

## EL TURISMO RESIDENCIAL EN ANDALUCIA

Pedro Raya Mellado

### 1. INTRODUCCION

El concepto de "turismo residencial" es fácilmente identificable, desde un punto de vista intuitivo, con una tipología de turistas cuyas características fundamentales son las de permanecer un largo período de tiempo al año en la zona turística y repetir durante una serie de años esta pauta de comportamiento. Las notas de "permanencia" y "recurrencia" configuran una modalidad de turismo con un fuerte arraigo al territorio.

En un sentido estricto, el "turismo residencial" se puede definir en función del período de permanencia en el lugar de destino, cuando éste supera los seis meses por año. No obstante, tales límites son arbitrarios y, en ciertos casos, resulta difícil diferenciarlo del "turismo de segunda residencia", con períodos de permanencia inferior a los seis meses. Por ello, cuando sea posible se separarán ambas tipologías, residencial y de segunda residencia.

El turismo residencial constituye una tipología de demanda que tradicionalmente se ha desarrollado con notoriedad en las áreas turísticas andaluzas, especialmente en los entornos consolidados. Aunque este fenómeno no es privativo de las áreas con altos niveles de actividad turística ni puede identificarse directamente con ciertas motivaciones, como lo demuestra su presencia en áreas turísticas emergentes del litoral y en entornos rurales del interior.

Su concentración a lo largo del litoral andaluz, especialmente en la costa malagueña, está relacionada con las motivaciones de este tipo de turista -

sol, clima y playa- y por las dotaciones de infraestructuras generales y turísticas (puertos deportivos, casinos, campos de golf, etc).

En general, esta modalidad de turismo afecta en sentido positivo al desarrollo de la actividad turística del lugar de destino, al menos por tres razones de peso. En primer lugar, por su carácter estructural que desde el punto de vista de la demanda, actúa como elemento estabilizador frente a las oscilaciones coyunturales de la industria turística tradicional. En segundo lugar, porque corrige parcialmente el componente estacional de los flujos turísticos, permitiendo un aprovechamiento más eficaz de las infraestructuras turísticas. Y en tercer lugar, por sus efectos económicos en el ámbito local, derivados de la capacidad de gasto de estos turistas y de su larga estancia.

Al analizar esta tipología de turismo, y sobre todo al articular la política turística, no deben ignorarse las repercusiones económicas. En una fase de crisis como la actual, no se puede volver la espalda a una realidad compuesta por un elevado número de turistas residentes, con altos niveles de ingresos y que viven en la zona buena parte del año. Este colectivo realiza un "gasto interno" especialmente importante desde la perspectiva de la economía local, por su capacidad para generar renta y riqueza, y por sus efectos sobre el empleo. Este argumento sería igualmente válido aunque la coyuntura económica fuese diferente, basta reflexionar sobre las posibilidades de expansión económica de buena parte de los municipios del litoral andaluz. Tales municipios tienen unas estructuras económicas volcadas al sector servicio y cuyo motor principal es el turismo; hay pocas alternativas y las economías locales deben explotar sus recursos turísticos.

Cualquier intento de análisis del turismo residencial en Andalucía debe partir de una fuerte restricción, la falta de información estadística sobre los flujos turísticos. Este fenómeno, pese a su grado de implantación, no se conoce en términos cuantitativo (número de turistas residenciales) ni cualitativo (motivaciones, modalidades de alojamiento, grado de satisfacción,...) de forma regular. Sólo existen estudios parciales y aproximaciones indirectas. Este artículo pretende contribuir a un mejor conocimiento del tema mediante una estimación, por procedimientos indirectos, del peso del turismo residencial y describiendo sus principales características.

## 2. EL TURISMO RESIDENCIAL EN ANDALUCÍA

La no existencia de datos sobre el número de turistas residenciales, su distribución a lo largo del año, y el número y tipo de alojamientos que utiliza, obliga a emplear procedimientos indirectos para estimar el peso real del turismo residencial. Uno de estos procedimientos consiste en analizar la "oferta de viviendas de potencial uso turístico". Este enfoque, por el lado de la oferta de alojamientos extra-hotelera no reglada, supone admitir como hipótesis una elevada correlación entre el crecimiento del turismo residencial y el crecimiento de la oferta de viviendas de potencial uso turístico.

