2.- ESTRUCTURA ECONÓMICA

2.1.- INTRODUCCION.

Se trata de un documento o borrador de trabajo en el que se plasman unas primeras reflexiones del equipo, sobre la estructura económica del municipio y en especial acerca de las tendencias del mercado turístico y coyuntura del sector, con especial referencia a Mijas.

Dichas reflexiones vienen enmarcadas en la línea de los últimos estudios sobre el tema turístico ha participado los miembros del equipo, como son:

- El Plan de Desarrollo Integral del Turismo de Andalucía (Plan D.I.A. de Turismo).

- Plan de Introducción de Nuevas Tecnologías en Andalucía (P.I.N.T.A.).

- Plan Piloto de Torremolinos (dentro del Plan FUTURES).

- Programas de Desarrollo Integrado de Turismo Rural de Andalucía (PRODINTUR de Andalucía).

2.2.- ESTRUCTURA ECONOMICA DEL MUNICIPIO DE MIJAS

2.2.1.- CARACTERISTICAS PRINCIPALES DE LA DINÁMICA DEMOGRÁFICA DEL MUNICIPIO DE MIJAS.

2.2.1.A.- Dinámica de la población en Mijas y el litoral:

Cualquier planteamiento sobre el territorio tiene en el análisis de la población y su distribución en el espacio, un punto de referencia obligado. Aspectos tales como la localización de los núcleos de población, su dinámica o densidades son fundamentales de cara a establecer las primeras premisas sobre cómo se está configurando los usos del suelo y sus tendencias en el término municipal.

En este apartado se pretende abordar el análisis de estas cuestiones con el objeto básico de obtener una imagen de la ocupación del territorio en la zona de estudio y que sirva de soporte a los posteriores análisis sectoriales y conclusiones sobre la dinámica y modelo territorial del termino de Mijas.

Evolución histórica de la población de Mijas.

El estudio histórico de la población de Mijas hace referencia a la evolución demográfica desde 1.900. De acuerdo con el Cuadro 1.1 observamos que el municipio a experimentado a partir de 1.970 un acelerado crecimiento de su población, rompiendo la tendencia de crecimiento estable registrado hasta el censo de 1.960.

El fuerte crecimiento de la última década 1.980-90 ha permitido al municipio duplicar su población y alcanzar, de acuerdo con el censo de 1.991, los 32.835 habitantes.

Las causas de este incremento poblacional se deben principalmente a la positiva dinámica demográfica del litoral occidental de la provincia como consecuencia del desarrollo turístico experimentado.

No obstante, si analizamos la dinámica demográfica de los otros municipios del litoral colindantes con Mijas, como son Benalmádena, Fuengirola o Marbella, observamos que el crecimiento demográfico de estos municipios comenzó en 1.960, anterior al registrado en Mijas. La razón de estas diferencias, en las dinámicas demográficas de los municipios del litoral, se deben principalmente a los efectos que sobre la población ha tenido la evolución del sector turístico, localizado inicialmente en torno a estos tres tradicionales asentamientos de población del litoral, y a la posibilidad de accesos a los mismos. En este sentido, el Cuadro 1.1 muestra también este hecho en sus últimas tres columnas.

2.2.1.B.- Dinámica poblacional en el municipio de Mijas:

Un segundo aspecto a destacar es el radical corrimiento de población que ha experimentado el municipio en las dos últimas décadas, hacia el litoral y áreas próximas a los asentamientos turísticos tradicionales antes expuestos. El Cuadro 1.2. muestra precisamente esta evolución interna de la población del municipio, en función a la zonificación empleada.

En el presente Cuadro 1.2. observamos cómo han sido los núcleos de población más próximos a los asentamientos turísticos tradicionales (como Las Lagunas con respecto a Fuengirola y La Cala con respecto al litoral), los que han experimentado el mayor crecimiento de población y que explica por si mismos la localización del crecimiento municipal de las dos últimas décadas. Las principales conclusiones a destacar son:

- Pérdida de peso poblacional de Mijas Pueblo como principal núcleo de población del municipio. Hasta 1.960 Mijas Pueblo representaba el 24% de la población total del municipio, el mayor de todos los existentes. En 1.970, y a pesar de incrementar su participación poblacional a un 27,5%, Las Lagunas concentra ya el 30,9% de la población municipal. El Censo de 1.981 refleja ya la pérdida de peso relativo de Mijas Pueblo y paso a un segundo puesto (22,2%) en comparación con Las Lagunas que se destaca como principal núcleo con el 56,4% de la población municipal. Sin embargo en 1.991, manteniéndose Las Lagunas como principal centro poblacional, la zona de La Cala se destaca como segunda área poblacional con el 29,7%, mientras Mijas Pueblo pasa a un tercer lugar en importancia concentrando solo el 12,6 %de la población municipal.

- Concentración de la población de Mijas en zonas peri urbanas a Fuengirola. El 48,3% de la población reside en áreas colindantes al casco urbano de Fuengirola (Las Lagunas). Las características de crecimiento de esta población responden principalmente a las experimentadas por Fuengirola. Esta proximidad y problemática comunes en sus

relaciones socioeconómicas explican los tempranos crecimientos de su población acordes con los de Fuengirola en los sesenta, a diferencia de los experimentados en el resto del municipio de Mijas una década después.

- Fuerte crecimiento de la población del litoral en los ochenta, asociado a la expansión urbanística experimentada en la zona en el mismo período. El continuo urbano de La Cala se configura como la segunda zona de residencia de la población de Mijas. Según el censo en esta área residen el 29,7% del total de la población municipal.

- Despoblación del resto del término municipal. El resto de las zonas estudiadas han experimentado una continua emigración y desplazamiento de sus poblaciones hacia las zonas urbanas del litoral. Estas áreas (Valtocado, Osunilla y Entrerríos) han pasado de representar el 58,8% de la población en 1.930 al 45,0% en 1.960 y representar no más del 9,4% del total municipal en el último censo de 1.991.

1.1. EVOLUCION DE LA POBLACION DE HECHO DEL MUNICIPIO DE MIJAS

	MIJAS		INCREMENTO SOBRE AÑO ANTERIOR			
	Pob. de Hecho	1.900 = 100	MIJAS	BENALMAD.	FUENGIROLA	MARBELLA
1900	5.690	100,00				
1910	6.507	114,36	1,14	0,88	1,07	1,06
1920	6.117	107,50	0,94	1,04	0,98	0,94
1930	6.530	114,76	1,07	0,94	1,13	0,96
1940	6.748	118,59	1,03	1,16	0,94	0,97
1950	7.129	125,29	1,06	1,01	1,01	1,10
1960	7.483	131,51	1,05	1,32	1,27	1,22
1970	9.319	163,78	1,25	3,59	2,43	2,75
1981	14.806	260,21	1,60	1,82	1,49	2,04
1991	32.835	577,07	2,20	1,42	1,41	1,19

FUENTE: I.N.E. Censo de Población.

1.2. EVOLUCION DE LA POBLACION DE MIJAS, SEGUN ZONIFICACION.

	1991	1981	1970	1960	1950	1940	1930
ZONA VALTOCADO	820	323	990	1.256	1.222	1.161	1.913
ZONA MIJAS PUEBLO	4.136	3.313	2.561	1.857	1.765	1.701	3.622
ZONA OSUNILLA-PEÑ.	1.946	613	797	741	801	784	1.591
ZONA LAS LAGUNAS	15.846	8.408	2.879	1.146	1.003	1.124	1.975
ZONA ENTRERRIOS	336	268	1.022	813	746	684	1.086
ZONA LA CALA	9.751	1.971	1.070	1.342	1.151	941	1.999
OTRO DISEMINADO	0	0	0	328	441	353	744
TOTAL MUNICIPIO	32.835	14.896	9.319	7.483	7.129	6.748	12.930
ESTRUCTURA PORCENTUAL (Total año = 100)							
ZONA VALTOCADO	2,5	2,2	10,6	16,8	17,1	17,2	14,8
ZONA MIJAS PUEBLO	12,6	22,2	27,5	24,8	24,8	25,2	28,0
ZONA OSUNILLA-PEÑ.	5,9	4,1	8,6	9,9	11,2	11,6	12,3
ZONA LAS LAGUNAS	48,3	56,4	30,9	15,3	14,1	16,7	15,3
ZONA ENTRERRIOS	1,0	1,8	11,0	10,9	10,5	10,1	8,4
ZONA LA CALA	29,7	13,2	11,5	17,9	16,1	13,9	15,5
OTRO DISEMINADO	0,0	0,0	0,0	4,4	6,2	5,2	5,8
TOTAL MUNICIPIO	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FUENTE: I.N.E.

1.3. POBLACION OCUPADA POR RAMAS DE ACTIVIDAD (Porcentajes)

	1950	1965	1975	1981	1986	1991
AGRICULTURA	85,0	75,4	8,8	6,0	10,1	4,4
INDUSTRIA/CONSTRUC.	4,0	11,0	47,0	37,1	35,2	31,4
Industria				5,1	6,3	9,1
Construcción				32,0	28,9	22,3
SERVICIOS	11,0	13,6	44,2	56,9	54,7	64,2
TOTAL POB. OCUPADA	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

FUENTE: I.N.E. Censo de Población, 1.981; 1.986 y 1.991.
Padrón Municipal 1.950; 1.965 y 1.975. En "Turismo y Desarrollo Regional en Andalucía" I.D.R. Sevilla. 1.983

2.2.2.- AGRICULTURA.

2.2.2.A.- Superficie y aprovechamiento:

Según los datos del Censo Agrario disponibles, la superficie dedicada a cultivo sigue una tendencia decreciente (cuadro 2.1).

Desde 1962 a 1982 el número de hectáreas censadas para uso agrícola permanece estable e incluso aumenta. Pero ya en 1989, último censo disponible, este valor cae notablemente hasta las 8.427 hectáreas.

Así, la superficie agrícola pasa de un 88% a un 57% de la extensión total del municipio de 1982 a 1989.

Dicho descenso puede generalizarse a la provincia de Málaga, lo que hace que en 1989 Mijas mantenga sin embargo una superficie agraria superior a la de municipios vecinos como Benalmádena, Fuengirola, Marbella, Alhaurín el Grande y muy cercana a la de Coin (9.341 hectáreas).

La reducción de la superficie censada como agrícola en Mijas viene dada por el cambio de usos del suelo, sustituyéndose dicho uso agrícola por otros más propicios como el turístico y urbano. Es en los 80 cuando se produce el boom de la construcción que capta terrenos para la edificación.

Esta reducción se plasma en el descenso de las tierras labradas y no labradas, aunque no en su relación con el total, de manera que las primeras siempre suponen el 30% del total agrario. Las tierras labradas sufren directamente la crisis del sector al disminuir el empleo agrícola. En lo referente a las no labradas, su caída viene explicada por la desaparición de casi la mitad del terreno calificado como forestal entre 1982 y 1989. Sin duda, estos son los terrenos con mayor valor paisajístico, y necesitados de protección especial para evitar su urbanización.

En el cuadro 2.2. tenemos el aprovechamiento para los años 1982 y 1989. Tradicionalmente se ha dado una agricultura de autoconsumo y subsistencia, con predominancia de herbáceos (esparto) y olivares. Pero una vez entrados los años 80, la introducción de cultivos tropicales (aguacates sobre todo) ha hecho cambiar escalonadamente la estructura de los cultivos. Así, en 1989 el 41% de las tierras labradas eran de frutales, manteniéndose niveles elevados de herbáceos (32%) y olivar (27%) y desapareciendo casi todos los cultivos de viñedos.

2.2.2.B.- Estructura agraria:

Como se pudo apreciar en el capítulo 1, la población ocupada en la agricultura ha descendido brutalmente en los últimos cuarenta años. Ha sido el tránsito desde un municipio rural y campesino hacia otro, completamente distinto, en el que irrumpe el turismo como motor económico y eje de desarrollo.

2.1. NUMERO DE EXPLOTACIONES Y SUPERFICIE CENSADA

	1962	1972	1982	1989
SUPERFICIE MUNICIPAL	14.794	14.794	14.794	14.794
SUPERF. CENSADA (HA.)	11.765	10.452	12.995	8.427
Labrada	0	3.141	4.232	2.499
No Labrada	0	7.311	8.763	5.928
Prados permanentes	0	0	895	814
Forestal	0	0	6.701	3.481
Otros	0	0	1.167	1.633

FUENTE: Censo Agrario, varios años.

2.2. APROVECHAMIENTO DE LAS TIERRAS LABRADAS

	1982	1989
TOTAL TIERRAS LABRADAS	4.231	2.500
Herbáceos	1.948	795
Olivar	1.435	667
Viñedo	50	7
Frutales	733	1.030
Otras tierras labradas	65	1

La agricultura, en pleno retroceso y necesitada de reconversión, no supone alternativa alguna de empleo y generación de riqueza en un municipio netamente turístico y de servicios, como en el resto de la Costa del Sol.

Sin embargo, en el municipio de Mijas existen algunos rasgos distintivos a esta evolución general, que podrían favorecer la existencia de ventajas comparativas si se aprovechasen de forma conveniente.

Aunque, como acabamos de ver, la superficie cultivada ha disminuido, el número de explotaciones con tierra sin embargo aumenta un 180% desde 1972 a 1898. A su vez, la parcelación dentro de las explotaciones también se desarrolla, pero no con tanta intensidad.

Ello puede ser explicado por el tamaño medio de las explotaciones, muy reducido como se deduce de los cuadros 2.3 y 2.4.

En 1989 el 93% de las explotaciones tenían un tamaño unitario menor a 10 hectáreas, acentuándose la tradición minifundista al predominar el tamaño menor de 5 hectáreas. Esta tendencia viene marcada por las propias condiciones orográficas y climáticas del municipio y se ha plasmado, como hemos visto, en el tipo de aprovechamiento efectivo.

Si tenemos en cuenta sólo la superficie agrícola utilizada (SAU) dentro de la superficie total agraria, los datos del número y tamaño de las explotaciones cobran mayor fiabilidad, así vemos que el 96% de las explotaciones tienen un tamaño menor de 10 hectáreas (cuadro 2.5).

El régimen de tenencia por excelencia sigue siendo la propiedad de la tierra (cuadro 2.6). Sin embargo, el apartado de otros regímenes (comunales, en "suerte"...) cobra mayor importancia desde 1982. Los datos según la SAU (cuadro 2.7), más interesantes al no tener en cuenta las tierras baldías y desaprovechadas, respaldan a la propiedad como la principal fórmula de tenencia con 2.957 hectáreas que representan casi el 90% del total de SAU.

En lo referente al grado de tecnificación, podemos aproximarlo por la maquinaria de las explotaciones (cuadro 2.8). Así, el ratio maquinaria1SAU nos da un incremento del 77,5% entre 1982 y 1989. Sin embargo, si aplicamos el ratio maquinaria1 número de explotaciones, éste decrece un 25,5% dado el gran aumento del denominador.

El relativo aumento de la tecnificación podría venir dado por el cambio de cultivos y la necesidad de nueva maquinaria que ello conlleva. Otra posible correlación vendría dada por el lado de la edad media del empresario agrícola que, como veremos, ha decrecido.

En términos comparativos, Mijas ocupa el último lugar, junto a Marbella, con el ratio maquinaria/SAU, frente a los municipios de Benalmádena, Fuengirola, Alhaurín el Grande y Coín.

Si manejamos el ratio maquinaria/explotaciones, Mijas ocupa el penúltimo lugar delante de Benalmádena.

En términos reales, Mijas con 418 máquinas en propiedad de las explotaciones se encuentra en tercer lugar de los seis municipios.

2.2.2.C.- Empresario agrario:

El número total de empresarios ha aumentado espectacularmente desde 1972 a 1989 (cuadro 2.9) siendo en 1989 de 1.277. Esta tendencia va lógicamente aparejada al creciente número de explotaciones y parcelaciones.

Sin embargo, el empleo total en horas de trabajo disminuye; de hecho, en 1982 se contabilizaron 388 unidades de trabajo (una UTA equivale a un asalariado a tiempo completo) y en 1 989 disminuyen hasta 301 UTA.

Por grupos de edad podemos apreciar lo que ya avanzamos más arriba: el empresario agrícola es cada vez más joven. Así, mientras que en 1972 el 47% de estos tenía una edad superior a los 65 años, en 1989 estos apenas suponen el 22%. Sin embargo, el 44% tienen entre 35 y 55 años y el 26% entre 55 y 65 años. La tendencia indica que el segmento entre 35 y 54 es el que más va a aumentar.

La ocupación principal era no agraria en 1972 y 1982. Sin embargo, en 1989 la ocupación agraria es la principal. Ello podría ser debido a que los nuevos empresarios agrícolas, más jóvenes, establecen explotaciones más pequeñas (con menos de 5 hectáreas) lo que les permite dedicarse ellos mismos al cuidado de las cosechas y evitar en lo posible gastos de personal. Además, dada la reducción en el número de hectáreas cultivadas, se produce una selección en la que van quedando las tierras cultivadas más rentables con empresarios agrícolas ocupados principalmente en esta actividad.

2.2.2.D.- Ganadería:

La ganadería es también una actividad tradicional en Mijas, dado el tipo de vegetación que se desarrolla, propicia para el ganado ovino y caprino sobre todo.

Los datos de que se disponen son pocos y contradictorios.

El aumento en la cría de ovino y caprino viene también propiciado por las ayudas comunitarias que suponen un gran incentivo. Además, en muchos casos se trata de una actividad secundaria de empresarios de la Costa que esperan una revalorización de los terrenos en los que pasta el ganado.

Parte de este ganado se utiliza para otros fines distintos a los alimenticios. Se trata del ganado equino, con uno cría destinada a usos turísticos, como es el caso de los Burros-taxi de Mijas Pueblo y los caballos para equitación y paseo.

