

TURISTAS: DEL CONCEPTO LEGAL A LA COMPLEJA REALIDAD DEL ACTUAL PANORAMA ESPAÑOL

Juan Requejo Liberal*

Resumen: La definición inequívoca del turismo y de lo que abarca no está cerrada ni goza de la aceptación general. Necesitamos analizar, descomponer los fenómenos si queremos comprenderlos y actuar sobre ellos mejorando nuestras opciones y centrándonos en las modalidades más rentables. Los problemas de sostenibilidad a los que se enfrentan los destinos litorales, deben ser valorados y abordados discriminando las diferentes modalidades de turismo y eliminando los usos pretendidamente turísticos que no contribuyan al interés general y estratégico de recuperar el atractivo turístico de los destinos.

Palabras clave: turismo residencial, residentes climáticos, alojamiento reglado, capacidad alojativa.

I. INTRODUCCIÓN

La visión de nuestros principales destinos turísticos produce, en el observador, una sensación que no resulta muy satisfactoria. Para muchos de nuestros visitantes (la mayoría son repetidores) uno de los principales motivos de insatisfacción es el estado actual de degradación del paisaje y la congestión urbana. Para entender qué ha pasado, y qué está pasando en los espacios turísticos, es preciso abordar una reflexión sobre las diferentes modalidades de turismo que se reconocen en España, qué efectos tienen en la transformación del medio y en la sostenibilidad del territorio y qué características productivas, en términos de rentabilidad general y empleo, tienen asociadas.

II. CARACTERÍSTICAS DEL ESPACIO TURÍSTICO. PREDOMINANCIA DE LAS VIVIENDAS

En primer lugar, hagamos un breve recuento de los elementos edificados que protagonizan la escena de los espacios turísticos, o por lo menos de aquellos que son percibidos como tales. En las ciudades monumentales, se perciben los edificios de valor patrimonial visible y reconocible y establecimientos ubicados en locales comerciales en planta baja. En las estaciones de esquí, la imagen característica es una agrupación de hoteles y edificios con viviendas, con bajos comerciales dedicados a hostelería, comercios y servicios de esquí. En las escasas zonas rurales o naturales,

* Consultor de planificación. Redactor del Plan General de Turismo de Andalucía.

dónde resulta palpable la acumulación de establecimientos, se bordea la situación de saturación y pérdida de identidad originaria.

En el litoral, incluyendo las islas, es dónde la percepción de este «espacio turístico» protagonista es más evidente y dónde se concentra la mayor parte de la actividad turística en España. El litoral peninsular mediterráneo es el espacio dónde se han concentrado los peores efectos acumulativos de estos fenómenos registrados durante décadas, habiendo alcanzado recientemente el nivel de saturación. Los efectos territoriales y ambientales más significativos de esta saturación son:

- Creciente densificación del espacio urbanizado y colmatación del frente costero.
- Banalización de los espacios y alteración generalizada del paisaje.
- Fuerte concentración estacional, en torno al uso masivo de las playas y saturación de las mismas, depreciando el recurso natural y turístico.
- Saturación de las infraestructuras y servicios públicos.
- Bajo nivel de sostenibilidad: agotamiento de recursos naturales, afeción a la biodiversidad y generación de residuos sólidos, líquidos y gaseosos, causantes todos ellos de contaminación local o global. Hay que señalar, especialmente, el incremento de las emisiones de gases con efecto invernadero.

Como consecuencia de estos efectos negativos, el entorno operacional de la propia actividad turística se ve afectado de forma significativa, pudiéndose destacar los siguientes efectos negativos sobre el turismo:

- Pérdida del atractivo turístico de los destinos.
- Derivación de las estrategias empresariales hacia la competencia en precios, que, normalmente, representan una escalada hacia la desaparición de los establecimientos.
- Dificultades para la inversión empresarial turística, por el empeoramiento de las expectativas de rentabilidad y por el fuerte encarecimiento de los costes urbanísticos.