En principio, se identifica la oferta de viviendas de potencial uso turístico con las "viviendas secundarias" (RAYA, P. 1993). Con la información del "Censo de viviendas, 1.991" (INE, 1992) se obtiene el número de viviendas secundarias en Andalucía (Cuadro 1). La hipótesis anterior se confirma, y las provincias con litoral y con mayor desarrollo del turismo son las que tienen un mayor número de viviendas secundarias. Este mismo fenómeno se repite a nivel nacional, concentrándose en el litoral mediterráneo casi el 50% del total de viviendas secundarias de España (SERRANO MARTINEZ, J.M., 1993). A modo de ejemplo, sólo en la provincia de Alicante se concentran 229.349 viviendas secundarias.

En Andalucía se localizan 410.929 viviendas secundarias en 1991 (Cuadro 1), y destacan las provincias de Málaga (28% del total), Cádiz (15%) y Granada (14%).

En función de los resultados anteriores, se puede catalogar la oferta de viviendas de potencial uso turístico en un sentido más restrictivo, según la oferta de alojamientos de viviendas ("secundarias" y "desocupadas") localizadas en los municipios del litoral de las provincias andaluzas (RAYA, P, 1992). Se computan como viviendas de potencial uso turístico aquellas unidades que pueden ser utilizadas como alojamiento en períodos de vacaciones.

Con este enfoque y según los datos del "Censo de viviendas de 1991", se obtiene el Cuadro 2 sobre la oferta potencial de viviendas turísticas. Estos datos excluyen las viviendas situadas en entornos urbanos (en particular las capitales de provincias y

Algeciras) ante los múltiples usos posibles para tales viviendas. El número de plazas se estima a partir de un índice de hacinamiento de cuatro personas por vivienda. Con estos criterios, la oferta potencial de viviendas turísticas sobrepasa la cifra de 1.100.000 plazas en el litoral andaluz, y la Costa del Sol acapara el 47% de las mismas. La no existencia de datos sobre el grado de ocupación de estas viviendas y sobre el tipo de turista que las utiliza, no permite calcular el número real de turistas residenciales; pero el volumen que alcanza este tipo de oferta es indicativo del desarrollo del turismo residencial. Resulta interesante comparar esta estimación con las cifras sobre la oferta reglada de alojamientos turísticos (hoteles, hostales y pensiones; apartamentos turísticos; camping), tal ejercicio se realiza en el Cuadro 3. Los datos sobre número de plazas de la oferta reglada se refieren a totales provinciales. A pesar de esto, la oferta reglada de alojamientos sólo alcanza el 17% de la oferta potencial de viviendas turísticas, es decir, por cada plaza de alojamiento reglada existen seis plazas de viviendas de potencial uso turístico. Estos ratios reflejan, incluso dentro de cada provincia, las diferentes estructuras; por ejemplo, en el caso de la Costa del Sol, la parte oriental tiene un ratio del 3'2% mientras que en la occidental es del 14'6%, consecuencia de los diferentes ritmos y grados de consolidación de la actividad turística y del menor peso de la industria tradicional de alojamientos en el tramo oriental.

Cuadro 1  
VIVIENDAS SECUNDARIAS  
EN ANDALUCÍA, 1991

Almería.....	38.457
Cádiz.....	62.043
Córdoba.....	26.154
Granada.....	57.681
Huelva.....	47.417
Jaén.....	29.322
Málaga.....	114.392
Sevilla.....	35.463
ANDALUCIA.....	410.929
ESPAÑA.....	2.637.712

Fuente: Censo de viviendas 1991.  
Avance de resultados INE.