2.3. EVOLUCION DE LAS EXPLOTACIONES AGRARIAS

Nº DE EXPLOTACIONES	1962	1972	1982	1989
	848	457	1.037	1.300
Con tierras	813		1.018	1.282
Sin tierras	35		19	18
Nº de parcelas	1.353	733	1.653	1.821
Unid.Ganaderas (UG)	0	0	60.332	1.509
Unid. de trab (UTA)	0	0	388	301

2.4. NUMERO DE EXPLOTACIONES SEGUN LA SUPERFICIE TOTAL

	1962	1972	1982	1989
Nº DE EXPLOTACIONES	813	457	1.018	1.282
Hasta 5 ha.	578	195	713	1096
De 5 a <10 ha.	114	102	144	107
De 10 a <20 ha.	69	84	84	41
De 20 a <50 ha.	29	44	45	22
De 50 o más ha.	23	32	32	16

FUENTE: Censo Agrario, I.N.E.

2.5. NUMERO DE EXPLOTACIONES SEGUN LA SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZADA (SAU)

	1982	1989
Nº DE EXPLOTACIONES	962	1.146
Hasta 5 ha.	747	1040
De 5 a <10 ha.	102	53
De 10 a <20 ha.	63	25
De 20 a <50 ha.	35	15
De 50 o más ha.	15	13

FUENTE: Censo Agrario, I.N.E.

2.6. DISTRIBUCION DE LA SUPERFICIE SEGUN EL REGIMEN DE TENENCIA

	1962	1972	1982	1989
TOTAL SUPERFICIE CENSADA	11.765	10.452	12.995	8.427
Propiedad	6.275	9.965	10.641	4.531
Arrendamiento	1.006	470	542	269
Aparcería	594	17	15	36
Otros	3.890	0	1.797	3.591

2.7. DISTRIBUCION DE LA SUPERFICIE AGRICOLA UTILIZADA (SAU) SEGUN EL REGIMEN DE TENENCIA

	1982	1989
TOTAL SAU	5.127	3.313
Propiedad	4.660	2.957
Arrendamiento	453	253
Aparcería	14	26
Otros	0	77

2.8. MAQUINARIA EN PROPIEDAD EXCLUSIVA DE LAS EXPLOTACIONES

	1982	1989
TOTAL DE MAQUINARIA	363	418
Tractores	66	67
Motocultores	282	339
Cosechadoras	11	4
Otras maq.	4	8
MAQ/SAU	0,071	0,126
MAQ/EXPL.	0,43	0,32

2.9 NUMERO DE EMPRESARIOS CLASIFICADOS POR GRUPOS DE EDAD, OCUPACION PRINCIPAL Y CONDICION JURIDICA

	1972	1982	1989
Nº DE EMPRESARIOS	376	1.025	1.277
POR GRUPOS DE EDAD			
Hasta 34 años	2	39	104
De 35 a <54 años	69	433	557
De 55 a <65 años	129	312	330
De 65 y más años	176	241	286
OCUPACION PRINCIPAL			
Agraria	27	283	656
No agraria	349	336	612
Otra		406	9
OTRA CONDICION JURIDICA	81		

3.10. DISTRIBICION DE LA GANADERIA EN EL MUNICIPIO DE MIJAS

	1982	1989
BOVINOS	59.252	430
OVINOS	70	174
CAPRINOS	97	207
PORCINOS	586	224
AVES	125	263
TOTAL	60.130	1.298

FUENTE: Censo Agrario, I.N.E.

2.2.2.E.- Potencialidades:

POTENCIALIDADES AGRÍCOLAS.

Una vez que tenemos una idea general de las características de la agricultura en Mijas, podemos aventurarnos a definir ciertos aspectos a desarrollar:

- Dado el cultivo de frutos tropicales, especialmente el de los aguacates, se ha de tener en cuenta que se producen unos 6.000 Kilogramos por hectárea, con una periodicidad de cada cuatro años uno punta. Se han de potenciar pequeñas explotaciones como segunda actividad, dadas las características del cultivo, para poder mantener un nivel de rentabilidad aceptable.

- En ciertos terrenos del municipio como la Vega del río Fuengirola y la falda de la zona montañosa, sería posible cultivar ciertos frutales y cultivos con invernadero de floricultura... dado que se trata de una zona protegida de las heladas la mayor parte del año.

- Posiblemente la agricultura biológica o verde se podría implantar en Mijas. Al ser las explotaciones de tamaño reducido, parceladas, todavía no especializados en determinados cultivos, con un clima favorable y poco industrializado el proceso de producción agrícola... Ello supondría un aliciente para cierto tipo de turista que busca ante todo la calidad de vida ecológica.

- En la mayoría de los casos encontramos cultivos de subsistencia, pero se mantiene una artesanía olvidada, la del esparto. Quizás, estos productos convenientemente elaborados y comercializados, puedan suponer una mejora para la imagen turística, sobre todo en el núcleo de Mijas Pueblo.

- En relación a la comercialización sería interesante llegar a crear una imagen de marca, potenciando "los productos de Mijas".

- Es necesario relacionar agricultura y turismo para así conseguir unos efectos externos positivos. No necesariamente el auge de uno de ellos ha de suponer la desaparición del otro. Así, ante un turismo basado en la segunda residencia y bastante desestacionalizado en el interior, la mayoría de las construcciones cuentan con una parcela reducida para uso agrícola.

-El cultivo basado en la agricultura biológica, aunque menos productivo y rentable, sí puede suponer una actividad secundaria o incluso de ocio en determinados casos, idónea para este tipo de turismo. Sin embargo, para el correcto aprovechamiento de estas cosechas se necesitaría una red de recogida y posterior comercialización de estos "productos verdes" que viniera desde fuera. No compensaría a los propios agricultores el realizar esta actividad al no encontrar las suficientes economías de escala.

Sea cual sea la opción, lo que sí parece claro es que la relación entre turismo y agricultura se basará en una explotaciones de carácter secundario y de tamaño reducido en un primer momento.

Como medidas propuestas en el Plan de Ordenación en materia de suelo, se ha de proteger la actividad agraria deteniendo el proceso de "ganar terreno" para el turismo. Así se han de reservar espacios suficientes y de calidad para el uso agrícola. A su vez se ha de mantener o aumentar, en la medida de lo posible, el espacio acotado como forestal, consiguiéndose también una zona de transición, entre la forestal y el resto, que evite el cambio brusco en la vegetación y en los cultivos.

Se han de distinguir y especificar los distintos tipos de explotación, unas veces unidas a viviendas residenciales, otras como simple explotación agrícola, distinguiéndose de los terrenos en los que únicamente se realizan edificaciones residenciales. Así, el Plan ha de determinar la correcta localización de cada elemento de esta tipología.

2.2.3.- INDUSTRIA.

2.2.3.A.- Evolución de la estructura por actividades:

Las características del municipio de Mijas, dedicado casi por completo al turismo residencial, hacen que el peso de la industria, excluida la construcción, sea reducido.

En términos de empleo, ya comentamos que la industria mantiene unos niveles reducidos, aunque crecientes. Así, en 1991 el 9,1% de la población ocupada se situaba en la industria.

El crecimiento comentado puede ser de carácter tendencial, ajustado al aumento de la urbanización y la necesidad de ciertos productos y servicios. Se da la circunstancia de que Fuengirola carece de suelo industrial, por lo que, el aumento de la actividad industrial en Mijas es debido en parte a la localización de empresas de Fuengirola en su suelo, situado en los alrededores de aquel municipio.

Esta idea se refuerza si vemos las empresas industriales en los años 1984 y 1990 (cuadro 3.1). Se aprecia el notable aumento del número de empresas, que pasan de ser 21 en 1984, a 73 en 1990 (un incremento del 348%). En términos de empleo, el incremento es aún mayor, con un 379% de variación entre ambos años.

El mayor aumento de empresas industriales se ha dado en la Fabricación de Productos Metálicos, seguido de la Industria de la Madera y el Corcho. Estas dos ramas son el principal rasgo de desarrollo industrial si le añadimos la extracción de minerales no metálicos (talco).

Además, las industrias de alimentación, bebidas y tabacos, también crecen aprovechando la demanda de consumo existente gracias al crecimiento de la población, sobre todo en La Cala y Las Lagunas, propiciado por el turismo y los servicios de este tipo. Estas industrias se

localizan sobre todo en los bordes de la N-340 y en las cercanías a las urbanizaciones, optando por comercios de grandes superficies, como fórmula más común en la Costa.

En relación al resto de municipios de la zona, Mijas no ocupa un lugar destacado en el número de empresas. Así, Marbella, Fuengirola y Coín superan a Mijas en este dato. Sólo Benalmádena y Alhaurín el Grande están por debajo con 36 y 58 empresas, respectivamente. Aunque no tenga una industria muy desarrollada y diversificada, sí es la que ha crecido a un ritmo mayor que las demás. La especialización industrial de los otros municipios coincide en grandes términos con la de Mijas: la fabricación de productos metálicos, la industria de madera y corcho y la alimentación.

3.1. EMPRESAS INDUSTRIALES POR SUBSECTORES

		EMPRESAS		EMPLEOS	
CNAE		1.984	1990	1.984	1990
23	Extr. Mineral no Metálicos	2	4	23	49
24	Ind.prod.Minera no metálico	4	2	11	22
31	Fabr.prod. metálicos	1	26	1	87
32	Maquin. y equipos mecánicos		2		12
33	Maquin.y material eléctrico	1	3	2	35
41	Alimentación bebidas y tab.	3	9	36	69
42	Alimentación bebidas y tab.		1		1
43	Textil	1		1	
45	Ind. confecciones		2		17
46	Ind. de madera y corcho	8	17	19	43
47	Papel y artes gráficas	1	6	1	18
49	Otras ind. manufactureras		1		3
	TOTAL	21	73	94	356
1	Energía y agua	0	0	0	0
2	Extracción mineral no metálicos	6	6	34	71
3	Industria de transform.del metal	2	31	3	134
4	Otras industrias manufactureras	13	36	57	151

FUENTE: ESECA, 1992.

Mijas, sin embargo, sí muestra ciertas diferencias al ser la única que tiene cuatro empresas de extracción de mineral no metálico —talco— que generan 49 puestos de trabajo fijos siendo ésta la tercera industria en número de empleos creados en 1990.

La mayor generación de empleo viene de la fabricación de productos metálicos con 87 puestos. A su vez, se trata de la rama que más rápidamente ha crecido.

La segunda en número de empleos es la alimentación, bebidas y tabaco, con 69, en 1990. Le sigue la extracción de mineral no metálico, como ya comentamos y la industria de la madera y el corcho con 43 empleos.

También destaca el aumento de las industrias del Papel y Artes Gráficas y de maquinarias y material electrónico.

2.2.3.B.- Suelo Industrial:

La oferta de suelo industrial en Mijas se ha de estudiar desde una perspectiva territorial, obviándose los límites municipales, pues estos, a efectos de localización industrial, no son relevantes.

En el cuadro 3.2 aparecen datos referidos al Suelo Industrial de Mijas y de los municipios colindantes.

Este suelo se localiza en Mijas en el polígono de La Vega, con una superficie total de 2,60 hectáreas.

En relación a los demás polígonos del cuadro, Mijas tiene una oferta muy reducida, lo cual no quiere decir que sea insuficiente, pues aún queda el 15% de la superficie urbanizada por ocupar.

En la costa, Marbella y Benalmádena ostentan una mayor cantidad de suelo. Sin embargo, en el primer municipio hay ya una gran consolidación y el porcentaje de superficie libre es muy reducido (5%).

Respecto al interior, Alhaurín de la Torre con 15,3 hectáreas y el 70% libre y Coín con 5 hectáreas y el 20% libre, constituyen zonas de atracción para la localización industrial.

Ambas áreas están bajo la influencia decisiva de la oferta de suelo industrial de Málaga capital, ampliada por el Parque Tecnológico de Andalucía.

A pesar de estos datos Mijas puede convertirse en una zona atractiva para cierto tipo de empresas industriales. Estas han de estar relacionadas con la actividad económica de la Costa del Sol. Así, han de ser proveedoras de bienes de consumo final para todo el litoral, aprovechando su situación estratégica entre municipios turísticos y con suelo industrial bien comunicado con la costa. A su vez, dado que Fuengirola carece de dicho suelo, empresas

industriales necesitarán suelo cercano para situar sus naves. Por tanto, el suelo industrial de Mijas se usa para proveer directamente a Fuengirola.

3.2.- DATOS DE SUPERFICIE BASICOS DE LA OFERTA DE SUELO INDUSTRIAL

MUNICIPIO	DENOMINACION		SUPERF. TOTAL	SUPERF. URBAN.	SUPERF.NOUR BAN.
BENALMADENA	LA LEALA	Polígono	5,00	5,00	0,00
FUENGIROLA					
MARBELLA	LAS ALBARIZAS	Polígono	32,90	32,90	0,00
MIJAS	LA VEGA	Polígono	2,60	2,60	0,00
ALHAURIN GR.	LOS PEDREGALES	Zonas ind.	1,50		
COIN	N.S.DE LOURDES	Zonas ind.	5,00		

MUNICIPIO	% SUPERF.LIBRE SOBRE URBANIZ.	PARCELAS (Ptas/m2)	NAVES (Ptas/m2)	PROMOTOR
BENALMADENA	15,00			Ayuntamiento
FUENGIROLA				
MARBELLA	5,00	80.000	95.000	Aynt./Priv.
MIJAS	15,00	17.500	55.000	Sr. Peña
ALHAURIN GR.	30,00	20.000		
COIN	20,00	9.000		

2.2.4.- CONSTRUCCIÓN.

2.2.4.A.- Licencias comerciales:

La construcción ha sido una actividad que ha jugado un gran papel en el municipio de Mijas como hemos podido apreciar al analizar la estructura de la población por sectores. Así, si tradicionalmente fue la agricultura la principal fuente de actividad, a partir de la década de los 70 se invierte la tendencia y serán los servicios y la construcción los motores de la zona (absorbiendo en 1991 un 64 y un 22% del empleo, respectivamente).

Una primera forma de comprender el sector es estudiar cómo evolucionan a lo largo del tiempo las licencias para la construcción (cuadro 4.1). Estas presentan una clara trayectoria creciente, de manera que si en 1974 se registran tan s61o 10 licencias, la cifra se eleva en el año 1989 a 241. En esta tendencia al alza, debemos destacar, sobre todo, que entre 1980 y 1983 las licencias se multiplican por tres y que se duplican entre este último año y 1985. Con todo ello, en 1989, el 24% de las licencias de Mijas se vinculan al sector de la construcción.

4.1.- EVOLUCION DE LAS LICENCIAS COMERCIALES DE CONSTRUCCION

AÑOS	Nº LICENCIAS CONSTRUCCION	INCREM.	TOTAL L.COMERC.	%
1974	10	1,0		
1980	21	2,1		
1983	60	6,0	345	17,4
1985	112	11,2	494	22,7
1987	144	14,4	616	23,4
1989	241	24,1	999	24,1

FUENTE: Anuario de Mercado, BANESTO.

A efectos comparativos, presentamos a continuación el número de licencias en 1987 y 1989 en Mijas y en distintos municipios de su entorno (Cuadro 4.2).

Podemos comprobar que si bien el número de licencias en Mijas es superior al de áreas del interior como Coín o Alhaurín el Grande, e incluso costeras, como Benalmádena, está por debajo de las concedidas en Fuengirola o Marbella, y representa alrededor del 5% de las licencias de la provincia en estos años.

4.2.- EVOLUCION DE LAS LICENCIAS COMERCIALES PARA CONSTRUCCION EN 1987 Y 1989

MUNICIPIOS	1987	1989	1987	1989
BENALMADENA	108	182	4,2	4,4
FUENGIROLA	250	418	9,8	10,1
MARBELLA	412	706	16,1	17,1
MIJAS	144	241	5,6	5,8
ALHAURIN EL GR.	21	27	0,8	0,7
COIN	29	47	1,1	1,1
MALAGA	896	1381	35,0	33,4
PROVINCIA	2559	4130	100,0	100,0

FUENTE: Anuario de Mercado, BANESTO.

2.2.4.B.- Evolución de la construcción civil:

Vamos a continuar el análisis con la evolución en Mijas del número de viviendas a lo largo del tiempo. Esta aproximación a la construcción a través de la vivienda queda justificada por el importante papel que ésta juega en el sector. Como ejemplo, el cuadro 4.3 presenta el número total de edificios y su destino en 1980 y 1990. En ambos años, apreciamos con claridad que la mayor parte de estos edificios van a destinarse exclusiva o principalmente a vivienda familiar (representando un 97% en el primer año y un 96% en 1990).

El cuadro 4.4 muestra las viviendas censadas en las cinco últimas décadas en el municipio de Mijas, diferenciando las distintas zonas que venimos empleando en nuestro estudio.

A partir de estos datos analizados comprobamos el significativo aumento del número de viviendas, que si bien ya es importante en la década de los 70 (cuando éstas se duplican), se da en mayor medida en la década de los 80 (de forma que en 1991 están censadas el triple de viviendas que en 1981). Así, si en 1950 contabilizábamos 1783 viviendas, en 1991 encontramos 25.548.

También observamos que aunque el aumento se ha producido en general en todo el municipio, el comportamiento de las distintas zonas es diferente, variando las posiciones relativas y, por ende, la morfología del término. Así, vemos por ejemplo que si en 1950 la mayor parte de las viviendas se localizan en Mijas Pueblo (el 31,7%), con el tiempo esto va cambiando, concentrándose la actividad constructora sobre todo en La Cala (donde se

localizan el 57% de las viviendas familiares existentes en 1991) y en Las Lagunas (28%). Mijas Pueblo pasa a contar sólo con un 7% de las viviendas del término, mientras que zonas como Valtocado y, sobre todo, Entrerríos, presentan porcentajes aún menores (3 y 1,1 % respectivamente).