Las conclusiones que obtienen los observadores de esta situación son contundentes: «el turismo en el litoral es una actividad depredadora, con componentes de conductas suicidas y autodestructivas, que muerde la mano que le da de comer». La pregunta es: ¿qué parte de verdad hay en esta conclusión aparente? y: ¿podemos profundizar en el análisis y descomponer los beneficios y los costes ambientales de las distintas modalidades turísticas en juego?

III. ¿QUÉ ES TURISMO? ¿QUIÉNES SON LOS TURISTAS?

Para descomponer, es preciso definir antes el ámbito conceptual, el conjunto de actividad y personas implicadas en este asunto. La Organización Mundial del Turismo

mo (OMT) describe el turismo como *«las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado»*.

Nos aclara la OMT que el «turismo» se refiere a todas las actividades de los visitantes, es decir incluidos los «turistas (visitantes que pernoctan)» y los «visitantes del día (excursionistas)».

En estas definiciones cobran especial relevancia los conceptos de «entorno habitual», «negocios» y «período consecutivo inferior a un año». El concepto «negocios» y el criterio de no ejercer una actividad no remunerada en el destino, son difícilmente compatibles. De hecho, la mayor parte de los participantes en convenciones reciben su salario mientras participan en la reunión, puesto que asistir forma parte de sus obligaciones.

Según cómo interpretemos el entorno habitual serán considerados unos desplazamientos como turísticos o no. En España, el Instituto de Estudios Turísticos, sólo considera viajes turísticos los de más de 40 km y una frecuencia menor de un viaje semanal.

El problema surge con las personas que viven más seis meses cada año en un lugar diferente al de origen. Se debería pensar que «entorno habitual» debería ser considerado aquel lugar en el que pasa la mayor parte del año. Sin embargo, al considerar la expresión «período consecutivo inferior a

un año» se genera una situación confusa con las personas que tienen dos residencias, una en un país del centro y norte de Europa (o de España) y otra en un país mediterráneo en la que residen la mayor parte del año. Estos residentes migrantes consideran que su residencia principal para distintos efectos es la de origen, y es lo que declaran a los encuestadores. Sea por esta tendencia o por consideraciones demasiado literales de la definición de la OMT, lo cierto es que estas personas, especialmente los extranjeros, son consideradas turistas en muchas mediciones y estudios, dando lugar a una distorsión muy considerable de las conclusiones globales.

IV. CARACTERÍSTICAS DE LOS FLUJOS TURÍSTICOS. IMPORTANCIA DE LAS ACTIVIDADES DE LOS TURISTAS ALOJADOS EN VIVIENDA

El ámbito conceptual y analítico de mayor complejidad de las modalidades de turismo está relacionado con el uso de las viviendas. En 2001 había en España 6,7 millones de viviendas no principales, la mitad calificadas como secundarias por el INE (1) (3.360.631 viviendas), aunque esta clasificación no ofrece mucha fiabilidad y muchas de las viviendas calificadas como «vacías» pueden ser vivienda vacacional (segunda residencia o alquiler). Desde la fecha censal hasta hoy puede estimarse una incorporación adicional al parque de viviendas vacacionales de unas 700.000 construidas en estos años, lo cual nos situaría en un parque actual mínimo en torno a 4.160.000 viviendas vacacionales.

En todo caso, podemos estimar una capacidad alojativa situada entre 12 y 21 millones de plazas en viviendas, la mayor parte situadas en el litoral. La oferta de plazas en establecimientos reglados es cercana a los tres millones. Ello quiere decir que la dimensión física de la capacidad alojativa del parque de vivienda vacacional es entre 4 y 7 veces la oferta reglada.

Desde un punto de vista de paisaje y congestión urbana, es evidente que, en términos globales, tiene mucha mayor presencia el parque de viviendas existente en los espacios turísticos litorales, que los edificios de uso hotelero o de actividades turísticas. Ello no obsta para que en un determinado lugar, la dimensión y disposición de la planta hotelera sea la principal causante de los problemas de pérdida de atractivo turístico que hemos señalado al principio.