**Cuadro 2**  
**OFERTA POTENCIAL DE VIVIENDAS**  
**TURISTICAS (NUMERO DE PLAZAS)**

Almería .....	106.016
Granada.....	113.048
Málaga.....	527.572
Cádiz.....	243.952
Huelva.....	120.800
<b>TOTAL: .....</b>	<b>1.111.388</b>

Fuente: Elaboración propia.  
Datos del Censo de Viviendas, 1991. INE

**Cuadro 3**  
**OFERTA REGLADA DE**  
**ALOJAMIENTOS, 1991.**

	Núm. Plazas	Ratio Ofert. Regl./ Ofert. No Regl.
Almería	20.745	19,5%
Granada	20.035	17,7%
Málaga	95.737	18,1%
Cádiz	25.637	10,5%
Huelva	27.512	22,7%
<b>Total:</b>	<b>189.666</b>	<b>17,0%</b>

Fuente: Elaboración propia. Datos del Anuario de Estadística de Turismo. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Para el caso de la Costa del Sol Occidental (excluida Málaga Capital) existe información sobre la implantación del turismo residencial (LIBRO BLANCO DEL TURISMO DE LA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL, 1988). Sobre una oferta real de alojamientos de 369.762 plazas, el 80% correspondían a viviendas familiares con posibles usos turísticos. Y su distribución por tipologías de demanda atribuye un 19% de las mismas al turismo residencial y un 46'5% al turismo de segunda residencia. Son estimaciones elaboradas por procedi-

mientos directos. Si aplicamos lo mismos parámetros para el conjunto del litoral andaluz, obtenemos sobre el total de viviendas de potencial uso turístico (1.111.388 plazas) un colectivo de 727.959 plazas utilizadas por este tipo de turismo, y en términos de viviendas, 181.989. Aunque los porcentajes utilizados como referencia son de la Costa del Sol en 1988, la representatividad de este entorno turístico no presenta problema puesto que concentra casi la mitad de las viviendas de potencial uso turístico.

### 3. CARACTERISTICAS DEL TURISMO RESIDENCIAL

Para descifrar la naturaleza de esta tipología se utilizan los datos procedentes de una encuesta al turismo residencial de Cómputa y Benalmádena, esta encuesta forma parte de un trabajo de investigación en curso de realización desarrollado por miembros del Departamento de Economía Aplicada - Política Económica de la Universidad de Málaga. La encuesta al turista residencial se realizó en 1992, y el número de encuestas es de 215.

Las variables a tratar se agrupan en los siguientes bloques:

#### (1). Edad.

La madurez es una de las características de este tipo de turista. El intervalo de edad que se presenta con mayor frecuencia es el de 46-55 años (28% de los casos) pero no puede pasar inadvertido que el 52% de los turistas entrevistados superan los 56 años.

#### (2). Tiempo de residencia.

La variable tiempo de residencia presenta la distribución de frecuencias contenida en el Cuadro 4.

Estos datos reflejan algunos fenómenos interesantes. En principio, el 42% de los turistas residen desde hace 3-5 años, por tanto empiezan a consolidar su residencia en la zona, lo que abre perspectivas optimistas de cara al futuro.

Por otro lado, casi un 30% de los turistas manifiestan un alto grado de fidelidad al lugar elegido puesto que superan los seis años de residencia.

**Cuadro 4**  
**TIEMPO DE RESIDENCIA**

AÑOS	PORCENTAJE
< 1	11,2%
1 - 2	16,8%
3 - 5	42,0%
6 - 10	22,4%
11 - 20	5,0%
> 20	2,3%

Fuente: Encuesta al turista residencial, 1.992.

Los datos también indican que hay una cierta renovación o rotación, al encontrarse el 42% en proceso de consolidar su residencia en la zona, y además un 28% de los turistas que apenas llevan residiendo 1 ó 2 años. Esto último permite afirmar que esta tipología de turismo mantiene su dinamismo y concuerda con el comportamiento de otras variables relacionadas con el mismo, como la evolución de las viviendas de segunda residencia en el litoral mediterráneo.

### (3). Actividad profesional.

El 60% de los turistas son jubilados o pensionistas. Respecto a sus profesiones, destacan "profesión liberal", "empresarios", y "trabajador por cuenta ajena" (Cuadro 5). Dentro de la categoría de "empresarios", predominan las figuras de "propietario de pequeña y mediana empresa" y la de "autónomo"; y en la categoría de "trabajador por cuenta ajena", incluye sobre todo a "trabajadores cualificados" y "mandos intermedios".

### (4). Nivel de ingresos y gastos.

El cuadro 6 evidencia una distribución por intervalos de ingresos bastante dispersa. No obstante, casi el 30% de los entrevistados perciben ingresos mensuales superiores a las 220.000 pesetas y el 40'5% obtienen ingresos entre 100.000 - 220.000 pesetas.

