

Artículo de Investigación

# Problemas de Sostenibilidad Turística en Espacios Protegidos: Banalización cultural del Barranco del Poqueira

## Problems of Tourism Sustainability in Protected Areas: Cultural Banalization of the Poqueira Valley

Belén Pérez-Pérez: Universidad de Granada, España.

[belenperez@ugr.es](mailto:belenperez@ugr.es)

Fecha de Recepción: 06/05/2024

Fecha de Aceptación: 05/08/2024

Fecha de Publicación: 25/09/2024

### Cómo citar el artículo

Pérez-Pérez, B. (2024). Espacios Protegidos: Banalización cultural del Barranco del Poqueira [Problems of Tourism Sustainability in Protected Areas: Cultural Banalization of the Poqueira Valley]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 01-18. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-838>

### Resumen:

**Introducción:** Este trabajo estudia las principales características del turismo en el Barranco del Poqueira para ver si responde a un modelo turístico sostenible y equilibrado que contribuye a la conservación del medio natural, social y cultural y es llevado a cabo por la población local. Para conocer los hábitos de alojamiento, restauración y compras de los turistas, así como su percepción del modelo turístico imperante y la acogida por parte de la población local. **Metodología:** se han utilizado técnicas de investigación social basadas en encuestas diseñadas en torno a una serie de ejes temáticos analizadas a través de estadística descriptiva y tablas de contingencia para estudiar variables cruzadas. **Resultado y discusión:** Se ha detectado que a pesar de que la población es amable con el turismo y que este repercute en la economía local, el modelo muestra signos de monocultivo económico donde las actividades tradicionales tienen una presencia residual. **Conclusiones:** Los turistas valoran el paisaje, la arquitectura tradicional y la cultural local pero se aprecia una significativa banalización cultural, ya que gran parte de la artesanía es de origen foráneo, donde los productos artesanales, menús locales y alojamientos rurales tienen cada vez un papel más residual.

**Palabras clave:** Espacios Naturales Protegidos; Sostenibilidad Turística; Sierra Nevada; Motivo del Viaje; Cultura local; Modelo turístico; Banalización Cultural; Caracterización del turista.

### Abstract

**Introduction:** This paper studies the main characteristics of tourism in the Barranco del Poqueira to see if it responds to a sustainable and balanced tourism model that contributes to the conservation of the natural, social and cultural environment and is carried out by the local population. **Methodology:** In order to find out the accommodation, catering and shopping habits of tourists as well as their perception of the prevailing tourist model and the reception by the local population, social research techniques have been used based on surveys designed around a series of thematic axes analysed through descriptive statistics and contingency tables to study cross variables. **Results and discussion:** It has been detected that despite the fact that the population is friendly towards tourism and that it has an impact on the local economy, the model shows signs of economic monoculture where traditional activities have a residual presence. **Conclusions:** Tourists value the landscape, traditional architecture and local culture, but there is a significant cultural trivialisation, as a large part of the crafts are of foreign origin, with artisan products, local menus and rural accommodation playing an increasingly residual role.

**Keywords:** Protected Natural Spaces; Tourist Sustainability; Sierra Nevada; Reason for the Trip; Local Culture; Tourist Model; Cultural Banalization; Tourist. Characterization.

## 1. Introducción

El declive de las actividades tradicionales ha llevado a muchas zonas rurales de gran valor natural a potenciar el turismo sostenible como palanca de desarrollo socioeconómico, acuñando a esta tipología turística como turismo de naturaleza. El turismo de naturaleza es un concepto que incluye la actividad turística que permite la regeneración de la naturaleza manteniendo su productividad futura a la vez que reconoce y acepta la participación de la población en la misma (Eber, 1992). Estos atributos, podrían hacer pensar que el turismo de naturaleza es aquel que se encuentra en equilibrio con el entorno natural, sin embargo, se ha demostrado que el turismo de naturaleza puede generar impactos positivos y negativos (Balandina *et al.*, 2012; Yagüe, 2002). Como impactos positivos se suelen destacar la creación de empleo, actividad empresarial, el incremento de los ingresos y la fijación de la población al territorio. Y como impactos negativos: la presión que ejerce la afluencia de turistas sobre el medio por la demanda de recursos como agua, energía o suelo, por la generación de residuos, la contaminación o el ruido; o sobre la vida de las poblaciones locales por la alteración de hábitos y costumbres (Liddle, 1997). De ahí que en el turismo de naturaleza se trate de ir un paso más allá buscando el concepto acuñado como turismo sostenible que podría ser entendido como aquel que puede mantener su viabilidad en una zona durante un periodo de tiempo indefinido (Butler, 1993) y que tiene como objetivo minimizar el impacto negativo sobre el medio ambiente y las comunidades locales (OMT, 2022). Eso no quita que el turismo como actividad económica ejerza presión sobre los recursos y el medio.

Sin embargo, la dirección de la causalidad entre el desarrollo turístico y el crecimiento económico es discutible (Aslan, 2013; Ekanayake y Long, 2012), pudiendo esta depender del éxito del desarrollo turístico, de la implicación de la población local, así como de los recursos y valores del territorio (Aguirre *et al.*, 2018; Kastenholtz y Lima, 2011).

Por otra parte, muchos destinos rurales de países desarrollados están saturados de una "artificialización" de las experiencias turísticas y de una pérdida de identidad territorial y banalización cultural (Hubbard y Lilley, 2000; Roca y de Nazaré, 2007), aunque otros

preservan su autenticidad y pueden utilizar el turismo como herramienta de desarrollo local y/o regional (Valeiro y Ribeiro, 2007).

Mientras que la capacidad de un destino para competir depende de la abundancia de recursos tangibles e intangibles, su capacidad para alcanzar el modelo turístico deseado está relacionada con la de adoptar prácticas de gestión adecuadas. El encontrarse en uno u otro caso puede depender de diversos factores como el tipo de turista, las motivaciones de viaje, el modelo turístico instaurado o que se trate de una actividad asentada en el desarrollo local endógeno (Hummelbrunner y Miglbauer, 1994; Dinis *et al.*, 2019). Por ello, aunque en las últimas décadas ha habido una corriente de investigación relacionada con el crecimiento del turismo y su impacto en el desarrollo regional (Henry y Deane, 1997) y muchos estudios sugieren que los turistas se sumergen cada vez más en la cultura del lugar debido a que buscan una experiencia diferente y única en el destino (Poussin, 2009; Chambers, 2009), se ha demostrado que los beneficios de los territorios muy centrados en el turismo, son limitados en términos de crecimiento económico y resiliencia socioeconómica (Romão, 2021). Esto se debe a que han convertido el turismo en monocultivo económico, provocando que desaparezcan la mayor parte de servicios orientados a la población y haciendo a esta totalmente dependiente de este sector.

