



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
ICADE

**DESTINO AGUA AMARGA: RUTAS  
HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE  
TRABAJO FIN DE GRADO**

Autor: Clara Moya Caparrós  
Director: Gloria Martín Antón

MADRID | Marzo , 2026

## RESUMEN

En un contexto donde la saturación turística compromete la sostenibilidad de enclaves frágiles, este trabajo analiza la viabilidad estratégica de transitar desde un modelo basado en el volumen hacia uno orientado al valor añadido en Agua Amarga (Almería). Situado en el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, este núcleo de 404 habitantes enfrenta una fase de consolidación avanzada que tensiona su estructura de servicios y su identidad local. Bajo el marco teórico del ciclo de vida de Butler y la enfermedad de los costes de Baumol, la investigación emplea una metodología mixta que combina el análisis de fuentes oficiales del INE con un trabajo de campo dirigido a residentes, empresarios y visitantes. Los resultados revelan un consenso crítico sobre la superación de la capacidad de carga: el 90% de los empresarios señala el colapso de infraestructuras y el 85% de los residentes percibe una degradación de la esencia del destino. No obstante, se identifica una oportunidad de mercado, ya que el 68% de los visitantes manifiesta disposición a asumir un incremento de precios a cambio de una experiencia exclusiva. La hoja de ruta estratégica propone la regulación del estacionamiento mediante la privatización de zonas centrales y la creación de un parking periférico con lanzaderas intermodales, incentivando la legalización del alojamiento turístico y garantizando la prioridad al residente. El estudio concluye que la gestión inteligente de los flujos es la única vía para restaurar los márgenes empresariales y preservar la viabilidad del núcleo a largo plazo.

**Palabras clave:** Agua Amarga, turismo sostenible, capacidad de carga, valor añadido, gestión de destinos, *overtourism*, ciclo de vida de Butler.

## ABSTRACT

In a context where tourism saturation compromises the sustainability of fragile enclaves, this paper analyses the strategic feasibility of transitioning from a volume-based model to one oriented towards added value in Agua Amarga (Almeria). Located in the Cabo de Gata-Níjar Natural Park, this village of 404 inhabitants faces an advanced stage of consolidation that pressures its service structure and local identity. Within the theoretical framework of Butler's life cycle and Baumol's cost disease, the research uses a mixed methodology that combines the analysis of official INE sources with fieldwork aimed at residents, business owners, and visitors. The results reveal a critical consensus on the excess of carrying capacity: 90% of business owners point to infrastructure collapse and 85% of residents perceive a degradation of the destination's essence. However, a market opportunity is identified, as 68% of visitors express a willingness to accept price increases in exchange for an exclusive experience. The strategic roadmap proposes parking regulation through the privatization of central areas and the creation of peripheral parking with intermodal shuttles, encouraging the legalization of tourist accommodation and guaranteeing priority for residents. The study concludes that smart flow management is the only way to restore business margins and preserve the core's long-term viability.

**Key words:** *Agua Amarga, sustainable tourism, carrying capacity, added value, destination management, overtourism, Butler's life cycle.*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA .....	7
1 INTRODUCCION.....	8
1.1 Justificación e interés del tema.....	8
1.2 Pregunta de investigación y objetivo.....	9
1.3 Metodología.....	9
1.4 Estructura.....	10
2 MARCO TEORICO .....	10
2.1 Turismo y desarrollo económico .....	10
2.2 Turismo sostenible: fundamentos y enfoques contemporáneos .....	12
2.3 Crecimiento basado en volumen frente a valor añadido.....	13
2.4 Capacidad de carga y gestión de destinos en espacios protegidos .....	15
2.5 Síntesis del marco teórico y fundamento de la investigación.....	16
3 ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	17
3.1 Análisis del macroentorno (PESTEL) .....	17
3.2 Análisis del entorno específico y demografía.....	18
3.3 Diagnóstico de la capacidad de carga y estacionalidad.....	19
3.4 Perfil del visitante.....	22
3.5 Matriz de diagnóstico estratégico (dafo) .....	23
3.6 Análisis comparativo de competitividad regional .....	24
3.7 El ciclo de vida del destino turístico: aplicación del modelo de Butler .....	24
3.7.1 Identificación de la fase actual: de la consolidación al estancamiento... ..	25
3.7.2 El riesgo del declive y la necesidad de rejuvenecimiento estratégico....	25
3.7.3 Capacidad de carga y límites del crecimiento .....	26
4 ANÁLISIS DE RESULTADOS Y VALIDACIÓN DEL MODELO.....	27
4.1 Ficha técnica y representatividad de la muestra .....	28

4.2	Sinergia económica: la enfermedad de los costes y la elasticidad del precio.	28
4.3	Sinergia social: consenso sobre la capacidad de carga y movilidad.....	29
4.4	Sinergia de identidad: diagnóstico en el ciclo de Butler .....	30
5	CONCLUSIONES Y HOJA DE RUTA ESTRATÉGICA .....	31
5.1	Conclusiones generales: la viabilidad de la transición .....	31
5.2	Propuestas estratégicas: hacia un modelo de valor añadido .....	31
5.2.1	Gestión de la movilidad y estacionamiento intermodal.....	32
5.2.2	Ordenación del espacio público y protección del paisaje.....	32
5.2.3	Resiliencia operativa: higiene urbana y servicios de emergencia .....	33
5.3	Consideraciones finales y horizontes de gestión .....	34
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	36
	ANEXO .....	39
	Anexo I. Cuestionarios de la investigación .....	39
	1.1. Cuestionario dirigido al tejido empresarial .....	39
	1.2. Cuestionario dirigido a visitantes .....	39
	1.3. Cuestionario dirigido a residentes .....	40
	Anexo II. Comunicación técnica de la asesoría de turismo (ayto. Níjar).....	41
	2.1. Identificación de la fuente y validación de indicadores .....	41

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución Mensual de viajeros alojados en apartamentos turísticos en el municipio de Níjar (2024) .....	20
Figura 2. Concentración estacional de viajeros alojados en apartamentos turísticos en Níjar (2024) .....	20

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Desglose de la oferta alojativa reglada en Agua Amarga (2026).....	21
Tabla 2. Composición del tejido empresarial de Agua Amarga (2026) .....	27
Tabla 3. Representatividad de la muestra sobre el tejido empresarial.....	28

## ÍNDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1. Cálculo del Índice de Presión Turística (IPT) .....	21
---	----

## AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a mi abuela por brindarme el honor de poder llamar a un sitio tan excepcional como Agua Amarga mi casa. Sin su inspiración, este Trabajo de Fin de Grado nunca hubiera cobrado vida.