4.3.- EDIFICIOS Y COMPLEJOS DE EDIFICIOS SEGUN SU DESTINO

	1980	1990
EDIF. DESTINADOS A VIV.FAM.	5365	13733
Exclusivamente	4670	12599
Principalmente	695	1134
EDIF. NO DESTINADOS A VIV. FAM.	172	530
TOTAL	5537	14263

4.4.- EVOLUCION DEL NUMERO DE VIVIENDAS POR ZONAS CENSALES

ENTIDADES	1950	1960	1970	1981	1991
VALTOCADO	288	268	312	174	714
MIJAS PUEBLO	566	503	881	1.108	1.801
OSUNILLA-PEÑABL.	209	173	296	369	1.115
LAS LAGUNAS	230	259	1.055	3.146	7.032
ENTRERRIOS	152	158	363	165	288
LA CALA	239	285	1.051	4.066	14.598
DISEMINADO	99	71	0	0	0
TOTAL MUNICIPIO	1.783	1.717	3.958	9.028	25.548

Esta distribución de viviendas, esta nueva forma del municipio es fiel reflejo de lo que está ocurriendo en su economía. Hemos pasado de una economía basada en la agricultura de subsistencia, cuya población se concentraba en el núcleo —Mijas Pueblo— a una economía terciarizada donde lo más dinámico es el sector servicios, sobre todo el turismo, y, como consecuencia de ello, la construcción, y esto ha desplazado la actividad a zonas del litoral.

Para ver con mayor claridad la relación entre el aumento del número de viviendas y la importancia del sector turístico (es decir, entre la construcción y el turismo) debemos añadir que la mayor parte de las viviendas construidas van a emplearse como segunda residencia, como reflejan las cifras de los cuadros 4.5 y 4.6. Así, si en 1981 las viviendas secundarias ya representaban el 38% de las existentes, el porcentaje se eleva en el año 1991 al 41%.

4.5.- TIPO DE USO DE LA VIVIENDA

	1.981	1.991
TOTAL DE VIVIENDAS	9.028	25.548
Viv. principal	4.057	9.946
Viv. secundaria	3.458	10.378
Viv. desocupadas	1.513	5.224

Estableciendo la zonificación para el año 1991 apreciamos que debe matizarse el comportamiento de las distintas áreas. Así, si partimos del número total de viviendas empleadas para segunda residencia en este año (10.378)) vemos que la mayor parte de ellas van a localizarse en La Cala (87%) y en Las Lagunas (6%), siendo poco importantes en el resto del territorio.

El tema de la segunda residencia será desarrollado más detalladamente en el bloque II, por ser algo de vital importancia en el municipio, que lo caracteriza, lo diferencia de otras "áreas turísticas" próximas como Fuengirola o la zona Este de Marbella (donde las viviendas de segunda residencia representan en 1991 el 30 y el 20% del total, respectivamente) y condiciona de forma clara su futuro.

Para acabar este apartado debemos señalar otra característica de las viviendas construidas en los últimos años: la mayoría de ellas son de construcción libre, siendo escasa la presencia de VPO, como muestra el cuadro 4.7. Sólo es representativo este tipo de viviendas en el año 1986 (25% del total). En este año la construcción de VPO también es importante en otros municipios del entorno entre los que destaca Fuengirola, donde un 99% de las viviendas iniciadas en este año serán VPO, Benalmádena con un 49% y Marbella con un 36%.

4.6.- EVOLUCION DE LA VIVIENDA POR ZONAS CENSALES, SEGUN EL TIPO DE VIVIENDAS

ENTIDADES	PRINC.	SECUND	DESOC.	OTRAS	NO CONSTA	TOTAL
VALTOCADO	262	333	113	6	0	714
MIJAS	1.213	228	302	58	0	1.801
OSUNILLA	664	222	229	0	0	1.115
LAGUNAS	4.436	609	1.924	60	3	7.032
ENTRERRIOS	101	0	187	0	0	288
LA CALA	3.270	8.986	1.103	7	1.232	14.598
DISEMINADO	0	0	0	0	0	0
TOTAL	9.946	10.378	3.858	131	1.235	25.548

4.7.- VIVIENDAS INICIADAS Y REHABILITACIONES

	1.986	1.987	1.988	1.989	1.990	1.991
INICIADAS	1.966	1.572	2.966	3.142	1.502	431
Públicas						
Privadas	487		176			24
Libres	1.479	1.572	2.790	3.142	1.502	407
REHABIL.	0	0	1	0	0	0

4.8.- PORCENTAJE DE VIVIENDAS FAMILIARES EN EDIFICIOS DESTINADOS A VIVIENDAS FAMILIARES, SEGUN AÑO DE CONSTRUCCION Y TERMINACION PARA LOS CONSTRUIDOS EN EL ULTIMO DECENIO

Todos los edificios	1980	1.990
Edif.cubierto aguas	7,01	6,66
Menos de 10 años	60,55	34,42
De 10 a <20 años	22,35	33,53
De 20 a <30 años	6,68	18,72
De 30 a <40 años	2,02	4,63
De 40 y más años	1,39	2,04
TOTAL	100,00	100,00

Para explicar este fenómeno debemos recordar que la legislación de VPO existente en esta época en España junto a la creciente participación de la inversión extranjera en este mercado llevaron a la construcción masiva de VPO, que en realidad servían como segunda residencia, localizadas sobre todo en el litoral mediterráneo. Por ello, la política de VPO debió hacerse más restrictiva y la construcción de estas viviendas disminuyó en las zonas con capacidad adquisitiva media o alta, como ocurre en los municipios citados. Así, el porcentaje de VPO iniciadas bajará a partir de este momento en estos municipios (por ejemplo, en Fuengirola se sitúa en 1987 en el 20% y es prácticamente nulo en 1988, mientras que en Mijas sólo alcanza el 6% en dos años: 1988 y 1991).

2.2.4.C.- Antigüedad de las edificaciones:

La última cuestión que deberá tenerse en cuenta para comprender el sector es la antigüedad del parque de viviendas existente, pues podemos pensar que de esta antigüedad va a depender el mayor o menor esfuerzo rehabilitador que deba realizarse en el futuro para mantener en buen estado las construcciones.

A tal efecto, presentamos un nuevo cuadro: el 4.8.

Observamos que si en 1980 la mayor parte de las viviendas familiares tenían menos de 10 años (un 60,55%), este porcentaje ya descendió en 1990 al 34,42%, prueba clara de que si se quiere mantener el buen estado de estos edificios, muy pronto deberá procederse a realizar rehabilitaciones importantes.

Con todo esto hemos podido apreciar que el sector de la construcción ha vivido unos buenos momentos, sobre todo en la última década, impulsado por un doble componente de la demanda:

- Interno: por el aumento de la población del municipio.

- Externo: por la fuerza de un turismo que se ha centrado sobre todo en la segunda residencia.

La situación ha variado en los últimos años —principalmente por el cambio en la actividad turística, como veremos más adelante— y que el sector se encuentra en una fase de estancamiento.

Su potencialidad futura dependerá, lógicamente, de la demanda que genere la población residente y de la evolución del sector turístico, pero además presenta unos límites claro pues parece lógico afirmar que la capacidad del municipio para "soportar" la construcción de nuevas viviendas no es ilimitada. Es difícil precisar esa "capacidad de carga" pero de una forma intuitiva podemos comprender que vendrá marcada por una serie de factores como la disponibilidad de agua, el mantenimiento del paisaje...

2.2.5.- SECTOR SERVICIOS.

2.2.5.A.- La evolución de la actividad comercial:

La expansión de los servicios ha sido un rasgo caracterizador de la reciente evolución de la economía mijeña. Esta tendencia se ha visto reflejada sobre todo en términos de empleo, como ya observamos en el Cuadro 1.3 sobre la evolución de la población activa (Capítulo 1).

De entre los factores determinantes de esta positiva evolución destaca el desarrollo de su industria turística, y que en la actualidad se configura como sector estratégico de la economía local. Más adelante estudiada de forma monográfica.

Paralelo a este hecho, el resto de las ramas de actividad del sector servicios también han evolucionado acorde con las nuevas demandas, impuestas principalmente por la evolución del sector turístico y que analizaremos seguidamente.

La evolución de las Licencias Comerciales registradas en Mijas nos indica las características de esta evolución y su particular especialización por ramas de actividad.

En el Cuadro 5.1 observamos que el municipio de Mijas ha experimentado un incremento del 330,8% del número de licencias en 1.989 respecto a 1.980. Este incremento ha supuesto doblar su participación porcentual sobre el total provincial en el mismo período, lo que significa que ha tenido una evolución constante con incrementos por encima de la media provincial y también, por encima de los obtenidos por los municipios estudiados en el mismo Cuadro.

Respecto a la distribución de este crecimiento por ramas de actividad (Ver Cuadro 5.2), encontramos que en este período, se ha experimentado una mayor diversificación de las actividades, ya que en proporción las ramas de Alimentación y no Clasificado, que alcanzaban el 36,4% y el 26,16% respectivamente en 1.980, han visto reducir proporcionalmente su participación al 25,8% y el 12,3% en 1.989, para las mismas ramas de actividad. Cabe destacar, el incremento que ha supuesto la actividad comercial de la Construcción, pasando de 10 Licencias Comerciales en 1.980 a 241 licencias en 1.989 (un 24,12% del total, para este último año).

5.3. NUMERO DE ENTIDADES BANCARIAS

	1.981	1.983	1.985	1.989	1.992
BENALMADENA	9	10	11	14	20
FUENGIROLA	20	21	23	30	33
MARBELLA	30	36	59	67	74
MIJAS	4	4	7	12	15
ALHAURIN GR.	3	3	3	3	3
COIN	5	7	7	7	6
MALAGA	108	126	129	138	164
TOTAL PROVINCIAL	257	294	328	362	418

5.4. NUMERO DE CAJAS DE AHORRO

	1.981	1.984	1.985	1.989	1.992
BENALMADENA	5	7	7	9	12
FUENGIROLA	8	9	10	13	11
MARBELLA	5	8	10	14	17
MIJAS	2	2	2	5	6
ALHAURIN GR.	2	2	2	3	2
COIN	3	3	3	4	3
MALAGA	71	75	80	103	110
TOTAL PROVINCIAL	266	280	322	333	356

Otra actividad importante para detectar la evolución del sector servicios es la financiera, por eso hemos querido dedicar una líneas al análisis de esta actividad en el término municipal. Para ello, nos basaremos en las cifras de Bancos y Cajas de Ahorros publicadas en el Anuario del Mercado Español (Banesto) y presentadas en los siguientes cuadros.

Lo primero que apreciamos es que Mijas parte de un número reducido tanto de Bancos como de Cajas de Ahorro al comienzo de la década de los 80 (4 y 2 respectivamente) debido fundamentalmente a la concentración de estas entidades en núcleos cercanos como Fuengirola o Marbella.

También observamos que durante todo el período analizado el número de Bancos ha sido superior al de Cajas. Los primeros aumentan su presencia a partir de 1985 (de manera que en 1983 se contabilizan en la zona 4 Bancos y en 1992, 15) y las Cajas de Ahorro lo harán al final de la década (así, en 1985 hay sólo 2 entidades y en 1992, 6) aunque siguen siendo menos numerosas que los Bancos.

Podemos pensar que este número de entidades va a mantenerse o incluso a descender en el futuro, pues en estos Últimos años ha cambiado la estrategia de captación de clientela de estos intermediarios financieros. Si en la pasada década lo importante fue la localización, la expansión del número de sucursales para estar cerca de los potenciales clientes, hoy prevalecen otros factores para competir en el mercado como el tipo de interés, la diversificación de los productos ofertados...

2.2.5.B.- Dinamicidad del municipio:

A continuación vamos a analizar la evolución de dos índices elaborados en el Anuario del Mercado Español (Banesto) en función de una serie de variables y que pueden servirnos para comparar la dinamicidad del municipio con la existente en otro tiempo o en otras zonas de su entorno.

Presentamos el valor registrado por el índice turístico y la cuota de mercado en la Última década en los cuadros 5.5 y 5.6.

5.5. EVOLUCION DEL INDICE TURISTICO

	1.983	1.985	1.987	1.989	1.992
BENALMADENA	835,4	1.073,0	975,0	851,8	964,0
FUENGIROLA	813,7	1.008,0	1.086,6	996,6	872,0
MARBELLA	1.869,2	2.271,9	2.315,6	2.098,2	1.877,0
MIJAS	120,5	129,6	141,7	222,8	240,0
ALHAURIN GR.				1,4	
COIN	3,3	2,6	3,0	2,6	2,0
MALAGA	2.664,4	2.750,0	2.798,6	2.628,5	2.154,0
TOTAL PROVINCIAL	6.837,4	7.789,2	7.858,0	7.497,7	6.660,0

5.6. CUOTA DE MERCADO

	1.983	1.985	1.987	1.989	1.992
BENALMADENA	104	155	157	82	86
FUENGIROLA	126	130	134	153	160
MARBELLA	260	289	300	303	304
MIJAS	23	26	33	56	73
ALHAURIN GR.	26	24	24	31	31
COIN	29	33	30	36	32
MALAGA	1.282	1.264	1.286	1.300	1.270
TOTAL PROVINCIAL	2.495	2.773	2.789	2.824	2.885

En ambos casos debemos comenzar destacando el bajo nivel de estos índices en el año 1983. Niveles que, aunque superan a los de municipios interiores como Coín o Alhaurín el Grande, son muy inferiores a los registrados por zonas costeras como Benalmádena, Fuengirola y, sobre todo, Marbella. Lo importante es que mientras que estas zonas próximas a Mijas presentan en 1992 valores muy similares o incluso en algunos casos inferiores a los del comienzo de la década, en este municipio los índices evolucionan de forma creciente, mostrando con claridad que la dinamicidad de la zona aumenta con el tiempo. Así, el índice turístico en estos 10 años se ha multiplicado por dos (1 20,5 en 1983 y 240 en 1992) y la cuota de mercado por tres (pasando de 23 a 73).

Podemos señalar además que el hecho de que Mijas y Benalmádena sean las únicas que ven crecer su índice turístico a partir de 1987, muestra que el municipio aún presenta un potencial turístico importante. En áreas en las que se produjo el despegue de este sector con anterioridad, como por ejemplo en Marbella —como vimos en el primer capítulo— este índice ha comenzado a caer en los últimos años de la década, reflejando la crisis que atraviesa el sector, o la reconversión que está viviendo. Esto aún no ha ocurrido en Mijas, pero no cabe duda de que, debemos luchar contra esta posible tendencia, que tendría serias consecuencias en un municipio que hoy gira principalmente en torno a esta actividad. Habrá que tomar una serie de medidas y aprovechar al máximo sus potencialidades (diversificando, desestacionalizando, legislando...) como apuntaremos más adelante.

2.3.- EL SECTOR TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE MIJAS

2.3.1.- LAS MEGATENDENCIAS DEL SECTOR TURÍSTICO. ADAPTACIÓN Y POSICIÓN COMPETITIVA DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA[1].

2.3.1.A.- Introducción:

Las predicciones en el ámbito de las Ciencias Sociales han de hacerse siempre con cierta cautela. Su naturaleza excluyen comportamientos deterministas que facilitarían esta labor. Es por ello que al hablar de macrotendencias de la actividad turística haya que tomarlo con cierto relativismo desde un principio.

Las macrotendencias son la evolución prevista de los principales rasgos que conforman una situación real determinada (en este caso la actividad turística), de carácter muy general (gran entidad e importancia reconocida), proyectados en el largo-medio plazo. La posibilidad, pues, de que influyan sobre la realidad futura y sean de utilidad para predecirla en mayor o en menor medida, es muy elevada.

No obstante, cualquier previsión de este tipo en el ámbito que nos ocupa presupone una cierta permanencia del marco y del sentido en que este evoluciona, pero no tiene en cuenta lo que suele denominarse "variables no controladas" (distintas de las aleatorias) que pueden hacer cambiar las previsiones basadas en las tendencias detectadas e incluso variar el sentido de estas últimas.

Aparte de esta posibilidad, que implicaría siempre cambios radicales en los escenarios proyectados (situaciones catastróficas o crisis virulentas), pueden existir factores retardadores o aceleradores de las tendencias, que, además, suelen actuar desde el exterior del propio sistema turístico.

Hay que tener en cuenta también a la hora de analizar las megatendencias los distintos escenarios en que estas actúan ya que los efectos pueden ser muy distintos según el ámbito territorial que se considere. Para nuestro interés hemos seleccionado cuatro distintos: la economía mundial, el área mediterránea, España y Andalucía. Es evidente que las tendencias pueden adoptar comportamientos diferenciados según el ámbito geográfico, y de este modo acentuarse, frenarse, adoptar matices propios e incluso, en ocasiones, cambiar de sentido.

Siguiendo la división al uso, se han distinguido las tendencias que se producen en la oferta de las de la demanda. Además, se han estudiado los factores y tendencias que, operando en un ámbito mucho más amplio que el turístico influyen directamente sobre las anteriores.

Sobre este esquema reflejado en la figura 1 hay que hacer algunas observaciones, aunque más adelante profundizaremos sobre los nuevos turismos emergentes.

---

[1] Un desarrollo más amplio de las tendencias del mercado turístico, ver el Plan DIA de Turismo, Dirección General de Turismo, Junta de Andalucla. Sevilla, 1.993.

- En primer lugar que las divisiones que hemos hecho tienen una intencionalidad meramente analítica para mejor comprensión del funcionamiento del esquema en general. Así, algunas tendencias mantienen íntimas relaciones de complementariedad frente a otras prácticamente independientes. Las flechas del esquema nos vienen a indicar las principales relaciones de interdependencia existentes.

