencias respecto al proyecto, especialmente en la población local donde el sentimiento de arraigo es más profundo y son más críticos con los cambios en aquellos lugares que sienten como propios. Esta

percepción es especialmente compartida entre las personas mayores, las cuales se ven más afectadas por las restricciones en la accesibilidad y a la vez, su mayor sentimiento de arraigo (ROWLES, 1983).

El otro conflicto socioambiental que se derivó del proyecto fue la eliminación de la playa para perros. La decisión fue tomada conjuntamente por el gobierno municipal y por el Parque Natural. Los perros, generalmente sin atar, “contribuían a la regresión de las dunas y su vegetación asociada y afectaban gravemente la nidificación de algunas aves”, el Parque también consideraba que una playa para perros “no es compatible en una zona catalogada como RNP” ni con los objetivos del proyecto. A los problemas ecológicos se le sumaron las quejas de otros usuarios argumentando que los perros iban desatados, salían fuera de la zona habilitada o porque los propietarios no recogían los excrementos. La decisión de eliminar la playa para perros no fue fácil y provocó un gran descontento. Los detractores de la medida no tardaron en hacerse notar. Por parte institucional, la Entidad Municipal Descentralizada de l’Estartit (EMDE) aprobó una moción para que el Ayuntamiento buscara una alternativa ya que se consideró que muchos turistas se alojaban en l’Estartit gracias a la posibilidad de llevar su perro a la playa. A la vez, se iniciaba un movimiento social de los usuarios de la playa para perros para protestar por la medida, llegando a recoger más de 2800 firmas. Las protestas institucionales y sociales surgieron efecto y el Parque, el Ayuntamiento y la EMDE acordaron habilitar una playa para perros en otro emplazamiento, fuera del ámbito de actuación de la RE de la Pletera.

Conclusiones

La RNP marina de las Medes está al servicio de los intereses antropocéntricos y las decisiones de gestión están condicionadas por los intereses económicos de las empresas de buceo. En cambio la conservación del patrimonio natural juega un papel secundario en la determinación de las directrices de gestión.

En la Pletera el proyecto de RE ha generado conflictos entre el turismo y la conservación del patrimonio natural. Una correcta gestión y la toma de decisiones de consenso son fundamentales para su aceptación social y en definitiva su éxito. Así el conflicto de la playa para perros se resolvió de forma satisfactoria para todas las partes, en cambio la cuestión de la accesibilidad sigue sin solucionarse y mantiene la oposición de una parte de los usuarios.

Bibliografía

- AGGESTAM, F. (2014). "Wetland Restoration and the Involvement of Stakeholders: An Analysis Based on Value-Perspectives". *Landscape Research*, 39(6), 680–697.
- BUCKLEY, M. C., & CRONE, E. E. (2008). "Negative off-site impacts of ecological restoration: Understanding and addressing the conflict". *Conservation Biology*, 22(5), 1118–1124.
- CRESWELL, J.W., 2013. *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- DHAKAL, S. P. (2014). "An exploratory perspective on sustainable tourism as wise-use of a protected wetland in Thailand". *International Journal of Tourism Policy*, 5(3), 159-172.
- EISENHARD, K.M., 1989. "Building theories from case study research". *The Academy of Management Review*. 14, 532–550.
- FLETCHER, R., y NEVES, K. (2012). "Contradictions in Tourism: The Promise and Pitfalls of Ecotourism as a Manifold Capitalist Fix". *Environment and Society: Advances in Research*, 3(1), 60–77.
- GRANEHEIM, U.H., LUNDMAN, B., 2004. "Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness". *Nurse Education Today* 24, 105–112.
- LLAUSÀS, A. (2015). Encara més immersions a les Medes. *Emporion*, 101.
- MILLENNIUM ECOSYSTEM ASSESSMENT. (2005). *Ecosystems and Human Well-being: Synthesis. Ecosystems* (Vol. 5).
- RIFF, D., LACY, S., FICO, F., 2014. *Analyzing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Routledge.
- RODRIGUES, L.C.; VAN DEN BERGH, J.; LOUREIRO, M.L.; NUNES, P.; ROSSI, S. (2016). "The Cost of Mediterranean Sea Warming and Acidification: A Choice Experiment Among Scuba Divers at Medes Islands, Spain". *Environmental and Resource Economics*, 63(2), 289-311.
- ROIG, F.X. (2002). "Análisis de capacidad de carga en los espacios litorales, calas y playas, situados en áreas naturales de especial interés de la isla de Menorca", in FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, F.; PUMARES, P. & ASENSIO, A. (eds.), *Turismo y Transformaciones urbanas en el siglo XXI*. Universidad de Almería, 327-335.
- ROWLES, G. D. (1983). Place and personal identity in old age: Observations from Appalachia. *Journal of Environmental Psychology*, 3(4), 299–313.
- SARDÀ, R., MORA, J., ARIZA, E., AVILA, C., & JIMENEZ, J. A. (2009). "Decadal shifts in beach user sand availability on the Costa Brava (Northwestern Mediterranean Coast)". *Tourism Management*, 30(2), 158–168.
- YIN, R.K., 2013. *Case study research: Design and methods*. Sage publications

Sesión de pósteres y resúmenes

Productos turísticos resilientes en territorios de interior. El turismo de aventura en el Ripollès catalán

Asunción BLANCO-ROMERO y Gemma CÀNOVES VALIENTE

Departament de Geografia. Universitat Autònoma de Barcelona

Palabra clave: turismo de interior, indicadores de sostenibilidad, resiliencia, turismo de aventura.

Los territorios de interior presentan una dinámica evolutiva generada por fuerzas endógenas y/o exógenas, a largo y corto plazo, que suelen ser unidireccionales, irreversibles, graduales, acumulativas, no intencionadas y no anticipadas (Butler, 2011). De este modo se contraponen las innovaciones y mejoras en estos destinos con las motivaciones cambiantes de unos visitantes experimentados, que demandan cada vez más servicios personalizados y de calidad, así como con los objetivos de los agentes locales, los costes medioambientales, la inercia en los hábitos de turistas y residentes, los planes de inversión pública y privada y el control de la rentabilidad de dichas inversiones (Prat, 2013; García Hernández, 2014).

Inicialmente, el turismo en las áreas rurales no supone la adaptación del territorio a las exigencias de los turistas. Sin embargo, con el paso del tiempo esta actividad provoca un efecto multiplicador en estos espacios generando actividades complementarias, diversificando su economía y ofertando puestos de trabajo, directos e indirectos, dentro de la llamada resiliencia de los territorios y sus productos turísticos. Por ello, las Administraciones Públicas promueven el turismo como una actividad para la promoción económica y social del territorio. Ahora bien, las crisis también afectan a la actividad turística, reduciendo la capacidad de consumo de la población, las promociones inmobiliarias de segundas residencias, hoteles y apartamentos turísticos, favoreciendo así la reestructuración del sector y la concentración empresarial. Este fenómeno más acentuado en los territorios de interior, produce resultados muy desiguales, ya que son necesarias importantes inversiones en equipamientos e infraestructuras y en el mantenimiento de las instalaciones turísticas, lo que redundaría en la poca rentabilidad económica de estas actividades, siendo necesario el apoyo privado.

A pesar de todo, muchos territorios de interior han apostado por él como una herramienta de desarrollo económico que les permita reducir sus tasas de paro y aumentar su PIB y su Renta Familiar Bruta Disponible,

seleccionando el tipo de turismo más adaptado a los recursos naturales y patrimoniales allí presentes. En estos territorios, a medida que se van desarrollando los productos turísticos, se establecen vinculaciones más densas entre los agentes locales y reduciendo proporcionalmente la colaboración con los agentes externos. La creación de un clúster alrededor del producto turístico, en el que participan los diferentes agentes involucrados, genera dinámicas socioeconómicas de alcance local, vinculadas directamente a lo que se podría considerar una reformulación del modelo, adecuada como respuesta endógena alternativa ante la crisis del sistema económico globalizado. Dicha respuesta se concibe como una nueva forma de entender el desarrollo turístico, incorporando las variables medioambientales y sociales, cristalizadas en el concepto de desarrollo sostenible.

Con el objetivo de conocer y analizar el grado de sostenibilidad de los clúster formados alrededor de un producto turístico en las comarcas de interior, en el presente trabajo se ha considerado adecuada la creación de indicadores, teniendo en cuenta tres niveles de análisis (clúster turístico, destino turístico y comarca). A través del sistema de indicadores seleccionados se ha pretendido tener un conocimiento más exacto de la sostenibilidad del clúster turístico analizado, del grado de resiliencia del destino y del territorio en el que se enmarca.

Un ejemplo de aplicación y análisis de este sistema de indicadores es el caso de la comarca del Ripollès (Catalunya), que formando parte de la marca turística “Pirineus”, aprovecha su gran variedad de recursos territoriales y culturales para el desarrollo de un turismo rural diversificado y de calidad. Dentro de su amplia oferta de actividades, el Ripollès permite la práctica de numerosos deportes de aventuras de riesgo. La aparición de pequeñas microempresas dedicadas a estas actividades se ha visto favorecida por la presencia de una amplia oferta de alojamientos y restaurantes, generando sinergias muy positivas como clúster turístico en el territorio. El análisis de la comarca como destino turístico, a través de los índices de sensibilidad creados, presenta, para 2015, una buena resiliencia medioambiental y económica, pero incierta en ciertos aspectos socioculturales. En el caso de la sostenibilidad del clúster de turismo de aventura muestra un desarrollo embrionario, donde la relación con los agentes locales es todavía muy débil, así como su sostenibilidad económica, pero de un nivel muy alto en sostenibilidad medioambiental y medio sociocultural. Por ello, es posible concluir que su principal reto es consolidar la comarca como un destino óptimo para la práctica de estas actividades deportivas, siendo reconocido a nivel internacional.

Between urban wasteland and post-industrial ruinscape: tourism as post-crisis economic progress in the infamous shrinking city Detroit

Lina TEGTMEYER

Freie Universität Berlin/RWTH Aachen, Department Architecture
tegtmeyer@gsnas.fu-berlin.de

Detroit has been presented in most recent real-estate imagery as if it was a tourism brochure. Or rather, tourism imagery of Detroit looks a lot like reading a real-estate advertisement. The decaying city that has amongst the highest poverty and crime rate in the US is suddenly appearing in a new look. On the one hand, this seems logical in a capitalist system that turned cities not only into sites for life-style production, but in life style products themselves. The city that needs to be sold as a product, appears in an aesthetic of advertisement: shiny, glitzy, perfect pixel clarity in a hyper-real sort of way. But, on the other hand: what are the entanglements between tourism, the city and capitalism crises that we can read in the shiny imagery of a decaying place like Detroit? In analyzing visual importance for tourism as successful service industry and cultural practice, it becomes clear that both the image of the built city as well as its visual representation in pictures is of high relevance. In the case of Detroit, the city is most famous for its negative image: Jerry Herron stated in 2003 that negative branding in all different kind of media have made the city infamous beyond national fame. The built environment has been decaying or demolished since decades. Only recently have suggestions been accepted by broader public discourse and city officials to consider this shrinking city as a heritage site that can be a successful and promising tourism destination of elevated cultural and historical significance. As everyday urban environment filled with derelicts of a long-gone “American” industrialization that brought democracy and prosperity to many, the city’s remaining architecture of apartment and office buildings, theatres, hotels but also (toxic) abandoned factories of car production sites are now reconsidered as architectural treasures of elevated cultural value that document the city’s and part of the nation’s past that can be remembered through visiting Detroit. That means on the one hand, informal tourism in unplanned pairing with official tourism attempt supported by local government have placed the well-known reality of the city’s failure into a new narrative: the city has changed—on an imagery and imaginary level—from a site of danger and threat (as a result of White flight in the 1950s and economic deindustrialization in the 1970s) towards a sight of touristic interest as “America’s Great Comeback city.” This

traditional US resurrection narrative told in a set of shiny imagery presents the city as now successful and promising place. Curiously, the real-estate market is somewhere linked to the tourism developments in Detroit in the beginning of the 21st century. I would like to say that I have asked the following questions at a conference in Rimini, but I would like to pose them in this meeting once more, because I understand your call for presentations to fit my most alarming (and hopeful) concerns fit with what you propose to debate. Hence, I would like to take this conference as opportunity to present and debate the potential but also the pitfalls of embracing the destination Detroit case as model for other similarly undesired places throughout the world. Can it make sense to reevaluate and re-define (urban) tourism in the moment of financial crises of the decaying capitalist system on a global scale? What potential can tourism offer to a city and vice versa? But also more urgently: what needs to be re-conceptualized for the future of urban tourism and cities in order not to murder a city (and ultimately tourism) by making it a destination?

Panel informativo del Bco Guinguada (Gran Canaria). Propuesta metodológica para la dinamización del turismo cultural y natural

Alejandro GONZÁLEZ MORALES, Antonio RAMÓN OJEDA, Francisco ROMERO ROQUE y José QUESADA MEDINA

Departamento de geografía de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

Palabras clave: Barranco Guinguada, metodología, turismo de naturaleza, turismo cultural

Con el presente póster pretendemos aportar una propuesta metodológica para la realización de paneles explicativos que contribuyan a la conservación de los recursos territoriales turísticos, tanto de carácter natural como los culturales, de un espacio emblemático del municipio de Las Palmas de Gran Canaria. El objeto del proyecto es ofrecer al turismo cultural y natural que visita la isla de Gran Canaria un sendero que recoge buena parte de la historia geológica de la mencionada Isla, así como los principales valores geobotánicos y climáticos de este espacio. Asimismo es intención de este panel poner en valor los recursos culturales (yacimientos arqueológicos, poblamiento tradicional, infraestructuras hídricas y agrarias, valores etnográficos y características antrópicas).

