



EL NUEVO TURISMO RESIDENCIAL

Antonio Aledo Tur

Universidad de Alicante (España)

Antonio.Aledo@ua.es



OBJETIVO

- La naturaleza del turismo residencial en su modelo en la España Mediterránea,
- Cifras y datos sobre la magnitud del fenómeno
- Evolución en 4 etapas
- Principales características y sus efectos a escala local (primeras 2 etapas)
- Implicaciones socioambientales de este modelo en sus dos últimas etapas 1994-2002 / 2002-2007



El turismo residencial

- El TR es el sector que se dedica a la compra de suelo, a la producción de viviendas y servicios e infraestructuras anexas, y a la venta de las mismas
- El TR es también un fenómeno sociológico relacionado con las nuevas formas de movilidad, residencialidad y ocio propias de la posmodernidad tardía y de la globalización. Incluimos en su estudio los impactos demográficos, económicos, sociales, políticos y culturales que ocasiona tanto en las poblaciones de acogida como en las de salida.

- El objeto del turismo residencial no es traer turistas y ofertarles servicios. Su actividad central es producir suelo urbano, construir viviendas y venderlas.

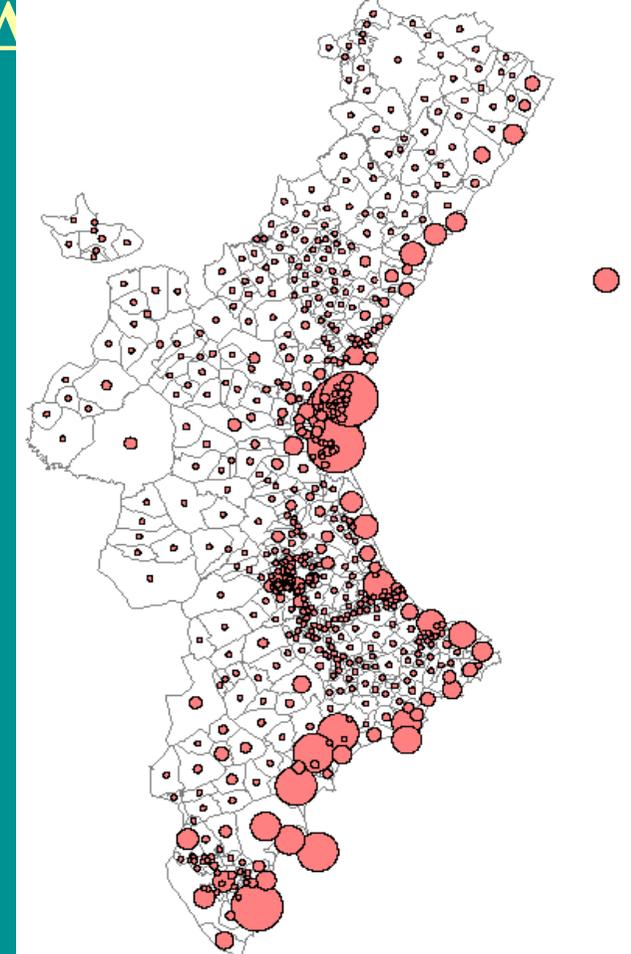




Viviendas Potenciales de Uso Turístico por CC.AA.

- Comunidad Valenciana
1.543.000 (VPUT)
- Andalucía 1.157.000
(VPUT)
- Cataluña 989.000 (VPUT)

- Comunidad Valenciana
83.517 plazas hoteleras vs
6.172.000 plazas extra-
-hoteleras



Volumen y localización de las viviendas no principales en la Comunidad Valenciana, 2001

Orígenes, causas y evolución

Desde los años 60 del siglo XX viene desarrollándose un importante proceso de ocupación y mercantilización del litoral mediterráneo y las Islas Canarias producto del:



- » El turismo de masas
- » El desarrollo del Estado de Bienestar en Europa de la Unión
- » La llegada de jubilados extranjeros (Migraciones Internacionales de Retirados)
- » La diferencia de precios entre España y el resto de la UE
- » El clima
- » El desarrollo de una cultura turística
- » El desarrollo de una red de relaciones en el destino turístico

EVOLUCIÓN

- 1ª FASE de mitad 70's a mitad 80's
- 2ª FASE de mitad 80's a crisis 1991-94
- 3ª FASE 1994-2002 (Etapa de transición)
- 4ª FASE 2002-2007 (Consolidación del Nuevo Turismo Residencial)

