

THE  
OSTELEA  
SCHOOL OF  
TOURISM &  
HOSPITALITY

# TURISMO Y GENTRIFICACIÓN: VISIÓN GLOBAL Y CASOS DE ESTUDIO

Miembro de:



Partners Académicos:

**EAE** Business  
School



Universitat  
de Lleida

**U** Universidad  
Rey Juan Carlos

### TURISMO Y GENTRIFICACIÓN: VISIÓN GLOBAL Y CASOS DE ESTUDIO

Desarrollado por:

**Dr. José A. Mansilla**

*Doctor en Antropología Social por la Universidad de Barcelona (UB), Máster en Desarrollo Rural y Territorial por la Universidad de Córdoba (UCO) y Licenciado en Antropología Social y Cultural por la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED). Forma Parte del Grup de Recerca sobre Exclusió i Control Social (GRECS) de la UB, del Observatori d'Antropologia del conflicte Urbà (OACU), del Grup de Treball - Etnografia dels Espais Públics del Institut Català d'Antropologia (ICA) y del Grupo de Investigación Interdisciplinar en Turismo de la Ostelea, School of Tourism and Hospitality, donde actualmente imparte clases como profesor.*

*Vinculado durante varios años a diferentes grupos de desarrollo y organizaciones no gubernamentales, ha escrito diversos capítulos en publicaciones, artículos en revistas nacionales e internacionales y coordinado la publicación de distintos libros.*

Coordinado por: *Dra. Maria del Pilar Leal L*

*Grupo de Investigación IDITUR-Ostelea*

### CONTENIDO

#### 01

##### INTRODUCCIÓN

PÁG. 4

#### 02

##### GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA: UNA DEFINICIÓN

PÁG. 6

#### 03

##### GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA: CASOS DE ESTUDIO

PÁG. 9

#### 04

##### GANADORES DE LOS TRAVEL AWARDS EN TURISMO DE NEGOCIOS

PÁG. 13

#### 05

##### EL CASO LATINOAMERICANO: QUITO Y SUS SIETE MARAVILLAS

PÁG. 19

#### 06

##### POSIBLES POLÍTICAS

PÁG. 23

#### 07

##### PUNTOS MÁS RELEVANTES Y CONCLUSIONES

PÁG. 26

#### 08

##### FUENTES DE INFORMACIÓN

PÁG. 29

## CONOCE OSTELEA

*Ostelea es una  
Escuela Universitaria  
Internacional de  
Management en  
Turismo y Hospitality.*

OSTELEA es miembro de:



**OMT**  
Organización Mundial  
del Turismo



**AEPT**  
Asociación Española de  
Profesionales del Turismo



**AEDH**  
Asociación Española  
de Directores de Hotel



**ATLAS**  
Association for  
Tourism and Leisure  
Education and  
Research



**ITH**  
Instituto Tecnológico  
Hotelero

Somos una Escuela Universitaria Internacional de Management en Turismo y Hospitality.

Ostelea sitúa sus campus en las **principales ciudades de España, Barcelona y Madrid**, ubicación idónea para el estudiante de turismo, donde la ciudad actúa como un laboratorio de estudio y aporta una vivencia única y especial al estudiante. Recientemente hemos abierto **campus en Rabat (Marruecos)** por el interés estratégico de desarrollo del turismo que tiene el país. En el campus de Barcelona, Ostelea es centro adscrito a la Universitat de Lleida y en el campus de Madrid, cuenta como partner académico con la Universidad Rey Juan Carlos, aportando así titulación oficial en algunos de sus programas. En la formación integral en management turístico contamos con la alianza exclusiva de la escuela con **EAE Business School**, escogida como una de las mejores business school a nivel mundial. Tres partners académicos de lujo que brindan la triple titulación al alumno en toda nuestra oferta formativa. En Ostelea formamos en la excelencia con gran rigor académico a los futuros líderes, managers y profesionales del sector turístico desde una visión multicultural abierta al mundo internacional. **El 75% de nuestros alumnos son internacionales**, y más del 50% de nuestro claustro cuenta con experiencia profesional internacional, el cual combina su actividad docente con posiciones de responsabilidad en las principales compañías del sector turístico a nivel mundial. Todo ello aporta al estudiante una visión crítica, global e internacional del turismo. Residenciales en universidades como Babson College, Boston (USA), ESG UQAM (Québec, Canadá) y KEAN UNIVERSITY (NUEVA JERSEY, EUA) complementan la formación integral e internacional de aquel alumno que lo desee.

En Ostelea mantenemos una estrecha relación con el ecosistema empresarial. Consideramos que es la base de nuestros programas y actividad académicos. La sólida relación que mantenemos con el mundo empresarial nacional e internacional nos permite obtener información y conocimiento de las necesidades que requiere el sector y de las novedades del mismo, lo que luego se aplica en el aula. Esta buena relación ayuda a que el alumno tenga un mayor acceso al mercado laboral, ya sea realizando

prácticas o en la búsqueda de empleo o mejore su posición dentro de la empresa.

**Más de 2.000 empresas del sector de Turismo y Hospitality** colaboran con Ostelea. Hilton, American Express, Barceló Viajes, Lonely Planet y Turijobs son ejemplo de algunas de las compañías que forman parte de nuestra red.

Comprometidos con la innovación, la vinculación empresarial y entendiendo el tándem Alumno-Empresa como indisolubles y en el centro de nuestra atención, tenemos como misión contribuir al desarrollo económico, social y profesional de forma sostenible en la industria turística. Impulsamos el vínculo entre las empresas del sector entre sí y con Ostelea, para nutrir al mercado de nuevas soluciones. Muestra de ello son las diferentes Masterclass, Ciclos directivos, Encuentros de Profesionales del Turismo, Turismo a debate y el Ostelea Tourism Day, todos ellos eventos donde la implicación, dinamismo y expertise tienen encuentro entre la formación y profesionalización. Formamos parte de las principales asociaciones del sector: La **OMT (Organización Mundial de Turismo)**, Red Pacto Mundial, ITH (Instituto Tecnológico Hotelero), de la AEPT (Asociación Española de Profesionales de Turismo), la AEDH (Asociación Española de Directores de Hotel), y ATLAS (Association for Tourism and Leisure Education and Research).

Año tras año programas de **Ostelea han sido reconocidos por Rankings Nacionales e Internacionales**. En el último año, el Máster en Gestión Internacional del Turismo (BCN) y el Máster de Organización de Eventos, Protocolo y Turismo de Negocios- MICE (BCN), han sido escogidos como los mejores en sus categorías a nivel internacional por el Ranking Eduniversal, y a nivel nacional por el Ranking El Mundo. Estos reconocimientos son los que nos animan a seguir trabajando en la misma línea, mejorando nuestros programas, creciendo en campus, en número de alumnos, e incorporando mayor actividad en la relación empresa-escuela.

*Para contactar  
con el Departamento  
de Comunicación*

**Eva Buendía**

[ebuendia@ostelea.com](mailto:ebuendia@ostelea.com)

[comunicacion@ostelea.com](mailto:comunicacion@ostelea.com)

Tel. 93 281 23 80

# 01

## INTRODUCCIÓN

## 01 INTRODUCCIÓN

Este 2018, el concepto gentrificación ha cumplido 54 años. Su creadora, la británica Ruth Glass (1964), acuñó el término para referirse al proceso de sustitución social que venía observando en Notting Hill e Islington, tradicionales barrios obreros de Londres. Nuevos grupos sociales, clases medias y medias altas a los que ella denominó gentry, comenzaron a comprar y ocupar las viviendas de esta parte del centro de la ciudad, de modo que, con ello, desplazaron y sustituyeron a aquellos otros grupos que no contaban con el poder adquisitivo necesario para adaptarse a la nueva realidad urbana. Por su parte, el geógrafo Tom Slater (2010) señala cómo Ruth Glass no sólo conceptualizó un proceso social hasta entonces desconocido, o poco tratado, sino que, además, supo anticipar los efectos que las medidas de desregulación y la reestructuración del sistema económico mundial iba a tener sobre las ciudades, sobre todo a partir de los años 70. La derogación de los escasos controles con los que contaba el mercado inmobiliario, así como la reconfiguración del papel que, hasta ese momento, venía jugando el Estado, conllevaría una acentuación de la mercantilización de la vivienda, el incremento constante de su precio y una acentuación de los procesos de gentrificación<sup>1</sup> (1964). A finales de la segunda década del siglo XXI, la actualidad parecería haberle dado la razón.

