

# ADAPTACIÓN LOCAL A UN NUEVO MODELO TURÍSTICO. EL EJEMPLO DEL TURISMO RESIDENCIAL EN PEGUERA

## *Local Adaptation on a New Touristic Model. The Example of the Residential Tourism in Peguera*

Petra SCHÜRGERS

*Dpto. de Geografía, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf*

*e-mail: [petra.schuerges@uni-duesseldorf.de](mailto:petra.schuerges@uni-duesseldorf.de)*

### **Resumen**

Se propone la reflexión sobre las interacciones que implica el nuevo modelo turístico, que serán examinadas en el caso de Peguera. Uno de los referentes básicos en su formación es el boom del turismo residencial experimentado por la revitalización turística en el municipio de Calvià a fines de los años 1990. El turismo residencial, que existe en Peguera además del paquete turístico, dispone de una alta relevancia espacial. Por eso se basan las reflexiones en el estudio de sus interacciones con componentes del territorio local, empleando métodos de cartografía y encuesta. La comunicación representa los principales avances de resultados como la interdependencia entre oferta complementaria del año entero, turismo residencial e invernal, que es mayoritariamente de origen alemán. La demanda de segunda residencia causa la subida de precios inmobiliarios y el alto número de población real aumenta la demanda de infraestructuras. Peguera corre peligro de perder atractivo residencial y turístico por la incesante urbanización. El control de estas dimensiones serviría para un apropiado fomento de la economía y el desarrollo sostenible.

**Palabras clave:** turismo residencial, relevancia espacial, oferta complementaria, impactos e interacciones turísticos, Mallorca.

## Abstract

The new touristic model implicates interactions which will be examined in the case of Peguera. A main reason for its formation is the residential touristic boom, that produced the touristic revitalisation in the municipality of Calvià at the end of the 1990th. The residential tourism disposes of an high spatial relevancy and exists in Peguera supplementary to the package holidays. Thus the reflection based on the analysis of its interactions with the local spatial components by using methods such as mapping and questioning. The paper presents the fundamentally steps of the results like the interdependence between a complementary offer opened all year round, residential tourism and winter tourism, which is mainly German. The demand for a second residence caused an increase of the property prices and the high number of actual population increase the demand on the infrastructure. Peguera runs the risk of loosing its residential and touristic attraction due to the ongoing construction activities. The control of these dimensions would serve to an appropriate economic and sustained development.

**Keywords:** residential tourism, spatial relevancies, complementary offer, touristic effects and interactions, Mallorca.

## LOS DESARROLLOS TURÍSTICOS

### Etapas del desarrollo turístico de Mallorca

Mallorca concentra en sí los efectos espaciales de diferentes etapas turísticas. Había un primer turismo de élite a principios del siglo pasado. En la década de 1960 el modelo del turismo de masas empezaba a transformar profundamente la isla. Desde entonces periodos de unos tres años de crisis interrumpen los de booms. Durante el primer boom turístico, entre 1960 y 1973, se construía, bajo la carencia de ordenación integral, hoteles en primera y segunda línea de playa, cada vez más altos. Se cumplían exigencias fordistas de vacaciones organizadas de sol y playa, de dos o tres semanas que se hacían una vez al año. Incluso las ofertas opcionales de excursiones eran estandarizadas. Se formaban TTOO transnacionales que empezaban a dominar el mercado por lo que se intensificaba la dependencia hacia los países de origen. Con la crisis petrolera se llegó a la primera crisis turística, notable en los años 1974 hasta 1977. El segundo boom entre 1978 y 1988 se debió a la adaptación de exigencias de pasar vacaciones más independientes y económicas. Así se amplió la planta de apartamentos a bajo coste de personal. Debido a la falta de revitalización, el producto turístico envejeció. Además aparecieron destinos competidores más económicos mientras que la peseta se revaluó y la segunda crisis turística tuvo lugar entre 1989 y 1993. La demanda postfordista o en el turismo más bien postcook<sup>1</sup> se oponía a la masificación como cualidad, es decir que sociológicamente no sólo se dirigía contra la cantidad de la afluencia turística, sino más bien contra la homogenización y estandarización (Butler, 1990). La sociedad moderna se muestra más individualizada y flexible. El turista viaja más, pero menos tiempo, más lejos y es posible que participe durante distintas vacaciones o incluso en unas

---

<sup>1</sup> La importancia que Thomas Cook tenía para el subsector turístico equivale a lo que Henry Ford significaba para la industria (Donaire, 1995).

mismas en diferentes segmentos del mercado. Así se pide sobre todo en temporada media y baja, una oferta cada vez más diversa. Además, los modernos medios de comunicación, la amplia infraestructura de Mallorca, la alta frecuencia de vuelos durante el año entero y así la corta distancia temporal a Centro- y Norte de Europa, permiten vivir en la isla y trabajar fuera. La sociedad moderna parece que integra más el trabajo en la vida. De esta manera las vacaciones no siguen representando un contrapolo al trabajo, que por sí se transforma en un símbolo de estatus. Un domicilio más o menos permanente en Mallorca además sirve de muestra que se puede permitir cierto lujo. Aunque ni la demanda entera ha cambiado ni radicalmente toda la oferta mallorquina se adecuaba a las cambiantes y crecientes exigencias del turismo postfordista. Esto se expresa en la diversificación y la innovación de productos aprovechando la segmentación del mercado e intentando ampliar la temporada y mejorar la imagen hacia fuera. En este sentido la ley 3/1990 obligaba la modernización de alojamientos turísticos construidos antes de 1984 y la ley 1/1991 (LEN: Ley de Espacios Naturales y de régimen urbanístico de las áreas de especial protección de las Islas Baleares) intentaba proteger el medio ambiente. Sobre todo los segmentos del turismo de golf, náutico y residencial deberían garantizar el aumento de la calidad. En la siguiente temporada se disparó la construcción de la segunda residencia, especialmente en zonas costeras como Calvià, donde existen favorables condiciones climáticas e infraestructurales. Así el tercer boom turístico entre 1994 y 1999, también representaba un boom del turismo residencial. Éste incorpora bajo modernas condiciones de vivienda cada vez más al interior de Mallorca así como el creciente finca-turismo. El desarrollo del tercer boom iba junto con circunstancias como la ampliación del mercado por el este, las crisis e inseguridades en destinos competitivos, la seguridad de Mallorca, el estar cada vez más en boga residir en la isla, la inversión de dinero negro y aspectos especulativos. La siguiente crisis del turismo de alojamiento de 2000 a 2003 coincide, como también las anteriores, con una crisis económica mundial, la introducción del euro con incremento de precio, destinos competitivos más económicos, el 11 de septiembre que generó ansiedades, una política más restrictiva interpretada de manera muy negativa en el exterior y la guerra del Iraq.