La metodología consistirá en una propuesta de ruta que se acompañará de cartografía temática (mapa geológico, mapa de usos del suelo, mapa de vegetación, mapa de localización de los recursos culturales).

La ruta se tomará con *gps* y luego se exportará al mapa con el programa *Arc Gis*, toda la cartografía se realizará con este último programa y el panel final con *Corel Draw*.

La secuencia del panel, aparte de la cartografía llevará una caracterización general de la zona, una descripción pormenorizada del sendero, varias fichas explicativas de los principales recursos naturales y culturales, una ficha técnica que contenga: rumbos, tramos, distancias, tiempos, dificultad, pendientes y tipo de firme

Por último se introducirán algunas informaciones complementarias como las recomendaciones para realizar el camino con absolutas garantías de éxito.

El resultado final esperado es que el turismo de cruceros y el turismo de naturaleza y cultural que visita Gran Canaria cuente con paneles informativos adecuados para que los valores naturales y culturales

de la Isla sean conocidos y de esta manera también contribuir a su conservación y a mejorar el desarrollo sostenible para este espacio insular

Airbnb un elemento clave en la transformación funcional del espacio turístico de la ciudad de Madrid¹³

M^a del Carmen MÍNGUEZ GARCÍA, María GARCÍA HERNÁNDEZ, Manuel DE LA CALLE VAQUERO, Miguel Ángel TROITIÑO VINUESA y Libertad TROITIÑO TORRALBA

Universidad Complutense de Madrid

Palabras clave: Airbnb; turismo colaborativo; impactos turísticos; turismo urbano; Madrid.

En los últimos años la ciudad de Madrid está experimentando importantes cambios que afectan de manera directa a la dinámica turística y a la configuración funcional de los espacios urbanos de mayor frecuentación de visitantes. Entre ellos, ha resultado clave la aparición de las plataformas de turismo colaborativo (P2P) y más concretamente de las que ofrecen alojamiento. La conversión de residencias en viviendas que se alquilan a turistas está cambiando el perfil residencial de barrios tradicionales, con un fuerte impacto sobre el funcionamiento cotidiano de estos espacios. Aunque se trata de un fenómeno todavía escasamente estudiado, su acelerado crecimiento preocupa sobremanera a los gestores urbanos de muchas ciudades y en los casos más extremos está generando movilización social de rechazo.

En este contexto el póster recoge un primer análisis de la implantación de Airbnb en el espacio turístico urbano madrileño, como parte de un proyecto de investigación que aborda la dimensión turística de los conjuntos patrimoniales de la Comunidad de Madrid. La proliferación de alojamiento turístico es especialmente importante en espacios centrales con alto valor patrimonial; por lo que resulta esencial estudiar las implicaciones que la implantación y desarrollo desmedido de esta actividad pueda tener en el cambio del perfil funcional y residencial de estos barrios en tanto que recursos patrimoniales. Con esta finalidad, y como primer paso de la aproximación al estudio integral de este fenómeno, se ha realizado un análisis de los más de 7.000 anuncios de Airbnb en la

¹³ Este póster se enmarca dentro del Programa de I+D “Los conjuntos patrimoniales como activos turísticos de la Comunidad de Madrid. Problemas y oportunidades en perspectiva territorial” (PTR-TUR-CM). Ref. S2015/HUM 3317. Años 2016-2018. Coordinador: Miguel Ángel Troitiño.

ciudad de Madrid. Se ha trabajado a distintas escalas para caracterizar las pautas de distribución de la oferta y sus características.

La puesta en valor del patrimonio territorial para uso turístico a partir del surgimiento y gestión de iniciativas privadas: el ecomuseo de Alcaraz

Juan Antonio GARCÍA GONZÁLEZ, Francisco Javier JOVER MARTÍ y Norma Leticia GONZÁLEZ ESTRADA

Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Castilla-La Mancha

Palabras clave: Ecomuseo, turismo rural, paisaje, zonas de montaña media

Los cambios producidos en las modalidades de turismo en la etapa postproductivista han permitido la eclosión de distintas variedades de prácticas en las que se incluyen desde modelos ecoturísticos emanados de la concienciación ambiental hasta modalidades de un amplio espectro en los que se requiere del uso de los recursos naturales, patrimoniales e históricos para su aprovechamiento turístico. A partir del rápido incremento de esta actividad económica, los espacios rurales del interior peninsular han encontrado una oportunidad con la que hacer frente a la profunda decadencia económica y social que sufren debido a la pérdida de la función productiva y a la continua sangría demográfica. Las prácticas de más reciente implantación en estos territorios deprimidos suponen un paso más en el ya tradicional modelo de turismo rural donde la pernoctación es la base de la actividad. Los demandantes de turismo se encuentran en un entorno privilegiado con un vacío de actividades, propuestas y contenidos. La personalización de experiencias y la puesta en valor de recursos diferenciados y no deslocalizables permiten el surgimiento de iniciativas turísticas centradas en la gestión privada de los recursos turísticos, muchos de ellos, de carácter público.

En este contexto y con el objetivo de dinamizar este espacio, se crea el ecomuseo de la Sierra de Alcaraz y Campo de Montiel¹⁴, una singular experiencia en las comarcas serranas de la provincia de Albacete en Castilla-La Mancha. La figura de los ecomuseos surge en Francia al comienzo de la década de los años 70 del pasado siglo. Como actividad dentro de las prácticas propias del turismo cultural, tiene como misión la promoción de la identidad de un territorio apoyado en la participación de

¹⁴ <http://ecomuseo.info/>

sus habitantes. Cuentan con un marcado carácter didáctico que permite la puesta en valor del patrimonio territorial de la zona. Surge como iniciativa privada que cuenta con capacidad para gestionar los recursos públicos de una forma compartida y con la colaboración de los ciudadanos en un territorio caracterizado por la alta ruralidad, deprimido económica y socialmente y con una sobredimensionada oferta de plazas de alojamiento de turismo rural. Además, la escasa puesta en valor de su patrimonio artístico e histórico, enmarcado en un impresionante entorno natural, hace que esta innovadora iniciativa sea merecedora de ser analizada y con la que se puede comprobar su aplicabilidad en municipios con similares características.

La percepción social del sector turístico ante los escenarios de cambio climático

Míriam VILLARES y Elisabet ROCA

Laboratori d'Estudis Socials d'Enginyeria Civil (LESEC)

ETS de Camins Canals i Ports de Barcelona, Universitat Politècnica de Catalunya, C/Jordi Girona, 1-3 08034 Barcelona. Tel: +34 93 4011617

miriam.villares@upc.edu elisabet.roca@upc.edu

Palabras clave: Percepción social, sondeo, cambio climático, gestión costera.

La capacidad de cambio de modelo turístico se ha evidenciado a lo largo de los años, esta dinámica se ha hecho más palpable en los últimos tiempos, la crisis sistémica en la que estamos inmersos ha propiciado y a la vez acelerado cambios. Con anterioridad al estallido de la burbuja inmobiliaria, se lanzó la mirada al ecoturismo y con mayor o menor sofisticación el paradigma verde y sostenible fue tomando fuerza. No en vano después de la cumbre de Rio+20, celebrada en el momento más álgido de la crisis, focalizó el punto de mira hacia la economía verde.

Ante la actual transformación, las preguntas van dirigidas hacia la contradicción que supone la intensificación del uso de los espacios naturales y el consumo turístico de los recursos energéticos, el agua y el propio territorio. Pero, más allá de estos límites que puede marcar el propio metabolismo social de la actividad turística, nos preguntamos por los límites ante los efectos del cambio climático. Nuestro interés se circunscribe en el ámbito costero mediterráneo y se relaciona con riesgos asociados: la irrupción de temporales, inundación y subida del nivel del mar (1).

El objetivo de esta comunicación es analizar la percepción social ante los escenarios de cambio. La comunidad científica ya ha parametrizado los posibles efectos, pero nos faltan herramientas para evaluar y gestionar el impacto sobre las actividades. La valoración social nos ha de servir para identificar déficits y oportunidades. Sus resultados han de contribuir a las propuestas de gestión del riesgo costero y en espacial a la expectativa de los planes y acciones de adaptación frente al cambio climático. Nuestro ámbito de estudio se sitúa en el litoral del Empordà (Girona), en donde recientemente, se han producido iniciativas de origen civil y públicas encaradas a la ordenación, restablecimiento y conservación de la función natural del litoral. Se trata de unas inversiones

y actuaciones que encajan en lo que podríamos llamar campañas pioneras de adaptación al cambio climático en el sistema costero (2).

De momento, la cuestión del cambio climático, es una amenaza inapreciable en la percepción social, pero latente a medio plazo. Como tal riesgo, requiere más presencia en los discursos locales para evitar sorpresas en el proceso de adaptación. Por ello, proponemos evaluar e incorporar en la planificación y gestión turística aspectos como la percepción del cambio, la diversidad social y ecológica, los sistemas de gobernanza y la identidad local. Para afrontar este reto debe trabajarse en colaboración con la población local y diseñar indicadores que recojan diferentes dimensiones y permitan hacer un seguimiento y evaluación de las tendencias.

(1) Proyecto PaiRisClima (CGL2014-55387-R) financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad. <https://pairisclima.upc.edu/es/proyecto-pairisclima>

(2) Proyecto Life Pletera, <http://lifepletera.com/es/life-pletera/> en L'Estartit i un proyecto de restitución y restauración dunar en la playa de Can Comes de Sant Pere Pescador <http://www.magrama.gob.es/es/costas/temas/proteccion-costa/actuaciones-proteccion-costa/girona/170326B-pima-adapta.aspx>

La pérdida del hecho diferencial del alojamiento turístico en Canarias: la residencialización de las plazas extrahoteleras y su conversión en viviendas vacacionales de alquiler¹⁵

Moisés R. SIMANCAS CRUZ, Rafael TEMES CORDOVEZ, María Pilar PEÑARRUBIA ZARAGOZA y Alicia GARCÍA AMAYA

M. Simancas, Departamento de Geografía e Historia. Universidad de La Laguna; Rafael Temes Cordovez; Departamento de Urbanismo. Universitat Politècnica de València; María Pilar Peñarrubia Zaragoza, Departamento de Geografía. Universitat de València; Alicia García Amaya Universitat Politècnica de València

Palabras clave: alojamiento extrahotelero, competitividad turística, crisis, política pública, residencialización, vivienda vacacional de alquiler

El predominio de la oferta de alojamiento extrahotelero ha constituido un hecho diferencial y una singularidad del modelo turístico de las Islas Canarias (España), uno de los principales destinos europeos de turismo vacacional, especializado en el producto “sol y playa”. Sin embargo, un cambio en los gustos, motivaciones y exigencias de la demanda, su obsolescencia (física, funcional, de modelo de negocio, de modelo organizativo, formas de segmentación, canales de venta, etc.) y, sobre todo, la decisión de la política de “moratoria turística” de cualificar y especializar dicho modelo, vía modalidad y categoría (hoteles de cuatro y cinco estrellas), han favorecido la residencialización de un importante porcentaje de plazas extrahoteleras, con la consiguiente salida del mercado turístico. El resultado es que una parte de estas unidades alojativas disidentes de ese principio pasan a destinarse a viviendas principales (demanda no turística), no habituales (segunda residencia) o a arrendamientos a personas de uso particular (privado), a la vez que otro porcentaje sigue dedicándose a la explotación turística, de corta, media y larga duración que se promocionan y comercializan por medios no reglados. Desde este punto de vista, el alquiler turístico de viviendas vacacionales se plantea potencialmente como el modelo de negocio más adecuado para la promoción y comercialización de estas unidades alojativas extrahoteleras disidentes del “principio de unidad de

¹⁵ Este trabajo se enmarca en el Proyecto de I+D+i “Crisis y reestructuración del litoral turístico español” (CSO2015-64468-P) del Ministerio de Economía y Competitividad (MINECO) y del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

explotación” fijado por la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias.

El principal objetivo de este trabajo es cuantificar este proceso de modificación (sustitución) del uso turístico asignado inicialmente a los establecimientos extrahoteleros y su mercantilización en dicha fórmula de turismo colaborativo. Se trata de analizar cómo determinadas decisiones públicas no evaluadas previamente y que, en gran medida, responden a procesos de captura del regulador, contribuyen a reducir la resiliencia de determinadas áreas turísticas para superar momentos cíclicos de crisis. Con el fin de dotar de una dimensión aplicada (no especulativa) a los diferentes enunciados generales, nos basamos en la metodología de modelización territorial del proceso del área turística de Playa del Inglés (Gran Canarias, España).

La platja de Palma. Inici i evolució d'un declivi turístic (1978 - 2015)

Mateu PICORNELL CLADERA, Catalina Irene RAMIS CIRER y Joana Maria ARROM MUNAR

Grup d'Investigació en territori, turisme i oci (GITTO), Institut d'Estudis Ecològics (INESE), inese_gitto@yahoo.es

Paraules clau: Platja de Palma; espai turístic madur; degradació; reconversió.

La paraula maduresa, en turisme, s'utilitza també com expressió de pèrdua de qualitat i competitivitat de la destinació, és a dir que té el significat també de situació o estadi de turisme degradat o obsolet, ja sigui de manera conjuntural o estructural. Conceptes que solen ser rebutjats pels sectors d'activitats econòmiques del turisme i administracions polítiques responsables de la cura i gestió de la qualitat i competitivitat de la destinació.

A la dècada dels anys 70 es produeix a les Illes Balears la primera gran crisi turística que romp momentàniament el ritme de creixement que, a més, significà un canvi radical en l'estructura turística cap a una massificació del turisme de masses.

El model de la Platja de Palma és el propi d'un espai turístic madur que es consolidà amb una evolució accelerada dins la tipologia d'un turisme de masses i amb especialització de sol i platja, amb poca diversificació tipològica de demanda mercat, que ha anat limitant de cada vegada més una especialització quasi única cap a un turisme de baix poder adquisitiu amb predomini d'oci nocturn, alcohol i sexe.