El Barranco del Poqueira y sus pueblos Pampaneira, Bubión y Capileira, son un referente por su patrimonio natural y cultural, catalogados por la Unesco como Conjunto Histórico Artístico y ubicados dentro del Parque Nacional y Parque Natural de Sierra Nevada perteneciente a la Carta Europea de Turismo Sostenible impulsada por Europarc, por lo que se les presupone un modelo de turismo sostenible y equilibrado con el resto de las actividades socioeconómicas tradicionales.

El objetivo de este trabajo es conocer las principales características del turismo en el Barranco del Poqueira con el fin de analizar si responde a un modelo turístico sostenible y equilibrado con el resto de las actividades socioeconómicas tradicionales, que contribuye a la conservación del medio natural y cultural, es llevado a cabo por residentes locales y tiene en cuenta sus necesidades. El estudio se llevará a cabo mediante técnicas de investigación social basadas en encuestas diseñadas en torno a una serie de ejes temáticos. Con ello se espera conocer cómo es la percepción de la sostenibilidad del turismo desde los distintos perfiles, así como si se trata de un modelo turístico que implica a la población y se basa en la valorización de los recursos endógenos locales.

## 2. Metodología

La metodología utilizada en la presente investigación se ha centrado en la realización de encuestas a turistas nacionales y extranjeros y en su análisis sobre distintos aspectos relacionados con la sostenibilidad turística.

Se realizaron encuestas a turistas nacionales y extranjeros con diversos tipos de preguntas así como encuestas a residentes y comerciantes para contrastar su visión con la expuesta por los turistas, si bien esta última información sólo se utilizará para la discusión de los resultados obtenidos a cerca de la percepción de los turistas.

**Tabla 1.**

*Encuestas realizadas por perfiles*

Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
---------------------	----------------------	-------

Encuestas	43	30	73
-----------	----	----	----

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de la investigación (2024).

Se llevaron a cabo un total de 73 encuestas a turistas en la primavera de 2023, 43 a turistas nacionales y 30 a turistas extranjeros (Tabla 1).

El primer bloque de preguntas se desarrolló para caracterizar a los encuestados en función de su edad, sexo, nivel de estudios y lugar de residencia. Aunque se trató de un cuestionario extenso, para la presente investigación se seleccionaron únicamente las preguntas del mismo relacionadas con el tema de investigación (Anexo I). En concreto, se seleccionaron preguntas relacionadas con las principales motivaciones para visitar el Barranco del Poqueira, con el fin de caracterizar el tipo de viajes realizados en este entorno, el tipo de alojamiento preferido por los turistas y ubicación del mismo, el tipo de restaurante al que acudieron así como las compras que hicieron de productos de alimentación y/o de artesanía. Asimismo, se consultó su percepción sobre algunos aspectos relacionados con la posible contribución o no del modelo turístico a la economía local, a la conservación de la naturaleza y al bienestar social. También se consultó la percepción acerca de si la población es amable con los turistas o los rechaza, si hay muchas infraestructuras y servicios para atender al turismo, si la vida cultural del Barranco del Poqueira atrae al turismo, si se trata de un lugar muy orientado al turismo y si el turismo está en manos de turoperadores y agencias externas. Por último, se consultó a cerca de las características de la movilidad en este entorno.

En cuanto al diseño de las encuestas, algunas de las preguntas se diseñaron como preguntas de opción múltiple y otras con diversas opciones excluyentes entre sí. En las mismas, se pedía a los encuestados que indicaran si estaban de acuerdo o en desacuerdo con una serie de cuestiones. A continuación, se realizó un análisis estadístico descriptivo del conjunto de los resultados para cada una de las muestras, seguido de un estudio mediante tablas de contingencia para realizar análisis cruzados de las motivaciones del viaje en función del sexo, la edad o la formación.

### 3. Resultados

#### 3.1. Perfil de los Turistas

Los turistas nacionales consultados son mayoritariamente hombres (50%) frente a un 45% de mujeres y un 5% del género otro. En su conjunto destacan por su avanzada edad, más del 60% son mayores de 51 años y casi el 40% mayores de 65 años. Cerca del 40% son menores de 50, encontrando que tan solo el 14% son menores de 36. Por otra parte, más de la mitad tienen formación universitaria y cerca del 30% cuentan con estudios secundarios y/o de formación profesional. Un 14% tiene estudios primarios y tan solo un 2,4% no tienen estudios.

Al consultarles sobre su procedencia, se observa que solo un 14,6% vienen de Granada, un 12,2% del resto de Andalucía y un 56,1% del resto de España, encontrando porcentajes muy bajos de turistas nacionales que vengan de algún país europeo o de fuera de Europa.

Entre los turistas extranjeros la mayoría son mujeres (56,7%) frente a un 43,3% de hombres, no encontrando ninguno que se haya identificado como otro género. Más del 60% son mayores de 51 años y un 37% mayores de 65. De entre los menores de 36 años, el grupo más numeroso es el de 21 a 35 años que agrupan cerca de una cuarta parte del total de turistas. El 63,3% de los turistas extranjeros cuenta con estudios universitarios, estando el resto repartidos entre bachiller superior, enseñanza secundaria y formación profesional (se pueden consultar los

resultados en números absolutos en la Tabla 2).

**Tabla 2.**

*Perfil de los turistas nacionales y extranjeros (valores absolutos)*

Categorías		Total	Turistas extranjeros	Turistas nacionales
Género	Femenino	35	17	18
	Masculino	33	13	20
	Neutro	2	0	2
Edad	18-35	14	7	7
	36-50	15	4	11
	>50	41	19	22
Formación	Sin estudios	1	0	1
	Estudios primarios	6	0	6
	Secundarios o Formación Profesional	20	10	10
	Universitarios	39	20	19

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas (2024).

En cuanto a la procedencia, la mayoría vienen de Europa (62,1%), otro país fuera de Europa (17,2%), Granada (10,3%), Andalucía (6,9%) y otra zona de España (3,4%).