Sin embargo, la sociedad urbana, y por tanto los procesos que ésta protagoniza, se han complejizado mucho durante las últimas décadas. De este modo, hoy día es posible hablar de gentrificación también cuando se llevan a cabo nuevos desarrollos inmobiliarios, esto es, promociones de viviendas ubicadas en suelo urbano anteriormente vacío; cuando la transformación se produce en barrios que han vivido procesos de renovación previos o, incluso, en contextos rurales (Duque, 2010). En lo que al presente texto concierne, nos referiremos a otra de las posibles aproximaciones a las dinámicas de gentrificación: aquella vinculada a la actividad turística y que tan solo recientemente, desde los 80, pero especial-

mente durante los últimos años, se ha comenzado a investigar en profundidad, evidenciando que la gentrificación ha pasado a ser un elemento fundamental en la conformación del paisaje urbano contemporáneo (Smith, 2012). Así, el reciente protagonismo del turismo como elemento central de las economías urbanas postindustriales ha centrado la atención, desde diferentes puntos de vista –económico, urbano, geográfico, sociológico, etc.–, de numerosos trabajos de carácter académico.

Por otro lado, este papel del turismo en las dinámicas urbanas ha acabado integrándose en otros procesos paralelos, como la mencionada gentrificación (Gravari-Barbas y Guinand, 2017). El deseo de los turistas de vivir experiencias y ser testigos de diferentes formas de vida urbana ha resultado en una mayor imbricación de ambos elementos, los cuales ahora ya no resultarían ocasionales, sino intencionados, elementos fundamentales de las nuevas formas de planificación y políticas de y para la ciudad (García Herrera et al, 2007).

Así, el objetivo del presente informe es, por un lado, esbozar algunas de las características que diferenciarían a los procesos de gentrificación vinculados al turismo de aquellos más clásicos relacionados únicamente con el mercado inmobiliario y, por otro, mostrar cómo estas dinámicas han supuesto cambios importantes en la morfología urbana de determinados emplazamientos turísticos. Además, desde la propia experiencia de dichos destinos, se recogerán medidas destinadas a mitigar algunos de los efectos generados con la idea de que pudieran servir de base para futuras políticas al respecto.

Para finalizar, se subrayarán una serie elementos o variables que se consideran de interés y que persiguen recoger las aportaciones más relevantes del documento.

1. Las aproximaciones a la hora de interpretar los procesos de gentrificación pueden agruparse bajo dos categorías amplias: el enfoque de la demanda y el enfoque de la producción. Para el primero de ellos, la gentrificación se encontraría determinada por las preferencias que los individuos de clase media sienten por los ambientes urbanos, mientras que, para el segundo de ellos, la explicación descansaría en las políticas de desregulación del mercado inmobiliario y en el papel de liderazgo de ciertos actores con intereses en la propia gentrificación. La teoría del Rent Gap, o diferencial de renta, sería la más destacada en este segundo grupo de corrientes teóricas (Smith, 2012).

# 02

## **GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA: UNA DEFINICIÓN**

## 02 GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA: UNA DEFINICIÓN

Entre las primeras aproximaciones a la gentrificación turística cabría mencionar la realizada por Kevin Gotham a comienzos de la década del dos mil. Para Gotham, este fenómeno supondría un “dispositivo heurístico que permitiría explicar la transformación de un barrio de clase media en un enclave relativamente próspero y exclusivo caracterizado por la proliferación de lugares de entretenimiento y turismo corporativo” (2005: 1101). Ahora bien, esta definición estaría, quizás, excesivamente vinculada al trabajo realizado por el autor en torno al French Quarter de Nueva Orleans, en Estados Unidos (Foto 1.-). Al fin y al cabo, el caso de la ciudad norteamericana está muy influenciado por el hecho de contar con la presencia, en su entramado urbano, de un destacado número de empresas de entretenimiento corporativo –turismo MICE–, así como una tupida red de tiendas minoristas especializadas en productos de consumo específico para los turistas. Además, este sociólogo de la Universidad de Tulane señaló que estos procesos convertirían “enclaves de clase media” en “enclaves [prósperos]”, algo que, como veremos más adelante, no tiene por qué ocurrir.



Foto 1.- French Quarter (Nueva Orleans - Estados Unidos)

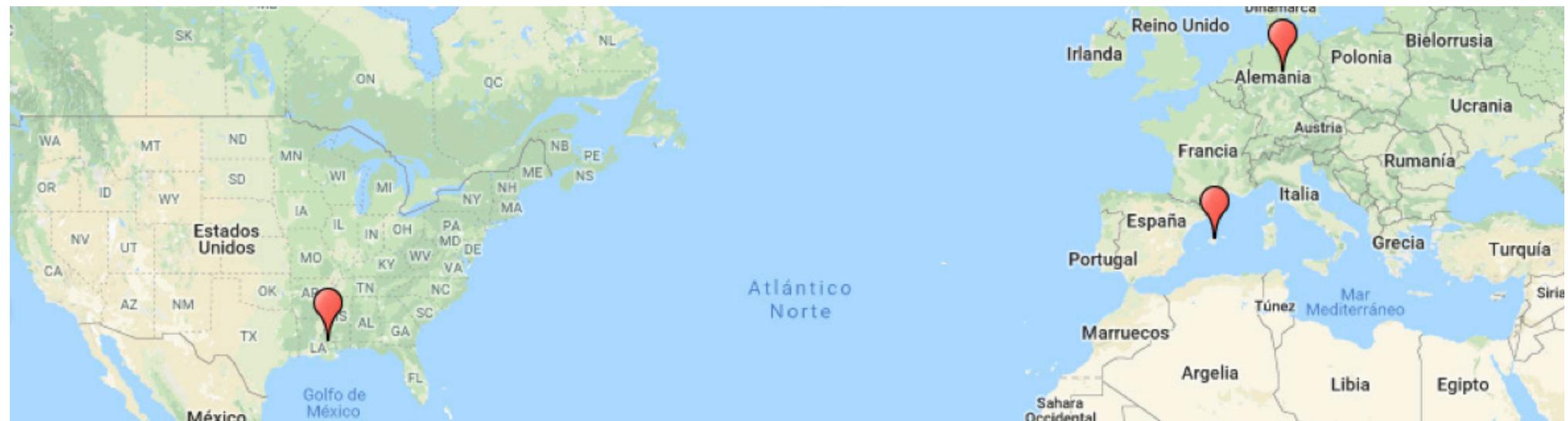
Dentro de los denominadores comunes que el turismo mantiene en los procesos de gentrificación se encuentran los siguientes:

- El territorio se convierte en un bien consumible.
- Existe un vínculo de las dinámicas urbanas con la intersección de una escala global

Así, algunas de las consecuencias que genera la gentrificación clásica con base en la gentrificación clásica con base en serían las siguientes (García Herrera et al, op. cit. y Lefebvre, 2013):

## FIGURA 1

### Mapa de los emplazamientos de las tres ciudades



Fuente: gmapgis.com (2019)

- La generación de un tejido social urbano estable:
  - a) Compuesto por nuevos grupos sociales con mayor capacidad de consumo.
  - b) Sienten predilección por la vida urbana.
- La modificación del perfil de la población por consumidores fugaces:
  - a) Demandan bienes y servicios específicos.