También quiero agradecer a Rafa, por creer en mí en todo momento, y a mi familia, especialmente a mis padres, por su apoyo constante y por esa infinidad de críticas constructivas que me han motivado a asegurar un trabajo con el nivel que se merece este tema.

A mi tutora, Gloria Martín, por su confianza y su guía en este proyecto.

Y, por último, mi más sincero agradecimiento a Patricia Escámez, asesora de Turismo y Protocolo del Ayuntamiento de Níjar, por su extraordinaria disposición y por haber ido mucho más allá de lo solicitado.

## DECLARACIÓN DE USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL GENERATIVA

Por la presente, yo, Clara Moya Caparrós, estudiante de Administración y Dirección de Empresas (ADE) de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "DESTINO AGUA AMARGA: RUTAS HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa Gemini u otras similares sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación y propuestas estratégicas.
2. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas para identificar referencias preliminares que posteriormente han sido contrastadas y validadas por la autora.
3. **Metodólogo:** Para descubrir métodos y teorías aplicables a problemas específicos de investigación.
4. **Constructor de plantillas:** Para diseñar formatos específicos para las secciones del análisis de resultados y diagnóstico.
5. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto final.
6. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura técnica y compleja sobre sostenibilidad y capacidad de carga.
7. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia y rigor académico.
8. **Generador de encuestas:** Utilizado para diseñar los cuestionarios preliminares dirigidos a residentes, empresarios y visitantes del núcleo.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para qué se ha usado Gemini). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 21 de marzo de 2026

Firma: Clara Moya Caparrós



# 1 INTRODUCCION

## 1.1 JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DEL TEMA

En el contexto actual, el turismo se erige como el pilar fundamental de la economía española, generando 200.699 millones de euros en 2024 (12,6% del PIB nacional) y sosteniendo el 12,3% del empleo total (INE, 2025). Esta relevancia se traslada al ámbito andaluz, donde la actividad alcanzó ingresos superiores a los 24.700 millones de euros en el último ejercicio (Consejería de Turismo y Andalucía Exterior, 2024). Sin embargo, esta vitalidad se manifiesta de forma extrema en municipios como Níjar, que registró un incremento extraordinario del 55,6% en viajeros durante el verano de 2025, con picos de crecimiento interanual del 85,5% en meses como junio (INE, 2025).

Este crecimiento exponencial, aunque positivo en términos brutos, compromete la eficiencia de las infraestructuras y la calidad del servicio en enclaves de alta fragilidad como Agua Amarga. Situado en el Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, este núcleo cuenta con una población censada de tan solo 404 habitantes, lo que define una estructura de servicios de escala mínima. La limitación geográfica absoluta y las normativas ambientales impiden la expansión física del núcleo, generando una inelasticidad de la oferta frente a una demanda que satura el espacio público y los servicios básicos.

La problemática se agrava por una dinámica alojativa agresiva: en el municipio de Níjar solo en 2024 se registraron 127 nuevas plazas netas, tendencia que continúa en 2025 con 108 nuevas viviendas de uso turístico hasta la fecha (Ayuntamiento de Níjar, comunicación personal, 2025). Desde la óptica de la gestión empresarial, Agua Amarga se enfrenta a la denominada "enfermedad de los costes" de Baumol (Baumol, 1967), donde el aumento del volumen no se traduce en mayor productividad, sino en una erosión de la rentabilidad y de la imagen de marca.

Según el modelo del ciclo de vida del destino turístico propuesto por Butler (1980), Agua Amarga se sitúa en la fase de transición entre consolidación y estancamiento, caracterizada por una creciente presión sobre la capacidad de carga, una intensificación de la estacionalidad y una progresiva pérdida de rentabilidad marginal. En este contexto, el destino alcanza un punto crítico en el que la continuidad del crecimiento basado en

volumen puede derivar en dinámicas de saturación y deterioro de la experiencia turística, haciendo necesario un cambio estratégico hacia un modelo orientado al valor añadido.

## 1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN Y OBJETIVO

A partir de la problemática descrita, el presente trabajo se propone dar respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿cómo se podría llevar a cabo de manera viable para la economía y el bienestar local de Agua Amarga una transición estratégica desde un modelo basado en el volumen de visitantes hacia uno orientado a la generación de valor añadido?

Para abordar esta cuestión, se analizará la viabilidad estratégica y la rentabilidad económica de dicha transición de modelo para fomentar un crecimiento económico sostenible. Asimismo, el estudio se propone, en primer lugar, describir el impacto económico del modelo actual mediante indicadores oficiales del INE y la Junta de Andalucía. En segundo lugar, se busca identificar la percepción del tejido empresarial y de los residentes locales sobre la masificación mediante encuestas y entrevistas. Como tercer punto, se evaluará la disposición estratégica de los hosteleros hacia la transición propuesta. Por último, se establecerán recomendaciones estratégicas concretas para el Ayuntamiento de Níjar y los empresarios de la zona.

## 1.3 METODOLOGÍA

La investigación se sustenta en un enfoque empírico y deductivo mediante una metodología de carácter mixto. La investigación se apoyará en la revisión de la literatura y de la información proporcionada por fuentes oficiales a nivel local, autonómico y nacional, así como en el análisis de bases de datos autonómicas y regionales, como las series estadísticas del INE para cuantificar la evolución del PIB y el empleo, junto con el Informe de Alojamientos Turísticos 2024 y 2025 para evaluar la carga alojativa real del núcleo.

Por otro lado, se llevará a cabo una investigación de campo a través de encuestas diseñadas específicamente para tres grupos de interés: residentes, empresarios de hostelería y visitantes. Lo que permitirá contrastar la realidad estadística provincial con

la experiencia directa de los agentes implicados, validando así las propuestas de gestión sugeridas en el estudio.

#### 1.4 ESTRUCTURA

El trabajo se estructura en cinco capítulos. En primer lugar, se introduce el contexto, los objetivos y la metodología de la investigación. A continuación, se desarrolla el marco teórico donde se revisan los conceptos de turismo sostenible y las teorías de valor añadido. El tercer capítulo se centra en el análisis del entorno de Agua Amarga, examinando su situación como enclave protegido y su capacidad de carga física. En el cuarto capítulo se presentan y discuten los resultados obtenidos en el trabajo de campo y el análisis de datos. Finalmente, el quinto capítulo expone las conclusiones generales, respondiendo a la pregunta de investigación y formulando la hoja de ruta estratégica para la transición del modelo turístico en la localidad.

## 2 MARCO TEORICO

### 2.1 TURISMO Y DESARROLLO ECONÓMICO

El debate sobre cómo el turismo promueve el crecimiento económico ha sido un pilar central en la literatura académica del sector. Dentro de esta corriente, cobra especial relevancia la Tourism-Led Growth Hypothesis (Fernández Lus (2025)), cuya premisa sostiene que la expansión turística no actúa como un mero acompañante del desarrollo, sino como un motor capaz de impulsar de forma significativa el Producto Interior Bruto.