En el Balance del Turismo de 2006 (2), se especifica que el 37% de los 58,5 millones de visitantes extranjeros de ese año, hicieron uso del alojamiento en viviendas (21,9 millones de viajes) dando lugar a unos 280 millones de pernoctaciones, y que el 82,1% de los viajes de turismo interior tenían como destino una vivienda (110 millones de viajes).

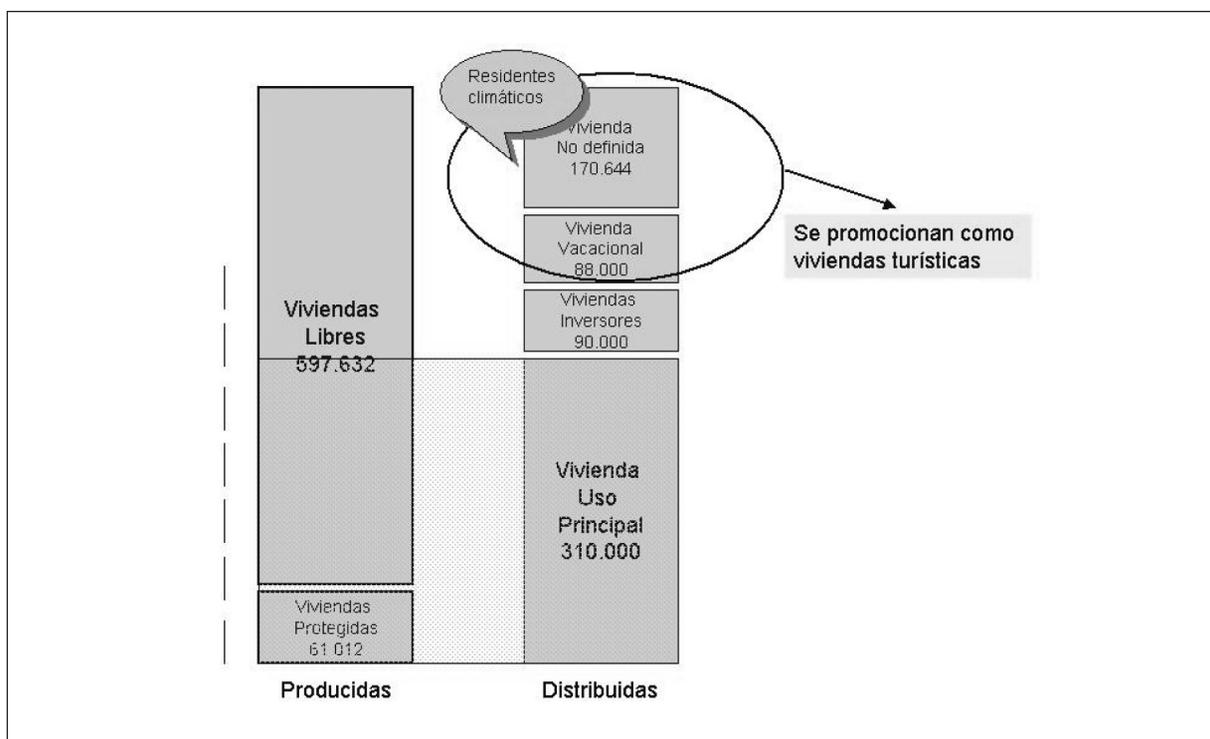
El nivel de ocupación de cada modalidad (reglado y vivienda) es muy diferente, puesto que una plaza hotelera se ocupa 144 noches al año, en tanto que las viviendas están ocupadas una media de 44 días al año (3). El INE cifraba para el año 2006 321 millones de pernoctaciones en alojamiento reglado y podrían estimarse en 500 millones las pernoctaciones en vivienda vacacional (segunda residencia y alquiler).