Finalmente, este fenómeno, el cual hasta hace no hace mucho tiempo se limitaba a las burbujas turísticas (Judd, 1999), se ha expandido y alcanzado áreas vírgenes a la inversión turística (Cocola, 2018)

# 03

## **GENTRIFICACIÓN TURÍSTICA: CASOS DE ESTUDIO**

### 3.1. El caso mediterráneo: Palma de Mallorca, las características de un modelo maduro

La especialización turística de la isla de Mallorca comenzó en los años 60 del pasado siglo con las primeras inversiones y acuerdos de empresarios locales con turoperadores internacionales. El relato de cómo el mayor territorio balear llegó a convertirse en referente y punta de lanza de la industria turística española ha sido perfectamente relatado e investigado por gente como Iván Murray (2015) o Macià Blázquez y Ernest Cañada (2011), entre otros. Es precisamente Blázquez uno de los autores que más ha insistido en cómo las prácticas llevadas a cabo en Baleares fueron, posteriormente, exportadas a otros emplazamientos, sobre todo en el Caribe; fenómeno que se conoce como balearización (Blázquez et al, 2011).

El diseño del destino balear se fundamentó inicialmente en un turismo de sol y playa donde Palma (Figura 2.-), la capital, actuaba como atractivo complementario por sus elementos históricos, su vida nocturna y su entramado de pequeño comercio local concentrado, sobre todo, en el centro de la ciudad. Hoy día, la ciudad de Palma cuenta con un total de 406.492 habitantes (INE,

2017), de los que aproximadamente el 5,65% se encuentran en el área conocida como Casco Antiguo o Distrito Centro. Algunas de las características relevantes de la población y que se consideran relevantes para el presente informe son cinco:

1. Población relativamente envejecida, jubilados en su mayoría
2. Porcentaje elevado de desempleados
3. Estudiantes o trabajadores a tiempo parcial
4. 39% de población ocupada
5. Predominan los salarios inferiores a los dos mil euros (Yrigoy, 2016).

Algunos de sus enclaves ya vivieron, hace más de una década, acelerados procesos de gentrificación. Este es el caso de Sa Gerrería (Figura 3.-) (Morell, 2017), entre los barrios de Calatrava y Sindicat, dinámica la cual, la proliferación de apartamentos turísticos -ofrecidos a través de algunas conocidas plataformas-, ha contribuido a profundizar. Algunos datos quizás sirvan para mostrar esta situación.

**FIGURA 3**

### Ubicación de Sa Gerreria en la ciudad de Palma

**FIGURA 2**

### Mapa de Palma de Mallorca



Fuente: GoogleMaps (2018)



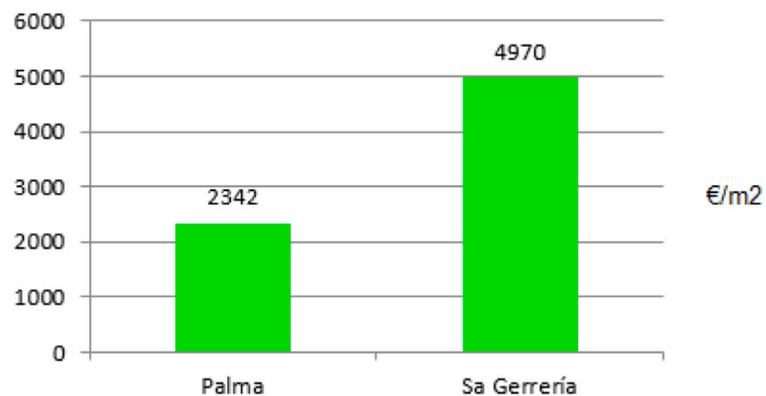
Fuente: GoogleMaps (2018)

Si bien, antes de su remodelación urbanística y su consiguiente proceso de gentrificación, los precios del metro cuadrado en esta zona en particular eran casi cinco veces inferiores a la media de Palma, justo en el momento en que se produjo el estallido de la burbuja inmobiliaria, en 2008, éstos ya habían doblado dicho nivel, esto es, 4.970/m<sup>2</sup> frente a los 2.342/m<sup>2</sup> para la totalidad de la ciudad.

Por aquellos años, el censo de viviendas mostraba que casi el 33% del parque inmobiliario se encontraba vacío o tenía el carácter de segunda residencia. No obstante, para entonces, y debido a la crisis, el mercado de compra-venta prácticamente había dejado de funcionar, la demanda parecía caer sin fondo y las propiedades se depreciaban enormemente, de modo que su alquiler como recurso turístico supuso una alternativa altamente rentable en una zona que había comenzado, poco antes, a formar parte del circuito turístico de Palma (Vives-Miró, 2011).

### GRÁFICO 1

## Precios del m<sup>2</sup> de suelo entre Sa Gerrería y la media de la ciudad de Palma (2008)



En 2016, una investigación llevada a cabo por el geógrafo mallorquín Ismael Yrigoy sobre los mercados de alquiler turístico y a largo plazo de Sa Gerrería (Foto 2.-), mostraba la existencia de un total de 2.525 viviendas vacías en la zona mientras que, como él mismo señalaba, una rápida búsqueda en alguna de las principales plataformas de alquiler turístico llegaba a ofrecer hasta 774 apartamentos completos disponibles. Así, aunque ambas ofertas no tienen por qué coincidir, entre otras cosas porque es posible alquilar únicamente una habitación o, incluso, una cama, el trabajo mostraba como el 85% del total de la oferta estaba constituida por viviendas completas<sup>2</sup>. Por otro lado, una búsqueda similar, aunque esta vez en portales de alquiler de vivienda a largo plazo, ofrecía únicamente 49 resultados. Según el autor, la explicación a esta situación podría encontrarse en la diferencia de rentabilidad que suponía uno u otro mercado: 2.034 euros/mes en el primero de ellos, frente a solo 1.240 euros/mes en el segundo.



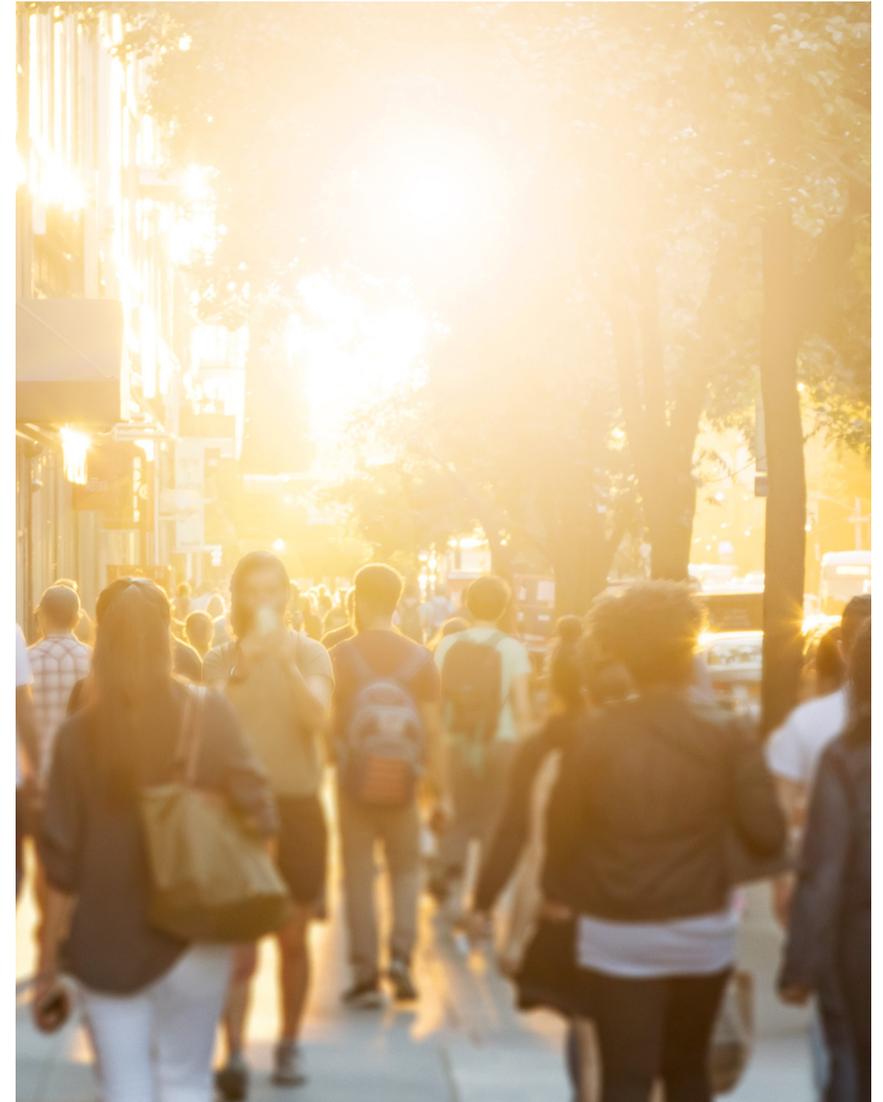
Fuente: unlash (2018)