En aquesta comunicació analitzam l'evolució el seu desenvolupament turístic cap a la maduresa i sobretot les mesures preses en cada moment crític per cercar la reconversió d'una qualitat i competitivitat perduda.

La metodologia bàsica utilitzada són les dades obtingudes dels fets quotidians en l'evolució del turisme a la Platja de Palma des de 1978, que és a on es varen celebrar les I Jornades de Qualitat Turística, organitzades per l'Agrupació d'Hotelers d'aquesta zona. En sorgiren una sèrie de manifestacions que reflectien els aspectes més rellevants de la situació i preocupacions turístiques d'aleshores, que podríem considerar com un punt de partida de fórmules per sortir del presagi d'una degradació futura.

Dels fets quotidians, vists des del caire social, s'en pot treure molt de profit ja que ens poden indicar quina és la percepció del turisme des de

diversos caires: socials, econòmics, ambientals, culturals, sectorials, etc, que formen tots ells part de la complexitat del turisme.

Els resultats de l'anàlisi és l'escenari real esdevingut de l'evolució d'un turisme que es va destruir a ell mateix: moltes infraccions legislatives; desinterès i negligència política; desenvolupament desordenat i no planificat; promoció errònia; turisme únicament en mans d'operadors turístics i hotelers; massa especialització estàndard; inseguretat ciutadana i violència; fracàs absolut en els intents de reconversió; capacitat de càrrega superada; etc.

Participation and sharing in community based tourism development: Misi Village, Turkey

Sıla KARACAOĞLU and Medet YOLAL

Sıla KARACAOĞLU, Cukurova University, School of Tourism and Hotel Management, 01903 Karatas, Adana, Turkey, skaracaoglu@cu.edu.tr

Medet YOLAL, Anadolu University, Faculty of Tourism, 26470 Eskisehir, Turkey, myolal@anadolu.edu.tr

Keywords: Community-based tourism, community participation, sharing economy, qualitative research.

Developed countries, being aware of the fact that sustainable development cannot be achieved without participation of the local communities, carry out projects in different sectors with the guidance and support of different foundations and associations such as World Bank and United Nations Development Programme (UNDP). These projects mostly aims to diminish poverty and overcome regional imbalances. When it comes to tourism, it is observed that sustainable programs and projects focusing on the community based tourism (CBT) are being increasingly employed in less developed and underdeveloped countries. However, there is relative evidence that the large majority of CBT initiatives enjoy very little success. CBT initiatives are generally small-scale and it is not possible for all members of larger communities to be involved and thus derive benefits. Unfortunately, this results in uneven distribution of the benefits of tourism development among the locals. Moreover, since communities are hierarchical, often elites garner the benefits of CBT development. The marginalized and disadvantaged members of the community on the periphery could be down to class, gender, religion, culture or political affiliation, and they may not benefits from the developments around their community. In these circumstances, it can be argued that CBT is not able to deliver on its basic premise of community participation and the equitable share of benefits to all community members. Therefore, this study aims to examine the perceived benefits and costs of CBT project in the village of Misi in Bursa, Turkey. Further, it is aimed to determine the benefits supplied to local community by the development of CBT project. Finally, the study aims to reveal how CBT based benefits and costs are shared among the local community. For the purpose of the study, structured and semi-structured interviews were made to collect data, and the data was analyzed descriptively. Study results suggest that not all members of the community benefits from the

development of tourism in their community. The study ends with discussions of the results and implications for the tourism planners.

Financial Crisis Tourism, Slum Tours, and *Gulag* Vacations: Spinning Liabilities into Assets in Tourism Marketing

Eli AVRAHAM

Communication Department, University of Haifa e.mail:
eavraham@com.haifa.ac.il

Many destinations around the world suffer from crises and a negative image that proves to be a barrier to attracting tourism, businesses and investments. Several authors have explored various strategies used by localities to restore a positive image to their locale (Avraham and Ketter, 2016; Baker, 2007). Among the many strategies these authors identified, one that stood out was a tendency of place marketers to spin liabilities into assets (Avraham and Ketter, 2016). This strategy is based on the optimistic attitude that in every bad thing there is also something good. Locales employing this strategy have used it to try to overcome predominantly negative perceptions and stereotypes related to characteristics such as extreme climate, controversial heritage, violent political conflict, under-development, war, crime, civil unrest, economic crisis, and natural and environmental disasters.

The goal of this manuscript is to expand the discussion on the strategy of "spinning liabilities into assets" used by place marketers around the world. The manuscript analyzes localities' attempts to highlight a positive aspect of their locale in place of the negative impression. In other words, we intend to show through analysis of many case studies, how localities put a new twist on the characteristics deemed responsible for the place's negative image, thereby turning them into assets in order to attract tourism. The research used both qualitative content analysis of advertisements that appeared in international tourism magazines and news reports about marketing initiatives that appeared on global tourism news websites. The goal was to find which visual language – such as symbols, slogans, texts – and marketing initiatives – such as events, tours, attractions, memorials and museums – were developed and selected in order to turn a place's liability into an asset. We believe that beyond the theoretical explication of this strategy, this manuscript will be useful for leaders and place marketers who are searching for new ways and strategies to market destinations suffering from negative perceptions.

References

- Avraham, E., & Ketter, E. (2016). *Marketing Tourism for Developing Countries: Battling Stereotypes and Crises in Asia, Africa and the Middle East*. London: Palgrave-McMillan.
- Baker, B (2007). *Destination branding for small cities*. Portland, OH: Creative Leap Books.

La gestión alternativa de recursos ecoturísticos en la sierra de Santa Marta en Veracruz (México): un ejemplo de colaboración social intercultural y buenas prácticas socio-espaciales de(s) coloniales para la sustentabilidad integral¹⁶

Jesús MORENO ARRIBA

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

jmorenoarriba@hotmail.com

Palabras clave: pueblos indígenas, vulnerabilidad, emigración, recursos ecoturísticos, alternativas al desarrollo, diálogo de saberes, colaboración intercultural, sustentabilidad integral.

En la Sierra de Santa Marta (Veracruz, México), décadas de intervenciones de las políticas públicas han dejado como secuela actitudes de dependencia, en contraparte de un paternalismo exacerbado, que dejaba fuera a las comunidades locales de las decisiones que afectaban a su futuro, así como un grave deterioro de la biodiversidad original del medio ecocultural. En consecuencia, la pobreza, la presión antrópica sobre los recursos naturales endógenos, la vulnerabilidad y, por ende, los procesos de emigración-expulsión de la población local, son fenómenos que recientemente adquieren gran trascendencia.

En este contexto, se han ido abriendo paso distintos enfoques que cuestionan ideas acerca del desarrollo convencional hegemónico, eurocéntrico y neocolonialista. Es el caso de los postulados de modelos de desarrollo emergentes como participación, empoderamiento, etnodesarrollo, las teorías posibilistas de Ostrom para el gobierno de los recursos de uso común (RUC), ecología política, agroecología,

¹⁶ Trabajo de investigación realizado como beneficiario de una Beca MAEC-AECID (2011-2013), concedida por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) a españoles, para estudios de postgrado, doctorado e investigación en universidades y centros superiores extranjeros de reconocido prestigio en países de ayuda oficial al desarrollo (AOD). Así, esta propuesta de comunicación se enmarca dentro de los resultados científicos del proyecto de investigación posdoctoral en Geografía “*Comunalismo agrario, solidaridad y perspectivas de desarrollo sostenible en las comunidades castellano-leonesas (España) y veracruzanas (México)*”; y, además, también forma parte de los avances de investigación originales de la tesis doctoral en Antropología Social y Cultural titulada “*La gestión de recursos naturales en la Sierra de Santa Marta en Veracruz (México): un ejemplo de alianza estratégica de saberes locales y conocimientos técnicos-científicos para la sustentabilidad*”.

diálogo/ecología de saberes, interculturalidad o sustentabilidad integral.

Así, a partir de la implementación de una metodología de investigación cualitativa con enfoque de(s)colonial, se han registrado y analizado un conjunto de incipientes y heterogéneos proyectos de gestión de recursos naturales, agrosilvopastoriles, pesqueros y ecoturísticos en las comunidades indígenas campesinas de Nahuas y Popolucas de la Sierra de Santa Marta y su entorno geográfico, la Reserva de la Biosfera de Los Tuxtlas, puestos en marcha a partir de los años noventa por diferentes organizaciones civiles y no gubernamentales, emanadas del movimiento del ambientalismo social mexicano, en colaboración directa y participativa con la población campesina local. Entre los principales objetivos de este trabajo se encuentra el relacionar las prácticas de estos proyectos con los postulados de los modelos de desarrollo emergentes citados con anterioridad.

Dentro de los principales resultados del abordaje metodológico implementado en esta investigación, las nociones posdesarrollistas anteriores asumidas por estos proyectos, que se concretan en los discursos y las prácticas de algunos movimientos sociales, de ONG y otras asociaciones civiles, de un sector del mundo académico vinculado a éstas, y de la población local del área objeto de estudio, se revelan como un ejemplo posible de buenas prácticas socio-espaciales emergentes en la gestión de recursos naturales ecoturísticos que hasta cierto punto, y partiendo de una emergente alianza estratégica de saberes locales indígenas campesinos y conocimientos científicos-técnicos o expertos para la colaboración social intercultural, contribuyen a avanzar en la construcción de un modelo de desarrollo alternativo con capacidad de contribuir a la lucha por mejorar la precaria realidad –ecológica, demográfica, económica y sociocultural- de los territorios tropicales mesoamericanos y de las poblaciones indígenas campesinas que ancestralmente los habitan.

Turismo de interior en el municipio de Yecla (Murcia): una alternativa sostenible ante la crisis del modelo industrial actual

Francisco José MORALES YAGO

Universidad Nacional de Educación a Distancia, fjmorales@geo.uned.es

Palabras clave: turismo; desarrollo local; diversificación económica; valorización de recursos territoriales, crisis económica

El municipio de Yecla (Murcia) soporta desde el año 2007 una grave crisis en su modelo productivo actual dedicado a la elaboración de manufacturas relacionadas con la industria del mueble y afines. La falta de competitividad ante la fuerza de otros espacios emergentes exige un cambio estratégico. Surge la necesidad de potenciar el espacio rural no solamente como soporte de la actividad agrícola, también y aquí está la novedad, en la aparición de usos terciarios como alojamientos rurales, rutas enoturísticas o puesta en valor del patrimonio arqueológico y etnográfico. A través de este trabajo se proponen nuevas alternativas económicas que ayudarán en la necesaria búsqueda de alternativas adecuadas y sostenibles.

Los objetivos son el analizar y valorar la sostenibilidad de un espacio de interior de escasa tradición en actividades de ocio y recreación

Desde el punto de vista metodológico se empleará una metodología mixta, tanto de carácter cuantitativo a través de un cuestionario que recogerá las valoraciones de agentes implicados en las posibilidades que ofrece el turismo de interior en este espacio geográfico del interior murciano. Dentro de la fase de preparación, se elaborará una tabla de especificaciones para la realización inicial y versión final del mismo; en la elaboración de esta tabla intervendrán expertos realizando aportaciones y correcciones que servirán para la mejora del cuestionario inicial propuesto.

En relación a la metodología cualitativa se realizarán entrevistas a personas que por sus conocimientos forman parte de colectivos relacionados con la actividad turística del municipio. La participación de todos será un elemento decisivo en la mejora de los resultados de la investigación, teniendo en cuenta la convergencia de opiniones y la búsqueda de semejanzas y diferencias entre las personas entrevistadas. También se procederá a la realización de un inventario de recursos turísticos que señalen el grado de interés que representan ante los eventuales visitantes.

Como principales resultados:

-Se evidenciará como el turismo rural puede generar expectativas económicas viables y complementarias al actual sistema económico del espacio estudiado.

-El enoturismo constituye una alternativa turística ante un modelo industrial sujeto a la competitividad de los mercados generados por el actual proceso de globalización.

-El sostenimiento de tierras de cultivo y la dimensión ecológica se combinan extraordinariamente con la incorporación de actividades terciarias como alojamientos rurales, cicloturismo, senderismo o visitas a bodegas.

-Se ofrecerán alternativas ante las posibles debilidades y amenazas generadas por el análisis DAFO realizado.

The heritage of rent: On conservation regulation and class-monopoly rent in Majorca

Marc MORELL

Universitat de les Illes Balears, marc.morell@uib.cat

In the chapter entitled «The Art of Rent» in his 2012 book *Rebel Cities: From the Right to the City to the Urban Revolution*, David Harvey revisits the topic of monopoly rent he had examined elsewhere throughout his career. He there argues on how capital seeks to appropriate monopoly rent from the non-replicable cultural differences cultural commons exude, by means of a panoply of strategies that encompasses co-optation, subsumption, commodification, and monetization.

These practices of extraction of surpluses may be reduced to two specific modes of monopoly rent: those that are based on gate-keeping the uses of the resource at stake, and those related to its direct trade (including withhold and speculation on future values). Both variants not only share the fact that the resource they count upon is unique, but also that the control of the means of extraction are exclusive to particular groups. Hence, how these groups get to harness both the singularity of the resource and their exclusive access to its monopoly-rent extraction becomes a crucial factor in order to understand the social relations we encounter in a particular society.

This paper addresses these questions by focusing on the UNESCO World Heritage Site of the Serra de Tramuntana, Majorca (a major tourism destination). By drawing on both a review on its conservation regulations and ethnographic sketches I look into the production of this Cultural Landscape. While the Serra is popularly portrayed as the outcome of collective struggles aimed at saving it from development, it is nevertheless institutionalised via the regulation of its uses and the definition of its resources and its final result is after appropriated by the global tourism industry and the building activities that accompany it. I conclude with a set of suggestions geared towards the redistribution of wealth and based on the primacy of use values over exchange values.