El intento de un desarrollo más a medida, sostenible y de calidad sin seguir aumentando la cantidad sólo se realizaba en parte a causa de la proliferación de la segunda residencia. Además permanecía la estacionalidad. Así las mayores pérdidas porcentuales desde 1999 le tocaban a la temporada media, cuya ocupación de la planta total disminuyó desde entonces desde el 72% al 49% (2005). La ocupación por término medio anual descendió en el mismo tiempo del 61% al 46%. Pero el número de pasajeros en el aeropuerto Son Sant Joan sobrepasó en 2004 por primera vez los 20 millones, llegando en 2005 a 21,24 millones (Conselleria de Turisme, 2005 y 2006). Mientras que el número de pasajeros y llegadas al aeropuerto crece, la de la ocupación hotelera se estanca. Esto se explica por el aumento de los *hubs*, vacaciones cada vez más cortas y muchas estancias privadas fuera de los alojamientos turísticos.

## Desarrollo turístico de Peguera en el municipio de Calvià

El municipio de Calvià no era importante hasta el disparo del turismo de masas. No había ni un puerto, y la economía se basaba en una agricultura dominada por la gran propiedad. La población a penas alcanzaba los 2.000 habitantes (2.219 habitantes en el año 1950) (Conselleria d'Economia, Comerç i Indústria, 2002). Hasta hoy sólo una  $\frac{1}{16}$  de la población del municipio reside en su interior. En 1936 se contaba con tres alojamientos turísticos y en 1955 con 13 (Garcías & Verd, 1986). Ya en 1960 Calvià disponía de aproximadamente 6.800 camas turísticas en 112 alojamientos (Ajuntament de Calvià, 1999). El antiguo espacio de la costa de poco valor agrario se transformó en solares de precios en alza, excepto el Cap de Cala Figuera que hace poco era de uso militar. El municipio de Calvià en la cercanía de Palma y del aeropuerto se volvió rápidamente en un destino principal del turismo de masas del Mediterráneo. Ofrecía 54 km de costa de deficiente ordenación urbana y territorial. El primer Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) del municipio de 1971 estaba orientado a un gran desarrollo bajo el pretexto de querer evitar la especulación. Calvià ejemplificaba muy bien el significado del término “balearización” (Picornell, 1986: 53). Se llegó a finales de los años 1980 a un punto decisivo entre declive y revitalización turística según el modelo del ciclo de vida del producto turístico de Butler (1980) (Kulinat, 1998). De este modo se movía el ayuntamiento de Calvià, entre 1991 y 2003 con la alcaldesa M. Najera al frente, propagando un concepto del turismo de calidad y sostenibilidad. Se elaboraron medidas de saneamiento de diez años en adelante. Se aprovechó el Plan de Excelencia Turística del Ministerio de Comercio y Turismo de España (1992), que hoy día está abolido. Se cumplieron las siguientes tres áreas de acción: 1. reconversión de zonas urbanas en la costa debido al Plan de Esponjamiento; 2. lucha contra la estacionalidad por los programas Calvià, el Invierno Europeo y Mallorca Calvià Club; 3. mejoramiento de las condiciones de la formación profesional debido al Instituto de Formación y Ocupación de Calvià (IFOC) y el Servicio Integral de Promoción del Empleo (SIPE). El foco de mayor atención se concentraba en la demolición de hoteles obsoletos debido al Plan de Esponjamiento de 1994. Como consecuencia los hoteleros que temían el derribo de sus establecimientos entraron en reformas. En aquel entonces se reemplazaron, también por iniciativa privada, dos hoteles de 1968 y 1969 en Peguera (Seguí, 1998). Bajo criterios de sostenibilidad, en 1995 se comenzó con la primera Agenda Local 21 del Mediterráneo, basada en la filosofía de la cumbre de Río de 1992. Además del derribo de hoteles, en lo público destaca la reclasificación de 1660 ha de suelo urbano y la construcción del Passeig de Calvià (Najera, 1997). Los trabajos de mayor importancia para la recuperación urbana de Peguera, su turismo y atractivo residencial se centraron en la ampliación de la Playa Palmira en 1989 y 1994, el paseo marítimo y el Bulevar inaugurado en 1996 y prolongado más recientemente. Apoyado en los fondos del Plan Mirall, que posibilitó medidas de embellecimiento pero no infraestructurales (Decreto 184/1996), se realizaron cuatro proyectos en Peguera. La mitad fue sufragado por el ayuntamiento y la otra mitad por el Govern Balear. En diciembre de 2005 se publicó la última versión del PGOU que ya había sido modificada varias veces.

Las medidas iniciadas en los años 1990 han mejorado sin duda alguna el aspecto urba-

nístico, con la consecuencia de aumentar la demanda de segunda residencia por extranjeros europeos. Así se han acelerado las inversiones en el sector inmobiliario y la nueva construcción. Además resulta la necesidad de ampliar constantemente las infraestructuras, sea de eliminación de aguas residuales y basura, de suministro de agua potable, de ampliación o adecuación de la red vial y de comunicación.