- Las tendencias "internas" se han dividido entre oferta y demanda según afecten fundamentalmente a elementos de uno u otro tipo. No obstante, y aun reconociendo que en una secuencia temporal los cambios proceden generalmente de la demanda, lo que en realidad se produce es una interrelación entre aspectos de la oferta y la demanda que se influyen mutuamente en el desarrollo de tendencias paralelas. Estos casos se han hecho notar en el esquema mediante el trazado de trazos discontinuos entre las flechas.

- La existencia de una megatendencia no implica su "bondad" o conveniencia para casos determinados y objetivos perseguidos por ámbitos territoriales concretos. Se trata de planteamientos de mercado, no de objetivos a alcanzar, aunque en algunos casos puedan parecerlo.

2.3.1.B.- Mayor valoración del producto vacacional:

Durante los años sesenta, en pleno desarrollo de la actividad turística, aún se dudaba de la estabilidad del turismo como sector, considerándose como un bien de lujo (hasta ese momento se había comportado en buena medida como tal) cuya demanda podría verse afectada negativamente por múltiples causas y, sobre todo, por la evolución de la venta. Esta opinión llegó a ser tan compartida que en muchas ocasiones, las fuentes tradicionales de capital (banca, industria, burguesía, agraria, ...) se mantuvieron al margen de la puesta en marcha y desarrollo de las grandes zonas turísticas, al considerarlas inversiones poco seguras a medio y largo plazo.

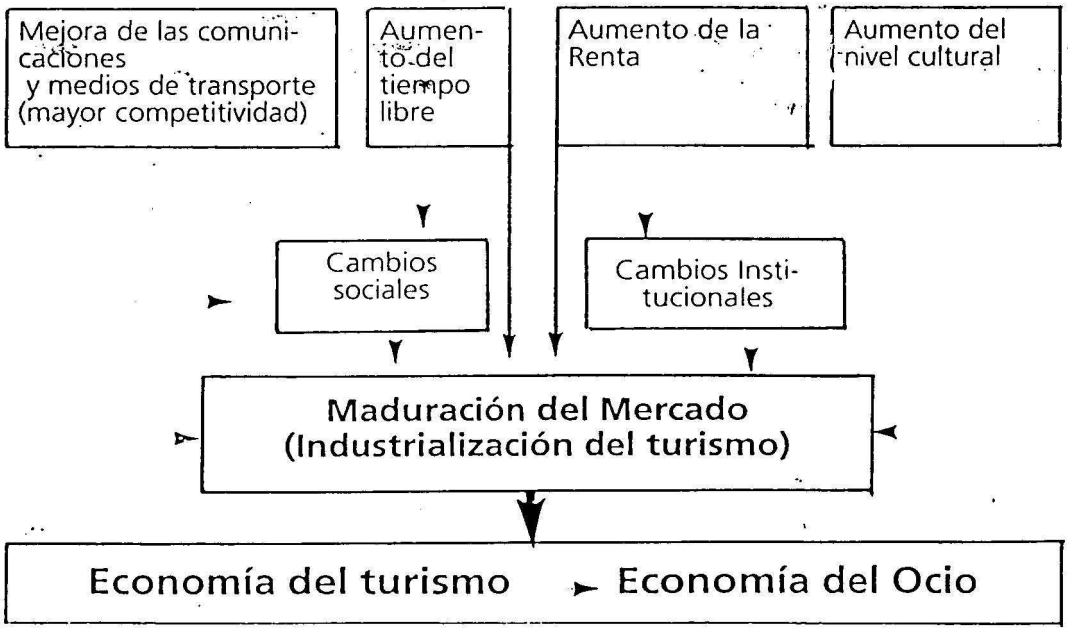
Hoy en día esta actitud ha cambiado radicalmente debido fundamentalmente a las siguientes circunstancias:

a. La integración del "producto turístico" en el campo del consumo de masas, lo que ha supuesto una ampliación cada vez mayor del abanico de rentas que intervienen en el mismo, considerándose, en general, como un bien cada vez más accesible y por lo tanto, de demanda cada vez más estable.

b. La ampliación del tiempo libre y en general de las oportunidades de hacer turismo para los ciudadanos de los países más desarrollados.

c. El comportamiento del sector durante las épocas de recesión y especialmente entre el período crítico iniciado en 1.974 con la subida de los crudos petrolíferos. La evolución de la demanda turística en esos momentos ha sido, en general, positiva, contra lo ocurrido con sectores industriales de más sólida tradición.

TENDENCIAS EN LA OFERTA	TENDENCIAS EN LA DEMANDA
* Globalización del mercado Ampliaciones Accesibilidad	Cambios en las motivaciones y usos turísticos
* Diversificación de los productos turísticos (Desarrollo de los turismos específicos)	* Mayor valoración del producto vacacional (pasa a ser de necesidad)
* Aumento de los servicios complementarios	* Crecimiento estable desacelerado.
* Mayor incremento de la oferta no hotelera.	* Fraccionamiento de las vacaciones.
* Aumento de la inversión pública en proyectos relacionados con el turismo.	* Mayores niveles de exigencia (calidad)
	* Personalización de las vacaciones.
* Ocupación de grandes espacios con valores naturales.	* Diversificación motivacional.
* Reordenación de los espacios colmatados	* Progresiva valoración de los elementos medioambientales.
* Abandono de la edificación en altura.	* Incorporación de estratos de venta más bajos
* Ampliación de la escala de precios en los paquetes vacacionales.	



Todo lo anterior nos lleva a pensar que el turismo ha pasado a ser un producto de, si no primera, sí "necesidad principal" por lo que como actividad en general mantiene una demanda no sólo estable, sino creciente (aunque de forma desacelerada como veremos más adelante). En términos más económicos podemos decir que a partir de ciertos niveles de desarrollo hay una elevada elasticidad de la demanda respecto a la renta pero solamente al alza, ya que a la baja se muestra bastante rígida.

Esta macrotendencia tiene dos consecuencias importantes. A nivel empresarial, que se planteen procesos y planteamientos productivos semejantes a los industriales, con tecnología acumulada, renovaciones de productos y políticas de investigación y posicionamientos de mercado a medio y largo plazo. Desde una perspectiva pública, que se puedan formular estrategias de desarrollo, o cualquier política económica en general basándose y contando con esta actividad como un sector económico más, cuyo protagonismo e importancia van, además, en aumento.

Desde esta perspectiva, se abren nuevas posibilidades a orientar los instrumentos de planificación pública local como es el caso del P.G.O.U. hacia el apoyo y regulación del sector turístico en cuanto ocupación del suelo municipal.

2.3.1.C.- Crecimiento estable desacelerado:

Lo reciente del fenómeno turístico ha provocado que sus índices de crecimiento durante los años 60 y 70 hayan sido espectaculares. Una vez que este fenómeno ha entrado dentro del turismo de masas, la tendencia al crecimiento ha ido tomando valores más moderados (como vimos en la introducción). Así, en 1.991, la totalidad de los países y según datos de la O.M.T., sólo alcanzó el 1.5% (9.1 % en cuanto a ingresos), aunque no puede considerarse como un año representativo a causa de la guerra del Golfo y la recesión económica.

Una percepción regional de esta tendencia puede llegar a vaciarla de sentido. De hecho existen destinos con unos índices de crecimiento mayores (Asia Oriental y Pacífico en el último año), mientras que en otras áreas, como Europa, la desaceleración es más acentuada. Igualmente, sobre la tendencia influye también la tipología turística de que se trate, ya que, como veremos más adelante, dentro del sector en los últimos años han tomado carta de naturaleza gran cantidad de "nuevos productos".

Desde un punto de vista estrictamente territorial el área mediterránea, como toda Europa, está en un crecimiento inferior a la media (Europa ha bajado su participación en el total mundial más de seis puntos desde 1.970). En cuanto a las tipologías, la meramente vacacional, aun manteniendo su hegemonía, se vuelve más compleja y pierde peso frente a otras relacionadas con el deporte, la cultura y el medio ambiente.

De las principales proyecciones que se han hecho para los próximos años, tanto para los flujos territoriales como para las principales tipologías turísticas, se podrían deducir para el ámbito que nos afecta las conclusiones siguientes:

a. La Andalucía Mediterránea y especialmente la Costa del Sol se sitúa en los próximos años dentro de los destinos más impactados por la "desaceleración" del crecimiento de la demanda turística, tanto por el área en que está situada como por la tipología que representa. Esto puede llegar incluso a traducirse en decrecimiento en destinos y tipos concretos de turismo.

b. La existencia de recursos turísticos de gran valor en la región, unido a sus características climáticas y de situación, hacen pensar en la posibilidad de desarrollo en Andalucía de las nuevas tipologías turísticas emergentes, así como de transformar las existentes en otras más competitivas.

c. Se puede deducir con cierta seguridad que el resultado de esta macrotendencia dependerá en mucho de las transformaciones internas del sector, así como de la política pública que se ponga en marcha.

2.3.1.D.- Fraccionamiento de las vacaciones:

Tendencias del ámbito externo al turístico como el incremento de la renta en los países demandantes y el incremento del tiempo libre se pensó darían lugar a un alargamiento del período vacacional. Sin embargo, lo que en realidad ha ocurrido ha sido lo contrario, es decir, que el turista ha preferido fraccionar las vacaciones llegando incluso a disminuir la duración del "veraneo" o las vacaciones principales. A esto no ha sido ajeno el desarrollo de otras macrotendencias como el mismo aumento de la renta, la expansión de la segunda residencia y la mejora y abaratamiento de los medios de transporte.

A pesar de que la información sobre este tema es escasa y dispersa, las encuestas llevadas a cabo por la Secretaría General de Turismo (1975 y 1991) muestran como el valor de los estratos de aquellos que están menos de quince días de vacaciones han aumentado en diez puntos (del 35 al 45% de los encuestados) a costa de los que tienen estancias superiores a ese período. Algo similar ocurre en las vacaciones de los españoles ya que este año la estancia media ha disminuido en casi dos días (5-7 días).

Las consecuencias principales del fraccionamiento de las vacaciones se manifiestan principalmente en cuatro aspectos:

a. El aumento de los viajes "cortos" (destinos cercanos) favorecidos por tales fraccionamientos. Es evidente que el sentido de proximidad hay que entenderlo bajo las perspectivas de coste y duración del desplazamiento, por lo que las infraestructuras de comunicaciones, la tecnología del transporte y su propia organización serían variables que influyan directamente y en cada caso en la magnitud y delimitación del ámbito de "proximidad".

b. Aumento del turismo "interior" o en determinados casos a países próximos.

c. Incremento de los turismos específicos y en especial de los relacionados con el deporte (nieve, vela, golf,.) y el ocio urbano en general al formar parte de ofertas que pueden disfrutarse en cortos períodos de tiempo.

d. El acortamiento de las vacaciones principales supone también una desventaja para las empresas hoteleras en general, ya que precisarían más turistas para mantener o aumentar sus niveles de ocupación. No obstante, también existen viajes cortos que utilizan habitualmente establecimientos hoteleros.

Desde las distintas perspectivas territoriales hemos de comenzar diciendo que esta tendencia favorece dentro de los grandes espacios en los que se produce la demanda, así como en sus entornos. Nos referimos a los que se dan dentro del área europeo-mediterránea y norte-centro americana-caribeña.

Por otra parte la presencia y desarrollo de numerosas segundas residencias y el espectacular crecimiento del Time-Sharing en nuestra región favorece, sin duda, el desarrollo de estos tipos de viajes.

2.3.1.E.- Mayores niveles de exigencia:

Bajo este epígrafe se pretende recoger la incorporación del aumento de calidad a la demanda turística. Este concepto es de difícil cuantificación formulado de esta manera, pero en el fondo se traduce en muchas de las macrotendencias que describimos a continuación como, por ejemplo, la personalización de las vacaciones, la diversificación de las motivaciones y la mayor valoración del medio ambiente. Esta orientación de la demanda hacia mayores cuotas de calidad ha tenido también lógicamente sus consecuencias sobre las macrotendencias de oferta como el aumento de los servicios complementarios y la diversificación de los productos turísticos.

En realidad esta tendencia se traduce en efectos simultáneos tanto en la oferta como en la demanda ya que, no sólo los turistas han aumentado sus exigencias, sino que los propios empresarios turísticos introducen mejoras en sus productos, en un intento de alcanzar una mejor posición en el mercado, o simplemente, de mejorar sus ventas.

Esta exigencia de mayor calidad también encuentra una explicación global en el hecho de la maduración del mercado turístico. De nuevo en este caso, el comportamiento de este tipo de servicios se asemeja al de los productos industriales. Así, a partir de cierto nivel de desarrollo del sector hay una tendencia a la diversificación (variedad de tipologías y paquetes turísticos) y a la sofisticación de los productos (turismos específicos). El cliente demanda cada vez más el nuevo producto, mientras que el fabricante, en base a la competencia, intenta algunas veces diferenciar su producto del resto, introduciéndole continuas mejoras que repercutan sobre la calidad, aunque otras, como ha ocurrido en España con frecuencia, se limitan a bajar los precios con repercusiones negativas sobre su producto.

2.3.1.F.- La Personalización de las vacaciones:

Es también una manifestación de las mayores exigencias de calidad en el producto turístico. Esta megatendencia puede considerarse como una reacción a otra, dominante durante los años 60, representada por la masificación y simplificación de los viajes.

En la actualidad el individuo cada vez interviene más en el diseño de sus vacaciones, haciéndolas más complejas y diversificadas. A esto ha contribuido no poco el avance en las comunicaciones, los sistemas de reserva y la mejora de la información en general. Esto ha tenido una consecuencia importante de cara a la organización interna del sector. De un lado, logra la eliminación de intermediarios, con las repercusiones que esto tiene sobre los costes. De otro, desvía la atención del turista de las ofertas globales y uniformes de los tour operadores hacia otras más completas y complejas.

Las repercusiones de este megatendencia en los distintos niveles territoriales y especialmente en el regional que nos preocupa, dependerá de dos factores fundamentales:

a. De la capacidad de la zona de ofrecer distintas posibilidades de turismo y de actividades complementarias dentro de cada uno. Esto a su vez estará relacionado con la madurez del sector de la zona y la variedad de sus recursos turísticos.

b. De la capacidad del sector para adoptar rápidamente y con éxito las innovaciones tecnológicas que permiten que se produzca esta personalización. En esto influirá el grado general de desarrollo de la zona y de las políticas que al respecto llevan a cabo las empresas y el sector público.

2.3.1.G.- La diversificación motivacional:

Siempre ha existido una pluralidad de motivaciones que han dado origen a los distintos tipos de turismo. Lo que ahora sucede es que el turista amplia cada vez más sus motivos de desplazamiento. Esto está muy relacionado con la tendencia al aumento de la calidad, ya que obliga a las empresas a ofrecer productos mucho más complejos que abarcan aspectos tan diferentes como sol y playa, espectáculos, deporte, arte y cultura.

Una forma periodística de definir el producto turístico tradicional eran las famosas cuatro "S" anglosajonas (Sun, Sand, Sea and Sex), turismo pasivo de permanecer y observar. Actualmente el turismo activo "de hacer cosas" se definiría por las cuatro "E" francófonas: Equipément, Environnément, Encachément, Evénement. Así como en el caso anterior estaba distorsionado el verdadero contenido del sector turístico, en el caso de la definición francesa se refleja claramente el producto turístico como un producto dirigido a satisfacer actividades.

Los últimos datos existentes (1990) sobre la composición de los viajes de placer de los europeos (80% del total de los viajes), muestran esta tendencia: 35% sol y playa, 16% cultural; 18% turismo verde; 14% turismo deportivo, 6% turismo de nieve; y 6% turismo de salud. La distribución actual del turismo en España no sigue esta tendencia, los segmentos

más importantes son los siguientes: 73% sol y playa, turismo interior/verde 7%; y 12% turismo de circuitos. Naturalmente, y teniendo en cuenta el origen de la gran mayoría de turistas que visita España (90% provenientes de Europa Occidental y más del 50% entre Alemania e Inglaterra), existen amplios nichos de demanda no cubiertos por la oferta española.

Esta megatendencia puede observarse en los estudios de motivaciones de la S.G.T. De ellos se deduce lo siguiente:

a. El binomio sol-playa aun siendo siempre el más importante disminuye en el tiempo sus índices relativos.

b. Aumenta la presencia de otras motivaciones como las culturales, deportivas y medioambientales.

Las consecuencias en los diferentes ámbitos territoriales de todo lo anterior han sido muchas veces mal interpretadas propugnando la necesidad de cambiar de tipologías turísticas. Nada menos cierto. La vigencia motivacional del turismo de playa por encima de los demás, lo que nos está indicando es que la mayoría de los demandantes siguen basando en éste sus preferencias, pero que al mismo tiempo desean otras ofertas que la complemente.

Desde la perspectiva territorial esta megatendencia favorece a los destinos con capacidad de proporcionar ofertas complejas y diversificadas. La abundancia de recursos turísticos de calidad pueden convertir a determinados municipios turísticos en destinos potencialmente favorecidos por esta tendencia. Todo depende de desarrollar la "puesta en valor" de sus recursos y sobre todo, de complementar aquellos espacios ya consolidados pero con un espectro "estrecho" de motivaciones turísticas.

2.3.1.H.- Progresiva valoración de los elementos medioambientales:

Los aspectos medioambientales, que apenas aparecían en los cuadros motivacionales turísticos durante los años sesenta, han pasado a tener en la actualidad un evidente protagonismo a causa de la presión no controlada sobre los recursos naturales con fines productivos, hasta tal punto que, en muchos aspectos, calidad medioambiental se identifica actualmente con calidad turística.

Esta megatendencia es, sin duda, la que más va a influir en el diseño de los futuros "productos turísticos", hasta el punto que el medio ambiente no sólo va a ser una motivación principal de muchos de ellos, sino también un elemento imprescindible del resto.

Desde una perspectiva territorial los espacios "ricos" en valores medioambientales, o que puedan producir dicho valor, se verán favorecidos por esta megatendencia. El problema reside en conseguir que las políticas turísticas que se pongan en marcha no actúen negativamente sobre los mismos.