Con el fin de contrastar esta hipótesis en el contexto contemporáneo, Fernández Lus (2025) analiza el periodo 1995–2020 en tres economías maduras, España, Francia y Estados Unidos, con el objetivo de examinar si la relación entre turismo y crecimiento se mantiene estable en países con un alto grado de desarrollo y diversificación productiva.

En el caso español, Balaguer y Cantavella-Jordá (2002) fueron pioneros al demostrar la existencia de una relación de cointegración estable a largo plazo entre los ingresos por turismo internacional y el crecimiento económico, entendida como un equilibrio duradero

entre variables que evolucionan conjuntamente en el tiempo. Sus resultados evidencian un impacto positivo y estadísticamente significativo del turismo sobre el PIB español.

No obstante, la evidencia empírica no es homogénea. Diversos estudios subrayan que los resultados varían según el país, el periodo analizado y la metodología empleada (Brida et al., 2016; Pablo-Romero y Molina, 2013). Tras revisar una amplia literatura empírica, Pablo-Romero y Molina (2013) concluyen que, aunque la mayoría de las investigaciones identifica algún tipo de relación causal, la intensidad y la dirección del efecto difieren considerablemente. Ello sugiere que el turismo no genera crecimiento de manera automática ni ilimitada, sino que su impacto depende de los factores estructurales y del grado de especialización de cada territorio.

En esta línea, Brida et al. (2016) confirman la existencia de una relación bidireccional entre turismo y crecimiento económico en el caso español, aunque advierten que el contexto económico condiciona significativamente los resultados. Más recientemente, Perles-Ribes et al. (2024) señalan que, tras la crisis del COVID-19, dicha bidireccionalidad se ha debilitado, lo que podría indicar una reducción relativa de la capacidad tractora del turismo en economías maduras y altamente diversificadas. Esta evidencia sugiere que el impacto positivo del turismo no es ilimitado ni automático. En coherencia con ello, Perles-Ribes, Moreno-Izquierdo, Torres-Peñalva y Ramón-Rodríguez (2026) estiman, para el caso español, la existencia de un nivel óptimo de especialización turística situado aproximadamente entre el 16 % y el 22 % del PIB regional. A partir de ese umbral, el crecimiento adicional del sector puede asociarse a rendimientos decrecientes si no viene acompañado de mejoras en productividad, lo que refuerza la necesidad de estrategias orientadas a la eficiencia y al valor añadido.

En consecuencia, la literatura confirma la relevancia del turismo como factor de crecimiento económico, pero también advierte que su contribución está condicionada por el contexto estructural y los límites de especialización del destino. Esta conclusión resulta especialmente pertinente en territorios pequeños y altamente dependientes del sector, donde superar el umbral óptimo puede derivar en desequilibrios económicos y tensiones sobre la capacidad operativa local.

## 2.2 TURISMO SOSTENIBLE: FUNDAMENTOS Y ENFOQUES CONTEMPORÁNEOS

El análisis del turismo desde la perspectiva del crecimiento económico exige incorporar el principio de sostenibilidad como condición estructural. El concepto de desarrollo sostenible fue definido por la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo como aquel que “satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (1987, p. 59). Esta formulación introduce un criterio intergeneracional que trasciende la mera rentabilidad económica.

En el ámbito específico del turismo, la Organización Mundial del Turismo lo define como una actividad que “tiene plenamente en cuenta sus repercusiones económicas, sociales y ambientales actuales y futuras, atendiendo a las necesidades de los visitantes, la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas” (UNWTO, 2005, p. 12). Esta definición incorpora explícitamente la dimensión social y territorial, reconociendo que la viabilidad del sector depende tanto de la experiencia del visitante como del bienestar de la población residente.

No obstante, la literatura ha advertido una notable ambigüedad operativa en el uso del término. Bertoni (2008) señala la existencia de una brecha entre la amplia aceptación retórica del concepto y los avances reales en su aplicación práctica. El autor identifica una dualidad interpretativa: por un lado, enfoques centrados exclusivamente en la competitividad económica; por otro, visiones restrictivas que lo asocian únicamente al ecoturismo. Frente a esta fragmentación, defiende una perspectiva integral que articule de manera coherente las dimensiones económica, ambiental y sociocultural.

Desde el plano económico, esta discusión adquiere especial relevancia al analizar la relación entre turismo y crecimiento, ya que la sostenibilidad no solo implica preservación ambiental, sino también la capacidad del modelo turístico para generar rentabilidad estable en el tiempo. Pablo-Romero y Molina (2013) advierten que el impacto marginal del turismo puede disminuir con el tiempo, particularmente en contextos de sobreexplotación de recursos. De manera complementaria, Brida et al. (2016) subrayan la necesidad de evaluar los efectos a largo plazo, ya que un desarrollo intensivo puede

generar deterioro ambiental y tensiones sociales que comprometan la sostenibilidad del destino.

En este sentido, el enfoque contemporáneo no propone la eliminación del turismo de masas, sino su reorientación hacia modelos que prioricen la eficiencia económica, la calidad de la experiencia y la cohesión social. La sostenibilidad deja así de ser un principio abstracto para convertirse en un criterio de gestión que obliga a revisar el modelo de crecimiento adoptado.

### 2.3 CRECIMIENTO BASADO EN VOLUMEN FRENTE A VALOR AÑADIDO

Históricamente, el desarrollo de numerosos destinos de litoral se ha fundamentado en un incremento continuo del número de visitantes. Este patrón se corresponde con el modelo del ciclo de vida del destino turístico propuesto por Butler (1980), según el cual los enclaves atraviesan fases de exploración, desarrollo, consolidación y, eventualmente, estancamiento. En esta última etapa, los destinos se enfrentan a una disyuntiva estructural: declive progresivo o reestructuración estratégica.

En la literatura reciente, el fenómeno del *overtourism* ha sido identificado como una manifestación contemporánea de esa fase de saturación. Milano, Cheer y Novelli (2018) lo describen como un crecimiento excesivo de visitantes que genera hacinamiento y deterioro del bienestar residente. Dodds y Butler (2019) subrayan que esta presión no solo afecta a la percepción social del destino, sino también a su viabilidad económica a medio plazo.

Desde una perspectiva estrictamente económica, el modelo basado en volumen encuentra su límite en la ley de los rendimientos decrecientes. En contextos donde la capacidad física y operativa del territorio es limitada, cada nuevo visitante aporta un beneficio marginal menor que el anterior, mientras que los costes asociados a infraestructuras, servicios públicos y mantenimiento se incrementan de forma desproporcionada. Esta dinámica implica que el aumento del flujo turístico no garantiza un incremento equivalente en el beneficio neto para la economía local.