## EL TURISMO DE ALOJAMIENTO Y DE RESIDENCIA EN PEGUERA Y SUS INTERACCIONES

### Turismo de alojamiento o bien del paquete turístico

El origen de Peguera se basa en el desarrollo del turismo de alojamiento. El primer hotel de Peguera se inauguró en 1930, el primero localizado en Cala Fornells (1950). En 1955 se llegó a ocho alojamientos turísticos (Aguiló et al., 2003). La mayoría de los hoteles en el centro de Peguera resulta del primer boom turístico: la antigüedad media de la planta hotelera es de 1973 y un 67% de los solares miden menos de 5.000 m<sup>2</sup> (Ajuntament de Calvià, 2006). Peguera dispone de 87 alojamientos con unas 13.000 plazas turísticas de los casi 60.000 en 267 establecimientos existentes en el municipio (Conselleria de Turisme, 2006). Así el término medio de camas por alojamiento es más alto en el municipio que en Peguera. Allí muchos de los alojamientos más pequeños corresponden a hostales cuyo número disminuye debido a exigencias cada vez más elevadas. De los 26 hostales y pensiones de 1994 han quedado 18. Además consta la tendencia a alojamientos de categorías más altas. Pero en comparación con otros destinos el número de hotel-apartamentos sólo aumentó de dos en 1994 a cuatro (fig. 1).<sup>2</sup> Peguera está dominada por hoteles: 37 en la actualidad. A pesar del crecimiento del turismo residencial, en este núcleo sólo han desaparecido cinco alojamientos turísticos, pero sin reducción del número total de plazas turísticas.

Contemplando la ocupación hotelera consta una disminución de 72% en el año del boom turístico de 1999 a 54% en 2005. El mínimo de ocupación en el año 2002 con 51% corresponde a la disminución de la clientela principal, los alemanes, cuyas llegadas vía aérea a Mallorca bajaron de 3,57 millones en 1999 a 2,77 millones en 2002; recuperándose en la actualidad hasta alcanzar la cifra de 3,68 millones (Conselleria de Turisme, 2006). Aunque Peguera es uno de los pocos destinos de atractivo para un turismo de invierno, no se ha recuperado la temporada baja y tampoco la media. La ocupación de la planta total hotelera en la temporada baja en 2005 llegaba a sólo 29%, tomando en cuenta que todo el Sector 5/Ponent disponía en temporada baja sólo de una ocupación de 19% y Mallorca de 13% (fig. 2).

---

<sup>2</sup> \* = estrella(s); categoría de alojamientos de clase: **H**otel, **H**otel-**A**partamento, **C**lub **V**acaciones, **H**o**S**tal y **P**ensión; sin categoría: **CH** = Casa Huéspedes; **L** = llave(s); categoría de alojamientos de **A**partamento.

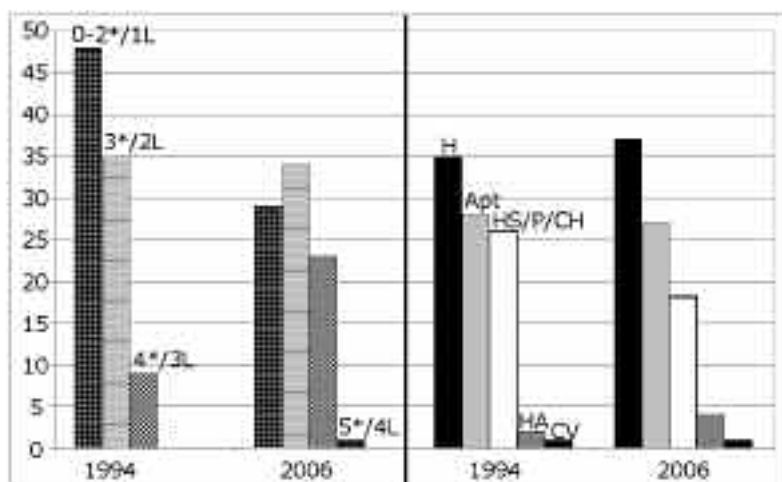


Figura 1: Categoría y clase de alojamientos en Peguera.

Fuente: 1994: *Conselleria d'Economia i Hisenda*, 1995; 2006: *elaboración propia*; *figura propia*.

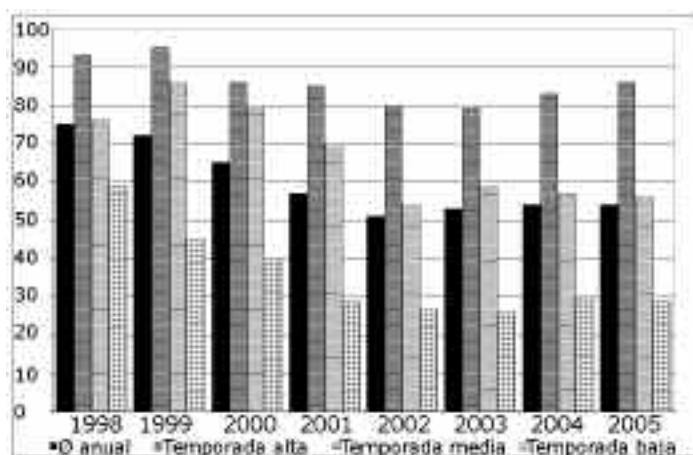


Figura 2: Ocupación de la planta total de Peguera (en %).

Fuente: *Calculado según datos de CITTIB*, 2003; 2005 y 2006; *Conselleria de Turisme*, 1999; 2000 y 2001; *figura propia*.

La clientela de la temporada baja se compone por regla general de peronas mayores.<sup>3</sup> Un 71% tenía 58 y más años. Fuera de esta temporada, este grupo de edad supone el 46%. Los turistas encuestados en temporada baja preferían estancias más largas así que unos 43% quedaban más de 15 días mientras que fuera de esta temporada unos 86% permanecían menos de 15 días. Las vacaciones más cortas en temporada baja son aprovechadas muchas

<sup>3</sup> Investigación propia que incluye un total de 385 encuestas realizadas en diferentes temporadas y destinos costeros de Mallorca (Schürgers, 2005).

veces por el turismo de caminata o para gozar la flor de almendro en febrero. En invierno domina de forma casi absoluta la procedente de Alemania. En la encuesta realizada en invierno, se indicaba que de las dos terceras partes de los encuestados que conocían Peguera con anterioridad, casi una tercera parte incluso habían estado más de seis veces en el núcleo. A un 94% les habría gustado volver, fuera de la temporada baja eran 87%. A la clientela habitual de invierno le gustaba sentirse bien acogida en el hotel como en el pueblo con su amplia oferta complementaria. Además, para estos turistas era importante el reencuentro con conocidos de años anteriores. Ocasionalmente aprovechaban la cercanía a Palma o participaban de una excursión organizada. Pero como muchos ya conocían la isla y eran mayores no realizaron tantas excursiones. Debido a que permanecían bastante tiempo en el núcleo, dando paseos en el centro y sus alrededores, es importante que los comercios se mantengan abiertos también en invierno y que exista durante todo el año cierta limpieza también en los alrededores.