### 3.2. Motivo del viaje

El principal motivo de viaje para los turistas nacionales y extranjeros es conocer el paisaje y la arquitectura tradicional, si bien mientras que para los turistas nacionales el segundo motivo sería conocer las formas de vida de la alpujarra, para los turistas extranjeros es más importante realizar alguna actividad de turismo activo, dejando patente la tendencia cada vez mayor en todo el mundo al consumo de experiencias. Por otra parte, conocer la gastronomía y artesanía local es mucho más relevante para los turistas nacionales que para los turistas extranjeros (Tabla 3, Figura 1).

**Tabla 3.**

*Principales motivos de viaje (%)*

	Turistas nacionales	Turistas extranjeros
Conocer el paisaje y la arquitectura tradicional	69,8%	46,7%
Conocer las formas de vida de la Alpujarra	37,2%	13,3%
Realizar una actividad de turismo activo (trekking, mountain bike, barrancos, escalada, etc.)	20,9%	23,3%
Probar la gastronomía local.	18,6%	3,3%
Comprar artesanía tradicional.	16,3%	3,3%
Realizar una actividad de turismo religioso	7%	3,3%

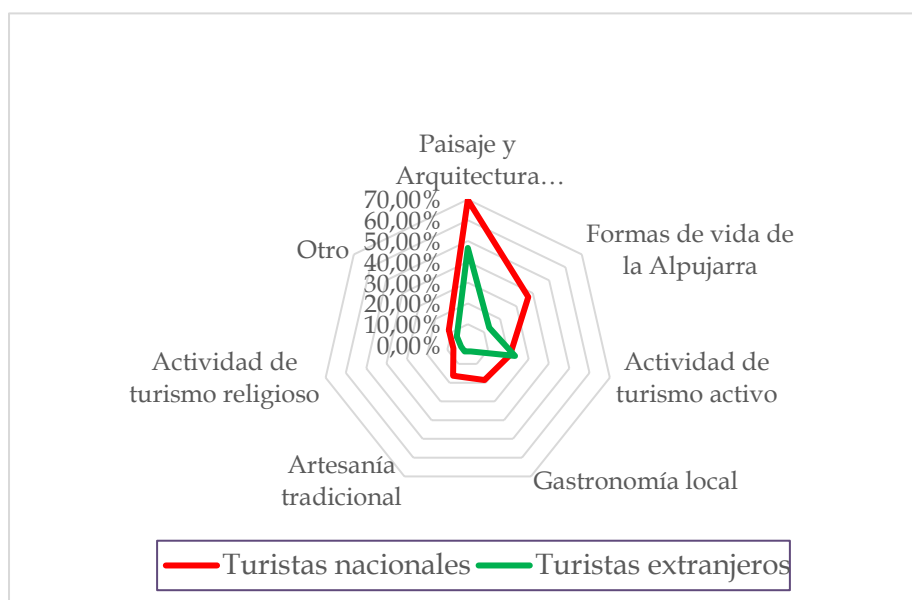
Otro	11,6%	6,7%
------	-------	------

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los resultados de las encuestas (2024).

Por género, conocer a la gente y formas de vida de la Alpujarra y conocer el paisaje y arquitectura tradicional y probar la gastronomía local es más importante para las mujeres mientras que comprar artesanía tradicional y realizar actividades de turismo activo es más importante para los hombres. También se aprecian diferencias en función de la formación, encontrando que la compra de artesanía local tiene mucha importancia para el colectivo sin estudios, mientras que conocer a la gente y formas de vida de la alpujarra y el paisaje y la arquitectura tradicional y realizar actividades de turismo activo es más importante para los que cuentan con estudios de enseñanza secundaria y/o formación profesional. La mayoría de universitarios opta por no especificar el motivo de viaje, si bien a más de la cuarta parte les interesa conocer a la gente y formas de vida seguido de conocer el paisaje y arquitectura tradicional de la alpujarra.

**Figura 1.**

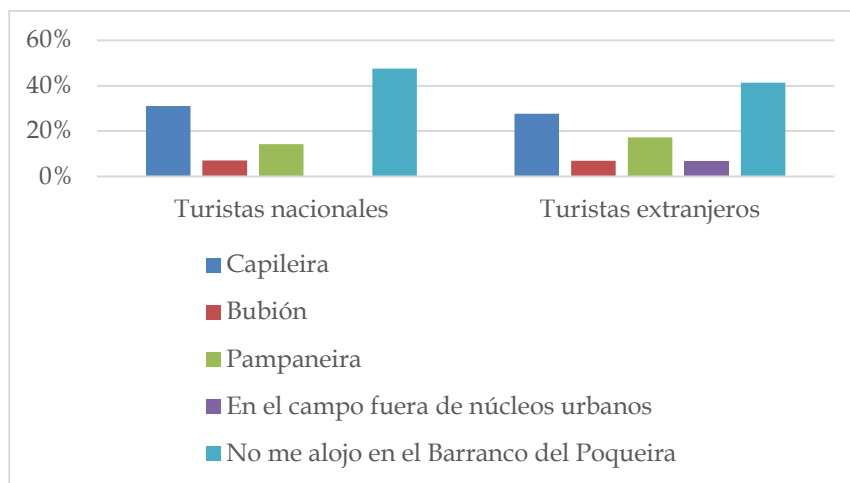
*Motivo del viaje*



**Fuente:** Elaboración propia (2024).

### 3.3. Alojamento

El porcentaje de turistas que no se alojan en el Barranco del Poqueira es muy elevado, encontrando casi la mitad de los turistas nacionales (47,6%) y un 41,4% de los turistas extranjeros. Los que se alojan en el Barranco del Poqueira lo hacen preferentemente en Capileira, seguida de Pampaneira y Bubión. Aunque algunos turistas extranjeros se alojan en el campo, fuera de los núcleos urbanos.