Mecanismos growth machine en la zona metropolitana Costa del Sol. Su situación en plena crisis

José María ROMERO MARTÍNEZ, Yolanda ROMERO PADILLA y Enrique NAVARRO JURADO

José María ROMERO MARTÍNEZ, Grupo de Investigación en Generación de Territorios HUM-958 (antiguoTEP-238), Dpto. de Expresión Gráfica Arquitectónica y en la Ingeniería, Universidad de Granada jmr2@ugr.es; Yolanda ROMERO PADILLA y Enrique NAVARRO JURADO Grupo de Investigación Turismo y Territorio SEJ-402, Universidad de Málaga yyp@uma.es y enavarro@uma.es

La crisis sistémica ha tenido en los destinos turísticos es solo una fase en modelo productivo. En algunos destinos se produce desde hace años los mecanismos que producen las *máquinas de crecimiento urbano*, es decir, los procesos *growth machine* enunciado por Logan y Molotch (1987) que refleja determinados procesos de urbanización relacionados con el *desarrollo geográfico desigual*, y originado por el *régimen de acumulación flexible* de la economía neoliberal (Harvey, 2012; 2013).

La comunicación presente estudia este concepto de análisis urbano, que recoge el funcionamiento de los procesos de urbanización contemporáneos, antes de la crisis y ahora que parece reactivarse la economía y se promueve una nueva fase de crecimiento; en unos de los territorios más interesantes y dinámicos del sur de Europa, el destino turístico internacional denominado: Zona Metropolitana Costa del Sol (ZoMeCS). Con La estructura de la comunicación tres partes.

Primero, se realiza una revisión de la literatura que muestra de manera breve las lógicas de crecimiento y aglomeración urbanas y otros fenómenos globales del mundo contemporáneo (Harvey, 2004; 2012; 2013), que no se basan en la actividad económica tradicional -propia del modelo clásico industrial- sino en el incremento sostenido de la extensión del suelo urbano, la especulación inmobiliaria y la ampliación de base demográfica (Rodríguez y López, 2012). Se distinguen tres dimensiones y/o escalas en los procesos de materialización de una máquina de crecimiento urbano: (1) la dimensión global de las ideas y los discursos, (2) la dimensión de los programas, planes y leyes, (3) y la escala más local de los proyectos y obras concretos. También se detectan cuatro tipos de agentes clave en estos procesos: los políticos, los inversores y empresarios, los técnicos y profesionales, y los medios de comunicación (Logan y Molotch, 1987; Rodríguez y López, 2012).

En segundo lugar, se estudia el ámbito de ZoMeCS en donde se concentran cuatro *megaproyectos* relacionados entre sí: Los Merinos de Ronda, ampliación del Puerto de Marbella, autopista de peaje de Marbella-Ronda y la recalificación de la finca la Resinera en Estepona. El estudio se enmarca en la legislación y el planeamiento que los amparaba (POT Costa del Sol y PGOU de Marbella, recientemente anulados por el Tribunal Supremo). Se identifican y se diagraman las relaciones y mecanismos que se establecen entre los distintos megaproyectos (alguno ya *zombi*, como le sucede al de Los Merinos) y la red intangible de agentes principales, que en muchos de los proyectos son comunes.

Se muestra, además, la necesidad de establecer, con herramientas más transparente, la red intangible, pero muy real, que produce el territorio, para facilitar un mejor conocimiento y una gobernanza más democrática.

El derecho al Park Güell: repensar el espacio común a través del turismo

Albert ARIAS-SANS

Grup de Recerca l'Anàlisi Territorial i Estudis Turístics (GRATET)
Universitat Rovida i Virgili

El 25 de octubre de 2013 el gobierno municipal puso en marcha el plan para regular el acceso de una de las atracciones más visitadas de Barcelona. El parque había "muerto de éxito" y la única forma de gestionar su masificación y deterioro era a través del cercamiento de su área central, el Park Güell devenía oficialmente un *museo al aire libre*. Para ello se estableció una tarifa y se fijó un número de visitantes limitado, además de proveer a los residentes colindantes de tarjetas de acceso unipersonales con el fin de preservar, según el plan, "el derecho a los vecinos de disfrutar de un espacio que era suyo". No obstante, lejos de aceptar el devenir de la tragedia, la *Plataforma Defensem el Park Güell* (PDPG) irrumpió en este escenario y emprendió una movilización contra la propuesta. Sin negar el valor único del parque y reconociendo la situación crítica, la PDPG reclamaba mantener su condición de espacio público. Contraria a cualquier regulación, defendía el acceso libre y gratuito a todo el mundo; esto es, también a los turistas cuya presencia masiva justificaba la regulación. Una situación que, en su aparente contradicción, vislumbra una oportunidad para recomponer el debate entorno al impacto del turismo en el espacio urbano y su relación con el derecho a la ciudad.

Las propuestas de la PDPG durante el proceso de discusión sobre el cierre del Park Güell permiten identificar cuatro argumentos clave para evidenciar la necesidad de un cambio de enfoque. En primer lugar, la defensa de la universalidad del acceso al parque conllevó al rechazo de la lógica binaria turista-residente como marco apriorístico a través del cual valorar las decisiones políticas entorno a la gestión del turismo. En segundo lugar, la puesta en escena del parque como "lugar turístico" obligaron a redefinir el carácter político del espacio de forma relacional, es decir, reconociendo su carácter performativo, múltiple y en constante construcción, poniendo en cuestión conceptos tan anclados en el repertorio político-técnico como el de capacidad de carga. En tercer lugar, la crisis de representación surgida durante el proceso y la necesidad de trascender el marco comunicativo e ideológico de la acción política indujo a una descentramiento y materialización del objeto político, poniendo en evidencia la importancia la agencia de entidades heterogéneas - medios de transporte, paneles informativos, imágenes promocionales - formaban

parte del cosmos que se estaba negociando. Por último, la voluntad por parte del gobierno de discriminar el derecho al acceso gratuito según parámetros de residencia obligó a empujar la noción del lo común más allá del nicho de una comunidad empoderada, sino como un horizonte de co-existencia.

En definitiva, el derecho al Park Güell no fue concebido como un derecho histórico adquirido ni como algo inherente a la ciudadanía residente en el lugar sino como el derecho a participar y a negociar - y por lo tanto, a producir - el espacio urbano; desplazando la cuestión de "cómo proteger la ciudad del turismo" hacia "cómo componer la ciudad con el turismo".

La irrupción de Airbnb en los centros de las ciudades: el caso de Barcelona

Javier GUTIÉRREZ PUEBLA, Juan Carlos GARCÍA PALOMARES, Gustavo ROMANILLOS y Henar SALAS

Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid
javiergutierrez@ghis.ucm.es

Palabras clave: economía colaborativa, Airbnb, análisis espacial, Big Data, Barcelona

La denominada economía colaborativa se ha extendido con rapidez en los últimos años a través de plataformas peer to peer (P2P). En el campo del turismo destaca particularmente el caso de Airbnb, un servicio que permite poner en contacto a viajeros y anfitriones para el alquiler alojamientos (habitaciones o apartamentos). Aunque Airbnb puede tener efectos beneficiosos para algunas ciudades por el aumento del número de turistas, su concentración en ciertos barrios de las ciudades patrimoniales puede producir graves conflictos con la población local, por la subida del precio de los alquileres y los procesos de gentrificación asociados. Este trabajo analiza las pautas de distribución espacial de la oferta de alojamientos de Airbnb en Barcelona, y las compara con la oferta de alojamientos hotelera y los lugares más visitados por los turistas. El trabajo utiliza nuevas fuentes de datos geolocalizados del tipo Big Data, como los listados de Airbnb y las fotografías geolocalizadas de Panoramio.

Los análisis de autocorrelación espacial univariante demuestran que la distribución espacial de los alojamientos de Airbnb presenta una autocorrelación espacial positiva mayor que la de los hoteles. La distribución de Airbnb es mucho más simple y regular, desde los clusters HH del centro a los LL de la periferia, siendo muy escasos los outliers. En cambio los hoteles presentan unas pautas más complejas, con menor extensión de los clusters HH y LL y mayor extensión de las secciones censales no significativas y de los outliers.

El análisis de autocorrelación espacial bivariante revela una estrecha asociación espacial entre la oferta de plazas en Airbnb y en hoteles, con un marcado patrón centro-periferia, si bien Airbnb resulta dominante sobre los hoteles alrededor del principal eje hotelero de la ciudad y los hoteles predominan sobre Airbnb en algunas áreas de la periferia de la ciudad. Otro hallazgo interesante es que Airbnb aprovecha mejor que el sector hotelero las ventajas de la proximidad a los lugares más visitados de la

ciudad, considerando a estos efectos las fotografías tomadas por turistas almacenadas en Panoramio.

Finalmente, la relación entre plazas de alojamiento y población residente muestra que a los tradicionales espacios de alta presión turística del principal eje turístico de la ciudad se están sumando otros nuevos de carácter residencial en los que dicha presión se debe a Airbnb. Es en estas secciones censales donde están apareciendo problemas de convivencia entre la nueva oferta de Airbnb y la población residente

Nuevas formas de alojamiento en el medio rural: la difusión de la economía colaborativa en tres destinos de la montaña española

D. SÁNCHEZ AGUILERA y J. FONT GAROLERA

Universitat de Barcelona

Palabras clave: economía colaborativa, Airbnb, alojamiento, montaña.

El desarrollo registrado por las Tecnologías de la información y la Comunicación en los últimos decenios tiene numerosas consecuencias sociales y territoriales que todavía no han sido suficientemente asumidas ni valoradas por parte de la academia. Una de las más significativas es el crecimiento exponencial de las redes sociales (Facebook, LinkedIn, Twitter) y, vinculadas a ellas, el surgimiento de diversas plataformas de intercambio y comercialización de productos y servicios turísticos o de otro tipo en línea. Se trata de lo que se ha convenido en llamar economía colaborativa o economía circular.

El ámbito donde la economía colaborativa ha tenido un éxito global es en la oferta de alojamiento turístico, especialmente en el medio urbano, tanto apartamentos turísticos como en casas particulares. Dicha oferta se publicita a través de las redes sociales, debiéndose distinguir entre la colaboración estricta o intercambio puro de viviendas entre particulares de una oferta comercial donde la plataforma de internet actúa como una empresa de intermediación. Entre las primeras destaca www.homeexchange.com, creada en 1992 que tiene versión española (<https://www.intercambiocasas.com/es/>) o www.couchsurfing.com, que cuenta con cinco millones de usuarios registrados. Entre las plataformas comerciales destaca *Airbnb* (<https://www.airbnb.es/>), existiendo además plataformas especializadas en segmentos turísticos específicos; género y tendencias sexuales (www.homearoundtheworld.com), tradición cultural y religión (www.jewishswap.com) o interés profesional (sabbaticalhomes.com).

A partir del 2010, la Generalitat de Catalunya intentó regular dicha oferta a través de la figura legal *Habitatge d'us turístic* (HUT), inscribiéndose en muy poco tiempo hasta 40.000 alojamientos de este tipo en toda Cataluña, más de 10.000 en Barcelona, ciudad que decretó una moratoria todavía vigente. Un informe reciente de la plataforma Airbnb (16/03/2016) cifra su oferta en Barcelona-ciudad en 9.200 alojamientos (anfitriones) que generaron 58 pernoctaciones por alojamiento y año y un impacto económico en la ciudad de 740 millones de euros en 2015. La dimensión y el impacto de estas formas de alojamiento en el turismo y el

medio urbano ha sido muy estudiada (cambio de usos de las viviendas, gentrificación, problemas de convivencia ciudadanía turismo). En cambio, se sabe muy poco sobre su repercusión en el medio rural, así como su interrelación con el turismo rural convencional. Es por ello que la presente comunicación se propone analizar la oferta de este tipo alojamiento en tres áreas rurales españolas con presencia del turismo: la Val d'Aran, en Catalunya; la sierra de Guadarrama en la Comunidad de Madrid, y los municipios cántabros de los Picos de Europa. En todos los casos se delimitarán los municipios afectados y se explorará y cuantificará a oferta existente a través de las principales plataformas de internet como Airbnb. El conocimiento de estas nuevas ofertas turísticas en estas áreas puede aportar una valiosa información sobre las pautas de futuro del turismo en el medio rural.

Modelización de los precios de la vivienda turística en la Costa del Sol tras el estallido de la burbuja inmobiliaria

José Antonio FERNÁNDEZ GALLARDO y Genoveva MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE

Universidad Loyola Andalucía

Palabras claves: Precios vivienda, burbuja inmobiliaria, modelización precios, Costa del Sol, turismo residencial, vivienda turística.

El estallido de la burbuja inmobiliaria en España en el año 2007, ha provocado un cambio sustancial en los modelos de estimación de los precios de la vivienda, debido tanto a la aparición de nuevos determinantes que influyen en su composición, como al hecho de que al producirse un descenso brusco en el número de operaciones, las estimaciones de precios a través de los modelos tradicionales se han tenido que realizar con precios de oferta. En cualquier caso, se ha producido un cambio de paradigma tanto en la estructura de la oferta en la que las entidades financieras, la SAREB, y los fondos de inversión, juegan un papel protagonista, como en la estructura de la demanda, que se encuentra muy condicionado por un elevado endeudamiento.