Un 19% de los encuestados en temporada baja, media y alta se quejaban de negligencias en el entorno y de la edificación. Unos 14% criticaban la alta densidad de la construcción y la falta de espacios verdes y áreas naturales. De las preguntas abiertas sobre lo positivo y lo negativo en total resultaban más valoraciones positivas (244) que negativas (135). A la mayoría les gustaba el paisaje y la situación geográfica también apta para el paseo y las excursiones a pie, aspecto que mencionaba un 56% de los encuestados. Además elogiaban el carácter de pueblo con su atmósfera familiar, buena oferta complementaria y servicio, el Bulevar y el paseo marítimo así como la playa, los mejoramientos y la limpieza interna, la tranquilidad y ausencia de clientela “borrachera”. Esto coincide con las motivaciones de elegir Peguera como destino de vacaciones: un 35% se habían decidido a causa del paisaje o bien de la situación geográfica de Peguera y un 22% se habían sentido atraídos por la atmósfera y oferta complementaria del pueblo.

## **Turismo residencial y mercado inmobiliario**

Se puede diferenciar entre turistas residenciales de estancias largas, representados mayoritariamente por jubilados que quedan entre tres meses y un año, y turistas residenciales de vacaciones que permanecen menos de tres meses en sus viviendas que de vez en cuando alquilan o dejan a parientes y amigos.

En una primera fase los residentes europeos venían temporalmente y se asentaban como jubilados en Mallorca debido al clima favorable y el bajo coste de la vida y de los inmuebles. La entrada en la Unión Europea aumentó el número de inversiones exteriores en el mercado inmobiliario. El Tratado de Maastricht posibilitó la libre elección de domicilio y lugar de trabajo a los ciudadanos de la UE. Ahora mismo se ve el sector inmobiliario además como un mercado más seguro y beneficioso que por ejemplo el de las acciones o el mercado bursátil. Por eso las agencias inmobiliarias propagan también estas actividades de inversiones. El valor inmobiliario medio de la vivienda libre usada ha llegado en Baleares a alcanzar cifras de 1.956,6 € por m<sup>2</sup> al cierre del segundo trimestre de 2005, el 30-06-2005 y así se

encuentra por encima del término medio español de 1.710,4 € (TINSA, 2006). Las agencias inmobiliarias Kühn&Partner y Engel&Völkers (<http://www.kuhn-partner.com>; <http://www.engelvoelkers.com>) veían el año 2004 como uno de los mejores para el sector inmobiliario.

De acuerdo con las obras de viviendas terminadas entre 1998 y 2004, Calvià ocupaba el segundo lugar detrás del municipio de Palma (COAATM, 2005). Quedan pocas posibilidades para nuevas construcciones y los pocos solares o viviendas en la costa representan bienes escasos, deseados y por eso muy costosos. El argumento de precio, como por ejemplo todavía se alega para otros destinos españoles (Lardiés, 2004; Casado, 2001) aquí hoy día carece de fundamento. La zona sudoeste pertenece a las áreas del mayor valor inmobiliario en la isla (Kühn&Partner, 2005). En Peguera por ejemplo el precio de un apartamento en la urbanización Aldea II de Cala Fornells de unos 68 m<sup>2</sup> creció de 52.000 € en 1986 a casi 173.000 € en 2003 alcanzando ahora mismo unos 200.000 € (indicación de precios a base del IPC alemán [Índice de Precios al Consumo] a principios de 2006) (Statistisches Bundesamt, 2006). Según los anuncios de 1994, 1998 y 2003 en el periódico semanal alemán *Mallorca Magazin*, el porcentaje de apartamentos ofrecidos en Peguera era más alto que en el resto del municipio de Calvià. El mayor número de ofertas en absoluto en Calvià como Peguera tocaba a 1998; en aquel año un 72% de la oferta de Peguera eran apartamentos mientras que en el municipio esta oferta ascendió 47% (Schürgers, 2005). En Peguera hay gran cantidad de apartamentos aprovechados por el turismo residencial. Así la guía telefónica por ejemplo registraba en las dos calles principales de Cala Fornells tres veces más habitantes que lo que el ayuntamiento contabiliza para toda la zona de Cala Fornells (Schürgers, 2005). Entre otros coexisten usos turísticos de alojamiento y de residencia en un mismo complejo de apartamentos como en la torre Águila o Aldea Cala Fornells. Aunque siguen creciendo los precios inmobiliarios y la densidad de edificación en Peguera y en todo Calvià, nuevos residentes se han sentido atraídos y parece como si la crisis del turismo de alojamiento de los años 2000 no hubiera tenido repercusiones en el sector inmobiliario y el turismo residencial. A favor de Calvià cuentan: favorables condiciones climáticas con temperaturas elevadas en invierno y menos precipitaciones en comparación con otros destinos costeros de Mallorca; cercanía a Palma y al aeropuerto; atractivo mediambiental por la cercana Serra de Tramuntana; amplia infraestructura representada por centros médicos y escuelas internacionales, oferta complementaria, autopista etc. Esta última, prolongada en 2006 hasta Peguera, atraerá más turismo residencial e incluso habitantes permanentes. Las medidas de embellecimiento de la década de 1990 aumentaron el atractivo de Peguera. Además cuenta con limpieza interna, tranquilidad y una oferta complementaria altamente de acuerdo con las exigencias alemanas del turismo de residencia y de alojamiento. Sin embargo actualmente también existen motivos para vender: los costes de vida y de vivienda suben mientras se ablanda en cierta manera la seguridad económica de la capa media alemana. Muchos inmuebles ya se han amortizado o se han visto, incluso, como puro objeto de especulación e inversión de dinero. El aumento de tales actividades puede poner en peligro los precios reales además de la vida permanente en el pueblo, aspecto que representa un elemento importante del atractivo para turistas de invierno como de residencia. El ciclo de vida per-



sonal hace que personas muy mayores vendan y vuelvan a sus países de origen porque los enlaces familiares europeos se muestran más estables que por ejemplo en los EEUU. Además se satura la zona lo que amenaza el atractivo de Peguera y aumenta la necesidad de infraestructura. Abrirse mucho para otros mercados puede causar descontentos entre los turistas y habitantes alemanes. Por un lado, con el tiempo se han instalado muchos comerciantes de países de habla alemana para servir a sus compatriotas y, por otro, muchos de éstos aprecian el ambiente alemán que no intentan compartir. Esto subraya que los turistas residenciales muchas veces no se integran, lo que tampoco es necesario para realizar la vida cotidiana en este ámbito (comp. Salvà, 2004). Además de todo esto, la administración municipal de Calvià ofrece un servicio especial para sus vecinos británicos y alemanes.