2. Los datos también mostraban que el 64% de los anfitriones contaba con más de una oferta en los portales.

A esto hay que sumarle el continuo incremento en el número de visitas a la isla. Los datos muestran como, para el 2017, un total de 11,6 millones de turistas llegaron a Mallorca, un 6,66% más que sólo un año antes. La misma fuente señalaría, además, que Mallorca avanza en su ruptura con la estacionalidad turística: solo en noviembre contó con más de 240 mil nuevos visitantes, un espectacular incremento del 21,26% con respecto a 2016 que visita, fundamentalmente, la propia ciudad de Palma atraída por su gastronomía, comercio, eventos y patrimonio cultural (Guinard y Lillo, 2018)

De este modo, el stock de vivienda vacía no se vería ocupado por población estable de larga duración sino, más bien, por una rotación de visitantes bajo la forma de turistas; alternativa mucho más rentable. Al mismo tiempo, la atracción de éstos en detrimento de vecinos más permanentes supondría avances en la transformación del paisaje urbano local –comercial, de ocio, etc.–, algo que podría llegar a acelerar el proceso, e incrementaría, todavía más, el precio del suelo en el barrio en una especie de dinámica circular retroalimentada<sup>3</sup>.

3. El economista Miquel Puig señala, además, que relacionar ciertas formas de turismo con prosperidad económica puede ser una falacia. Así, "la renta per cápita de Baleares es bastante más baja que la renta per cápita de la provincia de Lleida. Y hace treinta años, esto no era así. O sea, que Baleares ha apostado locamente por el turismo, que ha crecido muchísimo, pero su renta per cápita no ha mejorado" (Aranda, 2017).



# 04

## EL CASO DEL CENTRO DE EUROPA: BERLÍN Y SUS MUROS

En la República Federal Alemana, el traspaso de grandes volúmenes de vivienda habitualmente dedicada al alquiler a largo plazo, hacía otro tipo de mercado centrado en el corto término, muy vinculado al turismo y con una mayor rentabilidad, ha llevado, a los gobiernos de las ciudades afectadas a introducir medidas que limiten su efecto tales como (Schäfer y Braun, 2016):

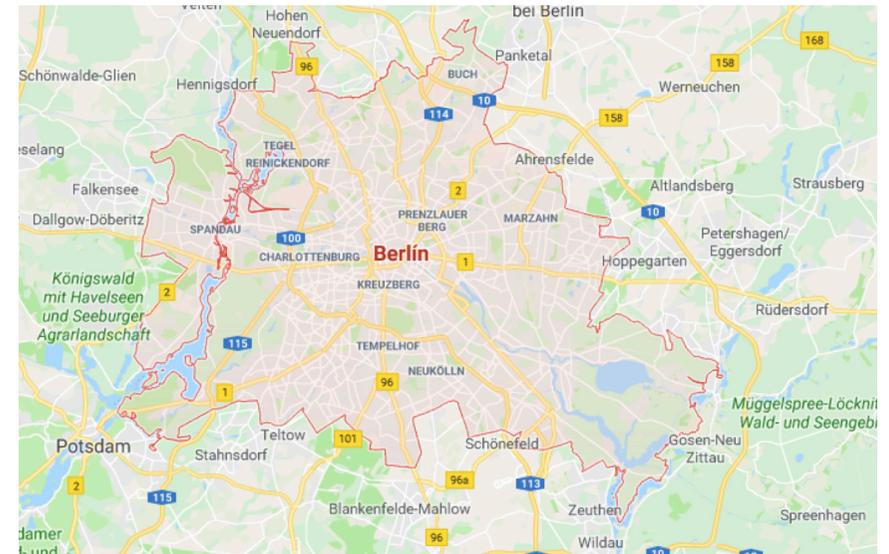
- Actuar sobre el incremento de los alquileres.
- Actuar sobre los impuestos a pagar por parte de esta novedosa oferta.
- Actuar sobre la normativa.
- Atender las protestas de la patronal hotelera sobre la repercusión de sus ingresos.

El caso de Berlín (Figura 4.-) es, en muchos sentidos, similar al de la ciudad de Palma, ya que, como urbe, cumple dos de las condiciones que posibilitan verse afectada por el fenómeno de la gentrificación turística y que no son excepcionales en el contexto europeo:

1. Un parque de vivienda limitado que mantiene una enorme presión debido a la gran cantidad migrantes atraídos por las oportunidades que ofrece la capital alemana.
2. Un modelo de alojamiento turístico en transformación.

**FIGURA 4**

## Mapa de Berlín



Fuente: Google Maps (2018)

Según los datos de la Oficina de Estadística de Berlín-Brandeburgo<sup>4</sup>, la ciudad contaba, en 2016, con un total de 3.537.100 habitantes concentrados principalmente en los céntricos distritos de Mitte y Friedrichshain-Kreuzberg (Figura 5.- y Foto 3.-). Además, solo en el año 2012, la población de Berlín creció en 49 mil personas, de las cuales 29 mil fueron migrantes de fuera de Alemania, principalmente originarios España e Italia. Por otra parte, mientras la capital contaba con un total de 1,9 millones de viviendas, su crecimiento, para el año 2013, fue de únicamente 5.417 nuevas unidades (IBB, 2013).

4. <https://www.statistik-berlin-brandenburg.de>

Tal y como hemos señalado anteriormente, y siguiendo, en esta ocasión, al geógrafo David Harvey (1989), el turismo puede suponer una importante estrategia de promoción urbana y fomento de la competitividad inter-local. Desde la caída del Muro en 1989, la ciudad se ha convertido en un referente europeo del turismo urbano. Así, si para el año 2013 en torno a 26,9 millones de turistas visitaron la ciudad, en 2016 esta cifra había alcanzado los 31,07 millones, esto es, un incremento del 15,5% en solo tres años. Comparativamente hablando, ese mismo año Barcelona alcanzaba los

GRÁFICO 2

### Número de Turistas por ciudad en los principales destinos urbanos de Europa (en millones)

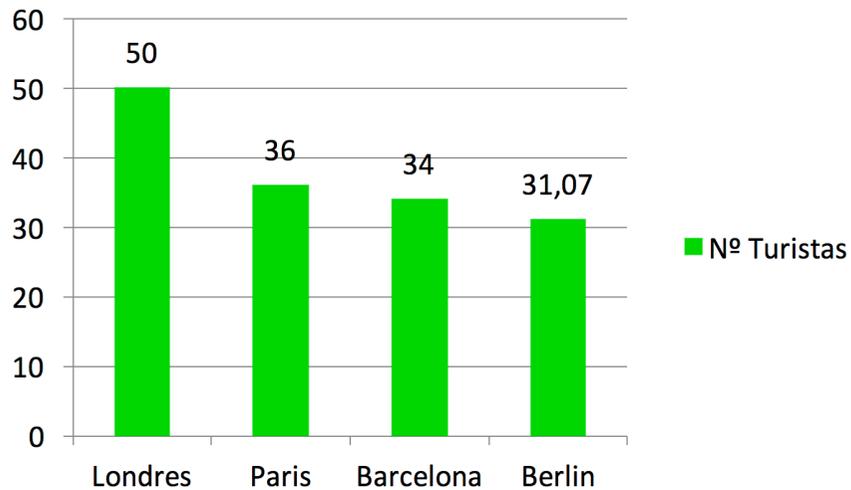


FIGURA 5

### Distritos de la ciudad de Berlín



Fuente: guiadealemania.com (2019)