La vivienda turística en la Costa del Sol, corresponde a uno de los centros más llamativos de la especulación en el pasado, las cosas han cambiado de manera notable en su conjunto, aunque todavía permanecen algunas zonas con excedentes llamativos. El índice de desocupación media se sitúa en el 23%, aunque la zona de Manilva y Estepona se mantiene en torno al 40%. En el otro extremo, Benalmádena y Fuengirola muestran una tasa inferior al 10%. Marbella, referencia de la Costa del Sol, presenta un índice de desocupación del 15%, significativamente por debajo de la media costera provincial. (TIMSA, 2015). Dentro de la Costa del Sol, diferenciamos tres áreas, por un lado la zona de la Axarquía entre el Rincon de la Victoria y Nerjas, dónde se está produciendo una estabilización en los precios provocada por una reactivación de la demanda nacional, el área entre Torremolinos y Mijas, con un incremento en el interés por la compra de promociones paralizadas, y el área entre Marbella y Manilva, dónde se registran síntomas de equilibrio con tendencia a la estabilización o ligero crecimiento. En este mercado está aumentando el precio en productos de obra nueva de lujo y viviendas segunda residencia con buenas calidades constructivas.

Los objetivos que nos hemos marcado son por un lado hacer un análisis de la evolución reciente de los precios de la vivienda residencial en la Costa del Sol, comprobar si realizan buenas estimaciones de precios las técnicas tradicionales utilizadas en periodos previos al estallido de la burbuja, en caso contrario, identificar nuevas variables en la determinación de los precios de la vivienda debido al cambio de paradigma.

Para ello hemos analizado en una primera fase las fuentes de información secundaria, tanto de organismos públicos como de entidades privadas correspondiente a entidades financieras, tasadoras, inmobiliarias, etc... Hemos aplicado las técnicas tradicionales de metodología hedónica, en la estimación de precios con las variables identificadas como influyentes en los periodos previos a la crisis, obteniendo malos resultados en la estimación de precios para los años desde 2008 hasta 2015, tanto con estimación de mínimos cuadrados ordinarios, mínimos cuadros parciales y redes neuronales, técnicas que sí hacían buenas estimaciones en los periodos previos (Caridad y Ceular, 2008), lo que confirma nuestra primera hipótesis y nos lleva a buscar nuevas variables que surgen debido al cambio de paradigma en el sector. Para ello, hemos realizado reuniones con representantes de todos los agentes implicados, y mediante entrevistas personales hemos realizado un modelo causal identificando las variables que influyen tanto en nueva estructura de la oferta como en la demanda.

Reflexiones en torno a las relaciones entre turismo y medio ambiente en el contexto de las políticas y actuaciones emprendidas desde la Administración

María Paz SUCH CLIMENT

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas – Departamento de Análisis Geográfico Regional y Geografía Física, Universidad de Alicante

Palabras clave: turismo, medio ambiente, sostenibilidad, política turística.

La relación entre turismo y medio ambiente ha constituido uno de los temas presentes en la política turística de los últimos años, al que se le ha otorgado gran importancia a tenor de su conexión con el objetivo más elevado de la sostenibilidad y la consideración de esta última como un factor de la competitividad de los destinos turísticos (Butler, 2000; Ritchie y Crouch, 2000; Bramwell y Lane, 2010; y Hall, 2011, entre otros autores). Ahora bien, al igual que las relaciones entre turismo y medio ambiente están presididas por la complejidad y la contradicción, también las líneas y programas de las políticas actuantes como las acciones emprendidas por las diferentes administraciones han influido en su evolución y planteamiento. Precisamente, la presente comunicación analiza en el tiempo el papel del medio ambiente en el desarrollo turístico con especial atención a las medidas adoptadas y proyectos emprendidos, con el propósito de poner de manifiesto las citadas contradicciones y realizar una valoración de conjunto desde una perspectiva lo suficientemente amplia para la identificación de criterios y hechos que faciliten la respuesta a los interrogantes que suscitan la celebración del presente Coloquio. En definitiva, con el análisis planteado lo que se pretende es aportar algunos elementos de juicio con los que abordar la reflexión para determinar mejor si el desarrollo de la actividad turística camina de verdad por la senda de la economía verde y de la sostenibilidad.

La rehabilitación de centros históricos y el desarrollo turístico en ciudades medias: Oviedo

Miguel PASTOR COELLO

Departamento de geografía de la universidad de Oviedo ·

HIPÓTESIS: El modelo de rehabilitación urbana, puesto a prueba en el centro histórico de las ciudades españolas y entre ellas Oviedo desde la década de 1980, se ha mostrado muy eficaz en aspectos sectoriales como la reutilización del patrimonio para usos públicos, pero menos operativo en las dimensiones sociales, económicas o de rehabilitación residencial, caracterizándose por un claro proceso de gentrificación. Los planteamientos iniciales, de carácter social e integrador, se relajaron al imponerse el patrón urbanístico neoliberal, el marketing urbano y los principios de intervención estratégica, que aportaban bases diferentes y recondujeron las cosas en forma favorable al urbanismo de imagen y los objetivos empresariales, conectados con la función turística. Su resultado es el denominado “Modelo Oviedo”, que en alguna medida sirvió como referencia para otras ciudades. Obligó a rectificar el planeamiento original y los catálogos de patrimonio, para adaptarlos a la nueva situación, perdiendo con ello algunas de sus mejores aportaciones y parte de su virtualidad. Los objetivos de tipo cultural y los de carácter ambiental, sin estar ni mucho menos ausentes, pues existe una Agenda Local 21 y un Plan de Movilidad Sostenible, entre otros documentos traducidos en diversas acciones, no han tenido el peso que debería corresponderles. Al llegar la crisis, de forma paralela con lo ocurrido en otras ciudades de la misma categoría, aquel modelo de intervención acomodado coyunturalmente, muestra sus debilidades e insuficiencias tanto morfológicas y funcionales, como sociodemográficas y ambientales. Eso obliga a realizar un diagnóstico en profundidad, y reorientar el urbanismo del centro histórico hacia los objetivos de la sostenibilidad, retomando en parte el legado de la parte inicial del periodo democrático en España. Dos han sido las grandes líneas en torno a las que se han producido estas transformaciones. La primera es el aburguesamiento residencial o gentrificación, sustentado por el crecimiento y los cambios en los patrones de localización de las clases medias urbanas y favorecedor de una intensa especulación inmobiliaria que ha dinamizado la economía. La segunda es la explotación de los recursos históricopatrimoniales para la atracción de turistas, lo que ha generado procesos más o menos intensos de terciarización que han podido prolongar o acelerar el vaciamiento de algunos centros urbanos

OBJETIVOS: - Estudiar las variaciones experimentadas en la base económica del casco, prestando especial atención a la caída del comercio tradicional y el dominio de la hostelería, en especial los locales de ocio nocturno y los problemas derivados de sus horarios o las costumbres de socialización vinculadas con ellos así como analizar el peso de la reciente función turística en el caso del Oviedo antiguo, en sus diferentes implicaciones: planificación, infraestructura de acogida etc. - También en el caso de Oviedo, valorar la incidencia de la crisis económica a partir de 2008 y el agotamiento del modelo de intervención aplicado, desde distintos planos.

METODOLOGÍA - Establecimiento de hipótesis previas, sobre el comportamiento de las diferentes variables consideradas, y sus interinfluencias. - Aproximación comparativa a las dinámicas recientes de centros históricos en ciudades medias españolas. Recopilación bibliográfica. ·

ANÁLISIS LOCAL - Trabajo de Campo, que incluye entre otras cosas recuentos diversos de viviendas y negocios, y recogida de precios inmobiliarios. - Recopilación, en el Ayuntamiento de Oviedo y en el Principado de Asturias, de proyectos, informes, datos estadísticos e información cualitativa sobre el desarrollo de la función turística: visitantes, infraestructura de acogida, valoración de recursos turísticos. En este sentido, he de apuntar que tengo un contacto directo con el Sistema de Información Turística de Asturias (SITA), ya que trabajé para él como encuestador turístico durante los meses de verano de 2015. - Realización de entrevistas a informantes cualificados: concejales, representantes de grupos políticos, movimientos sociales, colectivos de jóvenes, asociaciones de vecinos y empresarios.

PRINCIPALES RESULTADOS: Análisis del impacto que esta teniendo este desarrollo de la función turística que se revela como en plena expansión, así como sus interrelaciones que puede haber este fenómeno y el proceso de rehabilitación que ha tenido lugar en el casco en los últimos años.

Re-considering Ecotourism: the case for systems-thinking in tourism studies

Laura BECERRA

Keys word: ecotourism, systems-thinking, impact, governance, equity, power, best practices.

In past decade, ecotourism has grown at an unprecedented rate. Its worldwide proliferation reflects the general expectation that it can support, or even link conservation and socioeconomic development. Assessing the extent to which ecotourism is able to meet this expectation, however, is challenging. Thus, the impacts of ecotourism on conservation and on development are partial, at best. I argue that this shortcoming results from the dominant conceptualization of ecotourism as a linear, input-output model. In response, I propose systems-thinking as more appropriate and comprehensive approach to better evaluate ecotourism and assess its impacts.

The systems-thinking approach is used to understand the whole rather than the sum of its parts. It is also employed to uncover the root of persistent problems. Thus, it has been extensively applied in a wide range of social and dynamic disciplines such as business and education. Given the inherent complexity of ecotourism, I advocate its use in this growing field. A system approach recognizes ecotourism as a system composed of various sets of social and natural relationships that operate in different ways and function at different scales. From this vantage point, relationships and scales can be investigated to uncover deep seated issues, which help to better understand the conservation and development impacts of ecotourism.

In sum, a system-thinking approach of ecotourism calls for a shift, a reconsideration of the discipline, and how it is studied and evaluated. Thus, through systems-thinking the impacts of ecotourism are not reduced to cause and effect or limited to quantifiable measures. Instead, systems-thinking enables researchers to focus on complex social issues such as equity or fairness, decision-making, and power, which influence, and at times dictate its impacts. By digging both deep and wide byway of systems-thinking, ecotourism best practices and guidelines can also be identified.

Un paisaje patrimonial de uso y conservación en el que también participan el ocio y el turismo: el parque natural de Aizkorri-Aratz (País Vasco)

O. ORMAETXEA ARENAZA, R. GALDOS URRUTIA y E. RUIZ URRESTARAZU

Departamento de Geografía, Prehistoria y Arqueología. Universidad del País Vasco UPV/EHU. Tomás y Valiente s/n. 01006 Vitoria-Gasteiz.

Palabras clave: patrimonio natural y cultural, proceso de patrimonialización, valorización para el desarrollo local.

El Parque Natural de Aizkorri-Aratz contiene en sus 15.919 ha de superficie los paisajes culminales del País Vasco, toda una amalgama de morfologías exo- y endokársticas, hoces, cuevas-sumidero y surgencias; y bosques de hayas y robledales en su condición de montaña atlántica. Sobre aquel soporte y aprovechando estos recursos el territorio ha sido desde épocas neolíticas un espacio de uso y actividad, entre otros, pastoril, forestal, ferrona y de cantería o hidroeléctrica. Con un aprovechamiento particular (40,4%) pero sobre todo público (59,6%) y en el que destaca la propiedad y el uso compartido entre agrupaciones de distintos pueblos y entidades territoriales denominadas *parzonerías* (3.322 ha). A la cultura en el territorio hay que añadir el nodo religioso y de atracción turística del Santuario de Arantzazu y los caminos y sendas que ascienden y atraviesan las sierras del Parque Natural.

Como resultado, un paisaje con valores naturales y culturales, tangibles e intangibles, con un reconocimiento institucional con la designación de Parque Natural, recientemente Zona de Especial Conservación y para el tramo de calzada medieval que lo atraviesa, Patrimonio Mundial de Caminos de Santiago del Norte de la Península. Paisaje por tanto patrimonial fundamentado en su pasado pero con una gestión y actividades recientes que aprovechan la potencialidad de este territorio incluyendo el ocio y el turismo.

Este trabajo tiene como objetivo estudiar los elementos y vectores de esa patrimonialización del Parque Natural de Aizkorri-Aratz y para ello ha desarrollado una metodología de análisis que abarca el proceso normativo, de planificación y ejecución territorial; la identificación y caracterización de los valores patrimoniales de la base ambiental; la cultura en un territorio de vocación pastoril y forestal; el gobierno y la gestión compartida de ese espacio; la dimensión religiosa e identitaria y por último los nuevos agentes en su valorización y promoción.

La investigación realizada ha permitido, para cada uno de los apartados arriba mencionados, conocer, y aquí presentar, el entramado físico y humano que hace del Parque Natural de Aizkorri-Aratz un paisaje patrimonial. De forma sucinta: su naturaleza fisiográfica, morfológica e hídrica y su cobertura vegetal; su condición de espacio demanial en una amplia proporción, su naturaleza mitológica y mística; su consideración y reconocimiento normativo; y su gestión basada en el binomio conservación y desarrollo local.

Desmontando Airbnb: narrativas, prácticas y conflictos. El caso de Barcelona

Alan QUAGLIERI DOMÍNGUEZ

Grupo de Investigación de Análisis Territorial y Estudios Turísticos (GRATET) Departamento de Geografía de la Universidad Rovira i Virgili, Tarragona

Cuando se habla de turismo y la denominada economía colaborativa es inevitable pensar en Airbnb, la plataforma digital que ha popularizado la práctica del alojamiento turístico en vivienda a nivel global. Creada en 2008, su espectacular difusión y el supuesto carácter revolucionario le han permitido convertirse en poco tiempo en uno de los principales actores en el mercado turístico y un verdadero fenómeno mediático. Periódicos y revistas internacionales han ido celebrando su capacidad para promover una nueva forma de acercarse al territorio por parte de la demanda, incorporando el alojamiento dentro de la misma experiencia turística en el destino para vivir este posiblemente con y “like a local”. Al mismo tiempo, los medios de comunicación han enfatizado, de acuerdo con la política comunicacional de la empresa, el supuesto papel “disruptor” de Airbnb en la industria de la hospitalidad turística, con la abertura del mercado a un nuevo actor colectivo: la comunidad. Esta última se propondría, por lo tanto, como la pieza clave de un nuevo modelo turístico más sostenible capaz de revertir las tendencias negativas de un turismo de masa asociado y promovido por los actores tradicionales del sector. Sostenibilidad, autenticidad, descongestión o redistribución son algunos de los conceptos relacionados con las principales líneas narrativas del discurso de Airbnb. La ciudad de Barcelona representa uno de los principales mercados de esta red y al mismo tiempo posiblemente uno de los destinos donde las reacciones al fenómeno de los pisos turísticos han sido más manifiestas. Fenómeno que ha estallado, en el caso de la ciudad condal, en coincidencia con una ulterior fases de expansión de la actividad turística general y en un contexto de crisis económica y social. A partir de un trabajo de análisis de la oferta Airbnb de Barcelona, la presentación se propone contrastar los ejes temáticos promovidos por el discurso de la economía colaborativa, sobretudo por lo que se refiere a su articulación espacial y al perfil socio-cultural de la comunidad “anfitriona”. Al mismo tiempo, el análisis se enlaza con el tema fundamental de la vivienda. A este proposito, se cuestiona el papel de Airbnb como ancla de salvación para las comunidades locales frente a las presiones del mercado inmobiliario mientras, en cambio, se evidencia la capacidad de este de favorecer dinámicas especuladoras y procesos de gentrificación.