En el municipio escasean viviendas económicas que se pueda permitir la población que trabaja y vive allí. El PGOU quiere posibilitar viviendas de protección oficial también en Peguera, donde ya existen en la prolongación del Bulevar. Las áreas de crecimiento en Peguera se corresponden, según el PGOU, a la zona Es Pegueri. Hay suposiciones sobre nuevos comercios y viviendas en la parte norte de la Avenida de Peguera. En la zona de Cala Fornells están llenando los huecos que dejaba la edificación existente, aunque se trate de un espacio de bosque que sería interesante destinarlo como zona verde o espacio natural, de gran valor recreativo para residentes y turistas. Del fomento de la primera residencia en Peguera se espera un desarrollo comercial-residencial más equilibrado (Ajuntament de Calvià, 2006). El área céntrica de Peguera es mayoritariamente declarada como zona RU-T (zona residencial unifamiliar en zonas turísticas saturadas). En estas zonas no se debe construir nueva planta hotelera pero las áreas libres de suelo urbano sirven de ART (Áreas de Reconversión Territorial) para plazas turísticas del municipio entero. El núcleo de Peguera satisface principalmente exigencias del turismo de alojamiento como de residencia.<sup>4</sup> Cala Fornells pertenece a la zona RU-T, excepto el área entre los hoteles y la línea costera que es zona T (turística, donde se puede edificar alojamientos nuevos bajo la prohibición de uso como vivienda). Las normas urbanísticas del PGOU de Calvià regulan la transferencia de aprovechamientos turísticos debido a la reconversión de establecimientos turísticos de tres y menos estrellas construidos antes de 1989 en ART, además determinan el cambio de acuerdo con la LGT (Ley General Turística [2/1999, mod. 2/2002]). Una reconversión de uso residencial en turístico no es posible. Además el Plan Parcial de Peguera Oeste determina el crecimiento directo pendiente del PGOU. Referente a las ART, el Plan Territorial de Mallorca de 2004 nombra ART 8.4.- Peguera, Cala Fornells. Las ART ya están determinadas en el artículo 22 del POOT (Plan de Ordenación de la Oferta Turística [54/1995, última mod. 14/2000]) y de acuerdo con las DOT (Directrices de Ordenación Territorial y medidas tributarias [6/1999, mod. 9/1999]). La primera Ley de Ordenación Territorial del Govern Balear (LOT [8/1987, última versión 14/2000]) preveía cuatro instrumentos bási-

---

<sup>4</sup> PGOU capítulo 2.5.5: el nucli de Peguera és un nucli dirigit, bàsicament, a satisfer les necessitats residencials del turisme en les seves diverses alternatives d'ús hoteler i de segona residència, tenint un alt dèficit d'habitatge destinat a primera residència. Eliminar aquest dèficit és un objectiu que permetrà disposar d'una estructura urbana més equilibrada, amb una millor dotació d'equipaments, de nivell de vida i de qualitat urbana." (Ajuntament de Calvià, 2006).

cos de ordenación: Directrices de Ordenación Territorial; Planes Territoriales Parciales; Planes Directores Sectoriales como el POOT y Planes de Ordenación del Medio Natural (Picornell et al., 1989; Socias, 2001).

## LOS IMPACTOS DEL MODELO TURÍSTICO DE PEGUERA SOBRE EL ESPACIO LOCAL

### Adaptación de la oferta complementaria y la infraestructura local

El arriba mencionado y explicado predominio turístico se refleja también en el comercio de Peguera. Por un lado es destacable el gran número de comerciantes cuya lengua materna es el alemán y que trabajan en empresas de alquiler de coches, artesano independiente, carnicero, fisioterapeuta, gastrónomo, lavandero, médico, odontólogo, panadero, peluquero o vendedor de joyas, ropa, cocinas y electrodomésticos. Por otro lado demuestra la cantidad absoluta de comerciantes el alto número de segunda residencia, es decir la elevada presencia de turismo residencial. A través de un análisis cartográfico se contó un total de 610 ofertas en Peguera-Cala Fornells.<sup>5</sup> Un destino costero con una cantidad total de oferta parecida es Port de Pollença. Allí se contaba con 588 ofertas diferentes. Pero había casi el doble de habitantes que vivían allí.<sup>6</sup> En el núcleo eran 6.051 en 2003 frente a 3.377 en Peguera, es decir un término medio de 97 ofertas por 1.000 habitantes frente a 181 en Peguera. Pues bien Port de Pollença cuenta con la mitad de camas turísticas. Pero también un destino con el mismo número de plazas turísticas de alojamiento y 5.455 habitantes en su núcleo en 2003 como Can Picafort disponía sólo de 477 ofertas, lo que corresponde a 87 ofertas cada 1.000 habitantes. Citando la oferta de una villa en el interior de Mallorca, es decir cuya oferta se dirige solamente a su población permanente, confirma la alta presencia de comercios en Peguera para una población no permanente y turística: El núcleo de Santa Margalida (3.183 habitantes en 2003) contaba con 169 ofertas, es decir 53 cada 1.000 personas.

No sólo la cantidad, sino también en la composición de la oferta total de Peguera destaca la adaptación al turismo de alojamiento y de residencia. Así sólo un 3% del total de la oferta entera se dedicaba a servicios especializados o bien de alta calidad y bienes de necesidades episódicas. Y sólo el 4% de la oferta se destinaba actividades no-turísticas. Mientras que un 64% de toda la oferta correspondía a servicios y un 34% a bienes de consumo, sólo el 2% se refiere a talleres u otros oficios (Schürgers, 2005).