34 millones (Barcelona Turisme, 2016), Londres 50 y París, 36 (Gráfico 2.-). No obstante, con base en Richards (2011) y Pappalepore et al (2010), ya conocemos que estos nuevos turistas evitan y apuestan por:

**FIGURA 6**

**Características del comportamiento de los turistas**



Fuente: Elaboración propia (2019)

Por tanto, y teniendo en cuenta la anterior figura, se puede afirmar que lo ordinario ha devenido auténtico y ha acabado por transformarse en destino.

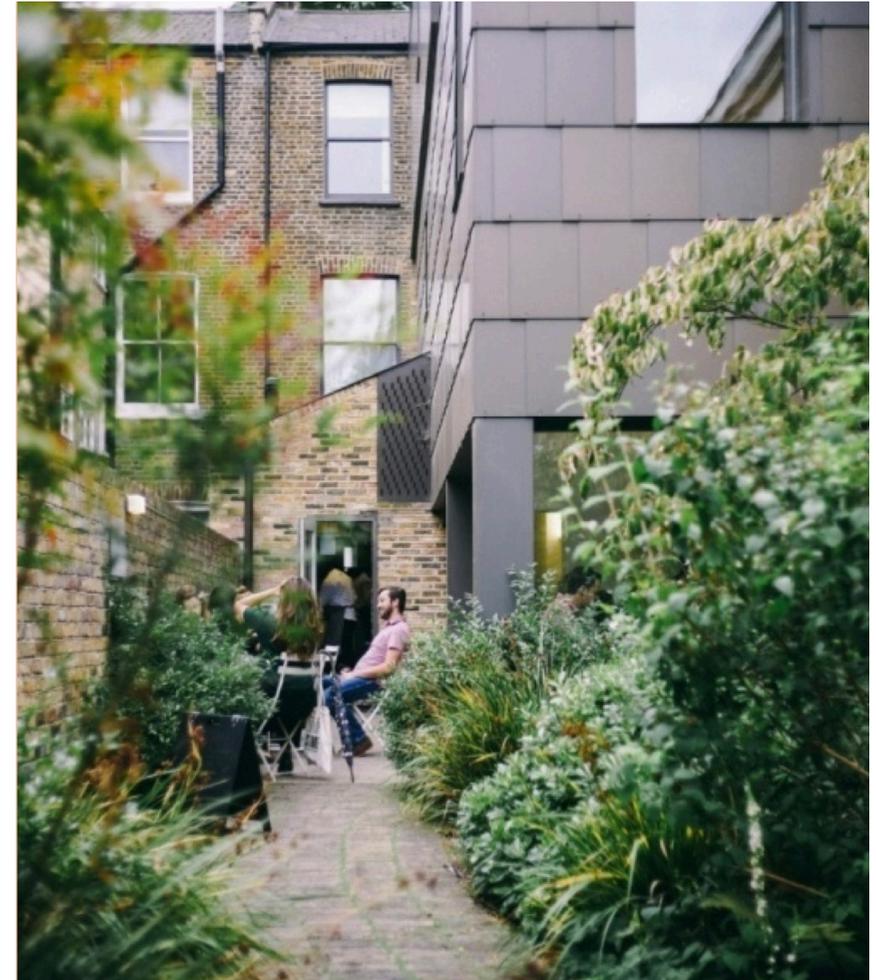


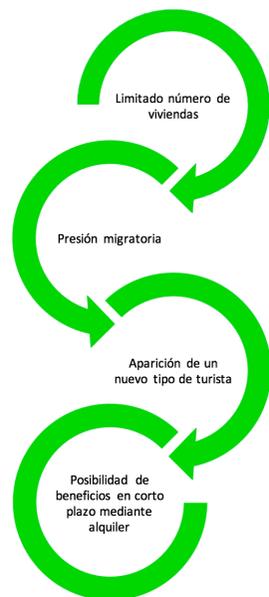
Foto 3.- Típico rincón del barrio de Mitte (Berlín - Alemania) - Fuente: unlash (2018)

Es precisamente la conjunción de diversos factores (ver figura 7), lo que ha generado un proceso de gentrificación turística notable en determinados emplazamientos de Berlín.

A modo de ejemplo, el Distrito de Friedrichshain-Kreuzberg contaba, en 2014, con al menos 1 de cada 50 apartamentos ofrecido a través de alguna de las principales plataformas de oferta de alojamientos de y para particulares, mientras que sólo siete barrios de la ciudad aglutinaban el 80,83% de la oferta de apartamentos de uso turístico (Schäfer y Braun, op. cit.) (Cuadro 1).

## FIGURA 7

### Características del comportamiento de los turistas



Fuente: Elaboración propia (2019)

En 2016, un estudio realizado por los investigadores de la University of Regensburg Philipp Schäfer y Nicole Braun (2016) sobre el impacto de los alquileres de corta duración en el incremento de los precios de los arriendos tradicionales a largo plazo en los 81 barrios de Berlín, parecía confirmar que la reducción de la oferta de vivienda destinada a un mercado estable, debido a sus propias características, podría tener un efecto notorio sobre el incremento del precio de los alquileres. Para demostrarlo, los autores contaron con los datos suministrados por una de las principales plataformas de alquiler de vivienda de uso turístico a corto plazo, de forma que estimaron la correspondencia estadística entre altos niveles de rotación en el alquiler de los apartamentos y el incremento de los arrendamientos clásicos. **Los resultados mostraron que aquellos barrios donde se producía un mayor número de rotaciones habían experimentado una mayor subida de las rentas mensuales.**

