



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

Gentrificación y Turistificación

Estefanía Espinar Cortés

Grau de Turisme

Any acadèmic 2017-18

DNI de l'alumne: 43205513J

Treball tutelat per José David Egea Juan
Departament de Economia Aplicada

S'autoritza la Universitat a incloure aquest treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línia, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació.

| Autor | | Tutor | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Sí | No | Sí | No |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Paraules clau del treball: gentrificació, turistificación, Madrid.

Índice

| | |
|---|----|
| 1. Resumen / Abstract | 4 |
| 2. Introducción, metodología y objeto del Trabajo | 5 |
| 3. Gentrificación | 6 |
| a. Causas de la gentrificación | 6 |
| b. Consecuencias de la gentrificación | 8 |
| c. Conclusiones | 11 |
| 4. Turistificación | 12 |
| a. Causas de la turistificación | 13 |
| b. Caso de estudio, Madrid. | 14 |
| c. Consecuencias de la turistificación | 18 |
| d. Conclusiones | 19 |
| 5. Conclusión del Trabajo | 19 |
| 6. Bibliografía | 21 |

Índice de Tablas y gráficos

| | |
|---|----|
| 1. Tabla 1. Impactos de la Gentrificación. | 9 |
| 2. Tabla 2. Llegadas de turistas internacionales en el mundo 1990-2016. | 12 |
| 3. Tabla 3. Gasto por turista España 2016. | 13 |
| 4. Tabla 4. Alojamientos turísticos Madrid 2015. | 15 |
| 5. Gráfico 1. Evolución reservas centro de Madrid | 17 |
| 6. Gráfico 2. Evolución ingresos propietarios Madrid | 18 |

Resumen

La gentrificación y la turistificación son dos fenómenos de mucha actualidad en los últimos años y este trabajo recoge el concepto de cada uno de ellos y los une de manera que, desde un punto de vista objetivo y cuantitativo, puedan analizarse con más profundidad y esclarecer sobre uno de los debates que la economía digital y la globalización han traído.

La gentrificación ha sido un término que se ha utilizado desde segunda mitad del siglo XX, debido a la creciente clase media y la globalización. La mayoría de ciudades del mundo han sufrido este proceso y se generó un debate ético y moral alrededor del concepto. Este fenómeno ha sido transformador para la economía, demografía y urbanización de las ciudades.

Bien entrado el siglo XXI, la economía digital y el aumento de la demanda y oferta turística han incrementado la industria turística como nunca antes, y ahora las ciudades viven un fenómeno de efectos similares a la gentrificación, que se ha denominado como turistificación.

Este Trabajo de Fin de Grado recoge y analiza estos conceptos y pone foco sobre la ciudad de Madrid para el estudio de la turistificación como nuevo fenómeno del siglo XXI.

Abstract

Gentrification and touristification are very much talked about concepts nowadays and this paper aims to to give a quantitative and factual analyses for both of them. Globalization and digitalization have brought these two phenomenons together and it is one of the broadest debates around.

Gentrification has been used since the second half of the 20th century pushed back the increasing middle class populations and globalization. Gentrification has caused major change within cities around the globe and it created a debate around it from a moral and ideological point of view. In any case, gentrification has changed the economics, demographics and urban planning of the cities.

Once in the 21st century, digitalization and the increasing force of the tourism industry, now cities live a new phenomenon, touristification. It has very related impact to gentrification but different causes.

This Final Thesis gathers and analyzes both of these concepts and focuses in the city of Madrid as an example of touristification to represent this new phenomenon of the 21st century.

1. Introducción, metodología y objeto del Trabajo

La gentrificación es un concepto que se empezó a acuñar en la segunda parte del siglo XX y ha sido objeto de debate en la conformación de las grandes ciudades del mundo. El avance de la clase media, y la globalización ha permitido una mayor movilidad de las personas alrededor de las ciudades de manera que, dentro de una misma ciudad podemos encontrar una distribución de rentas muy alta, que se van concentrando alrededor de la urbe.

Además de esto, el siglo XXI ha traído una mayor facilidad para viajar, y una mayor flexibilidad a la hora de reservar un alojamiento turístico, tal que así, que algunos barrios de las ciudades se ven llenas de turistas y los residentes pueden verse desplazados.

Este trabajo conceptualiza ambos fenómenos, y analiza de manera objetiva y cuantitativa el efecto en las ciudades. Se han recogido algunos estudios de los efectos del efecto de la gentrificación en varias ciudades del mundo y cómo está es positiva o negativa sobre los residentes.

Para el caso de la turistificación, se ha analizado el caso concreto de Madrid y el efecto de airbnb sobre el centro de la ciudad. La demanda y la oferta turística sugiere que Madrid es una ciudad de un alto interés turístico y proclive a sufrir de turistificación.

Es interesante resaltar que la turistificación se asemeja a la gentrificación pero con causas totalmente distintas.

El objetivo del Trabajo era poner sobre el papel el efecto de estos fenómenos, tan mal entendidos por la sociedad y que generan tanto debate en la actualidad. No es objetivo resaltar una opinión personal sobre cada uno de los dos conceptos porque se ha querido mantener un tono totalmente objetivo y que sea el lector el lo analice.

Aunque a decir verdad, el debate está sobredimensionado y la investigación no es capaz de esclarecer con rotundidad si la gentrificación y la turistificación son positivas o negativas para una ciudad o barrio.

2. Gentrificación

Fue la socióloga Ruth Glass quien acuñó el término “gentrificación” en los años 60. El concepto de gentrificación empieza a coger fuerza durante los años 70 y 80 asociado a la reforma capitalista y es, a final del siglo XX cuando se convierte en un término mundialmente conocido y utilizado. Esta palabra nace inspirándose en una práctica propia de la alta burguesía inglesa (gentry) quienes además de su residencia en el campo solían tener también una vivienda en el centro de la ciudad. R.Glass utiliza esta palabra al observar que en Londres se estaba dando un proceso similar.