Este escenario se ve agravado por la denominada enfermedad de los costes de Baumol (1967). En sectores intensivos en servicios como la hostelería, la productividad tiende a crecer lentamente, mientras que los costes laborales y operativos evolucionan al ritmo de la economía general. En consecuencia, una estrategia basada exclusivamente en incrementar el volumen puede erosionar progresivamente los márgenes empresariales si no va acompañada de mejoras en eficiencia o diferenciación.

Desde el marco del modelo de crecimiento de Solow (1956), el incremento sostenido de un único factor productivo, en este caso el número de visitantes, sin avances paralelos en productividad o capital humano, conduce a un estancamiento del crecimiento real. En destinos que han superado su capacidad de carga, el crecimiento extensivo deja de ser una fuente de prosperidad y se convierte en un factor de presión estructural.

En enclaves con restricciones físicas claras, como espacios protegidos o núcleos de reducido tamaño, estos límites se manifiestan en forma de cuellos de botella infraestructurales, tal como describe McKinnon (1964) al analizar economías condicionadas por recursos escasos. No obstante, como señala Agarwal (2002), el declive no es inevitable si se implementan procesos de reestructuración adaptados al contexto del destino.

Desde la perspectiva de la estrategia competitiva, esta disyuntiva entre volumen y valor añadido puede interpretarse a la luz del modelo de estrategias genéricas de Porter (1985), quien distingue entre liderazgo en costes y diferenciación como vías alternativas para sostener la ventaja competitiva. Mientras que el crecimiento basado en volumen se aproxima a una lógica de competencia por escala y precio, la orientación hacia el valor añadido se alinea con una estrategia de diferenciación, sustentada en la singularidad del producto, la calidad de la experiencia y una menor sensibilidad al precio por parte del cliente objetivo. En destinos con restricciones físicas estructurales, la diferenciación no constituye simplemente una opción estratégica, sino una condición necesaria para preservar la rentabilidad a largo plazo.

En este sentido, la literatura reciente converge en la necesidad de desplazar el enfoque desde el crecimiento cuantitativo hacia la diferenciación cualitativa. Aguiló y Alegre

(2004) destacan la importancia de mantener la competitividad a través de la calidad y la segmentación estratégica, mientras que Ritchie y Crouch (2003) sitúan la experiencia del visitante y la sostenibilidad a largo plazo como ejes centrales de la competitividad del destino.

En consecuencia, el debate contemporáneo no enfrenta turismo frente a sostenibilidad, sino volumen frente a valor añadido. La transición hacia modelos orientados a la calidad, la exclusividad y la gestión inteligente de la capacidad de carga emerge como una condición necesaria para garantizar la viabilidad económica y social de los destinos maduros.

## 2.4 CAPACIDAD DE CARGA Y GESTIÓN DE DESTINOS EN ESPACIOS PROTEGIDOS

La transición hacia un modelo basado en valor añadido exige reconocer que todo destino opera bajo límites físicos, ambientales y de gestión. En la literatura académica, la capacidad de carga se define como el nivel máximo de uso que un territorio puede soportar antes de que se produzcan deterioros irreversibles en el entorno o descensos significativos en la satisfacción del visitante y del residente (Cifuentes, 1992).

La metodología propuesta por Cifuentes (1992), ampliamente utilizada en la gestión de áreas protegidas, distingue tres niveles. La Capacidad de Carga Física se refiere al número máximo de usuarios que puede albergar un espacio en función de sus dimensiones. La Capacidad de Carga Real incorpora factores correctores vinculados a fragilidad ambiental, estacionalidad y condiciones ecológicas. Finalmente, la Capacidad de Carga Efectiva representa el límite real de gestión, determinado por los recursos administrativos, infraestructurales y financieros disponibles.

En destinos de reducido tamaño, el umbral crítico suele alcanzarse primero en el plano social y operativo. Cuando la población residente percibe una presión excesiva sobre los servicios básicos o una pérdida progresiva de identidad, se produce una erosión de la legitimidad interna del modelo turístico, lo que puede afectar indirectamente a la competitividad externa del destino (Simancas, 2016). Esta dimensión intangible obliga a

superar aproximaciones meramente retóricas a la sostenibilidad y a incorporar instrumentos de seguimiento y control efectivos (Bertoni, 2008).

En este contexto, la gestión contemporánea de destinos evoluciona hacia modelos de inteligencia turística, donde la toma de decisiones se apoya en datos, planificación estratégica y coordinación institucional (Ivars-Baidal et al., 2019). La capacidad de carga deja así de concebirse como un umbral estático y pasa a entenderse como una variable dinámica que requiere monitorización continua.

En núcleos de población muy reducida, la capacidad de carga efectiva adquiere una relevancia determinante. Cuando la base residencial es limitada, la presión sobre infraestructuras básicas como el abastecimiento de agua, la movilidad o la recogida de residuos puede superar rápidamente la capacidad operativa local. En estos contextos, el crecimiento extensivo basado en volumen no solo compromete el equilibrio ambiental, sino que también tensiona la sostenibilidad económica al incrementar los costes públicos y reducir la calidad de la experiencia.

Para un enclave de 404 habitantes, como Agua Amarga según el Instituto Nacional de Estadística (2024), respetar estos límites no constituye una opción ideológica, sino una condición técnica para preservar su viabilidad a largo plazo. En consecuencia, la gestión estratégica del destino debe orientarse hacia la optimización del valor generado por visitante y no hacia la maximización indiscriminada del flujo turístico.

## 2.5 SÍNTESIS DEL MARCO TEÓRICO Y FUNDAMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

La literatura académica confirma que el turismo puede actuar como un motor relevante de crecimiento económico, especialmente en economías altamente especializadas. Sin embargo, su contribución depende del contexto estructural del destino, del grado de especialización alcanzado y de la capacidad de gestionar los límites físicos y operativos del territorio.

El enfoque contemporáneo de sostenibilidad introduce la necesidad de equilibrar crecimiento y preservación de recursos, integrando dimensiones económicas, sociales y ambientales. En este marco, el debate evoluciona desde la maximización del volumen hacia la optimización del valor generado por visitante, particularmente en destinos maduros o estructuralmente limitados.

Desde la perspectiva económica, el modelo extensivo basado en el incremento continuo de visitantes puede enfrentar rendimientos decrecientes, erosión de márgenes en sectores intensivos en servicios y tensiones sobre infraestructuras cuando no se acompaña de mejoras en productividad y diferenciación estratégica. La teoría de la capacidad de carga permite operacionalizar estos límites, especialmente en enclaves de pequeña escala o situados en espacios protegidos.