En cuanto al gasto del turista residencial, las principales partidas son las siguientes:

- Gastos directos en vivienda ..... (alquileres, comunidad, ...)	13,8%
- Gastos corrientes de la casa .....	51,3%
Alimentación en casa .....	30,5 %
Limpieza y lab. domst.....	4,8 %
Agua, gas y electricidad.....	10,0%
Teléfono .....	6,0%
- Gastos fuera de casa.....	14,3%
Bares y restaurantes .....	11,7 %
Diversiones y espect. ....	2,6 %
- Otros gastos relevantes .....	7,3%
Educación.....	0,7 %
Médicos y medicina .....	6,4%
- Otros gastos.....	13,3%

El principal tipo de gasto es el de "alimentación", realizado en la propia casa, que alcanza el 30'5% del gasto total. Y en valor absoluto, el gasto medio en alimentación alcanza aproximadamente las 40.500 pesetas.

Las cifras anteriores permiten realizar una estimación del gasto medio por unidad familiar del turista residencial en torno a las 130.000-150.000 pesetas. Este nivel de gasto produce efectos positivos sobre la actividad económica de la zona, y su repercusión sobre el sector turístico afecta a las

actividades complementarias (restaurantes, bares, espectáculos...) en un nivel del 15%.

### (5). Meses de permanencia.

El período medio de estancia de este tipo de turismo alcanza los 9 meses por año. Además, esta larga estancia juega un relativo papel desestacionalizador respecto de otras tipologías de turismo. La información sobre los meses de permanencia señala el valor mínimo de afluencia en junio, julio y agosto.

### (6). Características del alojamiento.

Aunque esta variable puede estar sujeta a sensibles variaciones en función de los entornos turísticos seleccionados como base de la encuestación, dada la escasa información disponible, parece oportuno adjuntar la tipología de viviendas utilizadas. El

**Cuadro 5  
PROFESION DEL TURISTA**

Profesión Liberal.....	19.90
Empresarios.....	19.90
Propietario Gran Empresa.....	2.36
Propietario Peq./Med. Empre...	6.16
Autonomo/Traba. Cta. Propia..	11.37
Trabajos por cuenta ajena.....	20.61
Directivos.....	2.60
Mandos intermedios.....	5.45
Trabajos calificados.....	9.00
Obreros/Trab. sin cualific. ....	3.55
Funcionarios.....	11.37
Altos Cargos.....	1.65
Titulado medio.....	4.26
Titulado medio.....	3.31
Auxiliares y otros.....	2.13
Estudiantes.....	9.95
Ama de casa.....	18.24
Total.....	100.00

FUENTE: Encuesta al turista residencial, 1992.

**Cuadro 6  
NIVEL DE INGRESOS (%)**

Menos de 60.000 PTAS.....	4.73
Entre 60.000 y 80.000 Ptas.....	12.10
Entre 80.000 y 100.000 Ptas.....	13.15
Entre 100.000 y 140.000 Ptas.....	18.94
Entre 140.000 y 180.000 Ptas.....	12.63
Entre 180.000 y 220.000 Ptas.....	8.94
Entre 220.000 y 300.000 Ptas.....	14.21
Entre 300.000 y 500.000 Ptas.....	9.47
Entre 500.000 y 700.000 Ptas.....	3.15
Mas de 700.000 Ptas.....	2.63
Total.....	100.00

Fuente: Encuesta al turista residencial, 1992.

tipo de vivienda más abundante es la "vivienda familiar independiente", en el 45% de los casos; le sigue en importancia el "apartamento", 32%, y en último lugar la "vivienda unifamiliar adosada", 23% del conjunto.

En cuanto al régimen de tenencia de la vivienda, el uso de la vivienda en régimen de propiedad es una de las notas más tradicionales del turismo residencial, 85% de los casos. Si relacionamos esta variable con la tipología de viviendas resulta que el 42'7% de las mismas son viviendas unifamiliares independientes en régimen de propiedad y un 24% son apartamentos en propiedad.

La vivienda en régimen de alquiler alcanza sólo el 12'5% del total; la mitad de las cuales son apartamentos en alquiler.