Economías alternativas en el sector turístico Argentino. Estudio de caso de economía social en la provincia de Buenos Aires

Héctor Luis ADRIANI y Román FORNESSI

En Argentina el sector turístico presenta un notorio crecimiento luego de la crisis que puso fin al período de convertibilidad de los años '90. Motivó este crecimiento la combinación de diferentes factores: recuperación de la actividad económica y del ingreso, devaluación de la moneda nacional, reestructuración de los días feriados y días no laborables, incremento de las inversiones, participación del Estado mediante diferentes planes estratégicos y programas. Según las estadísticas oficiales proporcionadas por el Ministerio de Turismo, la llegada de turistas no residentes al país creció un 71,6 % entre 2004 y 2014 alcanzando este último año 5.930.644 llegadas. Asimismo, los viajes turísticos emprendidos por residentes tuvieron en el país un incremento de 13% entre 2006 y 2014 alcanzando el 48,1%.

En este contexto los diferentes actores de las distintas ramas del sector desarrollaron estrategias que permitieron impulsar la oferta turística. Si bien el sector empresarial capitalista tanto nacional como extranjero y el Estado tienen el rol central, actores de la economía social y solidaria como las empresas recuperadas, particularmente de la rama hotelera y las redes de turismo comunitario conformaron espacios que se presentan como alternativas a la “turistificación” del territorio. A escala nacional y sectorial estos actores de la economía social cuentan con un peso limitado. Sin embargo, tienen una presencia destacable a escala local, en el conjunto de las organizaciones comunitarias y de la economía social y solidaria, y en el plano simbólico de las luchas de los sectores populares.

En esta contribución se presenta el avance de un estudio enmarcado en un proyecto de investigación que se lleva a cabo en el Centro de Investigaciones Geográficas de la Universidad Nacional de La Plata. Los objetivos del estudio son analizar a través del caso de una empresa hotelera recuperada por sus trabajadores localizada en la localidad de Pipinas las relaciones entre tramas productivas y territorio, y reflexionar sobre los conceptos que dan cuenta de prácticas alternativas a la economía hegemónica, como son los conceptos de economía social y solidaria, economía popular, economía colaborativa, y tramas de valor.

La metodología del estudio incluye análisis bibliográfico y de informes técnicos, fotolectura, trabajo de campo y entrevistas a informantes calificados.

La ponencia se estructura en los siguientes apartados: presupuestos conceptuales sobre territorio y economía social y solidaria, caracterización general de la economía social y solidaria en Argentina, principales rasgos del sector turístico argentino, participación de la economía social y solidaria en el sector, contextualización histórica y territorial de Pipinas y de la empresa recuperada, reflexiones conceptuales.

Tourism and crisis: new urban tourism and multilocality as multi-scalar crisis solving agency?

Thomas BÜRK

Universität Hamburg Institut für Geographie (Raum 513) Bundesstr. 55
20146 Hamburg, E-Mail: thomas.buerk@uni-hamburg.de

By dealing with the topic of tourism and crisis, two different perspectives come into mind: One out of different subjective agencies and the other related to positions of the local state. This multiperspectivity means, that on the one hand, some cities have become the „place to be“ for a highly mobile precariat of young students and unemployed creatives from all over the world. While on the other hand, touristification of urban areas has become one of the main issues to foster economic growth under the auspices of a competitive Global Cities approach in crisis ridden cities like Berlin, Barcelona, London or New York. The emerging „new urban tourism“ therefore is double sided. The so called Crisis has become a tool for austerity politics with a huge impact on the local state, the demand on affordable housing, real estate and infrastructures of all sorts. Often this multilocal “tourists” are seen as a threat to the local community, protest and xenophobic revolt emerges against parts of their economy like Airb&b, cheap hostels and international bars and newspapers. To refrain from the imagination that this kind of urban tourism is mainly leisure oriented, it has to be scrutinized how being “at the right time at the right place” has become an economical survival strategy of young creatives to boost their social and cultural capital. This subjectivities of self - gouvernementality to go where you can optimize your skills and networks lead to a broad variety of practices in multilocal and its (often informalized) economies. One of the most striking forms is the development of a broad range of micro-economies around the basic needs of visitors and part time residents like housing, food, caring and sharing contacts and information. Historically this is not new, but the scalar and temporal range has changed dramatically. In my paper I will focus on research in Berlin and Barcelona on the impact and debates on the “Right to the City” for tourists and part time residents. The recent “crisis” is regarded as a crucial process of transformation from former welfare state concepts over the neoliberal paradigm to new (neo)nationalistic forms of exclusion and xenophobia. Hence, this crisis can also be seen as a possibility to develop new forms of urban and local citizenship by inclusion of the temporary present people and the opening for a wider horizon of social and political imaginations, not only in Europe but also global.

Identificación del patrimonio arqueológico en el municipio de Córdoba. Un análisis DAFO

Genoveva MILLÁN VÁZQUEZ DE LA TORRE, Leonor PÉREZ NARANJO y Maribel RODRÍGUEZ ZAPATERO

Genoveva Millán Vázquez de la Torre, Dpto. de Gestión y Métodos Cuantitativos. Universidad Loyola Andalucía; gmillan@uloyola.es ; Leonor Pérez Naranjo y Maribel Rodríguez Zapatero; Dpto. de Organización de Empresas. Universidad de Córdoba; lperez@uco.es; es3rozai@uco.es

Palabras clave: Arqueoturismo, crisis, arqueología preventiva, catálogo arqueológico, Córdoba

Durante muchos años, la gestión arqueológica ha sufrido las consecuencias del boom inmobiliario, quedando relegada a un mero instrumento de liberalización del suelo para su posterior urbanización. El desarrollo económico ha producido la creación de nuevos emplazamientos urbanísticos sobre restos arqueológicos, ocasionando la destrucción de un Patrimonio Arqueológico a veces de valor incalculable. Una forma de evitar esta destrucción es crear un producto turístico basado en la conservación y mantenimiento de vestigios de épocas anteriores, convirtiéndose la arqueología, bajo este prisma, en el ingrediente principal de actividades, productos y servicios culturales y turísticos, y el objeto de la motivación para realizar un viaje. La consideración del patrimonio arqueológico como recurso turístico, en tanto que elemento susceptible de despertar el interés de visitantes foráneos, enlaza con la preocupación que muestra el campo de la arqueología por los procesos de divulgación o presentación patrimonial y por la proyección social de la disciplina. Así, en muchos destinos el patrimonio arqueológico y la práctica de la arqueología están estrechamente relacionados con el turismo.

En muchas ocasiones se ha perdido de vista el objetivo fundamental de la arqueología, que es el conocimiento del pasado, pesando más las necesidades urbanísticas, los intereses económicos y las presiones políticas, es tiempo por tanto, en esta coyuntura de crisis actual, de realizar una verdadera Arqueología Preventiva como indican algunos investigadores, identificando y protegiendo el Patrimonio Arqueológico antes de que cualquier tipo de incidente pueda afectarle.

Es hora de conocer mejor nuestros bienes arqueológicos, realizando o completando los catálogos existentes. Con ello se podrán establecer jerarquizaciones en la protección: desde reservas arqueológicas que no se

puedan tocar, hasta yacimientos que tras su estudio puedan ser destruidos sin problemas. Y todo ello permitirá planificar cómo puede desarrollarse un conjunto urbano, seleccionando lo que se pone en valor y lo que no y contando siempre con el posterior mantenimiento de estos bienes.

Esta investigación pretende iniciar la puesta en valor de la investigación básica en arqueología en el término municipal de Córdoba, comenzando para ello con la elaboración del catálogo y estado de los restos arqueológicos conservados en este municipio.

Para ello se realizarán entrevistas personales con el objetivo de conocer la oferta existente en arqueología, y como los restos arqueológicos se pueden convertir en un producto turístico, aplicando el modelo de Potter y realizando un DAFO.

Los resultados obtenidos indican que Córdoba cuenta con un gran Patrimonio arqueológico, vestigio de las culturas romanas, musulmanas y cristianas. Muchos de estos restos no pueden ser visitados por hallarse en casas o recintos particulares cuyos propietarios no desean que sean conocidos por el público en general, pues perderían parte de su privacidad, otros restos arqueológicos se encuentran en un estado de conservación lamentable, por la destrucción que sufren como consecuencia del boom de la construcción, no siendo aptos para ofrecerse como producto turístico y los escasos restos que pueden visitarse, a veces no son conocidos por el turista cultural que visita la ciudad, el cual se limita a ver el conjunto Histórico de Medina Azahara y monumentos bien conservados como la Mezquita o el Alcázar de los Reyes Cristianos.

También se concluye que el turismo arqueológico como tal, no puede subsistir aislado, la gente visita Córdoba por algo más como su gastronomía, fiestas, etc., una acción coordinada del cluster de turismo de Córdoba, puede implicar a la arqueología como una parte importante de la marca turística de Córdoba.

Palma y Fundación 365: ¿una oportunidad para el turismo cultural y urbano en la ciudad o soluciones equivocadas a viejos problemas?

Catalina Irene RAMIS CIRER, Mateu PICORNELL CLADERA y Joana Maria ARROM MUNAR

Grup d'Investigació en territori, turisme i oci (GITTO), Institut d'Estudis Ecològics (INESE), inese_gitto@yahoo.es

Palabras clave: Fundació 365; turismo cultural y urbano; crisis estructural

Es imposible esconder que desde el año 2008 la sociedad se ve inmersa en una crisis económica mundial y el turismo no es un sector que se haya visto ileso.

Partiendo de la idea, que muchos autores ya han manifestado, y el INESE, siguiendo la misma trayectoria, consideramos que no debe concebirse la situación actual como un grave problema, sino como una oportunidad de desarrollo y aportación de nuevos conocimientos a los problemas de hoy, que puedan ser acertadas soluciones para mañana.

El turismo de sol y playa sigue siendo la tipología turística más importante de Palma, en número de turistas y también a nivel económico, pese a la crisis estructural que padecemos desde hace décadas y que se vio agravada a partir del 2008 hasta la actualidad. Aún así, seguimos siendo una de las principales destinos turísticos del estado español.

La ciudad de Palma, pese a su riqueza patrimonial y cultural, no ha desarrollado adecuadamente su proyección turística. A finales de 2011 se tomó conciencia de ello y con la finalidad de posicionar la ciudad como un destino turístico en sí misma, el Ajuntament de Palma aprobó la creación de la Fundació Palma de Mallorca 365. Una entidad pública sin ánimo de lucro, de gestión público-privada centrada en el desarrollo turístico y la promoción exterior de la ciudad. Sus actuaciones se centran en 4 aspectos clave: la promoción, la generación de experiencias, la creación de una imagen de marca (Passion for Palma) y la mejora de la cantidad y la calidad de las oficinas de información turística.

Desde el año 2012, el INESE viene realizando un análisis de la promoción turística que se realiza de la ciudad de Palma en la red, a través de la página web de la Fundació y las redes sociales de facebook y twitter,... Hoy, el trabajo preliminar que se empezó hace 4 años ya está analizando las otras tres actuaciones de la Fundació, mediante una metodología de seguimiento y análisis en profundidad, basada en las pautas y procesos que se utilizan para la generación de experiencias, la

creación de la imagen de marca “Passion for Palma” y las actuaciones renovadas que se llevan a cabo en las oficinas de información turística.

El objetivo es comprobar por una parte, si los pasos que sigue la Fundació 365 son los correctos, para no caer en los errores del pasado. Por otra, corroborar si es posible a través de la Fundació conseguir el tan ansiado turismo cultural y urbano para la ciudad de Palma, y si es una tipología turística viable para combatir la crisis turística estructural local y la global.

Como resultado general llegamos a la conclusión que partiendo de una buena idea, la Fundació aplica determinaciones sin una completa planificación, ni creación de un producto turístico definido (más bien sólo actividades).

Custodia del territorio, turismo y conservación de la naturaleza en la serra de Tramuntana de Mallorca. Una contribución a la conservación de la Serra de Tramuntana

Juan José SÁNCHEZ, Inmaculada FÉRRIZ y José Manuel TAPIA

Los proyectos de Custodia del Territorio que desarrolla la FVSM con el apoyo de la Fundación Buitre Negro (BVCF), propietarios de fincas de la Serra de Tramuntana, Ayuntamientos, diversas Administraciones Públicas y otros colectivos sociales, como la Federación Balear de Montañismo y Escalada, tiene como objetivo principal la conservación y gestión de la biodiversidad y su patrimonio cultural y etnológico en la Serra de Tramuntana, un entorno cada vez más masificado, con gran actividad turística y escasos recursos técnicos y económicos para su gestión y conservación.