**Figura 2.**
*Ubicación del alojamiento*


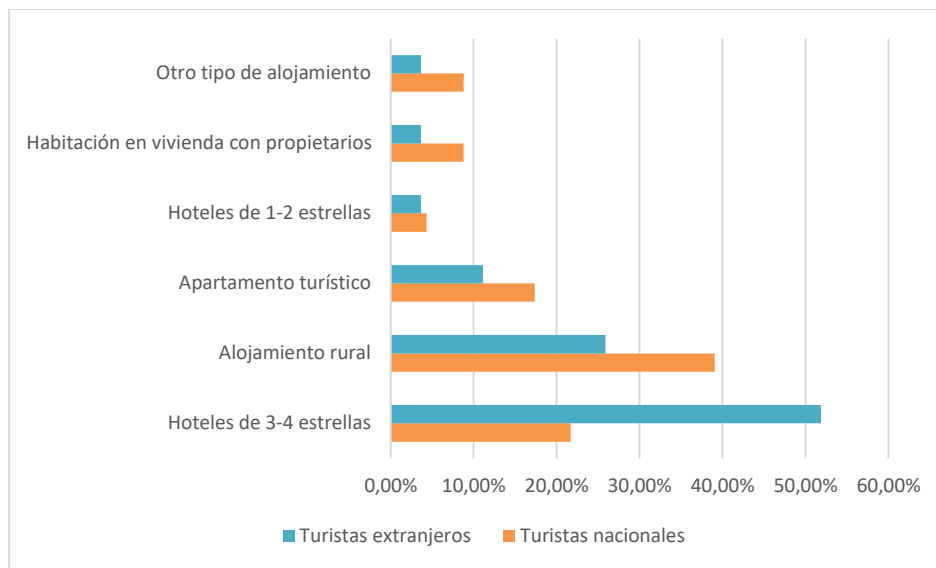
**Fuente:** Elaboración propia (2024).

De entre los turistas nacionales que se aloja en el Barranco del Poqueira la mayoría elige Capileira, seguido de Pampaneira y Bubiión. Los turistas extranjeros tienen las mismas preferencias, aunque algunos se alojen en el campo, fuera de los núcleos urbanos (Figura 2).

En cuanto al tipo de alojamiento, los turistas extranjeros que se alojan en el Barranco del Poqueira eligen preferentemente hoteles de 3 y 4 estrellas (51,88%), seguidos de alojamientos rurales (25,88%) y apartamentos turísticos (11,11%), estando el resto repartidos de forma proporcional entre hoteles de 1-2 estrellas, habitaciones en vivienda con propietarios y otro tipo de alojamiento. Sin embargo, los turistas nacionales eligen mayoritariamente alojamientos rurales (39,07%), seguidos de hoteles de 3-4 estrellas (21,68%), apartamentos turísticos (17,38%), habitaciones en vivienda con propietarios (8,79%), otro tipo de alojamientos (8,79%) y, por último, hoteles de 1-2 estrellas (4,30%) (Figura 3).

**Figura 3.**

*Tipo de alojamiento*



**Fuente:** Elaboración propia (2024).

Se les consultó también si el alojamiento en el que se encontraban contaba con algún tipo de certificación turística a lo que la mayoría de turistas nacionales respondió que no lo sabía (61,9%) o que no la tenía (33,3%). Algunos respondieron que su alojamiento contaba con la Q de calidad turística y otros con la Marca Parque Natural. La mayoría de turistas extranjeros (75%) tampoco sabía si el alojamiento en el que estaban alojados contaba con algún tipo de certificación turística, seguido por los que exponían que no la tenía. Tan solo un 7,1% destacó que su alojamiento contaba con la Marca Parque Natural, un 3,6% que contaba con la Q de calidad turística y otro tanto con la Marca Parque Natural.

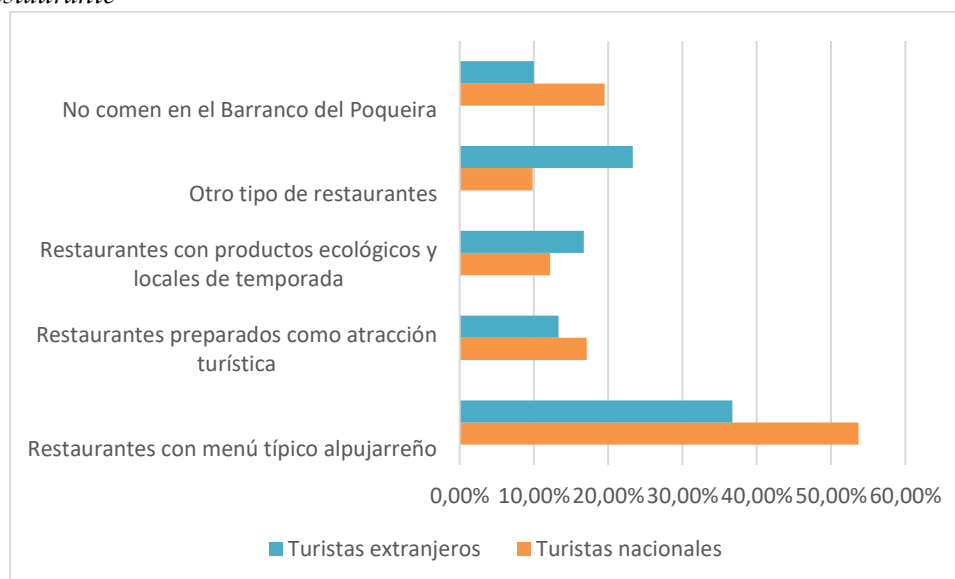
### 3.4 Restauración

Los turistas extranjeros eligen restaurantes con menú típico alpujarreño (36,7%), seguido de otro tipo de restaurantes (23,3%). Un 16,7% elige restaurantes con productos ecológicos y locales de temporada. Un 13,3% elige restaurantes preparados como atracción turística. Por último, un 10% manifiesta no haber comido en el Barranco del Poqueira (Figura 4).

Más de la mitad de los turistas nacionales elige restaurantes que ofrecen menú típico alpujarreño (53,7%), seguido por un restaurante bar preparado como atracción turística (17,1%). Destaca el hecho de que sólo el 12,2% escoge restaurantes con productos ecológicos y locales de temporada y que casi la quinta parte (19,5%) no come en el Barranco del Poqueira.

Difiere el destino principal para comer entre turistas nacionales y extranjeros. Los turistas nacionales escogen Capileira primero (42,9%), seguido de Pampaneira (33,3%) y Bubión (9,5%). Sin embargo, los turistas extranjeros prefieren Pampaneira (30%), seguido de Capileira (20%) y Bubión (16,7%).



**Figura 4.***Tipo de restaurante***Fuente:** Elaboración propia (2024).

### 3.5 Compras

Los resultados ponen de manifiesto que más del 80% de los turistas extranjeros y del 90% de los turistas nacionales realizan compras en el Barranco del Poqueira durante su visita. Entre las compras, destacan las de productos de alimentación locales, si bien también compran productos de artesanía que, en su mayoría, no son manufacturados en el territorio, probablemente porque hay menor oferta de este tipo de productos y su precio es más elevado.