En la actualidad, según los resultados de la encuesta, la figura del "time-sharing" no es utilizada por este tipo de turistas.

En el cuestionario se incorporó la pregunta ¿qué piensa hacer con su residencia en el futuro?. El sentido de las respuestas puede ser orientativo respecto a las perspectivas más inmediatas del turismo residencial. Las respuestas fueron las siguientes:

- No lo ha pensado.....	44,9%
- Alquilarla o venderla.....	13,5%
- Dejarla a la familia.....	33,0%
- Otras.....	8,6%

Estos datos son susceptibles de múltiples lecturas. Aparece un factor de continuidad y que da pie a un cierto optimismo al responder un 33% de los encuestados que piensan transmitir la vivienda a sus familiares. Pero también existe una gran incógnita sobre el uso futuro de éstas viviendas, al responder el 44'9% que aún no lo ha pensado.

### (7). Sistema de transporte.

El sector distancia y las insuficiencias de las redes de conexión por carretera y ferrocarril del litoral andaluz respecto de los núcleos europeos emisores de turistas explican el protagonismo del transporte aéreo. Las tres cuartas partes de los turistas residenciales utilizan el avión como sistema de transporte, con predominio de los vuelos charter en un 52'5% de los casos.

Cabe esperar que las mejoras introducidas en la red de carreteras y el previsible incremento de esta tipología de turismo procedente de otras comunidades autónomas incrementen, sobre todo, el uso del coche y del autocar.

**(8). Factores de decisión para elegir lugar de residencia.**

En la encuesta se preguntó cuales son los factores que más influyeron en su decisión de venir a residir a la zona en cuestión, y se le pedía que eligiera los tres factores más importantes por orden de preferencia.

Si prestamos atención sólo al factor elegido en primer lugar, destacan como significativos los siguientes:

- Clima..... 43,0%
- Sol ..... 39,0%
- Paisaje ..... 5,0%
- Carácter de la gente..... 2,3%

El binomio clima-sol sigue siendo determinante en la elección del lugar de residencia.

Si se contabiliza, para cada factor de decisión, el número total de veces que se menciona, ya sea en primer, segundo o tercer lugar, obtenemos los siguientes resultados por orden de preferencia:

- (1) Clima ..... 29,0%
- (2) Sol ..... 19,3%
- (3) Carácter de la gente ..... 14,1%
- (4) Paisaje..... 13,2%
- (5) Nivel de precios..... 9,4%
- (6) Otros factores ..... 6,2%
- (7) Fiscalidad ..... 2,8%

**(9). Conocimiento del lugar de residencia.**

Los canales por los cuales un individuo llega a conocer un entorno turístico son de naturaleza heterogénea. Pero desde una perspectiva de promoción, el estudio de esta variable es ineludible, por cuanto que supone una primera toma de contacto con el destino turístico. Las respuestas presentan la siguiente distribución de frecuencias relativas:

- A través de amigos o familiares..... 34,4%
- Visita de vacaciones..... 33,0%
- Por promot. o emp. inmob. .... 14,0%
- Por los medios de comunicación..... 10,6%
- Por otros medios ..... 8,0%

La primera visita por vacaciones (y por tanto, la impresión directa por el contacto con la zona) y la

transmisión de la información por canales informales, mediante amigos o familiares, continúan manteniendo su protagonismo.

**(10). Opiniones respecto del nivel de precios.**

Se preguntó al turista residencial sobre el coste de la vida respecto a su país de origen. Las respuestas fueron:

- Más caro..... 11,2%
- Más barato..... 45,1%
- Igual ..... 43,7%

A pesar del incremento de precios, sobre todo respecto a ciertos países europeos, experimentado por la economía española resulta positivo que sólo un 11'2% de los turistas respondan con la opción "más caro". Para el caso del turismo inglés el porcentaje es aún más bajo, del 9'7%.

El cuadro 7 refleja las opiniones del turista sobre un conjunto de bienes y servicios de uso común. Las opiniones más desfavorables, "muy caro" o "caro", se deben a los siguientes bienes o servicios: "alquileres" (26'6%), "alimentación" (16'7%) y "diversiones" (9'6%).