ESTRUCTURA DE LOS TURISMOS TEMATICOS DESDE UNA OPTICA EMPRESARIAL EN ANDALUCIA

ESTRUCTURA EMPRESARIAL FASE PRODUCTIVA	CONSOLIDADO	POCO DESARROLLADO	INCIPIENTE	POTENCIAL
MADURO	Sol y playa (Costa del Sol) Tur. Nieve Tur. Juvenil Tiempo Libre Tur. Cultural (Fiestas)			
EXPANSION	Sol y Playa (Costa de la Luz) (Almería) Tur. Golf	Tur. Rural Tur. Congresos Tur. Náutico Tur. Social (3ª Edad) Circuitos	Tur. Parques Naturales Tur. Incentivos Tur. Cinegético Wind-Surf Tur. Idiomas Tur. Salud	
PROMOCION		Tur. Ecuestre (del caballo) Tur. Educativo Touring	Tur. Ecuestre (a caballo) Tur. Aventura	Ferias Tur. Gastronomía Tur. de Eventos Stage Deportivo

Fuente: Elaboración propia, a partir del análisis pormenorizado de cada una de las ofertas existentes.

En la región se encuentran espacios con un elevado valor ecológico, aunque también otros (fundamentalmente litorales) con impactos altamente negativos. Sin embargo, en los últimos años se han llevado a cabo medidas tanto desde la Administración Central (Ley de Costas), como Autonómica (Planes Provinciales de Protección del Medio Físico) y local (muchos P.G.O.U. contemplan la protección de espacios de valor ecológico), cuyo fin es elevar la calidad medioambiental. De este modo la influencia de esta megatendencia en el turismo regional tendría tres implicaciones fundamentales:

a. Necesidad de proteger y mejorar los recursos medioambientales. Hay que señalar que esto cae en buena parte fuera de la propia política turística.

b. Recuperar la calidad medioambiental en las zonas turísticas que la han perdido por el impacto de esta misma actividad o por otras.

c. Articular programas que introduzcan en los mercados turísticos esos espacios de calidad medioambiental sin que se vean afectados negativamente por ello.

2.3.1.I.- Globalización del mercado turístico:

Esta megatendencia se traduce en un continuado aumento de los destinos turísticos y una mejor accesibilidad a los mismos. También en este caso puede considerarse fruto de una "maduración" del mercado, que supone la diversificación de la oferta, y de otras megatendencias, tanto externas (mejora de los transportes) como internas (diversificación motivacional) al sector.

La principal consecuencia a considerar a todos los niveles territoriales de este megatendencia es el aumento de la competencia. A nivel mundial esto se concreta en un mayor aumento de la oferta respecto a la demanda. A nivel de zona y región en la aparición de nuevos destinos competitivos tanto próximos (Mediterráneo) como lejanos (Caribe, Centroamerica y Asia).

2.3.1.J.- Diversificación de los productos turísticos:

Esta megatendencia se corresponde con la de mayores exigencias de calidad por parte de la demanda y ha supuesto durante los últimos años el desarrollo de numerosos turismos específicos. A su vez coincide también con otras, también de demanda, analizadas como la personalización de las vacaciones, la diversificación motivacional y la mayor valoración del medio ambiente. Sirvan, pues, todas las consideraciones dichas en los casos anteriores respecto a su influencia y las consecuencias que pudiera tener en los distintos niveles territoriales.

Una prueba de la importancia que están adquiriendo estos productos, muchos de ellos vinculados a la ocupación habitual del tiempo libre, es que en España el 73.5% de los campos de golf, el 62% de los puertos deportivos y el 90% de los parques acuáticos se han construido después de 1.975.

Estos productos turísticos diferenciados, estos "turismos" tienen como característica común la búsqueda de actividades de ocio participativas y activas y no solamente contemplativas y pasivas. Esto es las ligadas a la flora, fauna, literatura, historia, tradiciones (musicales, gastronómicas, culturales, antropológicas), actividades al aire libre, etc.., que se han consolidado hace tiempo en el Norte de Europa, y que comienzan a desarrollarse en los países mediterráneos, donde la historia de cada lugar o área está formada por mosaicos superpuestos de civilizaciones y culturas.

Este interés por el ocio no basado en la costa, y si en lo rural, lo histórico, etc., creado en principio por los viajeros aislados anglosajones y germánicos, y afianzado de una forma organizada mas tarde, se desarrolla en el Sur de Europa paralelamente con los aumentos en la renta per cápita y con el índice creciente de urbanización. Este último hecho hace que la demanda a lugares "no urbanos" presente rasgos culturales distintos y alternativos pero también, y eso es lo importante para una posible planificación de la infraestructura turística

necesaria, de gustos y comodidades "de ciudad"; dicho de otra manera, que "lo rural" ha de ser también de calidad en cuanto a los servicios prestados.

2.3.1.K.- Aumento de los servicios complementarios:

Esta megatendencia se encuentra en la misma línea de la anterior (diversificación de los productos turísticos) y obedece también a la demanda de aumento de calidad.

Habría que hacer notar aquí no obstante que este aumento de los servicios complementarios está también muy relacionado con el grado de cualificación y sofisticación que el producto turístico en general haya alcanzado en cada zona.

2.3.1.L.- Incremento de la oferta de alojamientos no hoteleros:

Esta megatendencia exige ciertas puntualizaciones ya que se corre el peligro de no tomarla en su exacto sentido.

a. En primer lugar se detecta sobre todo en los destinos turísticos tradicionales, ya que en los de reciente tradición suele seguir dominando la oferta hotelera.

b. En segundo lugar las razones de su reciente expansión no son estrictamente económicas (menores costes de explotación) sino que sobre ella también han influido otras megatendencias como el fraccionamiento de las vacaciones y la personalización de las mismas.

c. Por último, supone una gran heterogeneidad de tipos de alojamiento, en muchas ocasiones con comportamientos bien distintos, como por ejemplo, los apartamentos, los campings, las segundas residencias y el Time-Sharing.

Como hemos dicho, este caso se da fundamentalmente en las zonas representativas de destinos tradicionales como es el caso de España y Andalucía. Prueba de ello es su expansión en los últimos años en zonas como la Costa del Sol y el litoral de Almería. La principal implicación que esta expansión tiene es precisamente la necesidad de ordenación y control de la misma para que al superponerse al resto de las megatendencias no surjan efectos contrarios a los objetivos regionales y nocivos al propio sector turístico.

2.3.1.M.- Aumento de la inversión pública en los proyectos turísticos:

Durante la expansión turística de los años sesenta las inversiones partían casi exclusivamente del sector privado, aunque por lo general aprovechando infraestructuras públicas ya existentes. En la actualidad la tendencia más generalizada es que los proyectos turísticos vayan acompañados de fuertes inversiones públicas.

La razón principal de este hecho hay que buscarla de nuevo en el aumento generalizado de la competencia y sobre todo en la exigencia de mayores niveles de calidad que alcanza también a los servicios públicos.

El problema que suele ocurrir en estos casos, es que dichas inversiones dependen por lo general de ámbitos administrativos externos al turismo cuyos objetivos no siempre están relacionados en los del sector.

Las repercusiones de esta megatendencia pueden ser muy beneficiosas para el futuro turístico regional, pero implica necesariamente la necesidad de coordinación con el resto de las administraciones y en especial con aquellas responsables de los servicios públicos que sirvan de apoyo a los productos turísticos.

2.3.1.N.- Ocupación "blanda" de grandes espacios con valores naturales:

Esta megatendencia de oferta de carácter territorial se corresponde con las demandas de calidad y con el respeto a los valores medioambientales.

La consecuencia inmediata es que las naciones o regiones que tengan abundantes espacios de estas características tendrán mayores posibilidades de desarrollo turístico en el futuro. No cabe duda que zonas como América Central o Sudam6rica tienen grandes ventajas al respecto. Sin embargo, España y Andalucía, aunque a escala distinta, también participan de esta característica.

Una implicación directa de esta megatendencia es la necesidad de regular estos procesos de ocupación de forma que no entre en conflicto con otras, como la valoración del medio ambiente, ni con otros posibles objetivos de ordenación territorial existentes.

2.3.1.O.- Reordenación de los espacios turísticos colmatados:

Esta megatendencia se da solamente en antiguos destinos turísticos que se formaron durante los años sesenta bajo unos criterios distintos a los que actualmente representan las megatendencias.

Se trata de zonas que se encuentran "fuera" de las megatendencias actuales, lo que supone una continua pérdida de competitividad de sus productos turísticos. Estos casos, entre los que podíamos incluir parte de la Costa del Sol, exigen un fuerte programa de intervenciones que elimine y transforme en el menor tiempo posible, normalmente nunca inferior al medio plazo, los condicionantes que impiden los nuevos desarrollos turísticos.

Desarrollo sostenible del turismo en Andalucía

1 ORIENTACION

Mejora del medio ambiente urbano y rural negativamente impactado

Inversión ambiental en zonas turísticas y mejora ecológica de los recursos turísticos
- Remodelación de espacios colmatados
- Ocupación selectiva de áreas con valor ecológico
- Planificación sostenible del turismo

ESTRATEGIAS CONCEPTUALES

I.- El verdadero desafío del desarrollo turístico no está relacionado con la velocidad de su crecimiento cuantitativo, sino más bien con el nivel de bienestar que los habitantes de la zona turística pueden alcanzar al crecer más armónicamente.

II.- Los enfoques modernos de la sustentabilidad del turismo se preguntan no por la velocidad óptima para acumular capital, sino sobre cuales deben ser las formas de capital que hay que acumular y por cuanto tiempo.

III.- La política turística adecuada es aquella que contribuye al equilibrio ecológico, promoviendo éste a través del mejoramiento del Medio Ambiente, traducido en un desarrollo económico y social.

2 ORIENTACION

Conservación de los espacios naturales protegidos

Promoción turística de los espacios naturales
- Rentabilidad Ambiental
- Rentabilidad Económica y Social
- Compatibilidad entre Protección de la Naturaleza y Desarrollo turístico consciente

2.3.2.- INTERPRETACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE MIJAS.

2.3.2.A.- Introducción:

La actividad turística tal y como la entendemos hoy día, en el sentido de Ocio como negocio, es relativamente reciente. Sin embargo, ésta ha ido desarrollándose en Mijas y en los municipios del litoral provincial, primero lentamente y después con fuerza suficiente para determinar la organización del espacio en torno a ella y polarizar su influencia sobre el resto de las actividades socioeconómicas que se plasman sobre el territorio que nos ocupa.

A lo largo del siglo XIX, el municipio de Mijas, así como el resto de los municipios del litoral occidental, basaban su actividad económica en la agricultura y en la escasa industrialización de recursos locales (minería), polarizadas ambas actividades por la comercialización y exportación a través de la ciudad de Málaga y su puerto. Esta secular organización territorial se quiebra a raíz de la Crisis de finales del XIX, centrándose nuevamente la actividad económica principal en el sector primario, pero marginándose los secanos y el pie de monte en aras de una intensificación de los regadíos costeros. El desarrollo turístico del litoral, a partir de los años 1.950-60, vuelve a modificar esta "tradicional" organización territorial, convirtiendo a la actividad turística en elemento polarizador y dinamizador de la economía del municipio de Mijas y de los de su entorno litoral.[2]

Sin embargo, el desarrollo del turismo en la zona no ha sido homogéneo y uniforme a lo largo de estas Últimas décadas, sino que gradualmente se ha ido instalando y asentando en diferentes puntos del litoral, en función de las posibilidades y disponibilidades de suelo, oportunidades del mercado turístico y desarrollo de las infraestructuras de acceso y abastecimiento a lo largo de la costa.

Esta nueva etapa de crecimiento y modernización de los asentamientos y economías locales en el litoral vienen pues de la mano del desarrollo turístico. En este sentido, es difícil explicar el desenvolvimiento económico y la situación actual del municipio, sin entender esta peculiar dinámica económica. Y en particular, las características y dependencias del sector turístico desarrollado en el municipio de Mijas.

2.3.2.B.- Antecedentes del desarrollo de los asentamientos turísticos en el litoral:

Ya en el siglo XIX existen precedentes que nos presentan el litoral de la provincia como zona particularmente atractiva para el viajero, debido a su notable clima, actividad portuaria y proximidad a Gibraltar.

[2] Ver GARCIA MANRIQUE, E. y OCAÑA OCAÑA, Mª C.: "La organización espacial de la Costa Mediterránea Andaluza" en Beática, 1.981, no 4-5, pp. 15-58.

Francis Carter[3] publica en 1777 "Viaje de Gibraltar a Málaga", que sin ser un libro de viajes, puesto que trataba sobre sus experiencias en arqueología, resalta la templanza del clima, los parajes románticos y la belleza de las vistas. Siendo lo más destacado la agricultura en toda la zona, sobre todo la vid. Observando el desinterés de la burguesía local, como luego ocurriría con los viajeros extranjeros, por las playas y el estío caluroso. Richard Ford, inglés como Carter, recoge también en su libro de viajes[4] por Andalucía entre 1830 y 1832, la benignidad del clima del litoral. En una cita de Sermet encontramos en relación al clima de Málaga: "el mejor indicio de la bondad del clima de esta costa es que en las vegas del litoral se cultivan la batata, la caña de azúcar, los chirimoyos de América tropical... los nísperos del Japón, los platanales que levantan sus grandes flores violadas. La Costa del Sol tiene, como la Riviera, un invierno seco pero más cálido que el de ella".

Los comienzos del sector turístico en el litoral, se desarrollan como respuesta a una cada vez mayor y creciente demanda turística, evolución que ha sido lenta y no uniforme a lo largo del presente siglo, de acuerdo con la evolución de una incipiente demanda turística acomodada, principalmente extranjera. Como ya hemos hecho referencia en párrafos anteriores, los "viajeros románticos" fueron sustituidos a comienzos de siglo por un incipiente turismo aristocrático de procedencia principalmente inglesa (dada la proximidad de la colonia de Gibraltar), y familias acomodadas de otros centros europeos. Las características del clima y otros atractivos destacados por estos "viajeros" contribuyó a establecer las primeras villas señoriales a lo largo de todo el litoral malagueño.

Existe una gran similitud, sobre las características de este turismo respecto a otros litorales europeos más desarrollados en aquellos momentos, como la riviera francesa o litoral italiano. La proximidad de estas zonas a los centros europeos emisores, fue una ventaja adicional de estas costas, no así del litoral sur de la península, que por su distancia y dificultad de accesos, es relegado a ser un destino turístico marginal de la época[5].

En 1.926 se inaugura el primer hotel de lujo, el Miramar, como respuesta a promover esta incipiente demanda turística, convirtiéndose en punto de referencia obligado del turismo nacional de la época. También en 1.934 se inaugura lo que hoy conocemos como Hotel Montemar (antes residencia) y en torno a él se construyen fincas o palacetes, cuyo último ejemplo sería "Villa Pepita" en el Bajondillo (Torremolinos). El efecto de estas iniciativas fue lento, sólo interrumpido en los años cuarenta por la llegada de visitantes franceses

[3] Un desarrollo más amplio de los orígenes del turismo en el litoral malagueño se encuentra en MARCHENA GOMEZ, M.: Territorio y turismo en Andalucía, Análisis a diferentes escalas espaciales. Ed. Junta de Andalucla, 1.987.

[4] Ver "De Gibraltar a Málaga" ruta XXII, en FORD, RICHARD: Viajes por Andalucía. Ver también Manual para viajeros por España, Ed. Turner, 1.982.

[5] El profesor M. Marchena ha observado precisamente esta similitud del turismo de la época y nos recuerda algunos trabajos pioneros de turismo, como los de R. Campos Turno que en 1.928-29 lanza la idea sobre la necesidad de proyectar una región de ocio, (invernal) entre Algeciras y Málaga a la que llama Costabella. Ver: MARCHENA GOMEZ,M.: Territorio y turismo en Andalucía, Junta de Andalucía, Sevilla, 1.987.

procedentes del Protectorado de Marruecos. Época en que se crea la Hostería de Gibralfaro (1948) y nace "El Rodeo" en Marbella[6].

2.3.2.C.- El desarrollo de los primeros asentamientos turísticos:

Sin embargo, no fue hasta los años cincuenta cuando comienzan a demandarse nuevas áreas turísticas, como consecuencia de los primeros beneficios sociales del crecimiento económico después de la segunda guerra mundial. Los países europeos más desarrollados comienzan a elegir nuevos destinos turísticos que en un primer momento se caracterizaron por la captación de una demanda individualizada, aunque rápidamente se convirtió en un turismo de masas, a mediados de los sesenta. La península se integró como destino turístico progresivamente de Norte a Sur, como es el caso de los tradicionales balnearios de Santander y San Sebastián o Costa Brava y Baleares y más tarde el Levante y el Sur peninsular.

A partir de los años 1950-65 es cuando hace su aparición el fenómeno turístico en el litoral malagueño. Sin embargo, la madurez de este sector en otras zonas turísticas de España, sus perspectivas de crecimiento y flujos de demanda, obligan a plantearse la búsqueda de espacios adecuados para su fácil implantación, evitando cuellos de botella en accesos o limitaciones urbanísticas importantes.

A lo largo del Litoral Malagueño comienza a desarrollarse una oferta turística incipiente en torno a los núcleos de población de Torremolinos, Fuengirola y Marbella, dado que su escaso desarrollo urbano y la disponibilidad de suelo con bajo interés agrícola y próximo al mar, hacían de estas zonas áreas óptimas para su desarrollo turístico. Así, vemos como en 1953 se inaugura el Marbella Club, que se convertiría en el motor del desarrollo turístico de la Costa del Sol. El mismo año se inaugura un hotel en Fuengirola y el primero de Benalmádena es de 1956. Otro fiel reflejo de la expansión turística de la zona sería la construcción en 1.957 y posterior inauguración, en la zona de la Carihuela de Torremolinos del hotel Pez Espada, de financiación nacional, con Cinco Estrellas, diez plantas y 283 habitaciones. También, en la antigua Hostería de Guadalmar (1.956) se inaugura el Parador Nacional del Campo de Golf en 1.961 y en 1.962 el Parador de Gibralfaro (Málaga).