En este contexto los proyectos de Custodia del Territorio emprendidos se concentran en:

a. Acciones de protección las Zonas de Reserva integral y de Exclusión que establece el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) del Paraje Natural de la Serra de Tramuntana, algunas de las cuales se hallan dentro de propiedades privadas (que suman unas 3500 ha), con las que existen convenios de custodia del territorio y que son de gran valor ecológico por diversos motivos, entre otros, por ser donde nidifican gran partes de las parejas de Buitre negro (*Aegypius monachus*), lo que supone la supervivencia de su última población insular en el mundo.

b. La gestión y conservación integral de una finca agroganadera de 986 ha, propiedad de la FVSM, de gran valor cultural y natural, que actualmente cuenta con un núcleo reproductor de seis parejas de Buitre negro (21% de la población isleña).

c. La gestión de un espacio natural de propiedad privada de unas 200ha en el municipio de Valldemossa, el cual se encuentra masificado por el turismo y excursionismo con más de 49.000 visitantes en 2015. El acuerdo de Custodia tiene como último objetivo la restauración y conservación de los valores naturales y culturales de las fincas, y un surge de la necesidad de compatibilizar los intereses de las propiedades privadas que lo componen con el uso turístico y excursionista, para que la presión que éste ejerce sobre las fincas sea tolerable y sostenible, tanto por los propietarios como por el municipio y su medio ambiente.

Las acciones emprendidas y los resultados que serán expuestos, en algunos casos con más de 20 años ininterrumpidos de desarrollo y en otros de más reciente recorrido, nos demuestran la necesidad de emprender urgentes medidas de gestión y ordenamiento ambiental, social y económico para que el paisaje de la Serra refleje un equilibrio entre los diferentes elementos que lo componen, donde haya lugar para actividades que no comprometan su futuro, que logren sostener un entorno único y frágil, de valiosa biodiversidad, en parte integrado en Red Natura 2000 y Patrimonio de la Humanidad.

The Motor Car and Tourism Development in Mozambique in the early twentieth century

João SARMENTO

Geography Department, University of Minho & Centre for Geographical Studies, University of Lisbon, Portugal

Keywords: Motor car, Tourism, Mozambique, Colonial, Speed, Pleasure.

Since its invention the motor car has changed the ways in which people relate with space. These encompass pleasure, freedom, domination, control, among many others. In this paper I follow two lines of argument. The first one relates to the introduction of the motor car in Africa, and in Mozambique in particular, as part of a colonial form of technology of speed intended to control space. It draws mostly on Paul Virilio's work. The second one gets inspiration from some of Aldous Huxley ideas, and follows the argument that the motor car provided pleasure and a new way to experience space and African landscapes.

Tourism, heavily embedded in the colonial project, and in itself a form of appropriation of foreign lands, changed considerably with the arrival of the motor car, providing new ways of seeing and experiencing the land and opening up opportunities and changes to many territories. This paper intends to stress how different modes of transport, but in particular the motor car, were key in the colonial project in Africa, and how motor touring was embedded with new ways of seeing and conquering the African landscapes and bound up with the colonial project.

Research on the history of road transport in Africa is in its infancy, and while acknowledging the limitation of information in relation to the ways in which the automobile (just as the railway and the airplane), contributed to tourism growth in Africa and in Mozambique in particular, this paper discusses various photographs and information collected in dispersed archives, arguing that their analysis is key to our understanding of tourism development and landscape change. The paper looks in detail at a particular photo album of Mozambique published in South Africa in 1929 by José Rufino. His representations - somehow a coloniser's view on the country which intended to depict progress, order and harmony - allow the discussion of the importance of the motor car to the opening up to tourism of natural protected areas, the development of hunting and safari tourism, the growth of touring as a complement to cruise and rail tourism, among others. The paper also uses other fragments of information, ranging from local newspaper advertisement, incomplete statistical data sets, and other dispersed images, which may offer a fresh perspective on space,

landscape and tourism development in Africa and in Mozambique in the first half of the twentieth century.

El turisme actiu en espais naturals protegits a l'alta muntanya catalana. Una aproximació a través de l'anàlisi dels refugis

Joan JURADO ROTA y Yolanda PÉREZ ALBERT

Departament de Geografia, Universitat Rovira i Virigili,
joan.jurado@urv.cat / myolanda.perez@urv.cat

Paraules clau: Turisme actiu, espai natural protegit, alta muntanya, refugis, índex de qualitat

Els fonaments del turisme rauen en la valoració social de determinats components geofísics i geoculturals (Vera *et al.*, 2011) i a partir d'aquesta valoració personal, el turisme actiu o d'aventures, com a tipologia turística específica, utilitza l'entorn rural o el medi natural com a recurs per a produir sensacions de descobriment (Crosby, 1996) a través de la pràctica d'activitats esportives que comporten dosis d'emoció i un cert risc (López Monné, 1999). L'*Adventure Travel Trade Association* (ATTA) defineix com a turisme d'aventures aquell viatge, amb un mínim d'una pernoctació, que inclou al menys dos dels següents elements: activitat física, medi natural i immersió cultural. Segons l'Organització Mundial del Turisme (OMT), cada vegada més destinacions proven de posicionar-se en aquest segment perquè reconeixen el seu valor ecològic, cultural i econòmic; és una tipologia amb gran demanda actualment i cridada a assolir un gran desenvolupament en un futur immediat.

Les pràctiques d'oci que tenen lloc en espais naturals protegits d'alta muntanya (senderisme, alpinisme, fotografia, escalada, esquí de muntanya, acampada lliure, observació de fauna, etc.) són generalment activitats físic-esportives que solen gravitar entorn a algun dels refugis existents, els quals permeten fer més còmode i prolongada l'estada del turista. Els refugis de muntanya són parades essencials per a la pràctica i el desenvolupament d'esports a l'aire lliure a les muntanyes europees i representen equipaments complementaris a l'allotjament que s'ofereix a les viles i centres turístics (ODIT, 2008). La manca de planificació específica a Catalunya, pel que fa a aquesta tipologia d'allotjament turístic, pot esdevenir un entrebanc en la provisió de futurs refugis i en la bona gestió d'aquests equipaments des del punt de vista de la protecció d'un entorn format per ecosistemes fràgils, de la provisió de serveis a l'hoste i de la sostenibilitat general de l'establiment.

L'objectiu principal de l'estudi és proporcionar una base de treball aprofundint en la descripció i l'anàlisi dels refugis a l'alta muntanya catalana (legislació, regulació, característiques, serveis, promoció, entorn,

paisatge, etc.). Es busca poder establir els factors que defineixen la qualitat dels refugis amb la finalitat de fixar uns condicionants territorials que haurien de regular l'allotjament turístic en espais naturals protegits. El mètode de treball està basat en primer lloc en una cerca bibliogràfica i documental per presentar el fenomen, seguit d'un inventari detallat de la xarxa de refugis d'alta muntanya a Catalunya, a partir de les dades disponibles i d'experiències prèvies, que ha de permetre construir un índex de qualitat.

Dels resultats en podem avançar dues conclusions: per una banda, la divergència en les valoracions obtingudes i, per altra, certa especialització en algunes àrees atenent les característiques de l'entorn i el perfil del visitant. Un cop presentat i valorat el fenomen, el pas següent és establir els criteris que haurien de conformar un catàleg de bones pràctiques com a referent per a la planificació i regulació de l'última frontera de l'allotjament turístic.

Airbnb and the shared economy in Sweden: Building resilience or illusions?

Dimitri IOANNIDES

Human Geography, Mid-Sweden University

Over the last 8 years or so the so-called shared economy has made major inroads into the tourism industry throughout the world. Daily, we are greeted with news about Uber's battles with local authorities and traditional taxi companies while Airbnb has proceeded in rapidly transforming the tourism accommodation scene in countless destinations. Advocates of this new way of traveling and consuming tourism services praise it for bringing ever-more demanding visitors closer to their guests in an affordable manner. In the case of Airbnb, for instance, one can often spend a few days in a "normal neighborhood" that lies beyond the so-called highly regulated tourism bubble and, thus, really get to know the locality. Meantime, some observers argue that this innovation in the travel sector allows bottom-up growth and control while giving local residents greater opportunities to diversify their household income. This transition has not been smooth, however. Questions arise about the legality of such businesses within the context of the local legal and tax frameworks while the industry (e.g., Airbnb) washes its hands of any direct responsibility by stating that the local providers are responsible for following local rules and regulations. There are increasing concerns in some cities that entire blocks are transformed into Airbnb ghettos often controlled and operated by corporations rather than individuals. Indeed, one pressing concern is that because of Airbnb the property market is becoming increasingly less affordable in some parts of cities given that many properties are bought and renovated specifically for the tourism accommodation sector. Meanwhile, long-term residents of neighborhoods where Airbnb has begun to take over are becoming increasingly uncomfortable about the disruptions caused by the comings and goings of strangers in their midst. Several questions arise that scholars have only just begun exploring. These concern both the users of Airbnb as well as the suppliers of such services. From the demand side, for example, it is necessary to comprehend what consumers base their decisions on in choosing among countless properties. From the supply side, it is interesting to examine how participating properties are selected and dropped by Airbnb as well as investigating the benefits but also the costs of such activities in local communities. In this paper I shall be investigating the Airbnb sector in Sweden and see what it means in terms of neighborhood gentrification and disruption. A major

question to be investigated is: Do activities such as Airbnb reflect the opportunity for bottom-up resilience in the tourism industry or is what we encountering another form of uneven power relationship between a growing multinational concern and a wide array of local suppliers? Importantly, what does this phenomenon mean from the equity/social justice point of view?

Crisis económica y procesos de reestructuración turística. El caso de Aragón, en la estela de la Expo de Zaragoza 2008

Javier CALLIZO SONEIRO y Antonio J. LACOSTA ARAGÜÉS

Dpto. de Geografía y Ordenación del Territorio, Universidad de Zaragoza

Al abordar el estudio de la movilidad turística internacional a diferentes escalas durante el período 2000 a 2015, lo cierto es que surgen dudas razonables respecto a la idea de que la llamada crisis sistémica haya tenido su traducción directa en el ámbito turístico. Los datos de llegadas turísticas en el ámbito internacional, europeo y nacional apenas permiten vislumbrar una leve inflexión de la tendencia al crecimiento durante el momento más crudo de manifestación de la crisis financiera global vivido entre 2007 y 2009. E incluso en el caso de la demanda española, donde la aparente contracción del consumo turístico interno ha sido mucho más acusada, como consecuencia del deterioro de las condiciones socioeconómicas generales, lo cierto es que el análisis de las fuentes de información disponibles a escala autonómica plantean dudas razonables al respecto.

Los cambios evidentes que ha experimentado el sector turístico a lo largo de la última década, ¿son fruto coyuntural de la crisis económica actual o son consecuencia de un proceso de reestructuración más profundo, de base cultural y amplio recorrido, que cristalizan durante la crisis económica y que tienen que ver con nuevas formas de viaje y de consumo turístico?

Al plantear esta cuestión en el caso concreto de Aragón, lo cierto es que asistimos a un momento de gran interés, por cuanto la crisis económica que detona con fuerza en el año 2007 tiene un impacto menor como consecuencia de la preparación y celebración de la Exposición Internacional de Zaragoza 2008, en torno al eje temático *Agua y desarrollo sostenible*, de tal forma que los efectos de la crisis económica en el sector turístico aragonés se manifiestan con fuerza en el año 2009, coincidiendo con la “resaca” de la celebración de este gran evento nacional e internacional.

Y el estudio de los datos resulta cuando menos sorprendente, por cuanto la caída de la afluencia de viajeros hacia las fórmulas de alojamiento tradicionales como hoteles y similares no es tal, sino que se sitúa en los niveles anteriores a la crisis, mientras que son otras fórmulas de alojamiento, que tienen mucho que ver con las nuevas formas de viaje, tales como los apartamentos turísticos o las estancias en casas de familiares o amigos, los que han experimentado un crecimiento notable,

poniendo de relieve un hecho relevante, que tiene una clara lectura cultural más que económica, y que no es otra que la constatación de que la necesidad del viaje turístico se ha concretado entre la población con tal fuerza en las dos últimas décadas, que la disposición al viaje se ha mantenido más allá de la crisis económica, buscando respuestas nuevas e imaginativas a la necesidad de vivir experiencias turísticas como forma de romper con la intensa rutina urbana que caracteriza el modo de vida actual.

A este respecto, la crisis inmobiliaria vinculada a la residencia secundaria, y sobre todo a determinadas manifestaciones de este modelo residencial, sería un efecto colateral de la crisis económica que tiene mucho que ver con ciertas dinámicas sociales más que con la propia práctica turística, y que nos lleva a otro terreno, que es el eterno debate sobre la relación entre actividad turística y desarrollo residencial.

La negación de la naturaleza

Joaquín VALDIVIELSO NAVARRO

Universidad de las Islas Baleares (UIB), jvaldivielso@uib.es

Palabras clave: negacionismo, naturaleza, crisis ecológica.

El objeto del presente trabajo es analizar críticamente las tesis negacionistas de la crisis ecológica. Existe una larga tradición, teórica y práctica, de negación de la existencia de la naturaleza en algún sentido relevante de cara a la crisis ecológica. Actores de la sociedad civil, corrientes políticas, académicas y científicas niegan la existencia de la naturaleza, cuando menos hasta el punto de que, aun si existieran problemas ecológicos puntuales, en ningún caso se trata de un desafío y mucho menos de una crisis.