En consecuencia, la literatura no plantea una dicotomía entre crecimiento y sostenibilidad, sino entre estrategias extensivas basadas en volumen y estrategias intensivas basadas en valor añadido. Esta distinción fundamenta el presente estudio, cuyo propósito no es cuestionar la importancia económica del turismo, sino analizar la viabilidad estratégica y económica de una transición de modelo en un destino con restricciones estructurales significativas.

### 3 ANÁLISIS DEL ENTORNO

#### 3.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO (PESTEL)

El análisis de las fuerzas externas revela una interdependencia crítica entre la protección ambiental y la rentabilidad económica, donde las variables del macroentorno actúan como límites operativos reales para un destino de pequeña escala. La gestión del territorio se rige por una arquitectura normativa de alta protección definida por el Decreto 37/2008, que aprueba el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales y el Plan Rector de Uso y de Gestión del Parque Natural. Estas figuras legales imponen restricciones severas a la expansión física del núcleo y condicionan la creación de nueva oferta alojativa a criterios de sostenibilidad. Esta rigidez se complementa con el II Plan de Desarrollo Sostenible (Decreto 101/2022), cuyo objetivo es fomentar modelos de negocio basados en el valor añadido y la conservación.

Desde la vertiente económica y tecnológica, el Ayuntamiento de Níjar lidera actualmente un Plan de Sostenibilidad Turística en Destino dotado con 2,4 millones de euros de fondos *Next Generation*. Esta inversión busca transformar el municipio en un Destino Turístico Inteligente, ofreciendo a Agua Amarga la oportunidad de digitalizar la gestión de flujos de visitantes sin necesidad de ampliar su infraestructura física. Esta estrategia es vital para paliar las deseconomías de escala que sufre el núcleo durante la temporada alta.

A pesar de estos planes estratégicos, la realidad operativa obliga a la administración local a aplicar medidas de control directo. Durante los meses estivales, se establecen restricciones al tráfico rodado y zonas peatonalizadas en el centro urbano para garantizar la movilidad mínima en el núcleo. Estas intervenciones administrativas confirman que, ante una capacidad territorial limitada, la regulación de flujos no es solo una opción ambiental, sino una necesidad técnica para el funcionamiento del destino.

### 3.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO Y DEMOGRAFÍA

El núcleo de Agua Amarga presenta una estructura social que actúa como un cuello de botella operativo ante la demanda estival. Con una base de 404 residentes permanentes, el sistema de servicios básicos (limpieza, suministro de agua y seguridad) está dimensionado para una escala mínima que se ve desbordada sistemáticamente durante la temporada alta. Según datos del Ayuntamiento de Níjar, la población efectiva se multiplica exponencialmente en verano, generando costes operativos extraordinarios que la administración intenta mitigar mediante restricciones de tráfico y peatonalizaciones temporales.

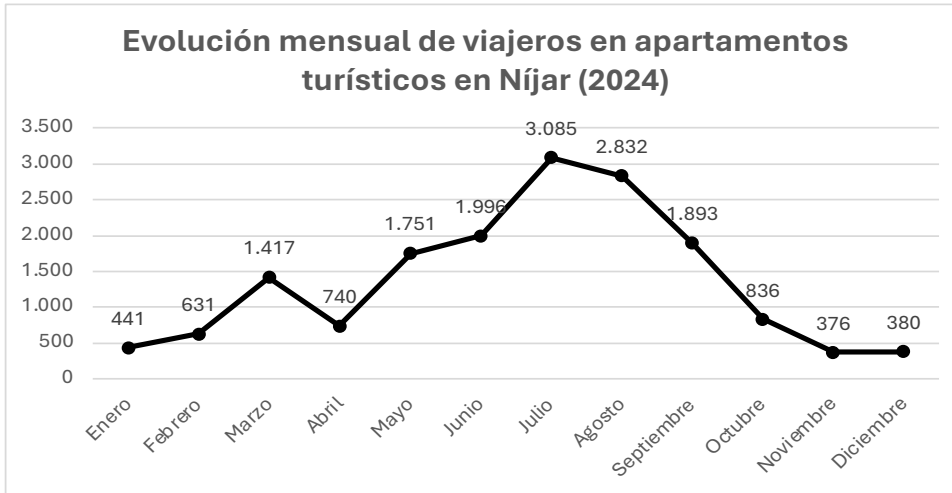
Esta tensión infraestructural se ve agravada por una dinámica explosiva de la oferta alojativa no hotelera. Durante el año 2024, el municipio registró un alta neta de 127 alojamientos turísticos, una tendencia que se ha acelerado en 2025 con la incorporación de 108 nuevas viviendas de uso turístico (VUT) hasta la fecha. Esta concentración masiva de plazas en un espacio tan reducido no solo satura los servicios públicos sino que transforma el mercado inmobiliario local.

Desde una perspectiva de gestión empresarial, este fenómeno genera una externalidad negativa crítica: el desplazamiento del residente habitual y el encarecimiento del suelo dificultan que los trabajadores del sector servicios residan en el propio destino. Esto eleva los costes de personal para las empresas locales, que deben captar mano de obra de núcleos lejanos, agravando la "enfermedad de los costes" y reduciendo la eficiencia del tejido productivo local. En este escenario, la capacidad de carga no es solo un límite ambiental, sino un condicionante directo de la rentabilidad empresarial.

### 3.3 DIAGNÓSTICO DE LA CAPACIDAD DE CARGA Y ESTACIONALIDAD

El principal problema estratégico identificado en el núcleo es la hiperestacionalidad de la demanda, que concentra la actividad de forma extrema en periodos muy concretos del año. Dado que no existen datos oficiales desagregados a nivel de pedanía, se utilizan los registros municipales de Níjar como aproximación del comportamiento de la demanda turística. Esta decisión metodológica se justifica en la elevada concentración de la actividad turística en los núcleos costeros, entre los que destaca Agua Amarga, permitiendo inferir tendencias de presión estacional sobre el destino. Según la *Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos* del INE, el volumen de viajeros alcanza sus valores máximos durante el verano, registrando picos de 3.085 personas en julio y 2.832 en agosto. Esta fluctuación evidencia una utilización desigual de las infraestructuras, que pasan la inactividad invernal al colapso operativo en apenas ocho semanas.