## CUADRO 1

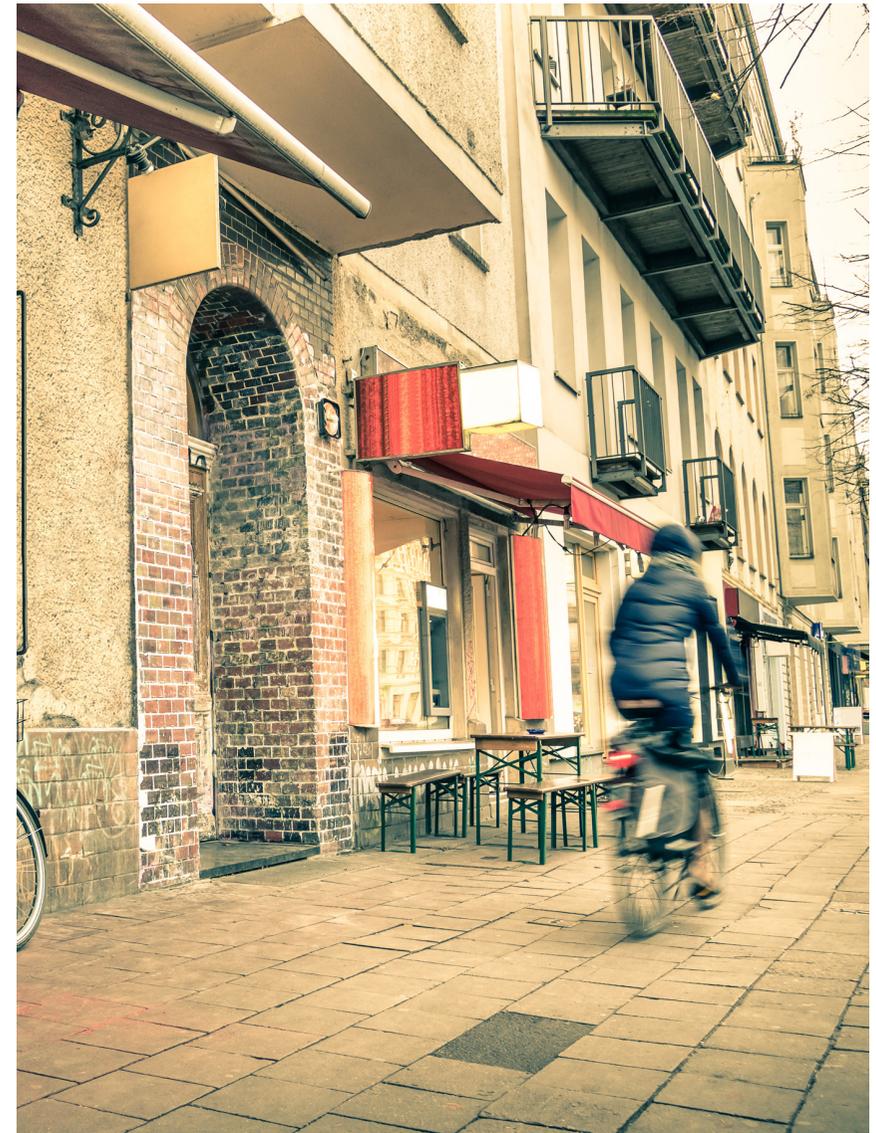
### Características del comportamiento de los turistas

Barrio	Nº Apts
Mitte	848
Neukoelln	762
Prenzlauer Berg	736
Kreuzberg	708
Friedrichshain	669
Schoeneberg	396
Charlottenburg	371

Fuente: Schäfer y Braun (2016)

En 2016, un estudio realizado por los investigadores de la University of Regensburg Philipp Schäfer y Nicole Braun (2016) sobre el impacto de los alquileres de corta duración en el incremento de los precios de los arriendos tradicionales a largo plazo en los 81 barrios de Berlín, parecía confirmar que la reducción de la oferta de vivienda destinada a un mercado estable, debido a sus propias características, podría tener un efecto notorio sobre el incremento del precio de los alquileres. Para demostrarlo, los autores contaron con los datos suministrados por una de las principales plataformas de alquiler de vivienda de uso turístico a corto plazo, de forma que estimaron la correspondencia estadística entre altos niveles de rotación en el alquiler de los apartamentos y el incremento de los arrendamientos clásicos. **Los resultados mostraron que aquellos barrios donde se producía un mayor número de rotaciones habían experimentado una mayor subida de las rentas mensuales.**

De este modo, el aumento de la mensualidad del alquiler, hecho que supone destinar un mayor porcentaje de los ingresos mensuales familiares o individuales a costear la vivienda habitual, hace difícil su sostén por parte de aquellas familias o individuos con rentas medias o bajas, lo que les lleva a plantearse la búsqueda de alternativas en otras zonas más baratas de la ciudad. Tal y como señalan Fuller y Michel (2014) para el caso de la propia ciudad de Berlín, este hecho manifestaría la íntima relación existente entre las nuevas formas de turismo urbano y las características propias de la normativa en torno al mercado de la vivienda, las cuales se facilitan y refuerzan sus efectos.



# 05

## **EL CASO LATINOAMERICANO: QUITO Y SUS SIETE MARAVILLAS**

Entre las principales diferencias que podríamos destacar a la hora de diferenciar las dinámicas de gentrificación ocurridas entre ciudades de Europa y América Latina, podríamos señalar dos: el papel de las potentes transformaciones y políticas urbanas llevadas a cabo desde las diferentes administraciones públicas para el segundo de los casos. Esto ha repercutido sobre aquellos grupos sociales de más bajos ingresos que:

- Se concentraban en el centro de las grandes ciudades.
- Se dedicaban al comercio informal.
- Amenazaban la atracción de la inversión privada y el crecimiento económico (Janoschka, Sequera y Salinas, 2014).

Sin embargo, también:

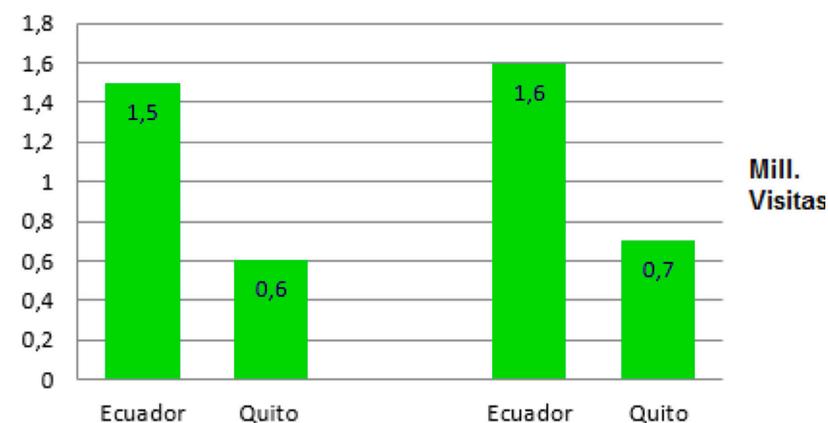
- Han demostrado capacidad de adaptación.
- Han puesto en marcha nuevas iniciativas: cooperativas, prácticas sociales de pequeña escala, etc. (Cevallos-Aráuz, 2018).

El caso de la capital de la República del Ecuador, Quito (Foto 4.- y Mapa 8.-), es paradigmático en este sentido. La ciudad fue declarada, junto a Cracovia (Polonia), como Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1978, hecho que motivó, más de dos décadas después, durante la primera década del siglo XXI, la posibilidad de implementar potentes planes de capitalización y puesta en valor de esta denominación con impresionantes resultados.

Según la Dirección de Migración del Ministerio del Interior de Ecuador, sólo en 2016, el país recibió más de 1,5 millones de turistas, de los cuales en torno a 600 mil llegaron a Quito (Gráfico 3.-). Esta tendencia no solo se mantuvo durante el siguiente año 2017, sino que se vio incrementada, superando los 1,6 millones de visitas para la totalidad del país y, de nuevo, con un enorme protagonismo de la capital, con incrementos del 14% (Ministerio de Turismo y Quito Turismo).

### GRÁFICO 3

## Número de Turistas para Ecuador y Quito (2016-2017 en millones)



Fuente: Ministerio de Turismo y Quito Turismo (2016-2017)



Foto 4.- Basílica del Voto Nacional con Centro Ciudad al fondo (Quito - Ecuador)

En lo que respecta al presente documento nos referiremos, concretamente, al barrio de La Floresta, fuera del centro histórico, pero perteneciente a la zona que ha venido en denominarse hipercentro de la ciudad. Según los últimos datos del censo (2010)<sup>5</sup>, la Floresta cuenta con un total de 5.758 habitantes, 2.103 hogares y 2.088 viviendas. Se trata de un barrio eminentemente residencial con un importante tejido de comercio minorista tradicional pero que, en los últimos años, se ha convertido en un atractivo recurso cultural atrayendo a gran cantidad de población joven local, extranjeros y artistas, elementos propios de los procesos de gentrificación clásica, pero también a turistas a consecuencia de la inserción en el interior de sus fronteras de numerosos elementos patrimoniales y culturales. Esto ha conllevado la aparición de un mercado inmobiliario dedicado, en gran medida, a la construcción de edificios de viviendas destinados las clases medias y medias altas, restaurantes de lujo, cines, bares y cafés, ajenos a las prácticas habituales de los vecinos y vecinas de la zona (Villegas, 2014).