La sociedad anglosajona sufrió durante mediados del siglo XX una serie de cambios sociales y culturales que despertaron el deseo y el interés de una parte de la población por alejarse del día a día de las áreas suburbanas y buscar nuevas experiencias en el centro de la ciudad. Para esta clase social medio-alta vivir en el centro de la ciudad suponía un símbolo de distinción. Los barrios del centro de la ciudad empezaron a sufrir una revalorización como consecuencia del perfil de los nuevos residentes. Las primeras descripciones del concepto de gentrificación se basaban básicamente en destacar la revalorización que sufrían estos barrios.

La gentrificación tal y como la entendemos hoy en día es el proceso de reocupación de un área urbana por una determinada clase socioeconómica en detrimento de otra. Esta área ha sufrido, generalmente, un proceso de abandono y se encuentra degradada. La nueva clase social tiene un nivel adquisitivo mayor y unas necesidades que provocan una serie de consecuencias y cambios (reconversión urbana, mejoras materiales, mejoras en la oferta recreativa, equipamientos, cambios culturales y sociales, etc) que se traducen en una revalorización del suelo y en un mayor coste de vida .

La imposibilidad de las clases originarias (normalmente clases humildes de nivel adquisitivo medio o bajo) de poder soportar este aumento en el coste de vida y este cambio social y cultural hace que se vean obligadas a abandonar la urbe y a realojarse en áreas periféricas.

El concepto actual de gentrificación además de tener en cuenta el factor económico y la revalorización del suelo urbano (primeras descripciones del concepto) hace también referencia a otros factores que también se ven influidos como el factor social y el cultural y la reconfiguración de las ciudades y del paisaje urbano (“gentrificación vista como expresión espacial de un cambio social profundo” J. Van Weesep (1994)

a) Causas de la gentrificación

La situación política de los últimos años ha sido favorable para el proceso gentrificador. Consecuencia de ello, los agentes activadores de la gentrificación han llevado a cabo una serie de acciones que han tenido como resultado una rápida gentrificación de las urbes.

Situación política

Los países desarrollados se encuentran en una situación política óptima para el proceso gentrificador. Globalización, democracia y capitalismo son conceptos que van de la mano y que han facilitado a los agentes activadores de la gentrificación que el proceso sea posible de manera rápida y común en todos los países, especialmente en las grandes ciudades.

Los agentes activadores

Para que un espacio pase de ser gentrificable (espacio con posibilidad de ser gentificado) a, finalmente, gentificado, deben entrar en juego diferentes agentes. Las causas de la gentrificación no son uniformes ya que varían dependiendo del lugar que estudiemos y de los agentes implicados en el proceso. Cuando estos agentes llevan a cabo acciones en busca de su propio beneficio se convierten, a su vez, en activadores y dinamizadores del proceso gentrificador. En este apartado explicaremos el papel y cómo contribuye cada agente en el proceso de gentrificación de un espacio.

Agentes sociales

Es muy importante estudiar por qué un grupo social se interesa por un determinado espacio y cómo es ese grupo para poder hacernos una idea de qué le ha movido al nuevo espacio. De hecho, importantes científicos sociales como Ley y Daniel Bell se han centrado en el estudio de los individuos para determinar las causas de la gentrificación.

El concepto de gentrificación surgió, como hemos comentado anteriormente, a mediados del siglo pasado y con él, una nueva clase social conocida como “new middle class” . Este grupo social compartía una serie de inquietudes e intereses comunes y un nivel adquisitivo mayor que las clases que vivían en ese momento en el centro de la ciudad. Pretendían romper con la rutina diaria de la vida en las afueras y estaban interesados por lugares con una amplia oferta recreacional, de consumo y cultural. Esta nueva clase social, elegía el centro de la ciudad como símbolo de distinción.

A partir de los primeros movimientos gentrificadores, se observa cómo los grupos sociales se agrupan en determinados barrios según sus gustos y preferencias, encontrando así, barrios totalmente gentificados por personas con preferencias homogéneas. En el caso de España encontramos, por ejemplo, el barrio de Chueca donde la mayoría de los habitantes pertenecen al colectivo lgtb, o el barrio de Malasaña conocido por ser un barrio hipster.

Sector privado

El sector privado tiene un papel importantísimo como agente activador del proceso de gentrificación. Entre más céntrico y degradado se encuentra un espacio, más posibilidades tiene de atraer la atención de este grupo. Puede parecer que la

gentrificación es un proceso que nace de manera natural pero lo cierto es que es consecuencia de un proceso largo de estudio y especulación por parte, principalmente, de los agentes inmobiliarios, sean particulares o grupos inmobiliarios. Estos últimos tienen un peso mayor y agilizan el proceso por su gran capacidad económica. Los grupos inmobiliarios compran bienes inmuebles e incluso edificios enteros a bajo coste con la intención de revitalizarlos y venderlos o alquilarlos a un precio mayor cuando el suelo del espacio en cuestión se haya revalorizado.

Las empresas privadas de sectores de lo más diversos también fijan su atención en estos nuevos espacios asentándose en ellos y ampliando así la oferta cultural y recreacional con la apertura de bares, restaurantes, museos, galerías, centros comerciales, etc. Acción que como consecuencia activa el espacio y aumenta el interés y el deseo de potenciales habitantes.