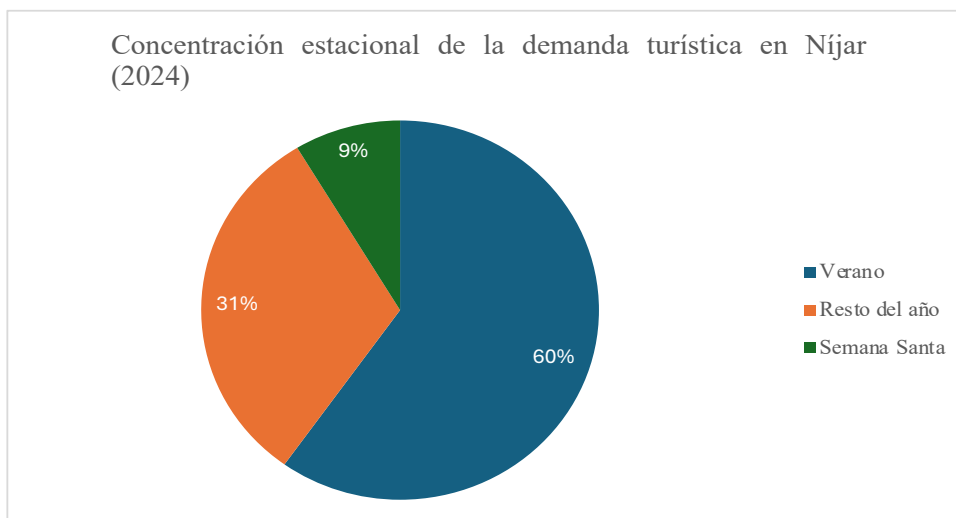
**Figura 1. Evolución Mensual de viajeros alojados en apartamentos turísticos en el municipio de Níjar (2024)**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), *Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos*.

Esta distribución anual confirma que el 60% de los viajeros totales se concentran exclusivamente en el periodo de junio a septiembre. Desde una perspectiva de gestión, esto implica que la intensidad de la demanda en temporada alta es 2,6 veces superior a la registrada el resto del año. Como se visualiza en el siguiente gráfico de concentración, esta asimetría es la causa raíz de los "cuellos de botella" que sufre el destino.

**Figura 2. Concentración estacional de viajeros alojados en apartamentos turísticos en Níjar (2024)**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), *Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos*.

**Tabla 1. Desglose de la oferta alojativa reglada en Agua Amarga (2026).**

Tipo de alojamiento	Nº de Establecimientos	Plazas estimadas
Viviendas de Uso Turístico (VUT)	45	180*
Hoteles / Pensiones	7	82
Casas Rurales	3	14
Apartamentos Turísticos	3	15
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>291</b>

**Fuente:** *Elaboración propia a partir de datos facilitados por la Asesoría de Turismo y Protocolo del Ayuntamiento de Níjar (2026).*<sup>1</sup>

#### **Ecuación 1. Cálculo del Índice de Presión Turística (IPT)**

$$IPT = \frac{N^{\circ} \text{ Plazas Alojativas (est)}}{\text{Población residente}} = \frac{291}{404} \cong 0,72$$

Este volumen desproporcionado eleva el Índice de Presión Turística (IPT) a 0,72 plazas por residente. Para un núcleo con solo 404 habitantes censados frente a una oferta estimada de 291 plazas alojativas regladas, sin contar con los datos del alquiler de particulares no legalizado y otros alojamientos no reglados, el impacto sobre la habitabilidad y la eficiencia de los servicios públicos es inmediato. Esta transformación funcional del núcleo hacia un espacio orientado casi exclusivamente al visitante no residente compromete la sostenibilidad social del destino.

---

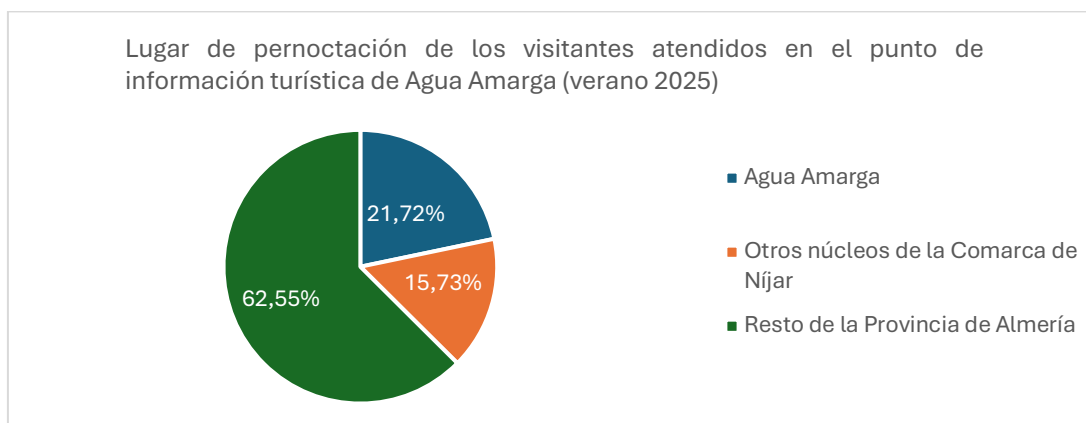
<sup>1</sup> \*Cálculo estimado sobre una media de 4 plazas por vivienda registrada.

Finalmente, este desequilibrio se traduce en un impacto financiero directo, obligando al Ayuntamiento de Níjar a duplicar el presupuesto destinado a limpieza, seguridad y mantenimiento durante la temporada alta. Siguiendo la teoría de la capacidad de carga turística desarrollada por Cifuentes (1992), la combinación de hiperestacionalidad de la demanda, aumento significativo de la población estacional y elevada proporción de plazas turísticas respecto a la población residente sugiere que el destino podría estar aproximándose, o incluso superando, su capacidad de carga efectiva. En estas condiciones, incrementos adicionales en el número de visitantes no necesariamente generan mayores beneficios económicos, sino que pueden traducirse en una pérdida de valor derivada de la saturación del destino, el deterioro del entorno y la disminución de la calidad de la experiencia turística.

### 3.4 PERFIL DEL VISITANTE

Con el objetivo de caracterizar la demanda real del destino, se han analizado los registros del punto de información turística de Agua Amarga, gestionados por el Área de Turismo del Ayuntamiento de Níjar (2025). Durante el periodo estival de 2025, se atendieron un total de 534 visitantes, cuyo análisis revela una dinámica de ocupación muy dispar. El dato más crítico para la gestión del núcleo es que únicamente el 21,7 % de los usuarios pernoctan en el propio núcleo de Agua Amarga, lo que evidencia que la gran mayoría de la presión humana no proviene de residentes o turistas alojados, sino de flujos externos.

**Figura 3. Lugar de pernoctación de los visitantes atendidos en el punto de información turística de Agua Amarga (verano 2025)**



**Fuente:** Elaboración propia a partir de los registros del punto de información turística de Agua Amarga, Área de Turismo del Ayuntamiento de Níjar (2025).