La primera conclusión evidente es que más de la mitad del negocio de alojamiento turístico se adscribe al sector inmobiliario (compra-venta y alquileres), siendo esta modalidad la de menor rentabilidad en términos de generación de renta, empleo e ingresos fiscales.

V. DINÁMICA DEL MERCADO DE VIVIENDA NO PRINCIPAL

Según cifras del Ministerio de Vivienda, durante 2006 se han terminado 658.654 viviendas en España y se han iniciado otras 760.000 (95.000 viviendas protegidas y 665.000 viviendas libres). La necesidad de nuevas viviendas principales está asociada a la formación de nuevos hogares y a la resolución de déficits. Según las cifras del Ministerio se adquirieron en 2006 unas 310.000 viviendas nuevas para uso principal. El resto de las viviendas tendrían un destino vacacional o inversor. El Grupo i (4) estima la demanda vacacional de ese año en unas 88.000 viviendas nuevas.

Considerando que una parte de las viviendas nuevas (unas 90.000) se adquieren por inversores, sin otra expectativa de uso que la reventa, quedaría sin definir o explicar la orientación de demanda que tendrían unas 170.644 viviendas construidas en 2006. Es muy posible que este contingente haya formado parte de las promociones inmobiliarias identificadas de forma genérica como «turismo residencial» y cuyos destinatarios serán tratados en el apartado siguiente.



En cualquier caso estas cifras ponen de manifiesto que los problemas señalados en cuanto a la sostenibilidad y a la pérdida de atractivo turístico se van a agravar y será preciso analizar con detenimiento las operaciones de promoción inmobiliaria en el espacio turístico que incorporen viviendas vacacionales.

VI. TIPOLOGÍA DE USO DEL ESPACIO TURÍSTICO

Lo primero es intentar entender quienes son los destinatarios de esta gran cantidad de viviendas que no parecen responder a

una demanda detectada en el mercado de la vivienda vacacional. Para ello, se realizará un ejercicio conceptual de clasificación de las grandes opciones de utilización del espacio turístico con atractivo turístico.

En un territorio con atractivo turístico se abordan iniciativas de inversión empresarial en alojamiento reglado, se promueven viviendas para adquisición como segunda residencia o para alquilar. Pero también en este mismo espacio se adquieren viviendas para trasladar la residencia a un lugar más confortable o bien se promueven y se adquieren viviendas para la población que vive y trabaja en dicho territorio.

Opciones	Fenómeno alojativo	Colectivo	Capacidad estimada en España
<i>Venir de vacaciones o viaje profesional ligado al ocio con prestación de servicios</i>	Hoteles y otros alojamientos reglados.	Turistas	3.000.000 plazas.
<i>Venir de vacaciones con alojamiento en vivienda alquilada o cedida</i>	Vivienda cedida o en alquiler.	Turistas	4.160.000 viviendas, en propiedad, cedidas o en alquiler.
<i>Venir de vacaciones de forma recurrente</i>	Segunda residencia.	Turistas. Veraneantes y foráneos vinculados.	Entre 12 y 21 millones de plazas.
<i>Venir a vivir sin empleo</i>	Residencia permanente.	Inmigrantes-residentes climáticos.	750.000 plazas.
<i>Residencia con empleo</i>	Residencia convencional.	Residentes locales.	44,7 millones.

Fuente: Referencias tomadas de «¿Porqué lo llaman turismo cuando quieren decir promoción inmobiliaria?». Juan Requejo Liberal. Asociación de Geógrafos Españoles. Madrid 2007. En prensa.

Es evidente que las personas alojadas en un establecimiento reglado (hoteles, apartamentos turísticos o campings) son turistas y que el conjunto de las actividades que realizan son turísticas. Es decir, que en el momento de ocupación plena (agosto) tenemos tres millones de turistas en España alojados, consumiendo comida, desplazándose por el espacio turístico, contratando diversiones, salud, educación, deporte, comprando bienes, etc. Más difícil es concluir qué sucede con los 12-20 millones de plazas de capacidad alojativa en viviendas no principales.