La mitad de toda la oferta de Peguera se encuentra en el Bulevar y su prolongación, la Avinguda de Peguera. La amplia oferta de servicios en el Bulevar se concentra en su sector

---

<sup>5</sup> Cartografía propia y estandarizada de diferentes pueblos mallorquines entre noviembre de 2001 y julio de 2003 (Schürgers, 2005).

<sup>6</sup> Los indicados números y la distribución de la población resultan de los datos municipales (Ajuntament de Calvià, 2003; Ajuntament de Santa Margalida, 2003; Ajuntament de Pollença, 2003).

oeste y está representada, entre otros, por restaurantes, bares, cafeterías, alojamientos y alquileres de coches (fig. 3). La mayoría de los comercios de bienes de consumo está representada por tiendas de ropa y joyas de diferentes categorías. Hay tiendas de ropa de marca así como las que venden prendas y artículos de playa. Como resultado de entrevistas cualitativas, el negocio de las tiendas entre noviembre y febrero depende en buena medida de la presencia de los turistas residenciales y su bienestar. Ya en febrero empieza otra vez la temporada de turismo de invierno que exige otras tiendas y servicios. Una oferta tan amplia y dirigida a una clientela especial como en Peguera necesita ambas formas de turismo. Así representan un círculo, en el que el turismo de alojamiento de invierno ha esforzado el desarrollo de un turismo residencial, y al revés. Las tiendas de recuerdos y los supermercados en el Bulevar se dirigen principalmente a los turistas de alojamiento, de paso, debido a su tipología de oferta, sus precios y situación cerca de la playa. Los residentes satisfacen sus necesidades de bienes de consumo cotidianos en los dos supermercados de mayor tamaño que se encuentran en la prolongación del Bulevar. La oferta en la Avinguda de Peguera se dirige más a las necesidades de los residentes, como son estos dos supermercados, una ferretería, tiendas de muebles, jardinería y electrodomésticos y bastantes entidades financieras (fig. 4). En esta zona también se ha asentado más población permanente que por ejemplo en Cala Fornells o la parte Sa Talaia del monte Esmeralda. La prolongación del Bulevar dispone también de oferta de necesidad episódica, como muebles o material de construcción.

Además de la infraestructura pública que satisface a las exigencias turísticas como la OIT, que está abierta durante todo el año, existen instalaciones que se dirigen prioritariamente a los residentes principales como son el polideportivo, la biblioteca, el centro de salud y de ancianos, el jardín infantil y el colegio de EGB. El hecho de celebrarse misas en alemán durante todo el año es una muestra de la adaptación a las exigencias turísticas-residenciales. Referido a la asistencia médica ya fueron mencionados los médicos particulares extranjeros

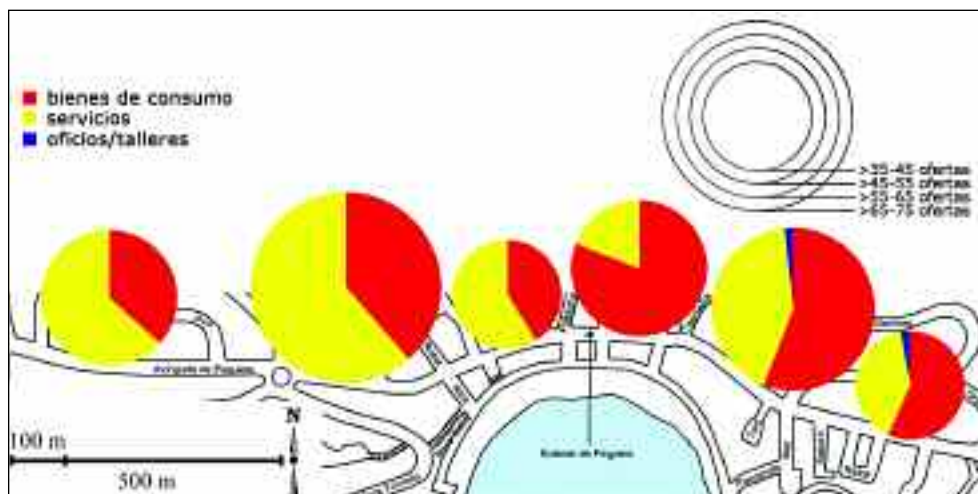


Figura 3: Clase de la oferta; bienes de consumo, servicios y oficinas/talleres cartografiados en el Bulevar de Peguera.

Fuente: Elaboración y figura propias; cartografía de 02-2006.



Figura 4: Clasificación según ramos de los comercios cartografiados en el Bulevar de Peguera.

Fuente: Elaboración y figura propias; cartografía de 02-2006.

que se dirigen a los residentes extranjeros. Según el censo de vivienda de 2001, un 60% de las viviendas en Calvià no pertenecían a primera vivienda. Por término medio había 2,78 personas por vivienda principal. Así se puede calcular la población real máxima presente en Peguera de la siguiente manera: 3.779 residentes principales, más la posible población en viviendas no principales que ascienden por término medio municipal a un 60%, es decir 2.056 viviendas por 2,78 son 5.716 personas más unos 13.000 turistas de alojamiento. En total se llegaría así a una posible población real máxima de unos 22.500 habitantes. El estado de las carreteras y calles, el abastecimiento de agua potable y la eliminación de aguas residuales y de basura tienen que estar preparados para esta población máxima de posible presencia en el núcleo durante un solo día.

## Aspectos de la composición y estructura demográficas

Como ya se ha dicho, hay pocas residencias principales en Peguera: un total de 3.779 (10 de febrero de 2006). La composición de la población de Peguera a principios de 2006 se parecía a la del conjunto del municipio de Calvià (fig. 5). El 31,4% de la población de Calvià y el 32,0% de la de Peguera era extranjera. En el municipio había 25,5% extranjeros europeos y en Peguera 26,5%. Mientras que en el municipio de Calvià residen más británicos, en Peguera dominan claramente los alemanes con un 55,5%, lo que representan a principios de 2006 un 14,7% a la población total (Ajuntament de Calvià, 2006). La zona costera de alta presencia de alemanes como residentes principales, turistas residenciales y de alojamiento es la zona oeste del municipio, la que limita con Andratx, lugar donde también predominan los alemanes.