Los turistas extranjeros compran mayoritariamente productos de alimentación locales (chocolate, queso, pan...) (33,3%), seguidos de productos de artesanía en un comercio del Barranco del Poqueira (30%). Muy pocos compran productos de artesanía local directamente a artesanos locales (13,3%). Cabe destacar que un 16,7% de los turistas extranjeros manifiesta que no ha comprado nada.

Los turistas nacionales compran principalmente productos de alimentación locales (48,8%), seguido de productos de artesanía en un comercio local (41,5%). Un 26,8% manifiesta comprar productos de artesanía a artesanos locales y casi un 10% manifiesta no haber comprado nada.

### 3.6 Modelo turístico

Los turistas extranjeros consideran que el turismo contribuye a la economía local y que representa un beneficio para el bienestar social. Asimismo, destacan que la población local es muy amable con el turismo y que la imagen que se promueve del Barranco del Poqueira se ajusta muy bien a la realidad. Estos sin embargo no tienen tan claro que el turismo contribuya a la conservación de la naturaleza, ni que haya muchos productos y servicios para el turismo, o tampoco tienen claro si la cultura y la vida social del Barranco atrae al turismo y, en última instancia, si el turismo puede estar controlado por turoperadores extranjeros o por el contrario se trata de un modelo turístico sostenible.

La mayoría de los turistas nacionales considera que el turismo contribuye a la economía local. Asimismo, manifiestan que la población local es muy amable con los turistas a pesar de que es

un lugar muy orientado al turismo. Sin embargo, hay mayor diversidad de opiniones sobre si el turismo contribuye al bienestar social, a la conservación de la naturaleza así como si hay o no muchos productos y servicios para el turismo. Tampoco se pronuncian de forma clara sobre el hecho de que la vida y cultura del Barranco pueda atraer al turismo o sobre si la imagen que se vende del Barranco del Poqueira se corresponde o no con la realidad. No saben si el turismo puede estar en manos de turoperadores extranjeros y, en definitiva, dudan de la sostenibilidad del modelo turístico del Barranco.

Al consultarles sobre cómo es la movilidad, la mayoría de los turistas extranjeros y nacionales consideran que no hay una buena conexión en transporte público ni una oferta suficiente de transporte compartido como el bla bla car, por lo que manifiestan que en lugares como este es necesario desplazarse en vehículo privado. A pesar de esto, señalan que no hay mucho tráfico ni ruido.

Por último, cuando se les pregunta sobre qué tipo de actuaciones valoran en un alojamiento o servicio turístico, la mayoría de turistas nacionales (39%) indicó “que para ellos es importante que el establecimiento realice actuaciones de ahorro y eficiencia energética” seguido por “que tenga energías renovables”, “que ahorre agua y la reutilice” y, “que ofezca productos ecológicos y/o locales”. Entre los turistas extranjeros este tipo de opiniones estaba más dividida entre “que tenga energías renovables”, “que realice actuaciones de ahorro y eficiencia energética”, “que cuenten con productos ecológicos y/o locales”, “que minimicen el uso de plásticos” y “que ahorren agua y la reutilicen”.

## 4. Discusión

Este estudio pretendía detectar si el modelo turístico del Barranco del Poqueira es sostenible atendiendo a la conservación del medio natural y a las necesidades sociales y económicas de la población. A la vista de que en el Barranco del Poqueira el empleo está mayoritariamente vinculado con el turismo, se podría pensar que el turismo contribuye a la economía local entendiéndose que no exista rechazo al mismo por parte de la población. Sin embargo, los turistas encuestados destacan que se trata de un lugar muy orientado al turismo y otras investigaciones han demostrado que el beneficio de los territorios muy centrados en el turismo es limitado en términos de crecimiento económico y resiliencia socioeconómica (Romão, 2021) debido a que se trata de lugares muy vulnerables a eventos como las pandemias (Duro *et al.*, 2021) o el cambio climático (Magnan *et al.*, 2013; Csete y Szécsi, 2015).

Si analizamos las motivaciones del viaje, podríamos decir que se trata de un modelo que pone en valor el medio natural, social y cultural, ya que los turistas se mueven mayoritariamente por la importancia que dan al paisaje y la arquitectura tradicional y a las formas de vida de la alpujarra, destacando además que suelen realizar actividades de turismo activo en la naturaleza. Si bien es cierto que estas preferencias difieren en función del género, la edad o la formación, detectando que las mujeres tienen un mayor interés por los aspectos culturales, sociales y paisajísticos y, que los hombres prefieren las actividades de turismo activo y la compra de artesanía. Esto, en todo caso, va en la línea de investigaciones como las de De Rojas y Camarero (2008) que exponen que cada vez tiene más importancia el turismo experiencial como forma de consumo en si misma que incluya ocio, cultura, educación e interacción social y que se base en vivencias, sentimientos y sensaciones que fascinen, impacten y conviertan la experiencia en memorable (Bordas, 2003).

Hay algunos aspectos disonantes, como el hecho de que la mayoría de los turistas extranjeros y una proporción muy elevada de los turistas nacionales no se alojen en el Barranco del Poqueira, lo que hace pensar en el mismo como un lugar de paso al que podría faltar una oferta

estructurada para atraer durante más tiempo al turista. De hecho, los turistas no tienen claro que haya suficientes infraestructuras y servicios para el turismo. Una de las estrategias para incrementar la sostenibilidad turística pasa por alargar la duración de la estancia dando lugar a un incremento del valor añadido que deja el turista en el territorio, no solo desde el punto de vista económico (Gössling y Higham, 2020). Además, de entre los turistas que se alojan en el Barranco del Poqueira, los extranjeros eligen preferentemente hoteles de alta categoría (3-4 estrellas) frente a otro tipo de opciones, lo que hace entrever que los ingresos de alojamiento podrían terminar quedando mayoritariamente en manos de grandes empresas/propietarios en ocasiones ajenos al Barranco del Poqueira. Los turistas nacionales por su parte eligen los alojamientos rurales en primera instancia, regentados en su mayoría por empresarios locales, aunque una proporción considerable también opta por hoteles de 3-4 estrellas. Esto podría dar lugar a formas y modelos de turismo injustos, desiguales y opresivos (Santer, 2019; Higgins-Desbiolles, 2022) organizados de forma exógena que aleja el poder del ámbito local y lo concentra en manos de corporaciones de propiedad externa (Williams, 2012) o de las élites económicas locales, que encuentran en estas dinámicas nuevas oportunidades para perpetuar sus ventajas socioeconómicas históricas (L'Espoir, 2011). Esto iría en contra de la capacidad del destino para llevar a cabo prácticas de gestión adecuadas basadas en el desarrollo local endógeno (Hummelbrunner y Miglbauer, 1994; Dinis *et al.*, 2019).