Sector público

El sector público es un claro agente dinamizador del proceso de gentrificación. Cuando un espacio se encuentra deteriorado y, prácticamente abandonado, el sector público lleva a cabo un proceso de planeación urbanística con el fin de revalorizar la zona y activar de nuevo la economía del espacio. Entre sus estrategias de planeación urbana se encuentran, por ejemplo, la renovación e instalación de infraestructuras, mejora del transporte y mejora de la oferta recreacional y cultural pero, además, se encarga de buscar canales de inversión privados para mejorar y renovar el suelo residencial y la oferta recreacional.

b) Consecuencias de la gentrificación

Consecuencias negativas

La principal consecuencia negativa y la que más preocupación genera es el conflicto social que provoca la gentrificación. La gentrificación genera un desplazamiento forzoso de una parte de los residentes del espacio gentrificado. Estos residentes (habitantes más humildes del espacio con menores ingresos como pueden ser jóvenes emancipados, personas mayores, discapacitados...) se ven en la obligación de abandonar el espacio por no poder soportar los altos costes que la rehabilitación del barrio ha provocado.

Esta consecuencia negativa es provocada, a su vez, por varias consecuencias: la burbuja inmobiliaria que se crea alrededor de la gentrificación provoca un aumento del precio del suelo, un aumento del precio del alquiler de viviendas y también de comercios que, como consecuencia, provoca el cierre de muchísimos comercios humildes que no pueden soportar el nuevo precio del alquiler. Se habla también de un problema de "mobbing" o acoso inmobiliario por parte de las inmobiliarias a los propietarios o inquilinos e, incluso, de los mismos propietarios a sus inquilinos para que abandonen la vivienda y poder así subir el precio y conseguir un beneficio mucho mayor.

Otras consecuencias que provocan conflicto social son, por ejemplo, que el tejido comercial se dirige a un determinado colectivo o grupo social homogéneo, desplazando o provocando irremediablemente un desinterés por el nuevo estilo del espacio a los residentes que ya vivían en él.

También es importante destacar como consecuencia negativa el aumento del resentimiento y el conflicto en el espacio. La preocupación y el rechazo por parte de los ya residentes hacia los nuevos habitantes ha generado malestar en barrios, movilizaciones en contra de la gentrificación, rechazo e incluso pintadas y actos violentos en contra de la gentrificación y los nuevos residentes (vistos en muchas ocasiones como culpables).

Por lo tanto, la principal hipótesis negativa es la siguiente: “Los residentes existentes (propietarios e inquilinos) en el escenario pre-gentrificador, tienden a mudarse o a ser desplazados cuando residen en el barrio en el periodo gentrificador, manteniendo el resto de variables iguales.” Sin embargo, es importante analizar si esta hipótesis es cierta como se piensa. Para ello Freeman (2005) realizó un análisis sobre datos en barrios de Estados Unidos en el que mide cómo impacta la gentrificación (cuando lo hace negativamente) a la población en el percentil 40 de renta más baja en un barrio. Freeman concluye en su análisis que sí que es verdad que existe un desplazamiento en los residentes locales en un barrio gentrificado pero el impacto es muy pequeño y hay que tener en cuenta que también se ha contado en “desplazado” razones como: unirse a las fuerzas armadas o desplazamiento por razones de salud, así que ese 1,4% en el percentil 40 está sobreestimado. La probabilidad de mudarse, aunque más alta, salió estadísticamente no significativa.

| | <i>Probabilidad de mudarse</i> | | <i>Probabilidad de ser desplazado</i> | |
|---------------------------|--------------------------------|--------------|---------------------------------------|--------------|
| | Mediana | Percentil 40 | Mediana | Percentil 40 |
| Barrio con gentrificación | 14% | 10% | 1,3% | 1,4% |
| Barrio sin gentrificación | 14% | 13% | 0,9% | 0,9% |

Tabla 1. Impactos de la Gentrificación.
Fuente: Freeman (2005)

También analizó cómo afectaba a la movilidad y el desplazamiento un aumento en la renta del alquiler cuando existe gentrificación, y concluyó que un aumento del alquiler subyacente de la gentrificación tenía un impacto de un 1,7% en el desplazamiento, por tanto de nuevo un impacto muy pequeño.

Como conclusión del análisis de Freeman se puede determinar que, aunque efectivamente existe un desplazamiento forzoso de un porcentaje de la población, el impacto no es tan grande como podría pensarse en un principio. Sigue, por tanto, siendo una consecuencia negativa pero es importante conocer que el porcentaje es menor del que generalmente se piensa.

Consecuencias positivas

Al presentar los datos de las consecuencias de la gentrificación es importante remarcar dos puntos importantes: en el mundo académico hay mucha especificidad en el estudio de esta causa, y se encuentran artículos basados en una ciudad en concreto como el de Hamnett en 2003 en 1983 sobre Londres, pero esta mayor especificidad es debido a que la gentrificación se asocia con una temática de justicia social, Atkinson (2002).

Se encuentran sobretodo estudios periodísticos sin el bagaje técnico de la academia, ya que debido a la turistificación, también ha habido foco mediático en la gentrificación. La investigación social no ha hecho mucho hincapié en la gentrificación como problemática social porque han centrado sus estudios en temas que ellos consideran más importantes, como una buena planificación urbanística, o el incremento de precio en los inmuebles en determinadas zonas.

Ahora bien, la realidad es que la gentrificación tiene más aspectos positivos que negativos y este análisis pondrá de relieve los mismos.

Para empezar, la rehabilitación de los inmuebles es la consecuencia positiva más visible, por ejemplo, cuando los Juegos Olímpicos se van a disputar en una ciudad, ocurre un caso de gentrificación específico y se generan espacios, parques, estadios, y sistemas de transporte para este tipo de eventos.