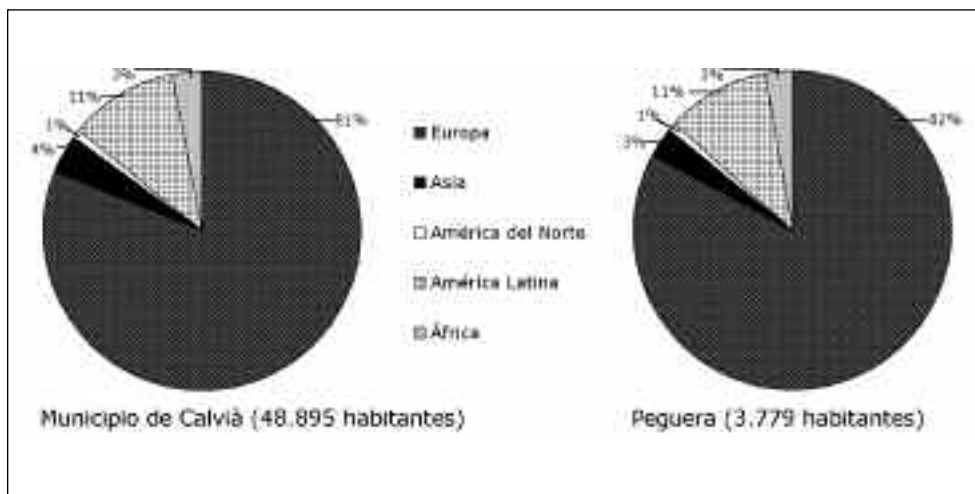


Figura 5: Composición de la población del municipio de Calvià y de Peguera a principios de 2006. Fuente: Ajuntament de Calvià, 2006; figura propia.

El número de habitantes del municipio de Calvià ha aumentado extraordinariamente. En sólo 15 años el número de residentes principales en el municipio ha crecido de 20.028 a 48.895 a principios de 2006. En 1991 vivían 2.095 habitantes en Peguera. En los últimos tres años aumentaba la población en un 12%, en total 402 personas, debido al asentamiento de extranjeros. Su número ha crecido en 395 personas, de 813 a 1.208. Los 321 nuevos habitantes se corresponden con extranjeros europeos, de los cuales 72 han venido de Europa del este. En la actualidad, un 10% de los extranjeros europeos son de países del este de Europa. Hay muchos extranjeros viviendo aquí pero entre ellos se queda el predominio de residentes europeos mientras que en otros destinos aumentó la cantidad de inmigrantes de trabajo de América Latina y África. Muchos latinoamericanos ocupan puestos de trabajo en el servicio turístico o doméstico y los africanos trabajan generalmente en el subsector de la construcción y en el sector agrario. Recientemente viene población de Europa del este para trabajar en Mallorca. Pero también los residentes principales de Europa del oeste han venido como trabajadores en edad activa. Un número destacable de personal y autónomos en Peguera hablan alemán para así satisfacer a una clientela originaria de este país centroeuropo. Muchos jubilados se incluyen en la categoría de turista residencial (largo plazo), sin que se empadronen en Peguera (primera residencia). Así, el 77% de la población residente de Peguera tiene entre 15 y 64 años, y el 13,5% tienen menos de 15 años. El número de hombres y mujeres está equilibrado.

## **CONCLUSIÓN: LAS PERSPECTIVAS DEL NUEVO MODELO TURÍSTICO DE PEGUERA Y SUS INTERACCIONES E IMPACTOS**

De acuerdo con lo analizado, el nuevo modelo turístico de Peguera en su conjunto no significa la transformación de un destino del paquete turístico a un destino del puro turismo residencial, sino la fecunda coexistencia de ambos usos turísticos en un mismo espacio. Éste debería desarrollarse en adelante de forma equilibrada. El turismo residencial respalda, sobre todo en invierno, al turismo de alojamiento, y al revés. Aunque el número de residencias principales no es muy alto, el turismo residencial imprime una base de movimiento en la villa. Debido a su consumo más elevado, el turismo residencial asegura ingresos directos a los comerciantes locales. Además resulta una atractiva y amplia oferta complementaria durante todo el año que el turismo de alojamiento aprovecha con gusto. La oferta complementaria satisface de alto grado las exigencias de los presentes segmentos de la demanda turística.

Manteniendo el cuidado urbano y con la conexión a la nueva autopista se continuará atrayendo turistas residenciales. Los futuros desarrollos ni deberían realizarse a costa de la naturaleza y espacios todavía verdes ni a costa del turismo de alojamiento. Para éste, un alto número de viviendas alquiladas de forma privada sería competencia. La edificación ha llegado a una considerable densidad. Su extensión pondría en peligro los últimos espacios naturales de ocio y recreo, lo que perjudicaría el atractivo del destino al igual que al turismo de residencia y al de alojamiento. Y sobre todo a la clientela en temporada media y baja, que valora bastante el medio ambiente natural, le gusta caminar. Sobrepassando la capacidad de carga referente a la edificación, la ocupación de la playa en verano y el aprovechamiento de las instalaciones infraestructurales nos dirigiríamos una vez más al peligro del empeoramiento de la situación urbana, del medioambiente, inmobiliaria y turística así como económica. El incremento del número de la primera residencia también aumentaría la densidad urbana. Pero de esto se espera una diversificación de la oferta complementaria. La construcción de un nuevo centro comercial no debería ir a costa de la presente oferta complementaria que, de momento, no parece tan estable como se lo espera el comerciante. Aprovechando la existencia del Bulevar se podría intentar atraer residentes de un poder adquisitivo más alto procedente del municipio vecino de Andratx, cuyos destinos costeros carecen de un paseo comparable.

Para mantener un turismo de alojamiento fomentando el turismo invernal se necesita al turismo residencial. Su calidad es importante para una oferta complementaria también cualitativa. Una alta calidad de vivienda y también precios inmobiliarios más elevados corresponderían a una clientela de un poder adquisitivo más alto. Pero precios en alza contienen el peligro que los inmuebles se conviertan en objetos de especulación, quitando cada vez más las funciones residenciales. Un desarrollo de estas características amenazaría al pequeño comercio local. Se debería fomentar otra vez la clientela habitual que viene en invierno de larga estancia, que aunque no gasten tanto en el alojamiento contribuyen a “dar vida” a la villa. Un mercado adicional invernal podría estar representado por los viajes del IMSER-SO. Respecto a la clientela, nos debatimos entre la necesidad de diversificarla hacia nuevas

nacionalidades para así disminuir la dependencia unilateral, y la conservación de la actual clientela, mayoritariamente alemana, que aprecia el destino también mucho por su adaptación a sus necesidades y expectativas.