Por otro lado, hay que destacar que el restaurante más elegido es el que ofrece menú alpjarreño y el orientado al turismo, relegando a una posición residual a los restaurantes que ofrecen productos ecológicos y locales de temporada. Esto resulta más acuciado en el caso de los turistas nacionales. Aunque la mayoría de los restaurantes están regentados por empresarios locales, es importante que no se desvirtúe la rica y variada cocina tradicional por tratar de vender una imagen estereotipada de la comida alpjarreña reducida a un par de platos típicos. Es clave promover los restaurantes que ofrecen productos ecológicos y/o locales por su impacto positivo en el entorno y en las formas de vida de la alpjarra, porque consumir verde vende y, en última instancia, por su contribución a la mitigación del cambio climático (Álvarez y De la Torre, 2002; Rodríguez y Ardura 2006).

El comercio de productos locales de alimentación y artesanía es otro punto clave relacionado con la sostenibilidad del turismo. En este caso, se valoran y consumen/compran productos alimenticios locales, pero se maltrata la artesanía tradicional y a los artesanos locales debido a la excesiva oferta de productos foráneos más baratos que se quedan con las mayores cuotas de venta de artesanía. Esto puede dar lugar a una pérdida de identidad territorial y banalización cultural, tal y como exponían Hubbard y Lilley (2000) y Roca y de Nazaré (2007), que provoque la alteración de los hábitos y costumbres de la población (Liddle, 1997).

La movilidad es otro tema que muestra que el modelo turístico del Barranco del Poqueira se aleja de la sostenibilidad, debido a que la mayoría de los turistas manifiestan que es necesario acudir en vehículo privado ya que la oferta de transporte público y/o compartido, es muy escasa.

## 5. Conclusiones

Los turistas manifiestan que el modelo turístico del Barranco del Poqueira muestra signos de monocultivo económico, estando la mayor parte del empleo vinculado a este sector.

La mayoría de los turistas eligen hoteles de alta calidad, lo que si se magnifica, podría quedar fuera de las posibilidades empresariales de la mayoría de los residentes y empresarios locales, y conducir hacia un modelo en el que la mayor parte de los beneficios terminen fuera del

territorio, quedando la población relegada a cubrir empleos precarios de baja cualificación y remuneración.

La gastronomía y productos alimenticios locales son un punto fuerte que se valora de este lugar, pero el que los turistas elijan los restaurantes por su plato típico alpujarreño o su orientación al turismo puede dar lugar a que se terminen por perder la mayoría de las variedades culinarias tradicionales elaboradas con productos ecológicos y locales en pro de un par de recetas que se reducen al “Plato Alpujarreño” o “Sopa Alpujarreña”. De ahí que sea importante dedicar esfuerzos a promover la producción y comercialización de productos ecológicos y locales a través de canales cortos de comercialización.

A pesar de que las formas de vida de la Alpujarra atraigan al turismo, hay que pensar que el Barranco del Poqueira puede estar convirtiéndose en un escenario en el que se mantienen ciertas tradiciones culturales de forma artificiosa para atraer y contentar a los turistas, pues han quedado relegadas a un segundo plano actividades que antaño eran claves como la agricultura o la ganadería y la mayor parte de la artesanía viene de fuera.

El hecho de que el modelo turístico tienda a la insostenibilidad económica y al monocultivo económico, no genera todavía ningún tipo de rechazo en la población. Tanto los residentes como los comerciantes consideran que el turismo aporta beneficios económicos, contribuye a la conservación del patrimonio natural y cultural y al bienestar social. Si bien los turistas exponen que habría que mejorar la sostenibilidad del turismo en este entorno y los residentes reclaman la recuperación de algunos servicios básicos para la población.

## 6. Referencias

- Aguirre Bertel, A. M., Arroyo Oviedo, L. P. y Navarro Mesa, C. I. (2018). Turismo alternativo como estrategia de desarrollo local en el municipio de Chalan-Sucre. *Económicas Cuc*, 39(1). <https://doi.org/10.17981/econcuc.39.1.2018.08>
- Álvarez, D. y De la Torre, J. (2002). *¿Empresas desalmadas? Una visión ética del mundo empresarial*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Aslan, A. (2013). Tourism development and economic growth in the Mediterranean countries: Evidence from panel Granger causality tests [Desarrollo turístico y crecimiento económico en los países mediterráneos: Pruebas de causalidad de Granger en paneles]. *Current issues in Tourism*, 17(4), 363-372. <https://doi.org/doi:10.1080/13683500.2013.768607>
- Balandina, A., Lovén, L., Ostermann, O. y Partington, R. (2012). European Charter Parks – A growing network for sustainable tourism development in protected areas. [Carta Europea de Parques: una red en expansión para el desarrollo del turismo sostenible en zonas protegidas]. *Parks*, 18(2), 132. <https://bit.ly/3SINhsu>
- BORDAS, E. (2013) —Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercadol. <http://www.uoc.edu/dt/20219/index>
- Butler, R. W. (1993). Tourism - an evolutionary perspective [Turismo: una perspectiva evolutiva]. En J. G. Nelson, R. W. Butler y G. Wall (Eds), *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*, (pp. 27-44). University of Waterloo <https://bit.ly/3PmnIDz>