Por ejemplo, Tokyo ha gastado más de 150 millones de euros en presentar la ciudad al Comité Olímpico hasta conseguir ser la ciudad elegida, y ahora tiene una década por delante para prepararse. El Comité Olímpico tiene unos requisitos para poder hospedar el evento: mínimo de 40.000 habitaciones de hotel (Río necesitó construir 15.000 habitaciones, es decir, rehabilitación de espacios), carreteras, trenes, y reconstrucción de aeropuertos. Obviamente, hay casos en los que algunas infraestructuras se infrautilizan después de los Juegos, pero toda el resto de inmuebles son para uso de los ciudadanos de ese barrio o ciudad.

Otra consecuencia positiva de la gentrificación es una mayor recaudación de impuestos y un aumento del valor de las propiedades en las zonas que han sufrido el fenómeno, Hamnett (2003) sitúa este incremento en un 136% para Londres.

En la parte de recaudación de impuesto, todavía no está tan claro (sólo 5 estudios académicos lo demuestran) porque las personas que se mudan a estos espacios suelen ser habitantes de la misma ciudad, y no extranjeros, Gale (1984). Por contrapartida, eso puede estar cambiando con la turistificación ya que algunos turistas se quedan como residentes en la isla, y cada nuevo habitante/residente suma a la recaudación fiscal de la ciudad.

Otra de las causas positivas es la desconcentración de la pobreza, aunque no hay una evidencia empírica muy rotunda sobre el tema. Esta temática ha sido muy explorada por la academia ya que un mejor balance de la renta per cápita en una ciudad, permite la igualdad de oportunidades y una ciudad más diversa.

Junto a la desconcentración de la pobreza se encuentra la problemática del crimen. Estudios demuestran que la concentración de la pobreza en una zona contribuye a una mayor tasa de criminalidad, Wilson (1987). Entonces la presencia de residentes con una renta per cápita superior a la media, disminuye la criminalidad por tres factores: los barrios con residentes que son propietarios tenderán a tener una vida más estable; mayor cohesión social para mantener el barrio en orden, y el empoderamiento de la ley mediante residentes que la cumplen como norma general, Sampson (1997).

Según los datos de Chaskin y Joseph (2012), la criminalidad en los barrios gentrificados que tenían altos índices de criminalidad, se reduce en un 61% y se generan hasta un 73% de grupos de renta per cápita, desconcentrando así, la pobreza en estos barrios.

Estudios varios han surgido sobre los aspectos positivos de la gentrificación, por ejemplo: en 2005 la Reserva Federal de Filadelfia concluyó que no existe desplazamiento de los residentes existentes y que además, al seguir viviendo en el barrio se ven afectados positivamente como mejores calificaciones crediticias, mejores oportunidades de trabajo, y mayor seguridad.

La gentrificación es un factor social que tiene aspectos positivos y negativos, pero se ve muy afectado por la opinión pública ya que tiene un factor de justicia social como se ha apuntado anteriormente y la academia no ha hecho estudios concretos de gentrificación como se desearía, pero este análisis concluye que la gentrificación es, en general, positiva para un barrio o una ciudad.

En el siglo XXI, con el aumento del turismo, como muestran los datos más adelante, la gentrificación puede estar dando paso a la turistificación como un fenómeno más rápido y más visible en la calidad de vida de un barrio, es por esto que hay un mayor número de plataformas sociales en contra de la turistificación y que no mencionan la gentrificación como problema.

La segunda parte de este Trabajo de Fin de Grado se centrará en el impacto de la turistificación en una ciudad, como se ha centrado esta parte en la gentrificación, siguiendo la misma estructura.

c) Conclusiones:

Como conclusión de esta primera parte podemos extraer que la gentrificación es un proceso de rehabilitación de un espacio degradado provocada por una situación política óptima y por unos agentes gentrificadores que participan el proceso en busca de un beneficio propio (causas). La actuación de estos agentes y el sistema político y económico en el que se encuentran los países desarrollados hacen posible el efecto gentificador en espacios con tendencia a ser gentificado (cuanto más céntrico y más degradado se encuentra un espacio, más posibilidades tiene de ser gentificado). Cuando se dan estos factores hablamos por tanto de espacio gentificado y como cualquier otro fenómeno tiene unas consecuencias negativas y unas positivas.

La gentrificación ha sido vista desde sus inicios como un fenómeno negativo que excluye a las clases más desfavorecidas. La consecuencia social negativa existe, pero como hemos visto en menor proporción de lo que se ha podido pensar, sin embargo, la importancia y el ruido que ha tenido ha restado importancia a otras muchas consecuencias positivas que benefician enormemente a la sociedad: la gentrificación genera riqueza. Desde el punto de vista financiero, la gentrificación beneficia al espacio. Es un proceso de rehabilitación de inmuebles, rehabilitación de zonas públicas y privadas, rehabilitación de infraestructuras, mejora del transporte, mejora de la oferta recreativa y cultural, apertura de nuevos establecimientos, incentiva el consumo, crea puestos de trabajo, aumento en la recaudación de impuestos. La gentrificación mejora las oportunidades a largo plazo de las personas que deciden quedarse en el barrio. Las oportunidades económicas se ven mejoradas y con ello las oportunidades de optar a un mejor puesto de trabajo con un salario más alto. Además, la clase social que vivía desde el principio en el espacio no se encuentran aislados y tienen un mejor acceso a educación y oferta recreativa y cultural. Otro aspecto positivo de la gentrificación es la reducción de la criminalidad. Cuando la pobreza en el espacio se reduce y la seguridad en el barrio aumenta, la criminalidad del barrio también se ve disminuida.