Sin entrar en una discusión prolija sobre la rentabilidad de interés general (económica y social) de la segunda residencia y la

vivienda de alquiler, si que nos atrevemos a afirmar siguiendo las conclusiones del cuadro adjunto que, en el litoral, la relación entre los costes ambientales y territoriales (paisaje y congestión) del parque de viviendas existente, y del que se pretende promover, y los beneficios en generación de renta y empleo, es muy negativa o deficitaria. Por tanto, en términos generales, defendemos que, en el litoral, esta modalidad de turismo debe ser sometida a estrecha vigilancia en las políticas territoriales con objeto de limitar su uso a aquellas situaciones donde se demuestre que la promoción residencial responde a un interés estratégico superior (no es un fin en sí mismo) y se diseña un sector urbanístico ordenado con criterios muy exigentes de integración en el medio.

Comparación del contraste de resultados. Modalidad residencial versus turismo empresarial. Litoral

Opción	Ventajas	Inconvenientes
RESIDENCIAL	<ul style="list-style-type: none">• Campo para operadores locales.• Se obtienen beneficios empresariales y sociales en un corto plazo.	<ul style="list-style-type: none">• Lógica consuntiva de suelo.• Concentración estacional.• Presión sobre elementos territoriales.
EMPRESARIAL Hotelero	<ul style="list-style-type: none">• Genera ocho veces más empleo y doce veces más renta.• Oportunidad para tejido empresarial• Valoriza el paisaje, cultura y medio natural y permite un mejor control del desarrollo territorial del frágil espacio costero.	<ul style="list-style-type: none">• Inversiones de materialización lenta.• Actividad menos accesible para operador local.• Dependencia de empresas que operan en mercados muy amplios.

Fuente: «La Segunda Residencia lanza una Opa sobre el Litoral Andaluz». Juan Requejo Liberal. Comunicación presentada en el III Congreso de Ordenación del Territorio. www.fundicot.org.

Además de los turistas de alojamiento reglado y de los turistas alojados en vivienda y de los residentes que viven y trabajan en el territorio, en el espacio turístico del Mediterráneo encontramos otro colectivo poblacional que demanda y ocupa vivienda y que tiene unas características singulares: los residentes climáticos. ¿Quiénes son los residentes-inmigrantes climáticos? Son personas que trasladan su lugar de residencia habitual, más de seis meses cada año, a otro lugar distinto al de su origen guiados por un conjunto diverso de motivaciones distintas a las profesionales o laborales, donde pesa de forma decisiva el clima del lugar de destino.

Estudios realizados en el litoral andaluz (5) llevan a concluir que este colectivo (inmigrantes-residentes climáticos) está alcanzando una dimensión considerable y se registran indicios elocuentes de un creci-

miento exponencial de la demanda de viviendas para ellos, en los próximos años.

Se ha comprobado en el Campo de Gibraltar y en la Costa del Sol Oriental que el dimensionamiento de las previsiones urbanísticas de vivienda y de las operaciones de promoción en marcha es muy superior a la suma de necesidades de vivienda para residentes locales y vivienda vacacional. La única explicación que cabe es la previsible capacidad de absorción de estas grandes cantidades de vivienda en preparación por la demanda de los inmigrantes climáticos (británicos, en primer lugar), a los cuales se les dirige una oferta inmobiliaria denominada turística.