- Chambers, E. (2009). From authenticity to significance: Tourism on the frontier of culture and place. *Futures*, 41(6), 353-359. <http://doi:10.1016/j.futures.2008.11.003>
- Csete, M. y Szécsi, N. (2015). The role of tourism management in adaptation to climate change—a study of a European inland area with a diversified tourism supply [El papel de la gestión turística en la adaptación al cambio climático: estudio de una zona interior europea con una oferta turística diversificada]. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 477-496. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.969735>
- De Rojas, C. y Camareo, C. (2008). —Visitors experience, mood and satisfaction in a heritage context: Evidence from an interpretation center [Experiencia, estado de ánimo y satisfacción de los visitantes en un contexto patrimonial: La experiencia de un centro de interpretación]. *Tourism management*, 29, 525-537. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.06.004>
- Dinis, I., Simões, O., Cruz, C. y Teodoro, A. (2019). Understanding the impact of intentions in the adoption of local development practices by rural tourism hosts in Portugal [Comprender el impacto de las intenciones en la adopción de prácticas de desarrollo local por parte de los anfitriones de turismo rural en Portugal]. *Journal of Rural Studies*, 72, 92-103. <http://doi:10.1016/j.jrurstud.2019.10.002>
- Duro, J. A., Perez-Laborda, A., Turrion-Prats, J. y Fernández-Fernández, M. (2021). Covid-19 and tourism vulnerability [Covid-19 y vulnerabilidad turística]. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100819. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100819>
- Eber, S. (1992). Beyond the green horizon: principles for sustainable tourism [Más allá del horizonte verde: principios para un turismo sostenible]. WWF UK.
- Ekanayake, E. M. y Long, Aubrey E. (2012). Tourism Development and Economic Growth in Developing Countries [Desarrollo del turismo y crecimiento económico en los países en desarrollo]. *The International Journal of Business and Finance Research*, 6(1), 61-63. <https://ssrn.com/abstract=1948704>
- Gössling, S. y Higham, J (2020). The Low-Carbon Imperative: Destination Management under Urgent Climate Change [El imperativo del bajo carbono: La gestión de destinos ante el cambio climático]. *Journal of Travel Research*. <http://doi.org/10.1177/0047287520933679>
- Henry, E. y Deane, B. (1997). The contribution of tourism to the economy of Ireland in 1990 and 1995 [La contribución del turismo a la economía de Irlanda en 1990 y 1995]. *Tourism Management*, 18(8), 535-553. [http://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00083-6](http://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00083-6)
- Higgins-Desbiolles, F. (2022). The ongoingness of imperialism: The problem of tourism dependency and the promise of radical equality [La continuidad del imperialismo: El problema de la dependencia turística y la promesa de igualdad radical]. *Annals of Tourism Research*, 94, 103382. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103382>
- Hubbard, P. y Lilley, K. (2000). Selling the past: Heritage-tourism and place identity in Stratford-upon-Avon [Vender el pasado: Patrimonio-turismo e identidad local en Stratford-upon-Avon]. *Geography* 85(3), 221-232. <http://www.jstor.org/stable/40573703>

- Hummelbrunner, R. y Miglbauer, E. (1994). Tourism promotion and potential in peripheral areas: The Austrian case [Promoción y potencial turístico de las zonas periféricas: El caso austriaco]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 41-50. <http://doi.org/10.1080/09669589409510682>
- Kastenholz, E. y Lima, J. (2012). The integral rural tourism experience from the tourist's point of view—a qualitative analysis of its nature and meaning [La experiencia integral del turismo rural desde el punto de vista del turista: un análisis cualitativo de su naturaleza y significado]. *Tourism y Management Studies*, 7, 62-74. <https://www.tmstudies.net/index.php/ectms/article/view/335/553>
- L'Espoir Decosta, J. N. P. (2011). The colonial legacy in tourism: a post-colonial perspective on tourism in former island colonies [El legado colonial en el turismo: una perspectiva poscolonial del turismo en las antiguas colonias insulares] [Doctoral dissertation, The Hong Kong Polytechnic University]. Institutional repository The Hong Kong Polytechnic University. <https://theses.lib.polyu.edu.hk/bitstream/200/6164/1/b24562336.pdf>
- Liddle, M. (1997). Recreation ecology: the ecological impact of outdoor recreation and ecotourism [Ecología recreativa: el impacto ecológico de las actividades recreativas al aire libre y el ecoturismo]. *Chapman y Hall Ltd.* <https://bit.ly/3PbwKDO>
- Magnan, A., Hamilton, J., Rosselló, J., Billé, R. y Bujosa, A. (2013). Mediterranean tourism and climate change: Identifying future demand and assessing destinations' vulnerability. Regional Assessment of Climate Change in the Mediterranean [Turismo mediterráneo y cambio climático: Identificación de la demanda futura y evaluación de la vulnerabilidad de los destinos. Evaluación regional del cambio climático en el Mediterráneo] *Agriculture, Forests and Ecosystem Services and People*, 2, 337-365.
- Poussin, A. y Poussin, S. (2009). Africa trek II: 14,000 kilometers in the footsteps of mankind: From mount kilimanjaro to the sea of galilee [Africa trek II: 14.000 kilómetros tras las huellas de la humanidad: Del monte Kilimanjaro al mar de Galilea]. Inkwater Press
- Roca, Z. y de Nazaré Oliveira-Roca, M. (2007). Affirmation of territorial identity: A development policy issue [Afirmación de la identidad territorial: Una cuestión de política de desarrollo]. *Land Use Policy*, 24(2), 434-442. <http://doi.org/10.1016/j.landusepol.2006.05.007>
- Romão, J. (2021). Nature, Tourism, Growth, Resilience and Sustainable Development. Mediterranean Protected Areas in the Era of Overtourism: [Naturaleza, turismo, crecimiento, resiliencia y desarrollo sostenible. Las áreas protegidas mediterráneas en la era del sobreturismo]. *Challenges and Solutions*, 297-310. <https://acortar.link/xuYSYd>
- Rodríguez Ardura, I. (2006): Principios y Estrategias del Marketing. Eureka Media S.L., Barcelona. <https://bit.ly/46jmmmN>
- Santer, J. S. (2019). Imagining Lebanon: Tourism and the production of space under French Mandate (1920-1939) [Imaginar el Líbano: turismo y producción del espacio bajo el mandato francés (1920-1939)] (Doctoral dissertation, American University of Beirut). American University of Beirut. <https://bit.ly/3WzjorD>

- Vareiro, L. C. y Ribeiro, J. C. (2007). *Sustainable use of endogenous touristic resources of rural areas: two portuguese case studies* [Uso sostenible de los recursos turísticos endógenos de las zonas rurales: dos estudios de caso portugueses], 5, 193. <https://www.pasosonline.org/Publicados/5207/PASOS11.pdf#page=65>
- Yagüe, P. (2002). Rural tourism in Spain [Turismo rural en España]. *Annals of tourism Research*, 29(4), 1101-1110. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00025](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00025)

## CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

**Agradecimientos:** Agradezco a Sally Zakhia su colaboración en la presente investigación.

### Anexo I

#### *Preguntas de la encuesta analizadas*

##### Bloque sociodemográfico

Edad (<20, 21-35, 36-50, 51-65, >65).

Género (mujer, hombre, otro).

Formación (Sin estudios, Educación Primaria, Educación Secundaria y/o de Formación Profesional, Estudios Universitarios).