4. Turistificación

Según un informe del del World Travel & Tourism Council, el turismo representa el 10,4% del PIB sumando los efectos directos, indirectos e inducidos. La siguiente tabla extraída de la OMT nos muestra un aumento de las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial. Observamos una tendencia creciente tanto en las economías avanzadas como en las emergentes. Así, las llegadas de turistas internacionales a nivel mundial en el año 1990 se situaba en 435 millones versus 1235 millones de llegadas en julio de 2017. Vemos que casi se ha triplicado el número de llegadas, esto ha provocado un aumento de las necesidades de oferta turística y alojamiento.

| | International tourist arrivals (million) | | | | | | | Market share (%) | Change (%) | | | Average a year (%) |
|---------------------------------|---|------------|------------|------------|------------|--------------|--------------|---------------------|---------------|------------|------------|-----------------------|
| | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2016* | | 14/13 | 15/14 | 16*/15 | |
| World | 435 | 526 | 674 | 809 | 953 | 1,189 | 1,235 | 100 | 4.0 | 4.5 | 3.9 | 3.9 |
| Advanced economies ¹ | 299 | 337 | 424 | 470 | 516 | 654 | 685 | 55.5 | 5.7 | 5.0 | 4.8 | 3.5 |
| Emerging economies ¹ | 136 | 189 | 250 | 339 | 437 | 536 | 550 | 44.5 | 2.1 | 4.0 | 2.7 | 4.5 |

Tabla 2: Llegadas de turistas internacionales en el mundo 1990-2016.
Fuente: World Tourism Organization (UNWTO), July 2017.

El turismo es uno de los sectores económicos que más rápido crece. La continua expansión del este en los últimos años y, sobretudo, el aumento del turismo de masas, ha provocado la evolución del concepto de gentrificación. Este nuevo concepto crece de manera mucho más rápida y voraz. Hablamos de “gentrificación 2.0” o “turistificación”.

La continua necesidad del sector turístico por ampliar la oferta, debido al aumento continuo de la demanda, ha despertado el interés de grupos especuladores que han

aprovechado la burbuja inmobiliaria, que ya existía como consecuencia del proceso gentrificador, para hacerla evolucionar junto con el concepto y poder así, sacar una rentabilidad económica enfocándose en el turista pero obviando las necesidades de los residentes.

La turistificación es entendida como el concepto que se refiere al impacto que tiene sobre una comunidad local que la oferta, las instalaciones y los servicios del espacio se dirijan a cubrir las necesidades del turista en lugar de las necesidades de la población fija. Es decir, si en la gentrificación hablábamos de desplazar a una clase social en detrimento de otra; en la turistificación hablamos de desplazar a prácticamente todos los residentes de un espacio de gran interés turístico para satisfacer las necesidades de los turistas.

a) Causas de la turistificación

Como en la gentrificación, las causas que han favorecido la turistificación se repiten. La situación política y los agentes activadores favorecen este fenómeno. En este apartado vamos a analizar qué papel han tenido cada uno de ellos y cómo han favorecido a la gentrificación 2.0.

El neoliberalismo implantado en los países capitalistas ha favorecido el desarrollo del turismo y de políticas económicas permisivas. El neoliberalismo defiende la libre actuación del sector privado y disminuye el control del Estado para conseguir así un progreso económico y contribuir al bienestar de la sociedad.

El neoliberalismo es la situación política óptima para que los agentes activadores entren en juego y hagan posible la turistificación. Los principales agentes activadores que encontramos, al igual que en la gentrificación, son el sector público, el sector privado y el turista (sociedad).

Los agentes activadores

Antes de detallar qué actuaciones ha llevado a cabo cada agente es importante entender cómo los tres agentes (sociedad, sector público y sector privado) han interactuado y se han ayudado entre sí durante el proceso. Los principales agentes activadores, buscando cada uno su propio interés, han creado sinergias dando lugar a algo más grande. El resultado ha sido lo que hoy en día entendemos como turistificación.

El turismo ha sido considerado como una actividad que contribuye al bienestar de la sociedad, aportando beneficios económicos, culturales y sociales. Este hecho ha provocado que el sector público en los países de ideología neoliberal haya ayudado y facilitado el camino al sector privado. Ambos agentes han trabajado de manera conjunta en la promoción de la actividad turística. El desarrollo de la sociedad también ha contribuido al fenómeno ya que hemos visto un aumento en la demanda turística.

Sociedad

En los países desarrollados, la sociedad ha sufrido un desarrollo y mejora continuo significativo desde mitad del siglo pasado y hasta la actualidad. La mejora de las condiciones en el puesto de trabajo (mejor horario, mejor salario, flexibilidad en las vacaciones, mayor regulación del trabajador...), el acceso a la información y a la educación, la mejora y abaratamiento del transporte y de la oferta turística y la libre circulación de pasajeros se han traducido en una sociedad más preparada, con una mejor calidad de vida, con mayor tiempo e interés para dedicar al ocio y a actividades culturales y recreacionales y con mayor accesibilidad a nuevos destinos.

Sector público y sector privado

Como pasa en la gentrificación, la turistificación también se ve impulsada por una colaboración público-privada constante.

Pero desde hace un tiempo, el fenómeno de la burbuja inmobiliaria ha ido evolucionando hacia el turismo como la nueva fuente de riqueza y de desarrollo. La progresiva turistificación de los territorios ha cambiado la configuración y los usos de los espacios públicos. De esta manera, las ciudades se ha transformado en espacios de los que sacar rentabilidad económica y no en espacios para la vida.

Con la llegada del turismo masivo, la orientación del urbanismo vira hacia el modelo “escaparate”. Nos encontramos barrios donde los espacios de encuentro y de actividad física se sustituyen por espacios de consumo, el acceso a la alimentación se hace más complicado ya que las tiendas de alimentación son desplazadas por souvenirs y bares. Lugares donde el ruido sustituye a la tranquilidad y la contaminación visual y acústica llega a todos los rincones.

b) Caso de estudio: Madrid

Se va a presentar a continuación un caso de estudio para una ciudad en concreto, Madrid, para medir el impacto de la turistificación.