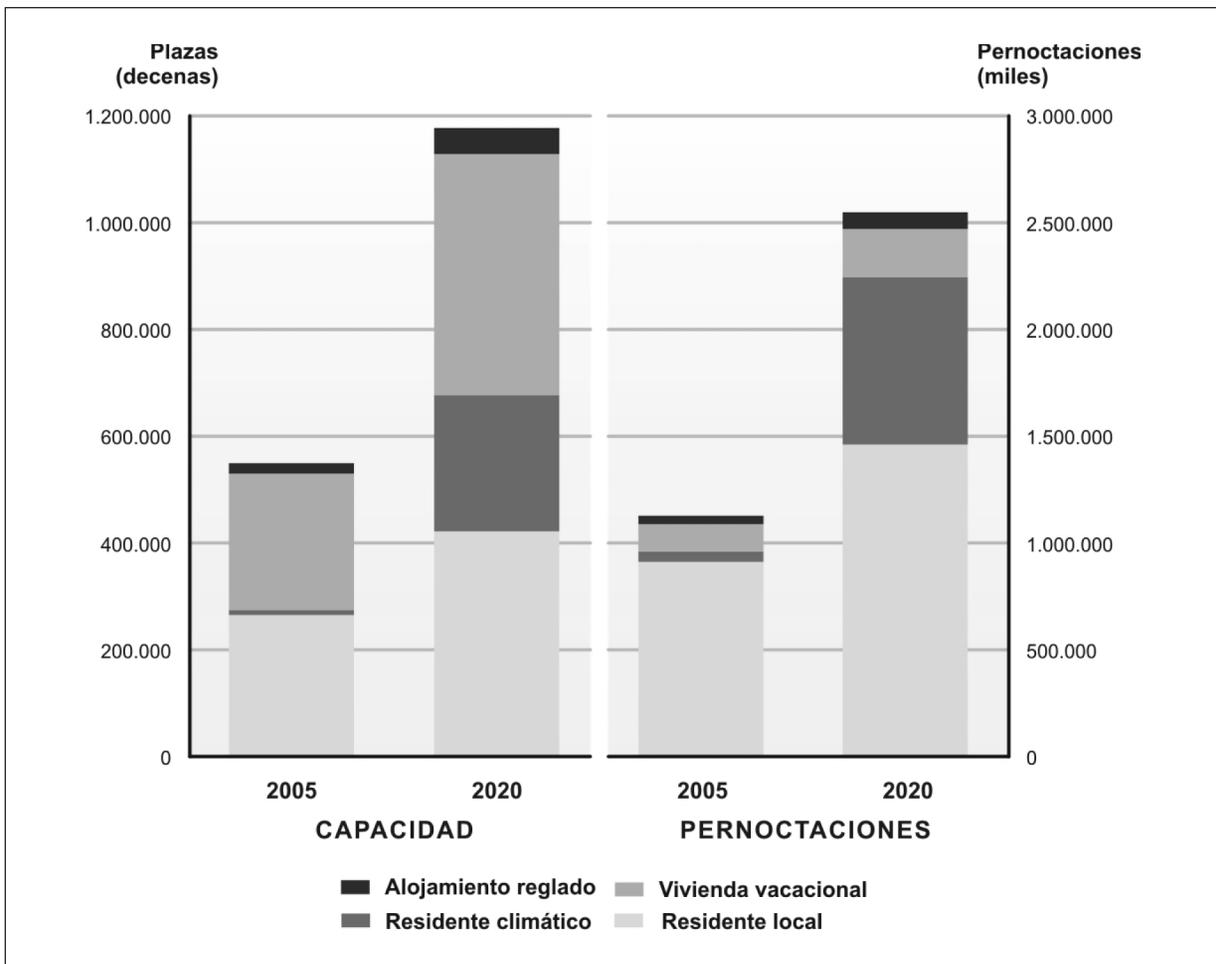
Es lógico pensar que las 170.000 viviendas construidas que no encajan con las previsiones agregadas de viviendas principales, ni con las adquiridas como inversión, ni

con las vacacionales, estén relacionadas con la explosión de esta enorme demanda climática europea.

El colectivo de los residentes climáticos utiliza sus viviendas unos 300 días al año y consume más agua y energía que la población local, generando así unos importantes efectos sobre los recursos naturales renova-

bles y de contaminación por residuos. Proyectando los crecimientos a 2020, se ha estimado (6) que los residentes climáticos van a absorber más del 15% de la energía consumida por la población andaluza. Para esa misma fecha, se estima un consumo energético de los turistas alojados en vivienda del 10% del total.