**(11). Grado de satisfacción.**

Los resultados son realmente positivos. Las respuestas negativas apenas afectan al 2% de los turistas. La distribución de frecuencias de esta variable es la siguiente:

- Muy satisfactorio ..... 48,59%
- Satisfecho ..... 42,52%
- Poco satisfecho ..... 7,47%
- Insatisfecho..... 0,93%
- Muy insatisfecho ..... 0,46%

**(12). Opiniones del turista.**

Las respuestas positivas sobre el grado de satisfacción no deben ocultar posibles deficiencias en aspectos concretos de las zonas turísticas, algunas de las cuales han de ser corregidas en el ámbito de la política turística. El cuadro 8 incorpora un amplio abanico de cuestiones sobre las cuales el turista emite una opinión con cinco alternativas, desde "excelente" hasta "muy malo".

Cuadro 7  
OPINIONES SOBRE NIVEL DE PRECIOS (%)

TRANSPORTE PUBLICO	MUY CARO.....	0.60
	CARO.....	2.40
	NORMAL.....	28.91
	BARATO.....	52.40
	MUY BARATO.....	15.66
	TOTAL.....	100.00
BARES, RESTAURANTES	MUY CARO.....	0.00
	CARO.....	5.47
	NORMAL.....	37.31
	BARATO.....	50.74
	MUY BARATO.....	6.46
	TOTAL.....	100.00
ALQUILERES	MUY CARO.....	3.33
	CARO.....	23.33
	NORMAL.....	42.50
	BARATO.....	21.66
	MUY BARATO.....	9.16
	TOTAL.....	100.00
DIVERSIONES	MUY CARO.....	1.49
	CARO.....	8.20
	NORMAL.....	54.47
	BARATO.....	29.10
	MUY BARATO.....	6.71
	TOTAL.....	100.00
SERVICIO DOMESTICO	MUY CARO.....	0.00
	CARO.....	9.57
	NORMAL.....	38.29
	BARATO.....	39.36
	MUY BARATO.....	12.76
	TOTAL.....	100.00
ALIMENTACION	MUY CARO.....	2.03
	CARO.....	14.72
	NORMAL.....	56.85
	BARATO.....	24.36
	MUY BARATO.....	2.03
	TOTAL.....	100.00

FUENTE: Encuesta al turista residencial, 1992

Si agrupamos los dos tipos de respuestas más críticas, “malo” y “muy malo”, y considerando los totales del cuadro 8, donde estos valores alcanzan el 24%, obtenemos la siguiente lista de aspectos que peor consideración tienen para los turistas residentes:

- Servicio de correos .....	51,9%
- Estado de las calles .....	43,0%
- Recogida de basuras .....	40,5%
- Centros culturales .....	38,4%
- Playas .....	32,9%
- Seguridad ciudadana .....	32,8%
- Alumbrado público .....	29,9%
- Servicio de teléfono .....	26,0%

Los porcentajes indican las respuestas con las opciones “malo” y “muy malo”. Prácticamente todos los aspectos con peores calificaciones son susceptibles de mejoras por actuación de la administración pública en sus diversos ámbitos, local, autonómico y estatal, según sus respectivas competencias.

Si tenemos en cuenta las motivaciones principales de este tipo de turistas, donde el clima y el sol destacan, parece oportuno hacer una llamada de atención al estado de las playas. También, por los efectos negativos que transmite dentro y fuera del país, el tema de la seguridad ciudadana resulta especialmente delicado y urgente su resolución.

Si se sigue el mismo procedimiento con las opiniones más favorables, “excelente” y “bueno”, y teniendo en cuenta que en el cuadro 8 tales respuestas alcanzan el 42%, los aspectos mejores considerados son los siguientes:

- Trato de la gente .....	76,1%
- Paisaje natural .....	75,9%
- Paisaje urbano .....	67,3%
- Impuestos locales .....	49,2%
- Tranquilidad .....	48,9%
- Zonas verdes .....	47,0%
- Abastecimiento de agua .....	44,2%
- Suministro de luz .....	43,7%

Los porcentajes representan la suma de respuestas “excelente” y “bueno”. En la interpretación anterior no debe olvidarse que sólo se detallan respuestas que superan el 42%, es decir, se toma un punto de referencia con un nivel de aceptación muy elevado.