Esta distribución estadística confirma que el 62,5 % de los visitantes se aloja en otros destinos de la provincia y utiliza la pedanía exclusivamente como lugar de excursión diaria. Esta tendencia al "excursionismo masivo" genera una presión desproporcionada sobre infraestructuras clave como las playas, los servicios de restauración y, de manera muy acusada, las zonas de aparcamiento. Desde la óptica de la gestión de destinos, este perfil de visitante consume recursos públicos y satura el espacio sin generar un retorno económico directo en el sector alojativo local. Este diagnóstico ratifica la urgencia de implementar el sistema de estacionamiento regulado y las zonas de parking periférico propuestos en este estudio, con el fin de priorizar al residente y al visitante de alto valor añadido.

### 3.5 MATRIZ DE DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO (DAFO)

Para sintetizar la situación competitiva del núcleo desde una visión de gestión empresarial, se establecen los siguientes puntos diagnósticos.

- 1. Fortalezas estratégicas:** La ubicación en un entorno protegido único actúa como una barrera de entrada para nuevos competidores urbanísticos. Existe una identidad de marca muy consolidada vinculada a la exclusividad y la tranquilidad. Además, el tamaño reducido permite un control más ágil de la calidad del servicio si se orienta correctamente al segmento premium.
- 2. Debilidades operativas:** La reducida escala demográfica provoca una saturación rápida de los servicios básicos en temporada alta. Existe una dependencia excesiva del modelo estacional de sol y playa. Las infraestructuras de movilidad y aparcamiento son muy limitadas y no permiten el crecimiento en volumen de vehículos.
- 3. Oportunidades de mercado:** La captación de fondos europeos permite invertir en la digitalización del destino. Existe un potencial creciente en segmentos de ecoturismo y turismo de salud que operan fuera de los meses de verano. El mercado europeo muestra una demanda al alza de destinos de baja densidad y alta seguridad sanitaria y ambiental.
- 4. Amenazas externas:** El riesgo de pérdida de identidad local es elevado, lo que podría provocar el rechazo social de los residentes. La degradación de los recursos naturales por exceso de carga puede ser irreversible. Finalmente, la caída de la

rentabilidad empresarial por el aumento de los costes de suministros y personal (*véase enfermedad de los costes de Baumol analizada en el Marco Teórico*) es una amenaza real para la viabilidad de los negocios a medio plazo.

### 3.6 ANÁLISIS COMPARATIVO DE COMPETITIVIDAD REGIONAL

Es fundamental comparar la situación de Agua Amarga con sus competidores directos dentro de la comarca: San José y Las Negras. San José actúa como el líder en volumen, disponiendo de una estructura de servicios más robusta y una mayor capacidad de alojamiento hotelero reglado. Sin embargo, San José ha perdido parte de su exclusividad debido a la masificación urbana.

Por su parte, Las Negras ha experimentado un crecimiento vinculado a un perfil de visitante más joven y bohemio. Agua Amarga ocupa el nicho de mercado del lujo silencioso y la exclusividad familiar. El peligro estratégico es que Agua Amarga intente emular el modelo de crecimiento de San José sin tener su base de infraestructuras. Los 404 habitantes de Agua Amarga no pueden dar soporte a la misma cantidad de turistas que los núcleos más grandes sin colapsar. Por tanto, la diferenciación por valor añadido no es una opción estética, sino una necesidad de supervivencia económica para evitar el declive del destino según el ciclo de Butler (1980).

### 3.7 EL CICLO DE VIDA DEL DESTINO TURÍSTICO: APLICACIÓN DEL MODELO DE BUTLER

Para entender la urgencia de la transición estratégica en Agua Amarga, es imprescindible aplicar el modelo del Ciclo de Vida de un Área Turística (Tourism Area Life Cycle o TALC), desarrollado originalmente por Butler (1980) y actualizado recientemente ante los retos del overtourism (Dodds y Butler, 2019). Este modelo postula que los destinos no son estáticos, sino que evolucionan a través de una serie de etapas: exploración, implicación, desarrollo, consolidación y estancamiento, desembocando finalmente en el declive o el rejuvenecimiento.

### 3.7.1 IDENTIFICACIÓN DE LA FASE ACTUAL: DE LA CONSOLIDACIÓN AL ESTANCAMIENTO

Tras analizar la evolución de la oferta alojativa y el crecimiento de la presión demográfica en el núcleo, los indicadores observados permiten sostener que Agua Amarga habría superado la fase de desarrollo y se encontraría plenamente instalada en la etapa de consolidación del modelo de Butler, mostrando además señales consistentes con una posible transición hacia el estancamiento.

En la fase de consolidación, el número de visitantes sigue aumentando, pero la tasa de crecimiento comienza a desacelerarse. Los datos del INE (2025) presentados en la introducción, que muestran incrementos del 85,5 por ciento en junio y del 50,6 por ciento en agosto, confirman que el volumen sigue siendo el motor principal. Sin embargo, en esta etapa, el destino empieza a mostrar signos físicos de saturación. La economía local muestra un elevado grado de dependencia del turismo, y es aquí donde surge el riesgo de que el número de turistas supere la capacidad de carga física y social de los 404 residentes censados.

La transición hacia la etapa de estancamiento se produce cuando el destino ya no es percibido como exclusivo o a la moda. En este punto, Agua Amarga se enfrenta a una paradoja estratégica: mientras el volumen de personas es máximo, el beneficio económico por visitante podría tender a decrecer como consecuencia de las deseconomías de escala y del aumento de los costes operativos descritos por Baumol, cuestión que será contrastada en el análisis empírico posterior. Si no se actúa, el ciclo natural conduce al declive, donde los turistas de mayor capacidad de gasto abandonan el destino para buscar enclaves menos masificados.

### 3.7.2 EL RIESGO DEL DECLIVE Y LA NECESIDAD DE REJUVENECIMIENTO ESTRATÉGICO

El modelo de Butler advierte que, una vez alcanzado el estancamiento, el destino solo tiene dos salidas. El declive se produce si se mantiene la inercia del modelo de volumen, lo que convierte a Agua Amarga en un destino de paso o de bajo coste, perdiendo su

ventaja competitiva histórica. Por el contrario, el rejuvenecimiento requiere un cambio radical en la oferta de valor del destino.

La propuesta de este TFG de ADE se alinea con la vía del rejuvenecimiento mediante la diferenciación cualitativa. Como señalan Dodds y Butler (2019), la gestión moderna del turismo en espacios protegidos debe centrarse en la sostenibilidad de los beneficios, no en el crecimiento de las llegadas. En Agua Amarga, esto implica aplicar políticas de control de acceso y precios que actúen como filtros de mercado. Al reducir la cantidad de personas en la fase de consolidación, se prolonga la vida económica del núcleo y se evita que el producto turístico se degrade de forma irreversible.