En Peguera el modelo turístico de convivencia entre el turismo de residencia y de alojamiento se apoya en la presencia de una amplia oferta complementaria durante todo el año. El destino debería desarrollarse equilibradamente considerando las exigencias de los actores en el espacio bajo la premisa de la sostenibilidad y la calidad. Se necesita controlar el crecimiento para que se mantenga lo atractivo del destino turístico a largo plazo y, consecuentemente, el medio ambiente y la actividad económica.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ajuntament de Calvià, Conselleria de Turisme, Govern Balear, Ministerio de Economía y Hacienda (1999): *Calvià Agenda Local 21. La sostenibilidad de un municipio turístico, Plan de acción: 10 líneas de acción estratégicas y 40 iniciativas*. Palma de Mallorca.
- Ajuntament de Calvià (2003) y (2006): datos de población por nacionalidades. Informe escrito.
- Ajuntament de Calvià, <http://www.calvia.com> (25-02-2006).
- Ajuntament de Pollença (2003): datos de población por nacionalidades. informe escrito.
- Ajuntament de Santa Margalida (2003) y (2005): datos de población por nacionalidades. Informe escrito.
- Aguiló, A.J. et al. (2003): *Calvià. Guia dels pobles de Mallorca*. Palma de Mallorca.
- Butler, R.W. (1980): "The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". En *Canadian Geographer*, 24: 5-12.
- Butler, R.W. (1990): "Alternative tourism: Pious Hope Or Trojan Horse?". En *Journal of Travel Research* 28, 3: 40-45.
- Casado, M.A (2001): *De Turistas a residentes: La migración internacional de retirados en España. Dpt. de Sociología I y Teoría de Educación*. Universidad de Alicante. Sept. 2001. Tesis doctoral, ined., Alicante.
- CITTIB/Centro d'Investigació i Tecnologies Turístiques de les Illes Balears (2003), (2005) y (2006): Planta abierta y ocupación de la Zona H, el Sectores 2/Ponent y Mallorca. informe CE.
- COAATM/Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Mallorca (2005): *Estudio estadístico de la edificación en Mallorca*, 2004. Informe CD ined., Palma de Mallorca.
- Conselleria d'Economia i Hisenda, Conselleria de Turisme, Govern Balear (1995): *Alojamientos Turísticos de Baleares. Litoral y Medio Rural 1994*. Palma de Mallorca.
- Conselleria d'Economia, Comerç i Indústria, Govern de les Illes Balears (2002): *Base de dades Municipal. Illes Balears 2002, Tomo I: Fitxes i mapes temàtics*. Palma de Mallorca.
- Conselleria de Turisme, CITTIB, Govern de les Illes Balears (div. años) (1998 hasta 2006): *El turisme a les Illes Balears. Dades Informatives 2004. Illes Balears, Mallorca Menorca Eivissa Formentera*. Palma de Mallorca. (<http://www.finestraturistica.org>).
- Donaire, J.A. (1995): "El Turismo en una sociedad post-industrial. Algunas propuestas conceptuales". En Picornell, C. & J. Seguí (Coord.): *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. III Jornades de Geografia del Turisme, Palma de Mallorca, pp. 179-186.
- Engel&Völkers (2005): Marktbericht Mallorca 2005. <<http://www.engelvoelkers.com>> (02-01-2006).
- Garcías, G. & S. Verd (1986): *Calvià del verde al azul*. Calvià.
- INE (Instituto Nacional de Estadística), <http://www.ine.es> (12-12-2005).

- Kühn&Partner (2005): Immobilien Markt-Bericht. Mallorca 2005. <<http://www.kuhn-partner.com>> (16-02-2006).
- Kulinat, K. (1998): "Touristischer Strukturwandel in Torremolinos. Der Tourismus Lebenszyklus (TLZ) an der Costa del Sol (Provinz Málaga)/Spanien". En *Regensburger Geogr. Schriften*, 27, Regensburg, pp. 29-50.
- Lardiés, R. (2004): "Turismo residencial e inmigración de jubilados extranjeros en España: Motivaciones para el desplazamiento". En Lacosta, A.J. (Coord.): *Geografía del Turismo en España*. Aportaciones 1990-2002, Recopilaciones de jornadas y coloquios del grupo de geografía del turismo, ocio y recreo de la AGE. Zaragoza, Prensa Universitaria de Zaragoza.
- Najera, M. (1997): "Calvià Agenda local 21: Desarrollo sostenible en los destinos turísticos maduros". En *Seminario Internacional Desarrollo sostenible en el Mediterráneo: entre la realidad y la utopía*. Palma de Mallorca, pp. 59-62.
- Picornell, C. (1986): "Turismo y paisaje en las Islas Baleares (España)". En *VII Symposium of the I.G.U. comission on environment problems*. Palma de Mallorca, pp. 51-59.
- Picornell, C. et al. (1989): "Turismo e impactos medioambientales en las Baleares". *XI Congreso nacional de Geografía*. Vol. III, Madrid, pp. 375-383.
- Salvà, P. (Coord.) (2004): *Una aproximació a la immigració d'Estrangers a les Illes Balears*. Palma de Mallorca, Sa Nostra.
- Schürgers, P. (2005): *Der Tourismus in ausgewählten Küstenräumen Mallorcas: Analyse der aktuellen Situation, der touristischen Raumrelevanzen und lokalen Perspektiven*. Tesis doctoral, 2 Vol., Kempen.
- Seguí, M. (1998): "Calvià: el futuro de una estación turística madura". En Oliveras, J. y S. Anton (Coord.): *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*, Actas de las V Jornadas de Geografía del Turismo. Tarragona, pp. 233-241.
- Socias, J.M. (2001): *La ordenación de las zonas turísticas litorales*. Madrid.
- Statistisches Bundesamt, <http://www.destatis.de> (16-03-2006).
- TINSA/Tasaciones Inmobiliarias S.A., <http://www.tinsa.es> (16-02-2006).