El turismo en esta etapa se caracteriza por la oferta de productos singulares (Sol y Playa) destinados a una demanda todavía minoritaria apoyados por una oferta que se esfuerza por una atención personalizada. En esta etapa se edifican hoteles de alto standing y grandes dimensiones en torno a estos núcleos de población. En este aspecto, los hoteles ofrecidos —Pez Espada (ya comentado), Nautilus, Carihuela, Tropicana...— están constituidos, además del edificio, por amplias zonas de recreo —jardines, pistas deportivas, piscinas...— que los

[6] Ver: MARCHENA GOMEZ, M.: Territorio y.... Op. cit. pp.103

rodean, debido a una oferta de suelo barato y a la utilización de gran cantidad de mano de obra con bajo salario.

Estas mismas condiciones económicas son las que dan pie a un paralelo desarrollo inmobiliario, próximo a estos primeros asentamientos turísticos, tomando la forma de zonas residenciales de viviendas unifamiliares aisladas orientadas a un mercado de rentas medias y altas (en especial extranjeros que deciden residir o localizar su segunda residencia en el litoral malagueño, favorecidos por el bajo coste de vida en relación a sus países de origen y a la valoración de un tipo de cambio de divisas favorable).

2.3.2.D.- La consolidación del turismo como actividad principal:

A lo largo de esta década la demanda turística cambió rápidamente, debido a la popularización de ésta actividad entre las nuevas clases medias y emergentes europeas. En efecto, a mediados de los sesenta el sector turístico malagueño, al igual que en otras zonas de España, experimenta un fuerte crecimiento en una demanda que se caracterizó por ser un turismo masivo, barato, orientado a la satisfacción del recurso casi exclusivo de sol y playa[7].

La principal consecuencia de esta demanda sobre la oferta es que consolida el recurso sol y playa del litoral malagueño y modifica el estilo de los servicios, ya que la atención al cliente se vuelve masificada y no personalizada.

Este cambio generó también, una rápida ampliación de las ofertas de alojamiento turístico como consecuencia de la presión de la demanda (especialmente extranjera), apareciendo la figura del apartamento como alternativa al déficit de la oferta hotelera, y más acorde con los procesos especulativos al alza del suelo y la elevación paulatina de precios y sueldos. Nos referimos a la generalización en la construcción de apartamentos bien organizados como las urbanizaciones Eurosol 1.961-64 y urbanización La Roca 1.967; o bien como elementos aislados de colmatación de áreas (SOFICO en la Malagueta o la zona del Bajondillo en Torremolinos), creando un ambiente urbano de menor standing y más acorde con la nueva demanda turística que favorecen los Tour-operadores.

Es en esta época cuando los núcleos del litoral de la Costa del Sol (Marbella, Fuengirola, Torremolinos) despegan y se consolidan como zonas turísticas. Localizadas de forma equidistante a lo largo del litoral malagueño, estos núcleos comienzan a polarizar y centralizar las relaciones económicas y sociales con los municipios de su entorno.

[7] Siguiendo al profesor R. Esteve Secall en una referencia a una encuesta realizada por Mario Gaviria y colaboradores, en el verano de 1974 "se ponía de relieve que entre las motivaciones por las que los turistas encuestados habían elegido España para pasar sus vacaciones, se encontraba en segundo lugar —me gusta España, el ambiente—, con un dieciséis por ciento del número de respuestas. El primer lugar lo ocupaba —el sol, el clima y el buen tiempo—, el cincuenta y medio. El total de posibles respuestas era de catorce y por detrás de las señaladas, se encontraban otros motivos como: —sus precios, es barato—, —por el baño, la playa—, —por la cultura española—, etc". En Gaviria, Mario: "Turismo de playa en España. Chequeo a 16 ciudades nuevas del ocio" Ed. Turner, Madrid 1975. Citado por: ESTEVE SECALL, R.: Turismo, ¿Democratización o imperialismo? Universidad de Málaga, 1.983.

Rápidamente las poblaciones de estos núcleos comenzaron a crecer, invirtiendo la secular tendencia de emigración. La población de Marbella pasa de 12.069 habitantes en 1.960 a 33.203 habitantes en 1.970, (con un 175% de incremento respecto a 1.960); Fuengirola crece también de 8.492 a 20.597 habitantes en el mismo período, (un 143%) y Benalmádena aumenta de 2.725 habitantes en los sesenta a 9.783 habitantes en 1.970 (un 259%). Los municipios colindantes a estos primeros núcleos turísticos como Mijas, experimentan incrementos más moderados, de 7.483 habitantes a 9.319 habitantes para el mismo período 1.960-70 (un 25 % de incremento respecto a 1.960).

Este proceso de crecimiento poblacional paralelo a la expansión del fenómeno turístico, genera un doble movimiento urbanizador en torno a estos primeros asentamientos turísticos, al tiempo que agota las iniciales disponibilidades de suelo, próximo a estos núcleos, como consecuencia de resolver las presiones inmobiliarias sobre el suelo que ejercen los nuevos residentes y la demanda turística. Y que los podríamos clasificar en:

- Nuevos residentes permanentes: por motivos de trabajo (nacional) u ocio (nacional y extranjero);

- Residentes estacionales: por motivo de localizar su segunda residencia (nacional o extranjero);

- Demanda turística: Localización de los establecimientos turísticos de alojamiento y actividades complementarias.

Este forzado proceso de urbanización ha sido el que ha ido configurando la cada vez mayor especialización del espacio litoral en respuesta a la demanda de suelo y alojamiento generado por los diferentes colectivos demandantes antes expuestos. Las primeras consecuencias de este proceso lo encontramos en la rápida saturación del espacio urbano disponible y la ampliación del mismo hacia áreas colindantes, en busca de nuevos espacios adecuados y atractivos a un creciente y cada vez más masificado mercado inmobiliario y turístico. Como más adelante veremos, estos distintos colectivos de demanda de alojamiento van a ratificar, en distinto grado, el éxito de los proyectos inmobiliarios en la elección y localización de los futuros asentamientos urbanos.

En los años setenta (1.970-73) se consolida esta tendencia de especialización turística del territorio, favorecido por el turismo internacional y el despertar, en estos años, del turismo nacional. En 1.971 la Costa del Sol ya cuenta con más de 187 establecimientos turísticos de alojamiento, localizados principalmente en Torremolinos (77 hoteles); Marbella (44 hoteles); Fuengirola (31 Hoteles); Mijas en esta época solo cuenta con un hotel de 5 estrellas y 2 hoteles de 2 estrellas.

2.3.2.E.- Impacto y consecuencias de la crisis económica en la actividad turística del litoral.

A partir de 1.973, se abre un período de crisis que afecta sobre todo a la oferta turística. El alza de los costes energéticos, trae consigo una redefinición de los costes de producción a

través de una espiral inflacionista, difícilmente sostenible en un sector cuyas instalaciones y sistemas productivos estaban diseñados para escenarios de energía y mano de obra abundante. La crisis del sector se hace patente entre 1.974-76 debido a un retraimiento coyuntural de la demanda. No obstante, en los años 1.977-78 se reanima la demanda turística, en especial extranjera y alivia en parte la virulencia de la crisis.

La segunda crisis del petróleo, en 1.979, golpea fuertemente las ya débiles organizaciones turísticas locales, debido no solo a la lentitud en la puesta en práctica de políticas de ahorro energético sino también a la dificultad de implantar modificaciones en las plantilla[8]. Así pues, se añade el incremento de unos costes laborales difíciles de mantener a los ya elevados costes energéticos.

Con la crisis económica comienza una importante transformación del modelo turístico desarrollado en el litoral, la fuerte inflación registrada, el alza de los costes de mano de obra, la disminución del ritmo de las inversiones públicas y sobre todo, la quiebra de la idea de una demanda turística ilimitada, van a producir importantes cambios en las expectativas empresariales y se reflejan a corto plazo en las políticas de ajustes empresariales, en un aumento de la seguridad de la rentabilidad de las nuevas inversiones.

Realmente el sistema de producción turístico a nivel empresarial careció de racionalidad y perspectiva a largo plazo. Además, la política turística local y nacional evitó la ordenación y planificación del sector en el territorio, dejando al "libre" mercado la función de equilibrar las tensiones y consecuencias del crecimiento (ya casi monopólico) del mercado turístico. Los espacios creados para soportar una actividad turística y comercial en la zona litoral, ven perder su función con la crisis económica. Al decaer la actividad, las áreas abandonadas se van deteriorando, creando zonas fantasmas (centros comerciales y/o urbanizaciones no terminadas o no vendidas).

La adaptación y respuesta a la crisis fue distinta, según la flexibilidad del sistema de producción al que nos enfrentamos: grado de amortización de las inversiones; niveles de productividad; uso de nuevas tecnologías y niveles de ahorro energético; grado de relación con la demanda y mercado turístico; grado de desarrollo y/o deterioro del entorno ambiental (urbano y urbanizado del litoral); etc. No obstante, podemos destacar que la crisis es el comienzo de una década de ajustes empresariales; quiebras de los primeros establecimientos turísticos (intensivos en mano de obra); procesos de recuperación de lo invertido mediante la transformación de los patrimonios empresariales, aprovechando las fuertes tensiones especulativas e inflacionistas[9]. También, se intenta obtener el máximo de

[8] La aprobación del Estatuto de los Trabajadores en 1.980 no deroga las ordenanzas laborales proteccionistas de los sesenta que ordenan el sector.

[9] Convirtiendo hoteles en apartamentos de una forma directa o bien de forma indirecta, vendiendo la habitación del hotel como apartamento junto con el contrato de realquiler con la empresa hotelera para mantener la actividad por un tiempo definido.

plusvalías "legalmente posibles", mediante la ventas fraudulentas de suelo rústico o no urbanizable como urbanizable.

Sin embargo, y a pesar de descender fuertemente la construcción de establecimientos turísticos (hoteles) la actividad constructora de apartamentos sigue manteniéndose, aunque a un menor ritmo, debido entre otros motivos a: la inercia y movilidad de un cierto capital (en gran proporción local) que debe emplearse y no tiene otras alternativas de inversión; la necesidad de cubrir la mínima demanda existente (extranjera y nacional), buscando localizaciones estratégicas que permitan una alta tasa de plusvalías y una inversión rentable a largo plazo[10]; y por último, el incremento todavía importante de una población residente permanente a lo largo de esta década de los setenta. Los municipios de Marbella y Benalmádena vuelven a doblar su población residente mientras que Fuengirola ya acusa síntomas de saturación aunque su incremento poblacional se sitúa en un 49% más que en 1.970. Este aparente menor ritmo de crecimiento se debe principalmente a la limitación de suelo disponible y al deterioro de su ambiente urbano[11], no así por su dinamicidad como asentamiento turístico, dado que si incluimos a la población de Fuengirola la experimentada por el núcleo de población de Las Lagunas, el crecimiento de este asentamiento turístico es similar a los dos anteriores, Marbella y Benalmádena.

Queda patente en esta década el deterioro del ambiente urbano y paisajístico del litoral y en especial de los primeros asentamientos turísticos como Torremolinos o Fuengirola[12]. La causa de ello, la encontramos en el salvaje crecimiento urbanizador, con escaso control de las normas urbanísticas y sobre licencias comerciales y edificatorias. Así como la ausencia total de equipamientos públicos: parques, auditorios, bibliotecas, centros sanitarios y otros equipamientos colectivos. Y por último, el abandono y falta total de cuidado de los

---

[10] Ya que una promoción turística puede durar de 2 a 5 años en terminar de venderse. Un importante incentivo a esta actividad constructiva es el apoyo público a las viviendas de protección oficial aunque con un destino marcadamente turlstico. También, como nos recuerda Francisco Jurdao citando a Mario Gaviria al referirse al negocio extranjero encubierta de las urbanizaciones en zonas turísticas, que la inversión alemana en inmuebles estuvo incentivada en este período (1.968-71), como consecuencia del decreto alemán de ayudas a países subdesarrollados, considerando la compra de terrenos y apartamentos en España exento de impuestos y la posibilidad de declararlo durante doce años como perdidas. Aunque este período fue corto, las facilidades de compra de suelo fue suficientemente significativa como para dominar importantes áreas del mercado inmobiliario local destinados a una demanda extranjera, menos condicionada por la crisis que todavía presionaba a los demandantes de viviendas en el ámbito local y nacional.

Ver JURDAO ARRONES, F.: España en Venta: la compra de suelos por extranjeros y la colonización del campesino en la Costa del Sol. Ed. Ayuso, Madrid, 1.979. pp 101.

[11] El municipio de Mijas experimenta, en este mismo período 1.970-80 un incremento de población del 60%, incremento muy superior al conseguido en la década pasada y por primera vez, por encima de su municipio limítrofe, Fuengirola. No obstante, hay que destacar, que es el núcleo de población mijeño de Las Lagunas, colindante con Fuengirola el que absorbe prácticamente la totalidad del incremento poblacional del municipio. Tal como ya analizaremos más adelante, Las Lagunas incrementó su población al mismo ritmo que Fuengirola en la década de los sesenta, pasando de 1.146 habitantes en 1.960 a 2.879 habitantes en 1.970. Sin embargo en 1.981 ya cuenta con 8.408 habitantes, lo que representa el 56% del total municipal (1 5,3% en 1.960).

[12] La primera crisis de Imagen Turística ante el cual los Tour Operators (TT.00.) que ejercen el monopolio de la demanda turística optan ocupar otras zonas menos deterioradas o todavía no integradas en el mercado turístico, como son las áreas colindantes a estos primeros asentamientos turísticos: Marbella-Este, Mijas, Estepona, Manilva, etc.

elementos y servicios estructurales básicos: suciedad, solares convertidos en basureros, desagües próximos a las playas, contaminación de las aguas, degradación visual, etc.

2.3.2.F.- Recuperación de la crisis y saturación de los nuevos espacios disponibles:

A lo largo de la década de los ochenta la oferta turística continúa su proceso de ajuste, reconversión y revisión de los costes de producción a los que se añade la necesidad de incorporar los beneficios de las nuevas tecnologías y la automatización en la gestión[13]. No obstante, este periodo se ve aliviado debido a la recuperación y crecimiento de la demanda turística, a excepción de los años 1.983 y 1.985, donde se produce un descenso.

La Costa del Sol se configura territorialmente en torno a tres núcleos urbanos con poblaciones próximas a los 40.000 habitantes (Marbella, Benalmádena y Fuengirola —incluyendo Las Lagunas— y cuya atracción e influencia vertebra el resto del litoral occidental.

El sector turístico del litoral también experimenta cambios, como consecuencia de una mayor y mejor adaptación a las necesidades y posibilidades que poco a poco les brinda las nuevas zonas urbanas del litoral como recurso turístico. Se observa un desplazamiento en los usos de las diferentes ofertas de alojamiento del litoral en función de su calidad o deterioro urbano, adaptándose a los nuevos segmentos de demanda (de rentas medias y bajas). Se abre un período de difícil ajuste de la oferta como consecuencia de esta recuperación. Los Únicos proyectos turísticos de calidad realizados en esta década asocian su rentabilidad a proyectos inmobiliarios o a operaciones de atractivo turístico como campos de golf (Hotel Biblos y Hotel Puerta del Sol) o puertos deportivos (Cabopino). La nueva oferta de alojamiento necesita mayores cuotas de seguridad para sus inversiones, debido precisamente a esta inestabilidad de la demanda y al incremento constante de los costes en este período.

También, aparecen con mayor fuerza nuevas formas de comercialización de la oferta de alojamiento, Multipropiedad, Time Sharing, etc. cuyo último fin es adaptarse a las condiciones económicas de una demanda extranjera especialmente inglesa y permitir a las pequeñas economías domésticas acceder a un alojamiento, al menos de forma compartida, en el litoral. Y por otra parte, mantener la dinámica constructiva experimentada en años anteriores, así como, resolver los excedentes de alojamiento generados y no vendidos, en épocas anteriores a causa de la crisis.

[13] En este sentido se observa un período de inestabilidad laboral debido a cierres de empresas, expedientes de crisis, suspensiones de pagos o regulación de plantillas.

Las nuevas áreas de crecimiento en el litoral se adaptan a estas condiciones, determinadas por la demanda de alojamiento y las disponibilidades de suelo. Es en esta época cuando el litoral de Mijas experimenta su mayor índice de crecimiento[14]. Sin embargo, como ya adelantamos las características de esta demanda está compuesta fundamentalmente por propietarios de segunda residencia y en menor medida copropietarios, según las nuevas formas de comercialización inmobiliaria y que en el litoral de Mijas se concentran el mayor número de estas organizaciones de todo el litoral.

2.3.2.G.- Agotamiento del modelo tradicional y emergencia de nuevos productos turísticos:

A finales de los ochenta, el sector turístico comienza a experimentar un nuevo proceso de cambio, debido a la modificación en los gustos de la demanda, que cuestionan los tradicionales productos turísticos (Sol y Playa) y la emergencia de nuevos destinos y demandas turísticas (naturaleza, deportes, cultura, etc.). En este sentido, se asiste en la actualidad a un cambio importante en la actitud del turista, más activo con respecto al consumo de su ocio. Esta se manifiesta especia1menί:e en el diseño cada vez más personalizado del producto turístico, así como una mayor e:tigencia en la calidad y diversidad del servicio en relación a su coste.