Características del modelo turístico-residencial en la Costa Blanca en sus primeras etapas (1970-1994)

- Estacionalidad
- Fuerte concentración espacial
- Escaso desarrollo de la oferta complementaria



Características TR (1970-1994)



- Problemas en la comercialización del producto
- Alto grado de fidelidad al destino
- Menor gasto turístico
- Competición con el sector hotelero

Características TR (1970-1994)



- Agotamiento del recurso suelo a escala local
- Nula planificación
- Déficit en infraestructuras y servicios
- Graves impactos ambientales

Características del NTR (1994-2007)



- Enorme dimensión espacial y económica
- Entrada en el sector de grandes empresas promotoras
- Apoyo gubernamental para el desarrollo de las infraestructuras necesarias



- Estos complejos turístico-residenciales se construyen siguiendo un modelo *cerrado* en busca de una seguridad máxima
- La capacidad de deslocalización, de movilidad y traslado



- El impulso de la demanda por la expansión de las compañías aéreas de bajo coste
- Las actuaciones urbanísticas conllevan fuertes transformaciones del territorio

- A partir de 2002 se inicia su cuarta fase.
Esta etapa se identifica por la aparición de un nuevo producto, el *resort turístico-residencial*
- El sector ha inventado un nuevo entorno turístico, exclusivo, privatizado y centrípeto

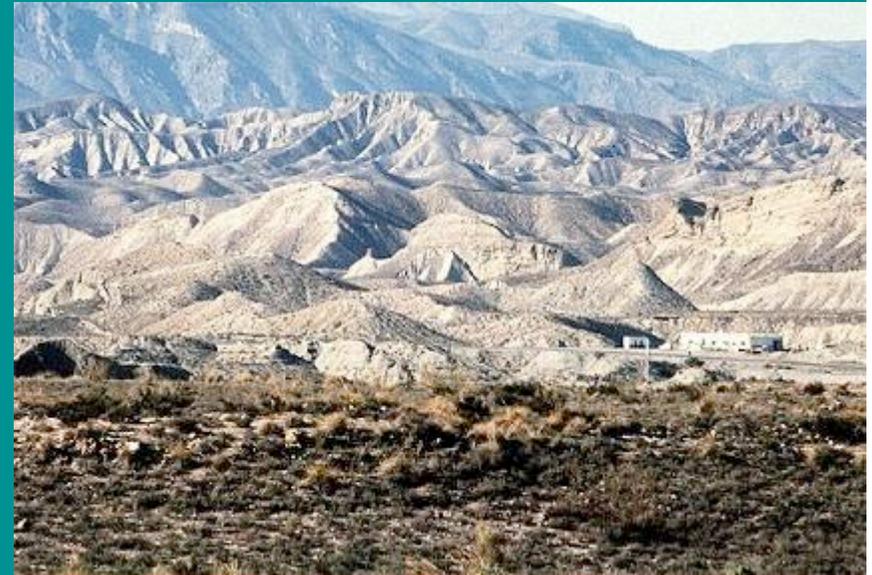
- El NTR es expresión sociomorfológica de los valores neomaterialistas posmodernos emanados del riesgo y la incertidumbre propios del macroproceso globalizador tecnomercantilista



- Si en los 60's y 70's los riesgos se gestionaban mediante estrategias de inclusión social a partir de los 80's se gestionan a partir de medidas de exclusión social
- La construcción de la identidad se realiza mediante el consumo de bienes materiales

*El NTR consigue hacer realidad estos sueños
neomaterialistas y neoautoritarios*

- 1) exportando espacial o temporal de las externalidades ambientales que origina
- 2) construyendo espacios de alta seguridad y protección
- 3) facilitando su acceso global a una clientela de *alto standing*





4) produciendo
socioespacios
fuertemente segregados

5) sustituyendo el paisaje
por un “escenario
turístico”

6) privatizando el espacio
social

y 7) sustituyendo al estado
como agente proveedor
por la empresa
promotora.

Murcia - España

9 campos de golf
La mejor oferta de Europa



*El NTR consigue hacer realidad estos sueños
neomaterialistas y neoautoritarios*

En definitiva,
construyendo y
organizando un espacio
exclusivo, privatizado,
seguro, segregado y
artificial.