Distribución y evolución. Capacidad de alojamiento. Litoral andaluz



El fenómeno de los inmigrantes climáticos tiene una gran repercusión sobre el entorno de sostenibilidad del turismo, pero **los residentes climáticos no son turistas**, son nuevos residentes, y sus pautas de consumo de bienes y servicios públicos y privados se corresponden con las de los jubilados del centro y norte de Europa. Por tanto, las promociones que se relacionan con este gran componente de demanda de viviendas no deben ser valoradas como iniciativas turísticas.

La concurrencia en el espacio turístico valioso y limitado de tantas demandas y tantas operaciones de transformación del medio y del paisaje obliga a adoptar una posición rotunda de los poderes públicos y defender el interés estratégico del turismo para nuestra sociedad y nuestra economía. Deben ser los intereses generales los que determinen la opción preferible en un marco de ordenación del territorio sostenible.

Para valorar la conveniencia de estas opciones, incluso la promoción residencial en determinados casos, es preciso tener en cuenta, no sólo los efectos ligados al proceso transformador (urbanismo convencional), sino que es preciso valorar las diferentes opciones teniendo en cuenta el período de vida útil de cada uno de los usos y considerar los impactos ambientales y los beneficios económicos y sociales de cada alternativa.

VII. CONCLUSIONES

1ª El espacio turístico litoral protagoniza una gran parte de la capacidad de producción turística española.

2º Los destinos turísticos litorales están afectados por serios problemas de sostenibilidad y de pérdida de atractivo turístico debido a la congestión urbana y a las malas prácticas urbanísticas.

3º La modalidad de turismo ligada a la vivienda vacacional absorbe la mayor parte de responsabilidad sobre estos problemas y la promoción inmobiliaria que abastece estas demandas mantiene un pujanza que agravará las dimensiones de los impactos.

4º La relación entre costes ambientales y territoriales, por un lado, y beneficios económicos y sociales, por otro, de la modalidad de turismo ligada a la vivienda vacacional es poco favorable a los intereses generales. En la mayor parte de los destinos de interior, sin embargo, el papel de la vivienda vacacional bien integrada puede ser beneficioso.

5º Buena parte de la promoción de viviendas que se está realizando en la actualidad va dirigida a los residentes climáticos, que no son turistas en ningún caso. Este aluvión de demandantes de vivienda tiene una importante repercusión sobre la sostenibilidad del espacio turístico, pero no es turístico y recae en la ordenación del territorio la responsabilidad de contener y reorientar esta demanda.

6º En un territorio valioso y escaso, como el litoral o determinadas zonas del interior con indicios de saturación, deben ser los intereses generales los que determinen la opción preferible.

7º Es preciso construir sistemas de información, con estadísticas e indicadores, que

discriminen claramente el conjunto de los datos asociados a los turistas ligados a alojamiento reglado de los datos asociados a los turistas ligados a alojamiento en viviendas. Eliminando, en todo caso, a los residentes climáticos por constituir un colectivo en ascenso que distorsiona la interpretación de la realidad.

NOTAS

(1) «Censo de Población y Vivienda 2001». Instituto Nacional de Estadística.

(2) «Balance del Turismo de 2006». Instituto de Estudios Turísticos. 2007

(3) «Impactos sobre el entorno, la economía y el empleo de los distintos modelos de desarrollo turístico del litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias». Exceltur, 2005.

(4) «Estudio de Investigación sobre el Mercado de la Vivienda Vacacional en España en 2007». Grupo i (empresa de consultoría especializada en mercado inmobiliario).

(5) Encuesta realizada a 700 extranjeros residentes en Almuñécar y la Axarquía en 2004. Asistencias Técnicas Clave s.l.

(6) «Informe de Sostenibilidad Ambiental del Plan de Sostenibilidad Energética de Andalucía 2007-2011». Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. 2007