### (13). Recepción de visitas.

El turista residencial genera otros efectos indirectos no mencionados hasta el momento. Estos se refieren a la recepción de visitas, de amigos y familiares, con el consiguiente efecto expansivo de dicha actividad y con un efecto de difusión y propaganda de la zona difícilmente valorable.

El 87% de los encuestados reciben visitas a lo largo de su estancia. Estas visitas utilizan los siguientes tipos de alojamientos:

- Hotel .....	12,6%
- Apartamento alquilado .....	10,0%
- En casa .....	67,9%
- Otro tipo .....	9,5%

Los períodos del año en que acuden las visitas se reparten de forma homogénea en los doce meses. Y los tiempos de estancias predominantes son de 1 semana a 15 días en el 64,7% de los casos, y entre 15 días y 1 mes en el 22% de las visitas.

## 4. CONCLUSIONES

Las estimaciones del epígrafe segundo confirman la importancia cuantitativa de esta modalidad de turismo, 727.959 plazas a lo largo del litoral andaluz. Destaca también el nivel de concentración en el entorno de la Costa del Sol.

Las ratios oferta reglada-oferta no reglada (Cuadro 3) reflejan unas estructuras turísticas con ciertos desequilibrios. En principio, parece deseable la implantación del turismo residencial, pero también es conveniente que ésta se realice de forma ordenada y en combinación con un adecuado nivel de la oferta turística tradicional -sobre todo hotelera- y del desarrollo de unas infraestructuras turísticas mínimas.

En cuanto a los aspectos cualitativos de ésta tipología turística, se pone de manifiesto un elevado grado de fidelidad al lugar de destino, no sólo por los años de residencia sino también por las elevadas estancias anuales, 9 meses en promedio. La información sobre el tiempo de residencia permite una lectura optimista sobre su evolución futura, 42% de los mismos en proceso de consolidar su residencia y un 28% de nuevas incorporaciones, con 1-2 años de residencia.

Cuadro 8

CALIFICACION DE ASPECTOS (%)

PAISAJE URBANO	EXCELENTE .....	27.04
	BUENO .....	40.30
	REGULAR .....	25.51
	MALO .....	5.61
	MUY MALO .....	1.53
	TOTAL .....	100.00
PAISAJE NATURAL	EXCELENTE .....	45.09
	BUENO .....	30.88
	REGULAR .....	17.64
	MALO .....	5.88
	MUY MALO .....	0.49
	TOTAL .....	100.00
PLAYAS	EXCELENTE .....	5.02
	BUENO .....	31.84
	REGULAR .....	30.16
	MALO .....	25.69
	MUY MALO .....	7.26
	TOTAL .....	100.00
ZONAS VERDES	EXCELENTE .....	7.14
	BUENO .....	39.88
	REGULAR .....	32.73
	MALO .....	12.50
	MUY MALO .....	7.73
	TOTAL .....	100.00
ALUMBRADO PUBLICO	EXCELENTE .....	4.06
	BUENO .....	36.04
	REGULAR .....	29.94
	MALO .....	19.28
	MUY MALO .....	10.65
	TOTAL .....	100.00
ESTADO DE CALLES	EXCELENTE .....	2.47
	BUENO .....	23.76
	REGULAR .....	30.69
	MALO .....	27.22
	MUY MALO .....	15.84
	TOTAL .....	100.00
ABASTECIMIENTO AGUA	EXCELENTE .....	10.94
	BUENO .....	33.33
	REGULAR .....	35.82
	MALO .....	12.93
	MUY MALO .....	6.96
	TOTAL .....	100.00
SUMINISTRO DE LUZ	EXCELENTE .....	6.46
	BUENO .....	37.31
	REGULAR .....	39.80
	MALO .....	13.43
	MUY MALO .....	2.98
	TOTAL .....	100.00
SERVICIO TELEFONOS	EXCELENTE .....	5.43
	BUENO .....	29.34
	REGULAR .....	39.13
	MALO .....	15.21
	MUY MALO .....	10.86
	TOTAL .....	100.00
SERVICIO CORREOS	EXCELENTE .....	0.48
	BUENO .....	18.44
	REGULAR .....	29.12
	MALO .....	28.64
	MUY MALO .....	23.30
	TOTAL .....	100.00
RECOGIDA BASURAS	EXCELENTE .....	3.96
	BUENO .....	20.79
	REGULAR .....	34.65
	MALO .....	30.69
	MUY MALO .....	9.90
	TOTAL .....	100.00