5. <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

**FIGURA 8**

## Mapa de Quito



Fuente: GoogleMaps (2018)

## CUADRO 2

### Precio de la vivienda La Floresta - Quito, año 2017

Vivienda tipo	Precio medio (\$)
Vivienda nueva, dos hab., sin amueblar	600
Vivienda vieja, dos hab., sin amueblar	400
Vivienda nueva, dos hab., amueblada	900

Este cambio en las dinámicas urbanas del barrio, así como cierta falta en el control de la normativa vigente -bastante restrictiva en lo relativo al ocio, el entretenimiento y el desarrollo hotelero- ha supuesto un ciclo de revalorización del territorio en base a nuevos desarrollos inmobiliarios y a usos más rentables del suelo. La dinámica emprendida ha posibilitado el incremento de los beneficios de determinados sectores, sobre todo el inmobiliario, aunque también algunos vinculados a los servicios, pero además el desplazamiento y sustitución de la población local por nuevos grupos sociales más estables, así como por visitantes temporales. A modo de ejemplo, el 44,4% del parque de viviendas era de alquiler a precios medios-bajos, sin embargo, según Cevallos-Aráuz (2018), la situación ha ido cambiando conforme el nuevo modelo se ha ido consolidando (Cuadro 2.-).

Sin embargo, las principales preocupaciones de los vecinos y vecinas del barrio parecen hallarse, en esta ocasión, más que en el mercado de la vivienda, en el proceso de terciarización acelerada que está viviendo la zona. Aun así, los datos señalan un incremento de los precios de los alquileres que, en la actualidad, rondarían entre los 400 y los 900 dólares, cuando el ingreso medio, para 2010, era de únicamente 587 dólares (Moeller, 2017 y Cevallos-Aráuz, op. cit.).

Como parte de las preocupaciones de la población local para el caso de Quito con relación a los cambios que sufre el barrio, se podrían enumerar las siguientes (Romero, 2018):

- Aparición de nuevas formas de utilización del espacio público
- Construcciones recientes -ajenas a lo establecido por la normativa-
- Movilidad y flexibilidad en la concesión de licencias para la apertura de nuevos bares, restaurantes y otros establecimientos de ocio.
- Introducción de aparcamientos específicos para bicicletas.
- Restricciones al tráfico rodado.

Estas preocupaciones de acuerdo con Romero (2018) no responden a sus intereses sino a los de los visitantes o posibles nuevos vecinos y vecinas.

# 06

## POSIBLES POLÍTICAS

En el presente apartado se recogen algunas de las medidas implementadas, por parte de las autoridades públicas, a la hora de gestionar los efectos causados por determinadas dinámicas turísticas que han acabado en procesos de gentrificación.

### **6.1 Palma de Mallorca**

La capital balear ha sido, sin duda, la ciudad española que más lejos ha llevado las políticas públicas de control de los efectos de la gentrificación turística. Desde julio de 2018, después de comprobar que la oferta de apartamentos turísticos irregulares había aumentado un 50% entre los años 2015 y 2017, llegando a las 20 mil plazas, aunque solo 645 viviendas contaran con licencia oficial, el Ayuntamiento de la ciudad decidió restringir completamente el alquiler de viviendas de uso turístico irregular. Desde ese momento, solo se permite el alquiler vacaciones en viviendas de tipo unifamiliar, excepto las situadas en suelo rústico de carácter protegido, cerca del Aeropuerto o en áreas de uso no residencial. Aquellos apartamentos que ya contaban con una licencia otorgada pueden seguir operando sin ningún tipo de problema (Bohórquez, 2018).

Esta medida ha sido posible porque, previamente, el Gobierno de la Comunidad Autónoma de las Islas Baleares había elaborado la Ley 6/2017 de 31 de julio, que modificaba la Ley 8/12 de turismo de las Islas Baleares, la cual dejaba en manos de los Ayuntamientos el emprendimiento de medidas de ese calado. Los efectos de este tipo de medidas están todavía por evaluar.

### **6.2 Berlín**

En línea con lo acontecido en Palma de Mallorca, en 2016, el Gobierno de la ciudad de Berlín optó también por la prohibición total de los apartamentos

turísticos irregulares, aspecto éste fundamental, como en el caso anterior, en la dinámica de gentrificación desarrollada, tal y como se ha mostrado en párrafos anteriores.

Precedentemente a esta medida, el Senado berlinés ya había implementado una serie de regulaciones legales que perseguían limitar la entrada de vivienda en el mercado del alquiler a corto plazo. Así, la Zweckentfremdungsverbot o Ley de Prohibición de Apropiación Indevida (2013) exigía contar con un permiso del Distrito para poder poner cualquier apartamento a disposición de este tipo de mercado, de forma que éste sólo se concedería si el interés privado no primaba sobre el público y general en un intento de preservar la vivienda bajo un uso convencional. En casos excepcionales, se podría permitir el paso del alquiler a largo plazo al corto si se ponía a disposición del alquiler tradicional una nueva vivienda que compensara la salida de la misma.

### **6.3 Quito**

El proceso vivido por La Floresta, el barrio de Quito estudiado, está más relacionado con la transformación de su paisaje urbano tradicional (comercio, mobiliario urbano, etc.) y con cambios en el uso del espacio público que, con el mercado de la vivienda, aunque éste no deja de tener también interés.

Las medidas establecidas por la ciudad pasan, en esta ocasión, por incrementar los controles sobre la normativa ya vigente, además de aumentar las posibilidades de participación de la comunidad local en el desarrollo de nuevas propuestas reguladoras de carácter más restrictivo (Romero, 2017).

### CUADRO 3

## Resumen

	<b>Palma</b>	<b>Berlín</b>	<b>Quito</b>
<b>Número turistas</b>	11,6 Mill.	31,07 Mill.	0,6 Mill.
<b>Principales impactos</b>	Incremento precio vivienda	Incremento precio vivienda	Cambios paisaje urbano y usos del espacio público
<b>Soluciones adoptadas</b>	Restringir uso de viviendas de uso turístico	Restringir uso de viviendas de uso turístico	Incrementar controles normativa vigente/ Participación

## 6.4 Otras medidas adoptadas en ciudades europeas

Para el caso de este tipo de relación entre turismo y gentrificación, otras ciudades han implementado diferentes e interesantes medidas (Garijo, 2017):

Ámsterdam. Ha llegado a acuerdos con algunas plataformas de alquiler de corta duración de forma que éstas se comprometen a fomentar y promover la compartición de habitaciones o camas únicamente y no de apartamentos o viviendas completas. Además, dentro del mismo acuerdo, ha establecido una limitación de 60 días como plazo máximo de alquiler anual.

Londres. Permite alquilar la vivienda propia como apartamento turístico, pero con un límite de 90 días máximo al año.

París. La capital francesa ha optado por promover la salida al mercado de larga duración de las viviendas vacías a través de un impuesto que va desde el 20 al 60% de incremento con respecto al que ya pagaban las segundas residencias.

# 07

## **PUNTOS MÁS RELEVANTES Y CONCLUSIONES**

01

La gentrificación es un proceso estudiado y conocido desde hace más de 50 años.

02

En la actualidad, la gentrificación es un complejo proceso, un elemento fundamental en la conformación del paisaje urbano contemporáneo.

03

Bajo ciertas consideraciones y condiciones, turismo y gentrificación se convierten en dinámicas íntimamente interrelacionadas.

04

Uno de los puntos en común del turismo y la gentrificación es la consideración del espacio como un bien de consumo.

05

El interés por los fenómenos urbanos por parte de los turistas y de las clases medias es otro de los puntos en común de ambos elementos.

06

El mercado de la vivienda está en estrecha relación con el turismo a partir, sobre todo, de la aparición de nuevos gustos e intereses por parte de los consumidores turísticos centrados en contextos locales urbanos.