La exportación del modelo: el turismo residencial en el nordeste brasileño

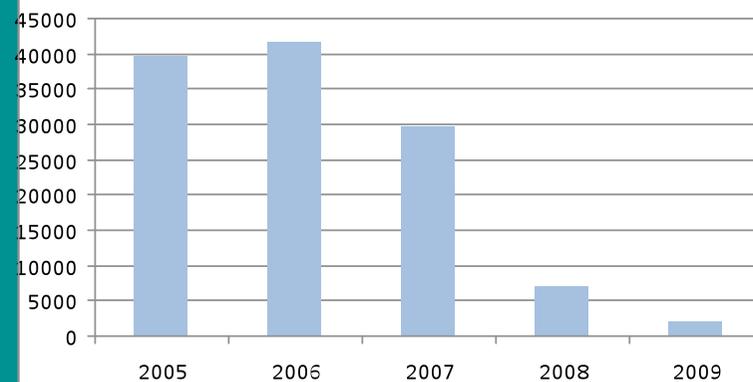


El estallido de la burbuja inmobiliaria

- La crisis del sector inmobiliario
- La vivienda como inversión
- Dinero barato
- Aumento de la producción inmobiliaria, aumento de la demanda, aumento de los precios
- Inicio de la crisis en USA
- Contagio en España
- Crash del sector inmobiliario español

Año	2005	2006	2007	2008	2009
Visados de dirección de obra nueva: número de viviendas prov. Alicante	39786	41596	29690	7157	2035

**Visados de dirección de obra nueva:
número de viviendas prov. Alicante**



Conclusiones: la descapitalización de la Costa Blanca

- Ambiental
- Económica
- Socioeducativa
- Política



Fuerzas impulsoras del modelo turístico residencial de la Costa Blanca. Turismo residencial y urbanismo. El problema de la vivienda en España

1. La necesidad de entender el fenómeno del turismo residencial en un marco más amplio de análisis que el limitado al turismo
2. El turismo residencial es un subsector del sistema inmobiliario
3. El turismo residencial es un hecho social total: un modelo de desarrollo

El problema de la vivienda en España

- En España se construían más viviendas que en Francia, Inglaterra y Alemania juntas
- Un stock de un millón de viviendas por vender
- Altísimos porcentajes de viviendas desocupadas
- Amplios sectores de la población con enormes dificultades para acceder a una vivienda
- Dinero barato
- Aumento sin control de los precios de la vivienda
- Formación y estallido de la burbuja inmobiliaria

A escala local

- La necesidad de los ayuntamientos de financiación mediante los impuestos de la construcción y a las viviendas
- La corrupción inmobiliaria
- Alto déficit democrático
- La opción por el desarrollo inmobiliario como modelo socioeconómico
- El apoyo social a estas actividad
- El crecimiento socioeconómico de las comunidades que han optado por este modelo de desarrollo
- Los recursos turísticos: clima y el *estilo de vida mediterráneo*

A escala nacional

- Las políticas de vivienda en España que consideran la vivienda como un producto o un producto mercantilizable y no como un bien o derecho de los ciudadanos
- La configuración histórica de la *triple alianza* de presión formado por el sistema bancario español y el sistema inmobiliario (constructoras, promotoras) y políticos
- La construcción: la primera industria española
- El desarrollo de una amplia clase media que se constituye en demanda turístico residencial
- La cultura española de propiedad de la vivienda
- La vivienda una forma de inversión

La escala europea

- El euro
- Un espacio económico común: liberalización de los flujos económicos, espacio aéreo común: hipermovilidad europea
- El desarrollo del Estado de Bienestar europeo (seguridad en el desempleo, la enfermedad y la vejez)
- Una amplia clase media y un amplio contingente de jubilados: la segunda residencia: *leisure and investment*
- Desarrollo de las tecnologías de la comunicación y de las comunicaciones
- El descenso de la calidad de vida en países europeos

CONFLUENCIAS

- Oferta: un potente sector de producción inmobiliaria
- Demanda: española y europea
- Políticas de vivienda neoliberales que no regulan el mercado
 - Desregulación de la gestión del suelo y de la vivienda
 - El mito del crecimiento ilimitado
 - El capitalismo desorganizado
 - La CODICIA