La ciudad de Madrid, capital de España, es un lugar idílico para el turismo y representa uno de los principales destinos turísticos de España, que a su vez es uno de los países que más turistas recibe en el mundo.

Se analizará primero la demanda y oferta turística de la ciudad y después se introducirá la “economía colaborativa” y su efecto en la capital de manera se ponga de relieve la masificación en las grandes ciudades. Nótese que el impacto de la economía colaborativa va unido a una mayor demanda turística para que el efecto turistificador recale en una ciudad.

La demanda turística

Según los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE (febrero 2017), los viajeros que llegaron a Madrid en 2016 fue aproximadamente 9,1 millones, es decir,

un incremento del 2,1% respecto al año 2015. La demanda de turistas extranjeros creció más (14,7%) mientras que la demanda de turistas nacionales creció de manera más leve (3,8%).

En cuanto al gasto turístico, el gasto global no es significativamente alto, pero en gasto medio diario por persona, Madrid es la ciudad que sale más beneficiada como vemos en la tabla siguiente:

| 2016 | Baleares | Cataluña | Madrid | España |
|--------------------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|
| Gasto Medio por persona (€) | 136 | 161 | 207 | 129 |
| Variación Anual (%) | 5,1 | 12,8 | 4,6 | 3,6 |
| Gasto Total en Millones de (€) | 13.006 | 17.328 | 7.600 | 77.625 |
| Variación Anual (%) | 10,5 | 3,7 | 15,9 | 9 |

Tabla 3: Gasto por turista España 2016.

Fuente: Elaboración propia.

La estancia promedio de un turista en establecimientos hoteleros en la capital se sitúa en 2,05 noches para datos de enero de 2017. Comentar también que la estacionalidad del turismo de Madrid existe, concentrándose los periodos de máxima demanda en primavera y en otoño, y la estación más débil en invierno.

La oferta de alojamiento

La oferta hotelera de Madrid, en enero de 2017, se situaba en 812 hoteles de diferentes categorías, con un total de 42.822 habitaciones y 82.670 plazas disponibles. El número de establecimientos abiertos en enero ha aumentado con respecto a enero de 2016, además el número de plazas aumentó en 1,6% respecto al año anterior.

En cuanto a la ocupación de establecimientos turísticos, como comentado anteriormente en los meses de temporada alta para Madrid (otoño y primavera), la ocupación se sitúa alrededor del 80%, con un dato máximo en octubre de 2015 de 85,9%, mientras que en los meses de temporada baja, la ocupación de alojamientos turísticos se sitúa entre un 55% y un 65%.

En esta tabla, vemos cómo está distribuida la oferta de alojamientos turísticos en Madrid, según datos del Registro de Establecimientos Turísticos de la Comunidad de Madrid:

| Datos para 2015 | # | % | Habitaciones | % |
|--------------------------------|--------------|----------|---------------------|----------|
| Hotel / Aparthotel | 305 | 26,6 | 38.243 | 70,6 |
| Apartamentos turísticos | 84 | 7,3 | 6.448 | 12 |
| Hostales | 312 | 27,2 | 5.451 | 10 |
| Pensiones / Casas habitaciones | 428 | 37,3 | 3.483 | 6,4 |
| Hostales / Albergues | 18 | 1,5 | 509 | 9,4 |
| TOTAL | 1.147 | | 54.134 | |

Tabla 4: Alojamientos turísticos Madrid 2015.

Fuente: Elaboración propia.

Como vemos, aunque en las pensiones y hostales tengamos el mayor número de infraestructuras, son los hoteles que consiguen tener un mayor número de plazas.

El aumento de la “economía colaborativa” ha proliferado la demanda y oferta de nuevos tipos de alojamientos: habitaciones compartidas, completas o una vivienda en su totalidad para hospedar turistas en las grandes ciudades del mundo.

Una vez introducida la demanda y la oferta turística en Madrid, se va a explicar el fenómeno de Airbnb en el caso de la turistificación. La inclusión de esta y otras plataformas en el día a día del viajero está teniendo un efecto transformador en las ciudades de manera que algunos barrios tienen más apartamentos para alquilar que para vivir.

Primero, se analizará la demanda y oferta de la plataforma en esta ciudad y después el impacto que ha tenido en la ciudad en materia de mercado inmobiliario, demografía de la ciudad e impactos sociales.

Airbnb no ofrece datos abiertos sobre el volumen de alojamientos ni reservas, aunque “Inside Airbnb” (insideairbnb.com) ofrece algunos datos de ciudades europeas. Además el Centre for Regional and Tourism Research de Copenhague realizó un estudio sobre Airbnb en esa ciudad que se revisará para el caso.

La demanda turística de economía colaborativa

El crecimiento de airbnb ha seguido una tendencia exponencial y el número de reservas de la plataforma ha crecido en todas las ciudades del mundo. Para el caso que nos ocupa, en el siguiente gráfico se puede ver la evolución de reservas en el centro de Madrid:

Reservas centro Madrid

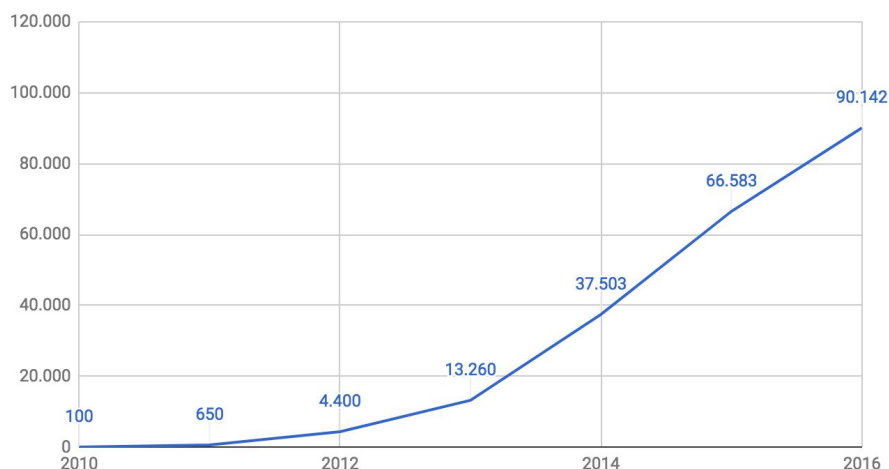


Gráfico 1: Evolución reservas centro de Madrid.

Fuente: insideairbnb.com

Se puede apreciar un crecimiento de la demanda en el centro de Madrid, con un máximo de más de 90.000 reservas en 2016 a través de la plataforma airbnb. Su impacto económico para los propietarios de las casas, que se obtiene de sumar el precio medio de la reserva (27€/noche) por el total de reservas arroja un dato de 18 millones de euros para el 2016.

Ingresos hosts centro Madrid

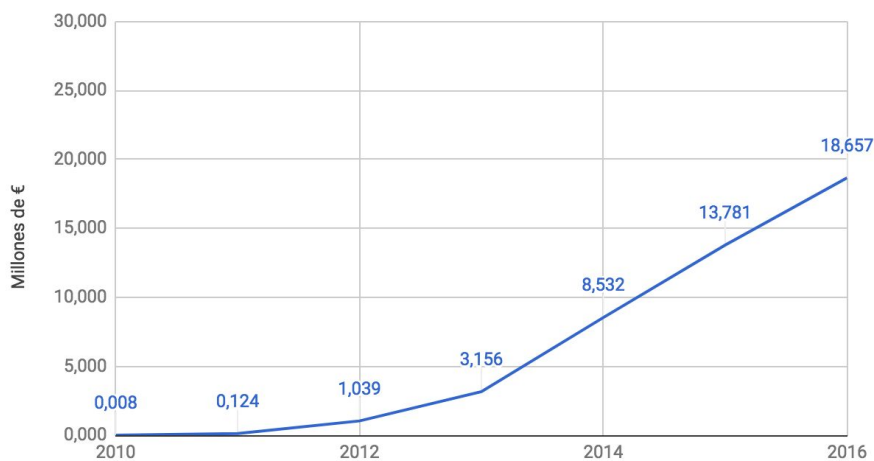


Gráfico 2: Evolución ingresos propietarios centro de Madrid.

Fuente: insideairbnb.com

Esto, en términos de personas alojadas, representa 215.000 personas en el año 2016 y 160.000 en 2015.

La oferta turística de economía colaborativa

Airbnb concentra más de 4 millones de “listings” en su plataforma, 245.000 de ellos se sitúan en España.

Madrid tiene censados alrededor de 66.000 hogares, según los datos del Ayuntamiento de Madrid y según esta fuente el 12% de los hogares se utilizan para alojamientos turísticos. Esta cifra puede ir en aumento debido a la rentabilidad que se genera de alquilar una habitación o toda la vivienda a través de la plataforma, ya que el ingreso medio es de 4.100€ al año, aunque en el caso de las viviendas completas que tienen una ocupación superior al 75%, perciben unos 20.000€ anuales, mientras los de ocupación baja (25%) perciben 2.500€ al año, Exceltur (2015).

c) Consecuencias de la turistificación

Consecuencias negativas

Un estudio de la Universidad de Aalborg (2016) que analiza la situación y evolución de las viviendas de uso turístico y su impacto en diversas ciudades europeas señala que los alojamientos ofrecidos en Airbnb y plataformas similares no han causado necesariamente escasez de vivienda o han dificultado el acceso a la misma, pero su crecimiento puede haber agravado estas condiciones, en particular en los distritos más céntricos de las ciudades analizadas. Esto se debería a que en todas las ciudades es más rentable alquilar una vivienda a corto plazo que hacerlo en el mercado de alquiler regular, lo que, junto a otros factores y tendencias, económicas, turísticas y residenciales, ha desembocado en el descenso del stock de viviendas en el mercado residencial.

Si nos fijamos en la evolución de los precios de alquiler en el centro de Madrid se aprecia un incremento de alrededor de un 15% desde el 2015 según un estudio de Fotocasa, pero también es verdad que hay otros barrios donde no hay tanto interés turístico en lo que el precio de la renta de alquiler también está subiendo en la misma dirección.

El precio del inmueble también ha subido, tal vez empujado por el precio del alquiler de larga duración, así que la turistificación no es exclusivamente la culpable del aumento de los precios pero sí que es un acelerador.

Por otra parte, se pueden encontrar otras consecuencias negativas, como malestar de vecinos, y una reducción de la población residente (números de hogares estancado desde 2010 en el centro de Madrid) y menos trabajadores del centro trabajando en el lugar, es decir, nos encontramos con un Distrito con menos población residente permanente, un número de hogares prácticamente estancado, y una población activa menguante.

Otra consecuencia negativa es la posible pérdida de identidad de la zona que sufre de turistificación, aunque esta consecuencia es sobretodo, cualitativa.