Respecto a los efectos internos sobre la oferta que hoy limitan el desarrollo del sector, está la dificultad de las tradicionales áreas turísticas en diversificar y personalizar sus productos y servicios turísticos, por necesidad a adaptarse a los nuevos gustos de la demanda. Este cambio supone una difícil tarea, dado que paralelamente asistimos al desarrollo de uh mercado turístico cada vez más internacionalizado y en que las opciones y destinos turísticos son más competitivos.

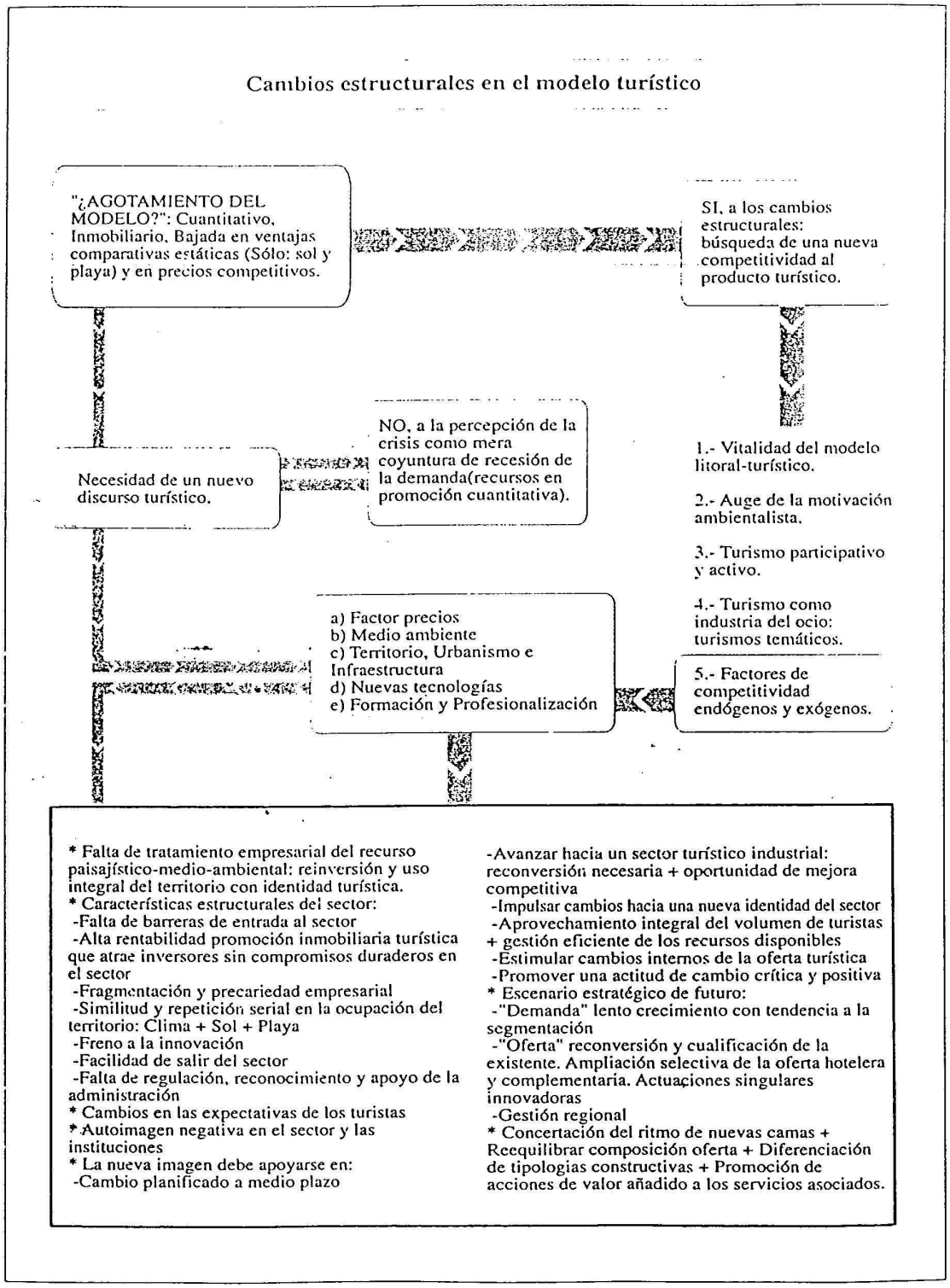
Situación que se agrava especialmente en España, al experimentar el sector no sólo un encarecimiento de los servicios turísticos, como consecuencia del diferencial de inflación respecto a los países emisores, y del fortalecimiento de la peseta respecto a otras divisas[15]; sino también, a la competencia cada vez más excedentaria de una oferta de alojamiento turístico extra hotelero e inmobiliario, que cuestiona la tradicional estructura de oferta turística, apareciendo el servicio turístico y no el alojamiento como principal valor del sector a cuidar y rentabilizar. Y más adaptado a las exigencias de calidad y diversidad de la nueva demanda turística.

Estas nuevas características del sector turístico cuestionan, si no totalmente, si parcialmente, la hegemonía de productos turísticos tan tradicionales como el Sol y Playa. A la vez se abren nuevas posibilidades de desarrollo turístico a nuevas zonas, con potencialidad de recursos

[14] El parque de viviendas en esta zona litoral, La Cala, alcanza en 1.991 las 14.598 viviendas (4.066 viviendas en 1.981 y 1.051 en 1.970) de las cuales solo el 22% de las mismas se definen como alojamiento principal. En el resto del municipio la situación no es muy diferente, aunque más moderada ya que 61% de las viviendas se destinan a alojamiento principal (excluyendo a La Cala).

[15] Hoy aliviado en parte con las últimas devaluaciones de finales de 1.992 y Mayo de 1.993.

turísticos como es la Costa del Sol. Sin embargo, las exigencias de un turista cada vez más activo y exigente con la calidad del servicio tiirístico y el entorno medioambiental suponen para la Costa del Sol un reto con importantes beneficios futuros, pero que superados permitirán la consolidación del sector turístico en el área.



2.3.3.- EL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE MIJAS.

2.3.3.A.- La oferta hotelera:

La principal característica a destacar del municipio es el bajo número de establecimientos turísticos de alojamiento en comparación a los existentes en los municipios próximos del litoral. La oferta turística de Mijas se compone de 3 establecimientos hoteleros con un total de 765 plazas y 3 pensiones con 47 plazas. Oferta de alojamiento que contrasta con las 7.409 plazas de Benalmádena las 4.211 de Fuengirola; las 9.343 de Marbella y las 17.008 de Torremolinos (ver Cuadro 3.1).

Los principales establecimientos del municipio son:

- Hotel Biblos, 5 estrellas, 307 plazas, localizado en la urbanización Mijas Golf.
- Hotel Club Puerta del Sol, 4 estrellas, con 256 plazas, (carretera a Fuengirola).
- Hotel Mijas, 3 estrellas, 202 plazas, localizado en el pueblo de Mijas, y
- Las pensiones de Carmen, Hostal Veramar y Yolanda, localizadas en la costa.

Esta baja capacidad de la oferta hotelera, indica el tardío desarrollo del sector en el municipio, en comparación con las tradicionales áreas turísticas de la Costa del Sol, donde la expansión hotelera fue su principal característica. Como ya hemos explicado, la oferta turística existente en el municipio muestra una especialización inmobiliaria, orientada a satisfacer parte de la demanda residencial originada por el desarrollo del sector turístico en el litoral.

No obstante, y a excepción del Hotel Mijas inaugurado en 1.972 en el pueblo de Mijas, como consecuencia del primer boom turístico hotelero, los restantes dos hoteles, Biblos (1.985) y Puerta de Mijas (1.988), han complementado sus ofertas turísticas con proyectos deportivos, de ocio e inmobiliarios, adaptando la viabilidad y seguridad de los mismos a las nuevas condiciones que está exigiendo el mercado turístico.

La crisis del sector en los últimos años ha forzado a estos establecimientos a mejorar y renovar sus ofertas de servicios complementarios como un nuevo atractivo para determinados segmentos de demanda, las instalaciones de talasoterapia del hotel Biblos son un buen ejemplo de esta adaptación necesaria de los hoteles hacia las nuevas orientaciones turísticas.

3.1. Nº DE ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS EN 1.971 y 1.992

MUNICIPIOS	1971	1992	
	HOTELES	HOTELES	PLAZAS
BENALMADENA	14	20	7.409
FUENGIROLA	31	22	4.211
MARBELLA	44	131	9.343
MIJAS	3	3	765
ALHAURIN GR.			0
COIN		1	10
TORREMOLINOS	77	52	17.008

3.2. AÑO DE FUNDACION DEL ESTABLECIMIENTO HOTELERO (Porcentajes)

MUNICIPIO	Antes de 1.951	Entre 1951 y 1.960	Entre 1.961 y 1.970	Entre 1.970 y 1.975	Entre 1.976 y 1.980	Entre 1.981 y 1.985	de 1.985	TOTAL
BENALMADENA	3,33	3,33	43,33	36,67	13,33	0,00	0,00	100
FUENGIROLA	3,03	9,09	39,39	42,42	6,06	0,00	0,00	100
MARBELLA	0,00	10,00	60,00	5,00	20,00	5,00	0,00	100
ESTEPONA	0,00	25,00	37,50	37,50	0,00	0,00	0,00	100
TORREMOLINOS	1,69	11,86	45,76	25,42	13,56	1,69	0,00	100
TOTAL	1,95	9,74	44,16	29,87	12,99	1,30	0,00	100

Los resultados de la encuesta sobre instalaciones hoteleras, realizados para el Libro Blanco de la Costa del Sol en 1.988, reflejan esta desaceleración en la construcción de los hoteles. El Cuadro 3.2 muestra que el 11,69% de los hoteles se inauguraron antes de 1.960; el 44,16% entre los años sesenta y el 42,86% en los setenta. Mientras que en los ochenta, hasta 1.986 (año de realización de la encuesta) solo se habían inaugurado el 1,3% de los hoteles de la Costa del Sol. Estas cifras contrastan con las existentes en el municipio de Mijas, respecto a la oportunidad de creación de nuevos establecimientos, y apoyan la tesis de asociar el establecimiento hotelero a los atractivos de nuevos servicios complementarios y operaciones inmobiliarias para mantener y asegurar la rentabilidad de la inversión.

2.3.3.B.- La oferta extrahotelera:

Entendemos por oferta extrahotelera, todo aquel alojamiento turístico que es diferente al hotel. En este sentido, distinguimos dentro de esta oferta dos grandes bloques: Los Apartamentos Turísticos y Campamentos Turísticos como oferta extrahotelera regulada por la legislación turística y, en un segundo bloque, a aquella diversidad de alojamientos que, aun no estando regulados por la administración como turísticos, tienen en la realidad un uso turístico, como pueden ser las viviendas de segunda residencia, alquiler de viviendas para uso turístico u otras modalidades, etc.

LOS APARTAMENTOS TURÍSTICOS:

Los Apartamentos Turísticos definidos como bloques o conjunto de apartamentos son ofrecidos empresarialmente en alquiler, de modo habitual, debidamente dotados de mobiliario, instalaciones, servicios y equipo para su inmediata ocupación por motivos vacacionales o turísticos.

En la actualidad, existe una fuerte tendencia, por parte de determinados segmentos de demanda turística familiar, a preferir el apartamento frente al hotel, ya que ofrece una mayor libertad al cliente y precios más económicos. No obstante, el grado de comercialización de esta demanda es muy limitada por su menor rentabilidad respecto a la hotelera, por lo que cada vez más, se orientan a organizaciones con demandas organizadas tipo Time Sharing. Como es el caso de los tres establecimientos existentes en el municipio que se presentan con ésta tipología turística: Marina Park Vacaciones, Calahonda Centro de Servicios y la Cartuja.

LOS CAMPAMENTOS TURÍSTICOS:

Existen en el municipio tres Camping según la reglamentación turística, localizados en el litoral del término: La Debla de 1ª categoría (225 plazas); Calazul (1.000 plazas); y Los Jarales (765 plazas).

2.3.3.C.- La oferta de alojamiento turístico inmobiliario:

No existe una clara diferenciación entre el alojamiento propiamente turístico y el de segunda residencia; ambas ofertas pueden adecuarse a los dos grandes segmentos del mercado turístico, el de la demanda organizada y el de comportamiento individual o de casas de vacaciones (segunda residencia y casas de alquiler).

La diversidad es la característica principal de esta oferta de alojamiento. Su desarrollo se ha manifestado de múltiples formas y en función, muchas veces, de variables exógenas al turismo, bien a través de bloques de apartamentos, grandes y nuevas urbanizaciones, o viviendas-chalés, con el fin último de dedicarlo a un uso turístico[16], mediante el alquiler de dichos alojamientos[17].

La oferta de segunda residencia es quizás, una característica particular que presenta el desarrollo de la oferta turística de Mijas. Su espectacular desarrollo, configura un modelo determinado de oferta turística, sólo entendida desde la perspectiva de la evolución territorial del sector turístico en la Costa del Sol, en el que Mijas ha jugado un papel complementario, ofertando suelo a un mercado turístico que supera los límites de su término municipal y lo condiciona y especializa hacia aquellas ofertas (de alojamiento de segunda residencia) que el mercado demanda por diferentes motivos: residenciales o turísticos.

Las particulares condiciones para la localización de los establecimientos turísticos (cercanos a la playa, con buenos accesos y próximos a centros urbanos y servicios complementarios), así como la mayor flexibilidad en las condiciones de suelo de la actividad inmobiliaria, configuraron de forma "espontánea" (a través del precio del suelo) las áreas de localización del alojamiento turístico y residencial.

El crecimiento de ambos mercados, así como la localización de sus ofertas, ha girado en torno a la proximidad a la costa y a los principales asentamientos urbano-turísticos del litoral (Marbella, Fuengirola, Torremolinos) y de acuerdo con las disponibilidades de suelo existentes. El análisis realizado muestra que, si bien el municipio de Mijas, al igual que el resto del litoral, se incorporó de forma temprana a la actividad turística, (recordar el crecimiento de Las Lagunas de la mano de Fuengirola), ésta no comenzó a sentirse como actividad principal hasta la última década. En este sentido, el modelo de alojamiento turístico

[16] Según la Secretaría General de Turismo a través de su estudio "Evaluación y consecuencias de la oferta extralegal en la industria turística española" que esta actividad alcanzó, para 1989, un total de 4.159.463 viviendas con potencial uso turístico, y cifró en 1.876.624 viviendas las catalogadas como de real uso turístico. El mismo estudio indicaba en Andalucía la existencia de 274.677 viviendas, de las cuales en Málaga se encontraban el 45,2% de las mismas. Últimamente, (el 16/8/92) la S.G.T. ha estimado en 7,5 millones el número de camas ofertadas por casas particulares y apartamentos no reglados en España, esto supone que el 78% del total de las plazas turísticas en el territorio son "alegales". Según la misma fuente, se afirma que la oferta de plazas ha crecido, en menos de tres años, entre un 24% y el 105% según las zonas.

[17] El Libro Blanco de la Costa del Sol estimaba también en más de 300.000 viviendas las existentes en esta zona, alojando a turistas -residentes. Mientras que la oferta de alojamiento declarado y regulado en Andalucía, se cifra en 21 2.1 98 plazas, distribuidos en 1.930 establecimientos (D.G.T. doc. bases PLAN DIA). Luego la dimensión de estos alojamientos irregulares es de singular importancia y condicionante de cualquier alternativa general del sector.

que caracteriza al municipio es consecuencia del que se demanda en estos años, que coincide con la época de ajuste del sector y de cambios en la composición de la demanda turística.

La dificultad de cuantificar esta oferta de forma directa, ha obligado a realizar estimaciones indirectas a partir de los datos disponibles. Así, el Cuadro 3.3 muestra la capacidad de alojamiento en el municipio de Mijas, distribuido entre las distintas zonas establecidas (según la metodología y zonificación realizada).

De acuerdo con los resultados del análisis observamos:

- La oferta de alojamiento orienta a la población no residente es mayor a los residentes. El municipio tiene en la actualidad (1.991) una capacidad total de alojamiento de 80.588 plazas, que descontando a la población residente (residentes en "vivienda principal"), oferta 47.753 plazas (definiendo la capacidad media de las viviendas en 3,2 plazas).

- Existe una baja relación de plazas turísticas respecto a las ofertadas por el mercado inmobiliario. Las 765 plazas hoteleras de que dispone el municipio, contrastan con las 46.806 plazas en viviendas residenciales (distintas a "vivienda principal"). Este hecho evidencia el grado de especialización, o no diversificación, de la oferta de alojamiento turístico del municipio.

- Concentración de la oferta de viviendas no principales en la zona del litoral. La Cala supone el 71% del total, de las cuales, la subzona de Calahonda concentra el 48,7% y El Chaparral el 16,0%. Las Lagunas es la segunda zona definida con un fuerte índice de viviendas no principales, localizadas principalmente en el núcleo de Las Lagunas y Mijas Golf.

- La especialización de Mijas respecto al volumen de plazas de alojamiento ofertadas en viviendas es casi total, el fenómeno se mantiene en el resto de los municipios del litoral. Si observamos el Cuadro 3.4 vemos que a excepción de Marbella y Torremolinos el resto de municipios plantean ofertas de alojamiento parecidas al de Mijas aunque no con el mismo grado de intensidad.

- La característica principal de esta oferta de alojamiento es que se mantiene creciente a lo largo de los sesenta y setenta en toda la Costa del Sol y crece con especial fuerza, en el municipio de Mijas, en la década de los ochenta (ver Cuadro 3.5).