07

El paso de la vivienda de alquiler a largo plazo al mercado de las estancias cortas aumenta el margen de beneficio de los propietarios y la rotación de los ocupantes, de forma que acaba por incrementar las rentas de los arrendamientos de aquellas zonas donde se lleva a cabo. Este sería el caso de las ciudades de Palma de Mallorca y Berlín.

08

Las relaciones entre gentrificación y turismo no se quedarían únicamente en efectos sobre el mercado de la vivienda, sino también sobre la transformación del paisaje urbano, el uso del espacio público o las formas de movilidad tradicional, como en el barrio de La Floresta, Quito.

## 09

Las medidas implementadas desde distintas administraciones se han basado, principalmente, en limitar el número de apartamentos turísticos irregulares o en fomentar la entrada de nueva vivienda en el mercado del largo plazo. Además, se han desarrollado evaluaciones sobre el control de la normativa aprobada, evitando efectos no esperados, y se ha incrementado la participación de las comunidades afectadas.

## 10

Entre las limitaciones de la normativa que persigue reducir los efectos de la gentrificación turística podríamos citar la capacidad de las administraciones para llevar a cabo el cumplimiento de la propia regulación aprobada y las propias competencias con las que cuenta.

08

# FUENTES DE INFORMACIÓN

- Aranda, G. (2017) La estafa de creer que el turismo genera prosperidad. Playground [En Línea] [https://www.playgroundmag.net/now/estafa-asociar-turismo-prosperidad\\_22583413.html](https://www.playgroundmag.net/now/estafa-asociar-turismo-prosperidad_22583413.html)
- Barcelona Turisme (2016) Estadístiques de turisme. Barcelona: ciutat i entorn. Barcelona: Consorci Barcelona Turisme.
- Blázquez-Salóm, M. y Cañada, E. (2011) Turismo Placebo. Nueva colonización turística: del Mediterráneo a Mesoamérica y El Caribe. Lógicas espaciales del capital turístico. Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Bohórquez, L. (2018) Palma será la primera ciudad en prohibir todas las viviendas turísticas en pisos. El País [En Línea] [https://elpais.com/economia/2018/04/23/actualidad/1524493873\\_547313.html](https://elpais.com/economia/2018/04/23/actualidad/1524493873_547313.html)
- Cervillos-Arauz, A. (2018) Efectos no esperados del proceso de gentrificación. Barrio La Floresta (Quito). Bitácora Urbano Territorial, Volumen 28, Número 2, p. 25-33, 2018.
- Cocola-Gant, A (2018) Tourism gentrification. In Lees, L and Phillips, M (eds.), Handbook of Gentrification Studies. Cheltenham and Northampton: Edward Elgar Publishing. experiences of Spitalfields, London. Tourism, Culture and Communication, 10.3, 217–30.
- Fuller, H. y Michel, N. (2014). ““Stop Being a Tourist!” New Dynamics of Urban Tourism in Berlin-Kreuzberg”. En International Journal of Urban and Regional Research, vol. 38.4: 1.304-1.318.
- García Herrera, L. M., Smith, N. y Mejías Vera, M. A. (2007) Gentrification, Displacement, and Tourism in Santa Cruz de Tenerife. Urban Geography, vol. 28(3), p. 276-298.
- Garijo, M. (2017) Estas son las medidas que están tomando otras ciudades del mundo para frenar los alquileres de Airbnb. Eldiario.es [En Línea] [https://www.eldiario.es/economia/medidas-tomando-ciudades-alquileres\\_0\\_635536860.html](https://www.eldiario.es/economia/medidas-tomando-ciudades-alquileres_0_635536860.html)

- Glass, R. (1964) Aspects of Change. En CENTRE FOR URBAN STUDIES (ed) London: Aspects of Change. Londres: MacGibbon and Kee.
- Gotham, K. (2005) Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). Urban Studies, Vol. 42, No. 7, 1099–1121
- Gravari-Barbas, M. y Guinand, S. (2017) Tourism and Gentrification in Contemporary Metropolises: International Perspectives. London: Routledge
- Guinard, A. y Lillo, P. ( 2018) Mallorca consigue el mayor incremento de turistas de las Illes Balears. Última Hora [En Línea] <https://www.ultimahora.es/especial/anuario-economico-2017-illes-balears/2018/07/25/2295/mallorca-consigue-mayor-incremento-turistas-illes-balears.html>
- Harvey, D. (1989) From managerialism to entrepreneurialism: the transformation in urban governance in late capitalism. Geografiska Annaler B 71.1, 3–17.
- IBB - Investitionsbank Berlin (2013), IBB Real Estate Market Report 2013., Berlin: Investitionsbank Berlin, Berlin.
- Janoschka, M., Sequera, J. y Salinas, L. (2014) Gntificación en España y América Latina: Un diálogo crítico. Rev. geogr. Norte Gd, n.58, pp.7-40.
- Judd D. R. (1999) Constructing the Tourist Bubble. In Judd DR and Fainstein S (eds), The tourist city. New Haven and London: Yale University Press, pp. 35–53
- Lefebvre, H. (2012) La producción del espacio. Madrid: Capitán Swing.
- Moeller, N. (2017) La Floresta quiere seguir siendo barrio. Mundo Diners [En Línea] <http://www.revistamundodiners.com/?p=7128>

- Murray, I. (2016) Capitalismo y turismo en España del “milagro económico” a la “gran crisis”. Barcelona: Alba Sud Editorial.
- Pappalepore, I., R. Maitland and y A. Smith (2010) Exploring urban creativity: Visitor Richards, G. (2011) Creativity and tourism. *Annals of Tourism Research*, 38.4, S.1225–53.
- Romero, D. (2017) La ordenanza que rige para La Floresta, en Quito, será evaluada. El comercio [En Línea] <https://www.elcomercio.com/actualidad/ordenanza-quito-floresta-evaluacion-movilidad.html>
- Philipp Schäfer, P. Ni y cole Braun , N. (2016), “Misuse through short-term rentals on the Berlin housing )
- Seguera, J. (2010) Prácticas distintivas y control urbano como mecanismos de gestión de las conductas. El caso de Lavapiés (Madrid). In: Cornejo, C., Sáez, J. y Prada, J. (editores). Ciudad, territorio y paisaje: reflexiones para un debate multidisciplinario. Madrid: CSIC, p. 119-133.
- Romero, 218 <https://www.elcomercio.com/actualidad/ordenanza-quito-floresta-evaluacion-movilidad.html> Slater, T. (2009) Missing Marcuse: On gentrification and displacement. *City: analysis of urban trends, culture, theory, policy, action*, Volume 13, Numbers 2-3, p. 292-311(20).
- Smith, N. (1996) *The New Urban Frontier. Gentrification and the revanchist city*. Londres y Nueva York: Routledge, 1996.
- Villegas, M. (2014). *Graffiti y street art como prácticas corporales (o de cómo la experiencia de la ciudad pasa por el cuerpo)*. La Floresta y Chillogallo, Quito, Ecuador. Quito: FLACSO Ecuador, tesis para optar al título de Maestría en Antropología Visual y documental Antropológico.
- Vives-Miró, S. (2011). Producing a “Successful City”: Neoliberal Urbanism and Gentrification in the Tourist City-The Case of Palma (Majorca). *Urban Studies Research*

- Yrigoy, I. (2016). The impact of Airbnb in the urban arena: towards a tourism-led gentrification? The case-study of Palma old quarter (Mallorca, Spain). In Blàzquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 281-289.



**+34 900 494 877**

**WWW.OSTELEA.COM**

**Campus Barcelona**

C/ Aragó, 28 - 08015

**Campus Planeta**

**Formación y Universidades (PFU)**

Avda. Josep Tarradellas i Joan 171-177,  
08901 L'Hospitalet de Llobregat (Barcelona)

**Campus Madrid**

C/ Príncipe de Vergara, 108 - 28002

**Campus Rabat**

Avenue Al Milia, secteur, 9  
Rue Maziata, Quartier Hay Riad  
Rabat (Marruecos)