Consecuencias positivas

La consecuencia positiva más reseñable es el impacto en el comercio local debido al consumo realizado por las personas que se hospedan en estas viviendas. Un estudio de ESADE concluye que el 32% de gasto de un turista de este tipo irá a parar a comercios locales (unos 150€), además airbnb también realizó un estudio en 2015 que dictaminó que el gasto de los huéspedes durante el año supondría un ingreso de más de 300 millones de € para la ciudad y más de 5.000 puestos nuevos de trabajo. Por último, el turista que opta por la vivienda de alquiler de corta duración permanece de media 3,8 días más en el destino que los que usan alojamientos reglados, lo que permitiría compensar parte de su menor impacto económico en términos del total de ingresos para el destino, que no de costes.

El impacto sobre el empleo es difícil de medir, lo más claro que salió de un estudio de Exceltur en 2015 fue que existía un aumento de la especialización laboral debido a la turistificación de la zona.

d) Conclusiones

Tras este caso de estudio sobre Madrid, se puede concluir que la turistificación tiene más efectos negativos que positivos y es diferente de la gentrificación porque la gentrificación es inclusiva con la población residente, y al final, mejora la calidad del general de la población de la zona, pero la turistificación acelera el incremento del precio del alquiler, el cambio demográfico y crea tensiones vecinales que en muchos casos, pueden acabar por donde no debieran.

5. Conclusión del Trabajo

Tras haber concluido con el análisis de las causas y las consecuencias de la gentrificación y turistificación, es posible que la gentrificación sea más benévola con los residentes de una ciudad pero en cualquier caso, parece difícil decantarse por cualquiera de las dos opciones ya que ambas traen beneficios y perjuicios.

La turistificación es un efecto muy reciente y no hay todavía muchos estudios sobre el caso ya que la creciente demanda por plataformas de internet para alquiler vacacional ha cogido fuerza sobretodo en los últimos tres años. Han surgido muchas plataformas sociales que están en contra de estas plataformas y muchas ciudades ya empiezan a poner trabas a las mismas. La falta de legislación (hasta ahora) ha hecho expandir estas plataformas a los niveles de hoy en día.

Ciudades como Amsterdam, Barcelona o la isla de Mallorca han aprobado leyes que regulan de manera muy fuerte la utilización de estas plataformas como propietario, ya que como hemos visto, el aumento de los precios del alquiler ha forzado a los gobiernos regionales a actuar más rápido para contrarrestar el efecto que están teniendo las plataformas en las ciudades.

No es objeto de este Trabajo de Fin de Grado posicionarse a favor o en contra de ambos fenómenos pero sí que parece que el gobierno debe regular la actividad de las plataformas, y tal vez deba ofrecer una mejor previsión y una mejor planificación urbanística para actuar sobre la gentrificación.

Ha sido, es, y será un debate muy ideológico y eso produce una opacidad a la lectura de este trabajo, pero ha sido posible poner un punto de vista objetivo para que así puedan entenderse ambos fenómenos.

Bibliografía

Freeman, L. (2005). Displacement or Succession?. *Urban Affairs Review*, 40(4), 463-491.

Crowder, K. (2000). The racial context of White mobility: An individual level assessment of the White flight hypothesis. *Social Science Research* 29(2): 223-257.

Henig, J. R. (1980). Gentrification within cities: A comparative analysis. *Social Science Quarterly*, 61(3): 639-652.

Manuel, M. (2010). Gentrificación y cultura: algunas reflexiones. *Revista Bibliográfica de Geografía y de Ciencias Sociales*. 16(914): 738-792.

Ruiz, D. (31 de enero de 2017). Gentrificación, economía y cultura: Del barrio como producto al barrio como escaparate. Recuperado de: <https://economyycultura.wordpress.com/2017/01/31/gentrificacion-economia-y-cultura-del-barrio-como-producto-al-barrio-como-escaparate/>

Gentrificación (s,f). En Wikipedia. Recuperado el 12 de enero de 2017: <https://en.wikipedia.org/wiki/Gentrification>

Ley, D. (1994). Gentrification and the politics of the new middle class. *Environment & Planning D: Society & Space*. 12 (1): 53-74.

Navarro, V. (22 de septiembre de 2016). Las consecuencias de la gentrificación y de la turistificación de las ciudades en EEUU y España. Recuperado de: <http://blogs.publico.es/dominiopublico/17867/las-consecuencias-de-la-gentrificacion-y-de-la-turistificacion-de-las-ciudades-en-eeuu-y-espana/>

Palma XXI. (2017). Informe Trimestral del Observatorio de la Gentrificación en Palma. Recuperado de https://iniciativesxxi.com/wp-content/uploads/2017/02/Informe-Gentrificacio_ESP_WEB.pdf

Jiménez, D. (12 de febrero de 2016). Gentrificación en grandes ciudades: 9+1 ciudades hipster. Recuperado de: <https://diegoturimarketing.com/2016/02/12/gentrificacion-en-grandes-ciudades-91-barrios-hipster/>

Freeman, L., and Frank Braconi. 2004. Gentrification and displacement: New York City in the 1990s. *Journal of the American Planning Association*. 70(1): 39-52.

Red2Red. (2017). Análisis del impacto de las viviendas de uso turístico en el distrito centro. Recuperado de <http://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCMedios/noticias/2017/05Mayo/>

05viernes/Notasprensa/ficheros/Informe_final_5_mayo%20vivendas%20uso%20tur
%C3%ADstico%20(1).pdf

Aalborg University (2016): The impact of regulatory approaches targeting collaborative economy in the tourism accommodation sector: *Impulse Paper*, 9. Aalborg University.

Airbnb. (2015): *El impacto del alojamiento compartido en Madrid*. Madrid, Airbnb.

Airbnb. (2016): *Airbnb Policy Tool Chest*, Airbnb.

BJH Advisors LLC(2016): Short Changing New York City. The impact of Airbnb on New York City's housing market. Nueva York, *Housing Conservation Coordinators Inc. y MFY Legal Services Inc.*