3.3. CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO EN EL MUNICIPIO DE MIJAS, SEGUN ZONIFICACION

	Pobl. resid.	% Pob. resid/ Mijas	CALCULO POB. ESTACIONAL			% Pob. Estac/ Mijas	CAPACIDAD POTENCIAL	
			Pob. Viv.	plazas hotel	Total Estac.		Total	% Pob.resid s/Pob.Pot.
VALTOCADO	103	0,3	177		177	0,4	280	36,8
ALQUERIA	352	1,1	642		642	1,3	994	35,4
Total diseminado:	365	1,1	537		537	1,1	902	40,5
TOTAL VALTOCADO	820	2,5	1.356		1.356	2,8	2.176	37,7
MIJAS (núcleo)	3.898	11,9	1.665	216	1.881	3,9	5.779	67,5
Total diseminado:	238	0,7	99		99	0,2	337	70,6
TOTAL MIJAS PUEBLO	4.136	12,6	1.764	216	1.980	4,1	6.116	67,6
MEDIA LEGUA	107	0,3	18		18	0,0	125	85,6
PEÑA BLANQUILLA	449	1,4	6		6	0,0	455	98,7
LAS TERRAZAS	351	1,1	375		375	0,8	726	48,3
LOMA TORREBLANCA	322	1,0	222		222	0,5	544	59,2
HAZA DEL ALGARROBO	218	0,7	372		372	0,8	590	36,9
LOMAS DE MIJAS:	161	0,5	42		42	0,1	203	79,3
Total diseminado:	338	1,0	318		318	0,7	656	51,5
TOTAL OSUNILLA-PEÑ.	1.946	5,9	1.353		1.353	2,8	3.299	59,0
LAS LAGUNAS	11.333	34,5	3.525		3.525	7,4	14.858	76,3
CAMPO MIJAS	3.559	10,8	1.830		1.830	3,8	5.389	66,0
MIJAS GOLF	347	1,1	1.863	563	2.426	5,1	2.773	12,5
DOÑA PILAR	373	1,1	201		201	0,4	574	65,0
Total diseminado:	234	0,7	369		369	0,8	603	38,8
TOTAL LAS LAGUNAS	15.846	48,3	7.788	563	8.351	17,5	24.197	65,5
Total diseminado:	336	1,0	561		561	1,2	897	37,5
TOTAL ENTRERRIOS	336	1,0	561		561	1,2	897	37,5
CHAPARRAL (EL)	2.111	6,4	7.662		7.662	16,0	9.773	21,6
CALA (LA)	1.338	4,1	2.079	168	2.247	4,7	3.585	37,3
CALAHONDA	5.517	16,8	23.265		23.265	48,7	28.782	19,2
CERROS DEL AGUILA	563	1,7	642		642	1,3	1.205	46,7
Total diseminado:	222	0,7	336		336	0,7	558	39,8
TOTAL ZONA LA CALA	9.751	29,7	33.984	168	34.152	71,5	43.903	22,2
TOTAL MIJAS	32.835	100,0	46.806	947	47.753	100,0	80.588	40,7

3.4. CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO DE LA POBLACION ESTACIONAL EN 1.991

	% Pob viv. princ./total	Plazas Hoteleras	Plazas viv no princ.	Total Plazas	% B/A
BENALMADENA	29,8	7.589	52.134	59.723	87,3
FUENGIROLA	37,4	4.818	58.134	62.952	92,3
MARBELLA	48,3	9.867	76.194	86.061	88,5
ESTEPONA	39,8	2.135	46.227	48.362	95,6
MIJAS	**38,9**	**765**	**46.806**	**47.571**	**98,4**
TORREMOLINOS	31,1	17.992	57.402	75.394	76,1
		43.166	336.897	380.063	88,6

3.5. EVOLUCION DE LA POBLACION ESTACIONAL EN MUNICIPIOS DEL LITORAL

		POBLACION ESTACIONAL (Pob.potenc.-Pob resid)		
	1960	1970	1981	1991
BENALMADENA	1.312	12.437	29.701	53.421
FUENGIROLA	225	17.103	36.370	56.046
MARBELLA	(42)	13.381	38.410	72.908
ESTEPONA	967	7.841	17.578	45.661
MIJAS	**244**	**6.513**	**16.702**	**48.919**
TORREMOLINOS	(2.369)	15.788	35.814	53.552
TOTAL	336	73.063	174.575	330.507

2.3.4.- LA PROBLEMÁTICA TURÍSTICO-INMOBILIARIA EN EL MUNICIPIO TURÍSTÍCO.

El tradicional equilibrio entre el mercado turístico y el inmobiliario, como consecuencia de la existencia de una demanda de residentes que parecía no tener límites, se ha roto en los últimos años, alejándose de la situación de complementariedad mantenida hasta entonces.

A finales de los años ochenta, se comienzan a observar relaciones de competencia entre los mercados turístico e inmobiliario, como consecuencia de los efectos de la elevación de los estándares de vida de la población por el acercamiento a Europa, y la revalorización de la peseta, que disminuye el poder adquisitivo del turista y residente extranjero. Esta situación no sólo genera el retorno de los tradicionales turistas residentes (pensionistas y jubilados) a sus países de origen —con la consiguiente venta de sus inmuebles—, sino que también lleva al turista estacional a buscar nuevas alternativas para pasar sus vacaciones en España, de forma más económica, alquilando apartamentos o casas particulares[18].

De igual modo, la crisis habida en la construcción, como consecuencia de la desaceleración de los precios de las viviendas, ha originado un coyuntural exceso de stock de viviendas (de segmento medio y alto), por lo que, para la realización de estos inmovilizados en zonas turísticas, sus propietarios han orientado sus expectativas de venta en el mercado turístico. Mercado ya excedentario de oferta residencial por la problemática antes expuesta con los residentes extranjeros tradicionales.

La diversidad de la oferta de alojamiento excedentaria y el cómodo margen de maniobra que experimenta este sector inmobiliario, han permitido su introducción en el mercado turístico consiguiendo precios muy competitivos de cara a las necesidades económicas de la demanda turística. No debemos olvidar que se han visto amparados por una cierta "alegalidad" en su actividad turística y/o tratamiento fiscal, con el consiguiente previsible deterioro de la calidad de la oferta, dado que no se controlan los estándares de calidad asumibles por el sector turístico. Este hecho crea, además de una situación de indefensión por parte del turista (al no tener un marco de calidad exigible en estas nuevas ofertas de alojamiento), un problema urbanístico serio, dado que esta misma calidad exige el establecimiento de zonas urbanas especializadas o adaptadas a las necesidades turísticas-residenciales y no como lo contempla la actual legislación, en el aspecto estrictamente residencial.

Por otra parte, la gestión de estos alojamientos, para su incorporación al mercado turístico, ha supuesto, la creación de una multiplicidad de sistemas de comercialización (Time-sharing, Urbanizaciones-Golf o Puertos, Viviendas Turísticas, Casas de Alquiler, etc...), que tratan de facilitar una salida rápida, en la venta o alquiler de la vivienda por las inmobiliarias y constructoras.

[18] Un comportamiento similar experimenta el turista nacional, ayudado generalmente por un mayor conocimiento de la zona elegida para veranear.

La problemática del sector tiene pues dos vertientes bien diferenciadas: Por una parte la referida a los inmuebles strictu sensu, que incluye las oscilaciones del mercado inmobiliario (exceso o déficit de oferta de viviendas); y por otra, la gestión de ofertas estables de comercialización como alojamiento turístico de los inmuebles, para su explotación.

Dentro de esta segunda vertiente y en aras a lograr, un mayor rigor metodológico, distinguimos tres aspectos: los condicionantes de la problemática turística-inmobiliaria (especialmente el intento de clarificar sus aspectos estrictamente turísticos); los problemas urbanísticos en los municipios con vocación turística; y por último, los tipos y formas de comercialización de la oferta de alojamiento alegal ya existente y su relación e idoneidad con el producto turístico a fomentar.

2.3.4.A.- Aspectos turísticos de la actividad inmobiliaria:

La importancia y dimensión real del alojamiento alegal en Andalucía, plantea el problema de tratar el sector turístico desde un sentido amplio, y concebir toda oferta de ocio como oferta turística. En este sentido debemos de valorar la oferta de alojamiento turístico en su conjunto, y en función de las necesidades de la demanda.

Tradicionalmente, se han fomentado determinadas instalaciones de alojamiento (hoteleras) como las más idóneas para el desarrollo de la oferta turística. Dada la carencia de actividades turísticas complementarias, se exigía incorporar a estos establecimientos el mayor número de servicios posibles, lo que determinaba un modelo de desarrollo de la oferta turística.

La consolidación del sector turístico propia de una economía avanzada y de servicios, aporta la posibilidad de la especialización del sector, proliferando empresas que ofertan distintos productos turísticos especializados, así como otras y nuevas ofertas de alojamiento distintas a las tradicionales, y que compiten con estas, en la captación de la demanda turística.

En este sentido, es la demanda la que define el aspecto o importancia turística de un servicio de alojamiento, en función de sus motivaciones y la relación calidad-precio del servicio contratado. Luego toda oferta de alojamiento puede considerarse oferta turística si su uso tiene esa orientación.

Luego la oferta de alojamiento alegal, tanto la originada por pequeños inversores (casa o apartamento de alquiler) o de promotores y constructores inmobiliarios (como una alternativa a la venta de la vivienda o mientras se realiza esa venta) tienen su relación con el sector turístico a través de un servicio turístico (el alquiler de la vivienda para dicho uso), bien de forma directa o a través de agencias inmobiliarias o TT.00.. Por tanto, es el turista, en última instancia, el que decide "realmente" sobre la idoneidad de la oferta de alojamiento a contratar.

Es en este sentido donde toma especial importancia, respecto a la oferta, las leyes de competencia del mercado turístico (competencia entre diferentes tipos de ofertas de

alojamiento). Ello exige de las Administraciones Públicas unas normas claras de cumplimiento universal y unos mínimos requisitos de calidad para los distintos servicios de alojamientos ofertados. Por otra parte, se deberán desarrollar unos instrumentos de defensa del turista consumidor como cliente de la marca "Andalucía", en su estancia en nuestra Comunidad Autónoma como termómetro fiel de la calidad y profesionalidad de dicha marca.

Solo así, podrán clarificarse y hacerse más transparentes los aspectos estrictamente turísticos de la actividad inmobiliaria.

2.3.4.B.- Aspectos urbanísticos de las áreas turísticas:

La actual fragilidad y persistencia del desarrollo turístico, con los tradicionales criterios de planificación urbana, en municipios esencialmente turísticos, están abocando a un irremediable deterioro de sus estándares medioambientales, incluyendo sus servicios urbanos[19]. Situación crítica, que se agudiza cuando la oferta de alojamiento ya no es tan barata y el tour-operador ha introducido la variable ecológica, como un sumando más a la hora de definir el precio total del paquete turístico. El mercado marca la norma.

En los núcleos turísticos los visitantes e incluso los residentes tienen como principal motivación, la participación en actividades turísticas, y no la vivienda. Por lo tanto, la llamada oferta complementaria, se hace especialmente dominante, siendo el alojamiento su apoyo y no al revés, según el concepto tradicional.

Un corolario de este argumento, lleva a negar la identidad, desarrollo turístico=desarrollo urbano. El espacio turístico se usa y se configura de modo distinto al de las ciudades, aunque la legislación urbanística, los considera como a los barrios residenciales urbanos, a través de la figura del plan parcial.

La falta de una apuesta clara por una economía de servicios, lleva todavía a concepciones que infravaloran la importancia del turismo como espacio productor de servicios, por eso se siguen sugiriendo, líneas de desarrollo excesivamente apoyadas, en tradicionales concepciones constructivistas.

Las nuevas urbanizaciones (no turísticas), tienden en zonas turísticas, a la redefinición de sus proyectos hacia objetivos turísticos, con la intención de aprovecharse de las ventajas de las normativas urbanísticas que permiten aumento de volúmenes constructivos para estos proyectos, pero en definitiva no se asegura la realización de esta actividad, como empresa turística, y por tanto como establecimiento acogido a la reglamentación de empresas turísticas.

[19] Un reciente estudio encargado por el APIA ("Evolución económica de los Costes de la degradación ambiental ocasionados por el turismo del litoral y de los beneficios derivados de su reducción". Octubre 1991) muestra la gravedad de tal afirmación.

Definida esta situación, difícil de obviar por el sector turístico, pero cuya evolución y control se encuentra al margen del sector, creemos necesario apuntar ciertos aspectos importantes de su problemática como:

- Falta de una delimitación, características y competencias del municipio turístico con el fin de adaptar la legislación urbanística a las necesidades de la problemática turística.

- Los planes turísticos "urbanísticos" no tienen un carácter instrumental, por lo que no permite una mayor flexibilidad en sus contenidos, selectividad en sus proyectos y operatividad en la gestión. Serían por tanto, escenarios de posibilidades de creación de nuevos productos turísticos. Siendo, en el fondo, más planes de fomento turístico que de control urbanístico.

- Es limitada la participación de la Administración turística, en la definición y seguimiento de la ejecución de los nuevos productos turísticos, debiendo tener más competencias que las actuales.

- No se distingue entre alojamiento temporal y residencia permanente, que nunca se han de mezclar en el espacio, sino ordenarse y regularse de modos diferentes entre sí.

- No se considera —con todos los efectos urbanísticos legales que ello implica— que toda modalidad de alojamiento temporal es un servicio, no un uso residencial.

- No se distingue, dentro del alojamiento temporal, dos categorías: la propiamente "turística" y la de "segunda residencia", para adecuarse a los dos grandes segmentos del mercado turístico, el de la demanda organizada y el de comportamiento individual o de "Casas de Vacaciones".

- No se contempla el concepto de "productos turísticos", constituidos por la suma de equipamiento turístico y de alojamiento.

- No se define de forma objetiva y clara lo que se entiende por establecimiento turístico susceptible de recibir los apoyos y ayudas de la Administración, así como su incorporación a una reglamentación específica de fiscalización de su actividad.

- No se plantean posibles alternativas de integración de la oferta de alojamiento extrahotelera y del turismo residencial dentro de las propuestas y la gestión de los planes de la actividad turística.

- No se dinamiza el mercado inmobiliario-turístico mejorando los instrumentos de información y gestión de alquileres.

- No se mejora del entorno urbano y hábitat de las áreas urbanas, haciéndolas más adaptables y accesibles al turista.

CONCLUSIONES:

El fracaso de la experiencia turística en EL MUNICIPIO contrastada en las últimas décadas, abren muchas interrogantes sobre la capacidad endógena para generar proyectos empresariales acordes con los realizados en su entorno litoral.

El rápido crecimiento poblacional y la concentración de la OFERTA DE ALOJAMIENTO DE SEGUNDA RESIDENCIA, como consecuencia del impacto del desarrollo turístico que se fomenta en su litoral (y en concreto, la consolidación de LAS LAGUNAS como espacio PERI-URBANO del municipio DE FUENFIROLA), son los primeros efectos que condicionan e hipotecan un desarrollo armónico y equilibrado DEL MUNICIPIO.

El MUNICIPIO experimenta en los años ochenta un fuerte incremento en el desarrollo inmobiliario, como consecuencia del aumento de la demanda turística de viviendas y la que genera el crecimiento poblacional que se detecta a lo largo de la década, lo que muestra la dinamicidad y especialización del sector privado orientando su actividad al sector de la construcción e inmobiliario.

Sin embargo, la presión urbanística que se desarrolló en estos años en EL MUNICIPIO y la falta de orientación futura, deterioro cada vez más los pocos recursos turísticos, y en especial DE SU PAISAJE. Las normas urbanísticas de la época no logran frenar la fuerte demanda inmobiliaria, dejando en definitiva en manos de promotores ya fueran privados o públicos, la configuración del MUNICIPIO, sin que hubiera un agente público con autoridad política suficiente como para ordenar y orientar estas presiones del mercado inmobiliario.

Por ello, el retraso, en parte justificado, de la puesta en marcha de algunos de estos proyectos, y los problemas que han ido surgiendo en cada una de las actuaciones, han dificultado la recuperación de los recursos del MUNICIPIO y la definición de una imagen turística.

Por otra parte, el sector privado especializado en las actividades de la construcción, comercio y distribución, y desarrollado a la sombra del crecimiento turístico e inmobiliario, tiene en la actualidad frenada sus expectativas, dado que se ha roto la relación lineal entre incremento de demanda turística y demanda de viviendas. La caída de la demanda ha frenado no solo la actividad constructiva sino que también ha generado un exceso de viviendas de difícil destino residencial y que compite hoy con la oferta turística a través de nuevas modalidades de alojamiento, trasladando así su crisis sectorial al sector turístico de alojamiento.

Esta situación, de exceso de oferta de alojamiento en el entorno más próximo, limita parte de las expectativas de crecimiento del sector turístico de alojamiento para EL MUNICIPIO (vía oferta y precios a la baja). Sin embargo, esta limitación hay que calibrarla en su justa medida, dado que si bien, en líneas generales, la competencia de la oferta excedente de alojamiento y precios son variables a tener en cuenta, el orientar y desarrollar un modelo turístico distinto para EL MUNICIPIO, al generado hasta hoy en el litoral es condición

necesaria y suficiente para superar estas limitaciones y rentabilizar los proyectos turísticos que se realicen en EL.

En este sentido, adquiere una gran importancia el desarrollo de la oferta complementaria, como verdadero sujeto motor del desarrollo turístico y soporte diferenciador del sector, respecto a su competencia con el entorno litoral.

Por este motivo, la elección del modelo turístico y en definitiva de los productos turísticos a diseñar para EL MUNICIPIO, cobran especial relevancia, dado que los mismos deberán posicionarse no solo respecto a sus posibilidades endógenas y mercado turístico, sino que también deberán contar con las estrategias de los municipios colindantes.

En resumen, la apuesta por un modelo propio y adecuado para EL MUNICIPIO, como el que se propone, implicará una amplia participación de empresarios privados, orientados a las actividades de servicios, restauración, animación, alojamiento, alimentación, etc. que poco a poco se irán integrando en este proceso de desarrollo turístico, conforme se vaya recuperando y preparando EL MUNICIPIO para recibir a esta nueva demanda turística.