Para ello se ha revisado la literatura especializada desde el método del análisis del discurso en la versión de Dryzek (1996) para los discursos ambientales, y se ha ordenado a partir de tres tipos de negación diferentes:

(1) La negación de límites naturales ecológicos absolutos (Adrian Berry, Wilfred Beckerman, Julian Simon) o discretos (Bjørn Lomborg, Giddens), en la línea del prometeísmo cornucópico;

(2) La negación de lo natural en sí, en la línea de constructivismos sociales modernistas (Luc Ferry, Anthony Giddens, Ulrich Beck) o de deconstructivismos posmodernos (Bruno Latour, Slavoj Žižek, Erik Swyngedouw);

(3) La negación de la ecología, como se encuentra en la teoría de la modernización ambiental (Michael Jacobs)

El resultado provisional de nuestro trabajo lleva a identificar una serie compartida de presupuestos en las distintas estrategias negacionistas:

(1) Enfoque metodológico analítico-parcelario y atomista en relación a la naturaleza, es decir, la falta de interacciones sistémicas entre problemas ecológicos singulares;

(2) Enfoque analítico-parcelario y atomista social en relación a los agentes, instituciones y órdenes sociales, de forma que se presupone una cuarta negación, la del ecologismo;

(3) Antropología individualista-meritocrática en el acceso de los recursos y servicios naturales, es decir, la inexistencia de poder en la interfaz sociedad-naturaleza;

(4) Inconmensurabilidad física o normativa de las distintas formas de construcción de la naturaleza, y la subsunción de las distintas formas de construcción de la naturaleza a la apropiación material, y, por lo

tanto, a una forma fundamental de construcción de la naturaleza, la de objeto construido y poseído;

(5) Pretensión de que los anteriores presupuestos no son ideológicos.

En conclusión, la traducción práctica de los presupuestos negacionistas invita a un tipo de ambientalismo postmaterialista apolítico, acomodado a la sociedad de consumo, y de orientación hedonista o privatista, en relación a la cultura; a un estilo tecnocrático-corporativo de política monopolizado por las élites, en relación a la gestión; y, irónicamente, a la “naturalización” de la construcción neoliberal de la naturaleza, en la dimensión de la representación.

Emprendedoras en turismo rural en el pirineo aragonés: manteniendo y reinventando el espacio natural

M^a Inmaculada HERVÁS MORENO, Luisa M^a FRUTOS MEJÍAS y
Maria Luz HERNÁNDEZ NAVARRO

Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza

Palabras clave: Turismo rural sostenible, Pirineo aragonés, mujeres, emprendimiento

Objetivos. Desde finales de pasado siglo y comienzos del XXI, el proceso de reinención del espacio rural se está orientando hacia una nueva economía, aunando la demanda en materia de ocio, descanso o naturaleza y la transformación y readaptación de los recursos y actividades tradicionales, en los que el turismo rural, entre otras actividades son los ejes del nuevo desarrollo sostenible. Tras una etapa de uso y abuso de los espacios naturales, las nuevas emprendedoras del Pirineo aragonés han optado por fomentar los espacios de siempre convirtiéndolos en nuevos espacios turísticos, respetando la naturaleza y el patrimonio.

Así, el objetivo de esta comunicación es abordar el papel desarrollado por las mujeres emprendedoras en el Pirineo Aragonés, en materia de turismo rural, y constatar que sus aspiraciones personales, laborales y familiares se pueden desarrollar invirtiendo y compatibilizando las nuevas fórmulas de turismo con el respeto máximo al medioambiente.

Metodología. Puesto que el enfoque dado trata sobre las relaciones entre el uso del espacio natural y el género, la investigación se ha centrado en el trabajo de campo, aplicando técnicas cualitativas como la investigación participativa y las entrevistas a las mujeres emprendedoras de diferentes edades, nivel de estudios y procedencia, ya que éste métodos permiten valorar la subjetividad, la implicación personal, la sensibilidad a los fenómenos complejos, la perspectiva individual y la posibilidad de crear un intercambio directo de experiencias entre investigador e investigado.

Resultados. El análisis de los testimonios de las mujeres entrevistadas ha mostrado que casi el 70% de las emprendedoras ha optado por rehabilitar el patrimonio arquitectónico local, bien sea familiar o de nueva adquisición, antes de realizar nuevas construcciones, contribuyendo así a mantener el espacio natural tradicional. Queda también patente que el interés de estas nuevas emprendedoras está en ofrecer a los posibles turistas los mejores productos de la tierra, complementando sus actividades

con otras relacionadas principalmente con la transformación artesanal de productos agroalimentarios, realizando así una labor de recuperación y puesta en valor de los saberes y sabores tradicionales.

Igualmente, se ha evidenciado su contribución a la revitalización de los espacios rurales, mitigando el despoblamiento y el envejecimiento, manteniendo el patrimonio arquitectónico e inmaterial y revalorizando sus territorios en el marco de una economía sostenible. Su actividad tiene, además, un efecto demostración para otras mujeres.

Multi-scale approaches to understanding urban-tourist sprawl and its implications for water use

Angela HOF y Albert LLAUSÀS

Department of Geography and Geology, University of Salzburg (angela.hof@sbg.ac.at); Department of Geography, Autonomous University of Barcelona (albert.llausas@uab.cat)

The extraordinary spread of second-home and tourism-driven sprawl has not been matched by the availability of better statistical information or better planning tools adapted to changes in the socio-economic profile of communities or in territorial organization. The complexity of the phenomenon partly explains why urban morphology and changes over time are not easily interpretable as emergent spatial expressions of changing socio-territorial relationships. This interpretation and the assessment of sprawl can benefit from using data from multiple sources: specifically, targeted mapping of very high resolution satellite imagery, cadastral data, and census data. The contribution presents a data-driven approach to integrated sprawl monitoring with implications for research on second homes in studies about tourism. This approach has been tested on Mediterranean coastal destinations of Spain. Understanding the spatial impact of low-density development is pivotal for analyses focusing on the underlying causal linkages between tourism and socio-ecological change, such as the relatively lax urban development legislation or the export of second-home demand originating in distant locations which, in turn, is being met and satisfied by the supply available in mature destinations that actively promote second-home tourism as a strategy to maintain their tourism market share. The results also show a polarization in access to second homes between international and national owners on the one hand and a social differentiation within places on the other. The current crisis strengthens and deepens this divergence. Another, equally important aspect of these changing socio-territorial relationships is the nexus between settlement and land use patterns and water consumption. In particular, the tendency of exploiting water resources with increasing intensity to support the expansion of this urban development model is showing that this engine of growth contains within itself sustainability contradictions that seriously question its viability in solving the economic crisis while, at the same time, it may be aggravating local environment and natural resource crises.

Petits establiments d'allotjament turístic i estalvi d'aigua: una exploració qualitativa en l'àmbit de la Costa Brava

Josep PADULLÉS, Albert LLAUSÀS y Anna RIBAS

Departament de Geografia. Institut de Medi Ambient. Universitat de Girona

Paraules clau: Turisme sostenible, gestió hotelera, disponibilitat hídrica, responsabilitat social corporativa, Baix Ter.

Malgrat el poc pes que, en general, té el sector de l'allotjament turístic sobre el consum total d'aigua potable d'un municipi, garantir la disponibilitat d'aquest limitat recurs és clau per a l'èxit d'hotels i càmpings, tant per satisfer l'ús que en demanarà la clientela, com pel manteniment d'espais exteriors, piscines, equipaments i serveis. Per això, és important que els establiments adoptin mesures per a la bona gestió i estalvi d'aigua. A Espanya, on el mercat és dominat, en moltes regions, per negocis de caire familiar de llarga tradició, les motivacions personals, els estímuls i les barreres, internes i externes, que troba la direcció determinen, en bona mesura, la política ambiental de cada establiment. L'impacte acumulatiu que les accions de les petites i mitjanes empreses d'allotjament turístic (PIMEAT) poden tenir sobre el consum d'aigua pot ser significatiu, i de moment pocs projectes han explorat les motivacions, activitats i obstacles que troba aquest grup per dur-les a terme. Encara en són menys els que ho han fet emprant metodologies qualitatives (més laborioses de completar que investigacions basades en la distribució de qüestionaris), que permeten tenir una visió molt fonamentada de la diversitat present en el sector i ser sensibles al reconeixement de noves inquietuds o oportunitats percebudes per les persones entrevistades.

L'objectiu del cas d'estudi que es presenta és avaluar el grau d'adopció d'accions i mesures de millora de l'eficiència en l'ús de l'aigua per part d'hotels i càmpings d'una zona d'estudi de la Costa Brava (Catalunya), així com comprendre els determinants i factors que han influït en les decisions dels seus òrgans de gestió. Es van dur a terme entrevistes semi-estructurades a 18 responsables de PIMEAT a l'àrea d'estudi entre el maig i l'octubre de 2015. Els blocs de preguntes inquirien sobre les característiques estructurals de l'establiment i de les mesures adoptades; sobre aspectes organitzatius com ara la política de gestió de l'aigua o les pràctiques d'irrigació i control dels consums; així com sobre aspectes cognitius relacionats amb les percepcions de les persones entrevistades sobre sequeres, canvi climàtic, organització sectorial o les normatives

vigents. Metodològicament, les transcripcions de les entrevistes van ser estudiades a través de l'anàlisi de discurs. Els resultats confirmen la idoneïtat d'emprar mètodes qualitius per aquest tipus de recerca sobre una realitat molt fragmentada i diversa. Alhora, il·lustren un desfasament entre discursos amb un marcat caràcter ecocèntric respecte d'un desenvolupament d'accions i adopció de mesures d'estalvi d'aigua generalment modestos. A la contribució discutirem com factors relacionats específicament amb la responsabilitat social corporativa de les PIMEAT poden explicar aquests resultats i suggerirem estratègies per facilitar l'adopció de polítiques ambientals més eficients i adaptades a aquest tipus d'establiments.

Índice de autores

- Adriani, H.L. 423
 Albarrán Periañez, J.D. 67
 Almeida García, F. 117
 Arias-Sans, A. 408
 Armesto López, X.A. 213
 Arrom Munar, J.M. 395, 428
 Avraham, E. 399
 Balbuena Vázquez, A. 117
 Barceló, B. 13
 Becerra, L. 419
 Berzosa Pareja, R. 105
 Blanco-Romero, A. 381
 Blázquez, M. 15
 Bürk, T. 425
 Callizo Soneiro, J. 438
 Cànoves, G. 381
 Cañada, E. 183
 Capdepón, Frías, M. 321
 Clark, E. 31
 Coll, M.À. 227
 Coma Guitart, J. 43
 Cors Iglesias, M. 213
 Cortés Macías, R. 117
 de la Calle Vaquero, M. 387
 Echarri Chávez, M. 237
 Elorrieta Sanz, B. 43
 Ercolani, P. 201
 Fernández Gallardo, J.A. 414
 Fernández Tabales, A. 131
 Ferriz, I. 430
 Fletcher, R. 19
 Font Garolera J. 43, 412
 Font Urgell, X. 43, 293
 Fornessi, R. 423
 Fraguell, R.M. 369
 Frutos Mejías, L. M^a. 442
 Galdos Urrutia, R. 420
 García Amaya, A. 247,393
 García Baltodano, K. 55
 García González, J.A. 389
 García Hernández, M. 387
 García Palomares, J.C. 410
 Gómez Martín, M.B. 213
 González Estrada, N. L. 398
 González Morales, A. 385
 González, R. 201
 Gutiérrez Puebla, J. 410
 Hernández Navarro, M.L. 442
 Hervás Moreno, M^a I. 442
 Hidalgo Giralt, C. 55
 Hof, A. 444
 Ioannides, D. 436
 Jover Martí, F. J. 389
 Jurado Rota, J. 434
 Karacaoğlu, S. 397
 Lacosta Aragués, A.J. 438
 Lamnadi, Y. 357
 Ledesma, O. 91
 Llausàs, A. 335, 369, 444, 445
 Lois González, R.C. 237, 345
 López Palomeque, F. 43, 293
 Mahmoud, Y. 31
 Meana Acevedo, R. 79
 Mercado Alonso, I. 131
 Millán Vázquez de la Torre,
 G., 414, 426
 Mínguez García, M^a C. 265,
 387
 Mir-Gual, M. 15
 Morales Yago, F.J. 403
 Morell, M. 405
 Moreno Arriba, J. 402
 Moya Fuero, A. 247
 Murray, I. 15
 Navalón-García, R. 265
 Navarro Jurado, E. 406
 Obrador, M. 227
 Ormaetxea Arenaza, O. 420
 Padullés, J. 335, 445
 Palacions García, A.J. 55

- Pastor Coello, M. 417
Patiño Romaris, C.A. 347
Peñarrubia, M^a P. 247, 393
Pérez Albert, Y. 434
Pérez Guilarte, Y. 237
Pérez Naranjo, L. 426
Picornell Cladera, M. 395, 428
Pitarch Garrido, M.D. 171
Pons, G.X. 15
Pueyo-Ros, J. 369
Quagliari Domínguez, A. 422
Quesada Medina, J. 385
Ramis Cirer, C.I. 395, 428
Ramón Ojeda, A. 385
Ramos, D. 143
Ribas, A. 335, 445
Roca, E. 391
Rodríguez Zapatero, M. 426
Romanillos, G. 410
Romero Martínez, J.M. 406
Romero Padilla, Y. 406
Romero Roque, F. 385
Romero Torres, J. 43, 293
Ruiz Urrestarazu, E. 420
- Salas, H. 410
Sánchez Aguilera, D. 43, 412
Sánchez, J.J. 430
Santa-Cecilia, F.J. 305
Sarmiento, J. 432
Schenkel, E. 161
Seguí, M. 227
Simancas, M. 91, 247, 393
Simeonova, V. 43
Such Climent, M.P. 416
Tapia, J.M. 430
Tegtmeyer, L. 383
Temes Cordovez, R. 247, 393
Torres-Delgado, A. 43
Troitiño Torralba, L. 387
Troitiño Vinuesa, M.Á. 387
Vacas Guerrero, T. 305
Valdivielso Navarro, J. 440
Vila Subirós, J. 369
Villares, M. 391
Yolal, M. 397
Yrigoy, I. 281