##### Bloque específico

1. ¿De dónde viene? Nacionalidad
  - Granada
  - Andalucía
  - Otra zona de España.
  - Europa.
  - Otro país fuera de Europa
  
2. ¿Cuál ha sido el principal motivo para visitar el Barranco del Poqueira?
  - Conocer las formas de vida de la Alpujarra
  - Conocer el paisaje y la arquitectura tradicional de la Alpujarra
  - Realizar una actividad de turismo activo (trekking, mountainbike, barrancos, escalada, etc.)
  - Probar la gastronomía local.
  - Comprar la artesanía tradicional.
  - Realizar una actividad de turismo religioso.
  
3. ¿Es la primera vez que lo visita?
  - Sí
  - No, vengo a menudo.
  - No, ya había venido alguna vez.
  
4. ¿Dónde se encuentra su alojamiento?
  - En Pampaneira
  - En Bubión

- En Capileira
  - En el campo, fuera de los núcleos urbanos.
  - No me alojo en el Barranco del Poqueira.
5. ¿En qué tipo de alojamiento está en el Barranco del Poqueira?
- En un Hotel de 3 o 4 estrellas
  - En un Hotel de 1 o 2 estrellas
  - En un alojamiento rural o casa rural.
  - En un apartamento turístico.
  - Tengo una habitación/espacio en una vivienda con los propietarios.
  - En otro tipo de alojamiento.
6. ¿Sabe si su alojamiento cuenta con alguna certificación turística? Indique cuál.
- La Marca Parque Natural de Andalucía
  - La Carta Europea de Turismo Sostenible
  - La Q de calidad turística
  - No
  - No lo sé
7. En qué tipo de restaurante/bar ha comido/cenado?
- Restaurante con productos ecológicos y/o locales de temporada.
  - Restaurante que ofrece el menú típico alpujarreño
  - Restaurante/Bar preparado como atracción turística
  - Otro tipo de restaurante/bar
  - No he estado en ningún restaurante/bar.
8. ¿En qué pueblo ha comido/cenado?
- Pampaneira
  - Bubión
  - Capileira
  - He traído bocadillos/comida preparada
  - No he comido en ningún pueblo del Barranco del Poqueira.
9. ¿Ha comprado algo en los pueblos del Barranco del Poqueira? ¿Qué ha comprado?
- He comprado productos de artesanía en un comercio local.
  - He comprado productos de artesanía local a un artesano local.
  - He comprado productos de alimentación locales
  - No he comprado nada.
10. ¿Cómo es el turismo en el Barranco del Poqueira?
- El turismo contribuye a la economía local
  - El turismo contribuye a la conservación de la naturaleza
  - El turismo contribuye al bienestar social
  - El turismo es sostenible
  - La población es muy amable con los turistas
  - Hay muchas infraestructuras y servicios para el turismo
  - La vida cultural/social del Barranco del Poqueira atrae al turismo
  - La imagen que se vende del Barranco del Poqueira se corresponde con la realidad
  - Es un lugar muy orientado al turismo
  - El turismo está en manos de turoperadores y agencias externas
  - La población rechaza el turismo



11. ¿Cómo es la movilidad en el Barranco del Poqueira?
- Tiene una buena conexión en transporte público.
  - Es accesible en transporte no motorizado.
  - Algunos alojamientos/empresas turísticas tienen transfer para recoger/llevar turistas
  - Es necesario el uso del vehículo privado.
  - Hay mucha oferta de coche compartido para venir aquí (bla bla car, etc.)
  - Hay mucho tráfico en el Barranco del Poqueira.
  - Hay mucho ruido por el tráfico en el Barranco del Poqueira.
12. ¿Qué tipo de actuaciones valora de un alojamiento/servicio turístico?
- Que realice actuaciones de ahorro y eficiencia energética
  - Que ahorre agua y la reutilice
  - Que minimicen el uso de bolsas, envases y envoltorios
  - Que sean libres de plástico
  - Que tenga energías renovables
  - Que tengan punto de carga de vehículos eléctricos
  - Que tenga productos ecológicos.
  - Que realice actividades/talleres de educación ambiental
  - Que realice actividades de reforestación
  - Que colabore en el mantenimiento de las acequias tradicionales
  - Que contrate la energía con una compañía que suministre energías 100% renovables.
  - Que tenga banca ética (Triodos bank o similar).
  - Que ofrezca productos locales.
  - Que proporcione información sobre el destino: su patrimonio natural y cultural, productos y servicios.
  - La tranquilidad.
  - Todo.
  - No valoro este tipo de actuaciones.

## **AUTOR:**

**Belén Pérez-Pérez**

Universidad de Granada, España.

Belén Pérez Pérez es autora o co-autora de más de una veintena de trabajos, contando con 10 artículos científicos en revistas indexadas en Scimago (2 en Q1, 1 en Q2, 2 en Q3 y 5 en Q4), de los cuales 8 también están indexados en JCR. Además, ha publicado de 2 libros, 12 capítulos de libro, todos ellos en editoriales incluidas en SPI. También ha participado en 15 proyectos de investigación, siendo 8 de ellos internacionales y 7 nacionales. Codirige una tesis doctoral titulada "Retos de una Transición Energética Renovable y Circular: Política Energética, Planificación Territorial y Gestión Ambiental en el ámbito de las Energías Renovables en Andalucía" junto a la investigadora María Pilar Díaz Cuevas. Ha realizado 4 estancias en el extranjero con una duración total de 7 meses en centros de investigación de reconocido prestigio de Francia y Austria. En transferencia de conocimientos ha publicado 9 contribuciones, ha participado en diversas acciones Impronta entre UGR y diputación de Granada para mejorar la sostenibilidad de poblaciones rurales, participado con talleres de transferencia de conocimiento

en la Semana de la Ciencia de la UGR, en la Noche de la Geografía, participado en acciones de ciencia ciudadana de la UGR y contribuido a la predicción meteorológica de la película “La Sociedad de la Nieve” de J.A. Bayona. También ha organizado 3 Jornadas de Planificación Energética, Sostenibilidad Energética y Comunidades Energéticas para la ciudadanía y 2 de Ordenación del Territorio y la nueva Ley de Impulso a la Sostenibilidad del Territorio de Andalucía.

[belenperez@ugr.es](mailto:belenperez@ugr.es)

**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0002-9780-2338>

**Scopus ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=7101819020>

**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/Belen-Perez-Perez>