Cuadro 8 (Continuación)

SEGURIDAD CIUDADANA	EXCELENTE .....	0.99
	BUENO.....	24.37
	REGULAR .....	41.79
	MALO.....	19.90
	MUY MALO.....	12.93
	TOTAL.....	100.00
INSTALA. DEPORTIV.	EXCELENTE .....	5.55
	BUENO.....	30.24
	REGULAR .....	41.35
	MALO.....	16.04
	MUY MALO.....	6.79
	TOTAL.....	100.00
CENTROS RELIGIOSOS	EXCELENTE .....	6.99
	BUENO.....	30.06
	REGULAR .....	44.75
	MALO.....	11.18
	MUY MALO.....	6.99
	TOTAL.....	100.00
CENTROS CULTURALES	EXCELENTE .....	1.98
	BUENO.....	22.51
	REGULAR .....	37.08
	MALO.....	27.81
	MUY MALO.....	10.59
	TOTAL.....	100.00
ASISTEN. SANITARIA	EXCELENTE .....	7.73
	BUENO.....	25.96
	REGULAR .....	52.48
	MALO.....	6.07
	MUY MALO.....	7.73
	TOTAL.....	100.00
TRATO DE GENTE	EXCELENTE .....	20.39
	BUENO.....	55.72
	REGULAR .....	21.39
	MALO.....	2.48
	MUY MALO.....	10.00
	TOTAL.....	100.00
TRANQUILIDAD	EXCELENTE .....	15.30
	BUENO.....	33.67
	REGULAR .....	30.10
	MALO.....	16.32
	MUY MALO.....	4.59
	TOTAL.....	100.00
IMPUESTOS LOCALES	EXCELENTE .....	9.84
	BUENO.....	39.37
	REGULAR .....	36.26
	MALO.....	10.36
	MUY MALO.....	4.14
	TOTAL.....	100.00
TOTALES	EXCELENTE .....	10.11
	BUENO.....	31.86
	REGULAR .....	33.85
	MALO.....	16.17
	MUY MALO.....	7.98
	TOTAL.....	100.00

Fuente: Encuesta al Turista Residencial. 1992

Los aspectos sobre actividad profesional, y niveles de ingresos y gastos refuerzan la argumentación sobre su impacto económico positivo y sobre los efectos multiplicadores.

En los capítulos relativos a precios, grado de satisfacción y opiniones del turista, los resultados son francamente positivos. Las respuestas negativas

sólo llegan al 2%. No obstante, las administraciones públicas y otras entidades deben mejorar una serie de aspectos concretos, entre ellos el estado de las calles, el servicio de correos, la recogida de basura, la situación de las playas y la seguridad ciudadana.

Por último, mencionar los posibles efectos indirectos de difusión y propaganda del entorno

turístico, y el dato sobre el número de visitas que reciben por su implicación sobre la oferta tradicional de alojamiento y sobre la industria complementaria.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

INE(1992): "Censo de viviendas, 1991. Avance de resultados". Instituto Nacional de Estadística.

SERRANO MARTINEZ, J.M.; "Dinámica de crecimiento y difusión especial de las viviendas secundarias en España en los inicios de los años noventa". Revista Situación 1993/2. Banco Bilbao Vizcaya.

RAYA, P. (1993): "El turismo residencial en el litoral andaluz". Ponencia presentada en el II Congreso Andaluz de Turismo. Noviembre, 1993. Jerez de la Frontera. Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de Andalucía.

RAYA, P. (1992): "El turismo de segunda residencia". Ponencia presentada en el I Congreso Andaluz de Turismo. Octubre, 1992. Málaga. Cámaras de Comercio, Industria y Navegación de Andalucía.

L.B. (1988): Libro Blanco del Turismo de la Costa del Sol Occidental, 1988. Junta de Andalucía.

MICT (1992): "Anuario de Estadísticas de Turismo, 1991". Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.