### 3.7.3 CAPACIDAD DE CARGA Y LÍMITES DEL CRECIMIENTO

La aplicación de las tesis de Butler se vincula directamente con la capacidad de carga efectiva. Según Martín Martín (2024), cuando un destino ignora sus límites biológicos y sociales en favor del crecimiento extensivo, el mercado acaba penalizando la rentabilidad de las empresas. En Agua Amarga, los cuellos de botella en infraestructuras y la pérdida de identidad local son señales de que el ciclo de vida ha llegado a un punto de inflexión crítico.

Desde una perspectiva de gestión empresarial, el rejuvenecimiento no debe ser solo ambiental, sino financiero. Esto supone captar segmentos de demanda con una elasticidad precio menor, es decir, clientes que valoran tanto la paz y la exclusividad del Parque Natural que están dispuestos a pagar tarifas premium incluso si se reducen los servicios de volumen. Solo mediante este reposicionamiento estratégico se podrá evitar que Agua Amarga entre en la fase de declive que ya han experimentado otros destinos maduros del litoral mediterráneo (Perles Ribes et al., 2017).

Como síntesis de la estructura comercial del núcleo, la Tabla 1 desglosa la planta productiva actual, validada mediante trabajo de campo.

**Tabla 2. Composición del tejido empresarial de Agua Amarga (2026)**

Categoría de Actividad	Nº de Establecimientos	% sobre el total
<b>Restauración, bares y heladerías</b>	18	32,7%
<b>Comercio minorista (Tiendas)</b>	21	38,2%
<b>Alojamiento reglado (Hoteles/Pensiones)</b>	13	23,6%
Otros (Actividades y servicios locales)	3	5,5%
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** *Elaboración propia a partir de registros municipales, directorios turísticos y validación de campo (2026).*

*\* Nota: Incluye servicios de turismo activo (kayak e hípica) y servicios personales (estética).*

Como se observa, el 94,5% de la planta productiva local se concentra en los sectores de comercio, restauración y alojamiento reglado. Esta hiperespecialización en actividades de servicios intensivas en mano de obra genera una dependencia crítica de la estacionalidad turística, lo que confirma la vulnerabilidad del modelo económico actual ante cualquier fluctuación en la demanda.

#### 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS Y VALIDACIÓN DEL MODELO

En este capítulo se someten a examen los resultados obtenidos mediante el trabajo de campo, basado en encuestas dirigidas a los tres agentes estratégicos (*stakeholders*) del destino: residentes, empresarios y visitantes. Siguiendo la metodología de triangulación de datos, no se realiza una descripción individual de cada grupo, sino que se analizan las sinergias y los puntos de fricción estratégica que definen la situación actual de Agua Amarga.

#### 4.1 FICHA TÉCNICA Y REPRESENTATIVIDAD DE LA MUESTRA

Para garantizar la validez de las conclusiones, el trabajo de campo se ha diseñado buscando una alta representatividad del tejido empresarial local. La siguiente tabla cruza el universo real de empresas (analizado en el Capítulo 3) con las respuestas obtenidas:

**Tabla 3. Representatividad de la muestra sobre el tejido empresarial**

Categoría de Actividad	Universo (Censo)	Muestra (respuestas)	% Representatividad
Restauración, bares y heladerías	18	11	61,1%
Comercio minorista (Tiendas)	21	9	42,9%
Alojamiento reglado (Hoteles/Pensiones)	13	7	53,8%
Otros (Actividades y servicios locales)	3	3	100%
TOTAL	55	30	54,5%

Como se observa, se ha obtenido respuesta de más de la mitad del sector (54,5%), alcanzando niveles superiores al 60% en restauración, lo que permite validar los resultados que se analizan a continuación.

#### 4.2 SINERGIA ECONÓMICA: LA ENFERMEDAD DE LOS COSTES Y LA ELASTICIDAD DEL PRECIO

Al cruzar las percepciones de la oferta y la demanda, se identifica una oportunidad de mercado latente bajo una amenaza operativa crítica.

Tal y como se fundamentó en el marco teórico, los destinos maduros o masificados suelen experimentar un crecimiento de los costes de explotación que erosiona los márgenes de beneficio. En Agua Amarga, esta situación es validada por la realidad empresarial: el 73,3% de los empresarios encuestados (aproximadamente 7 de cada 10) confirma que sus costes operativos crecen a un ritmo superior a sus ingresos netos. Este fenómeno, descrito originalmente por Baumol (1967) como la enfermedad de los costes y analizado en el sector turístico por autores como Perles-Ribes et al. (2021), es especialmente severo en sectores de servicios personales donde la productividad difícilmente puede compensar la inflación de suministros y salarios.

Sin embargo, frente a este desequilibrio financiero, surge una ventana de oportunidad estratégica. El 68% de los visitantes manifiesta una disposición al pago extra (entre un 10% y un 20% adicional) si el destino garantizase una experiencia más exclusiva, tranquila y libre de aglomeraciones. En consecuencia, la solución a la enfermedad de costes de los empresarios coincide con la demanda de valor del cliente: el aumento de márgenes es viable si se transita hacia un modelo de menor volumen. Los datos confirman la hipótesis de que el turismo de masas actúa como una externalidad negativa que devalúa el precio percibido del destino.

#### 4.3 SINERGIA SOCIAL: CONSENSO SOBRE LA CAPACIDAD DE CARGA Y MOVILIDAD

La teoría sobre capacidad de carga sugiere que destinos de escala reducida como Agua Amarga poseen umbrales críticos de tolerancia que, al ser superados, degradan tanto la experiencia del turista como la habitabilidad del residente.

Los resultados empíricos demuestran un consenso estratégico intersectorial: los tres perfiles coinciden en que la capacidad de carga se supera sistemáticamente durante el periodo estival. Por un lado, el 90% de los empresarios señala el colapso de infraestructuras básicas (aparcamiento, suministro de agua y red eléctrica) como el principal obstáculo para su rentabilidad y operativa diaria. En paralelo, la población local manifiesta un rechazo contundente a la saturación vial: el 90% apoya la restricción de acceso a vehículos de no residentes en verano.

Esta convergencia social y empresarial se alinea con la percepción del visitante, quien puntúa con un 3,8 sobre 5 el impacto negativo de las aglomeraciones en su estancia. Lo que tradicionalmente podría ser un conflicto de intereses se convierte aquí en una visión colectiva: el residente busca calidad de vida, el visitante busca exclusividad y el empresario demanda eficiencia operativa. Este respaldo unánime legitima la propuesta de un modelo basado en el valor añadido y la reducción del volumen de flujos.

#### 4.4 SINERGIA DE IDENTIDAD: DIAGNÓSTICO EN EL CICLO DE BUTLER

Finalmente, el análisis de la sostenibilidad a largo plazo revela riesgos estructurales en la competitividad de Agua Amarga. La masificación conlleva inevitablemente una pérdida de la autenticidad, factor que constituye la principal ventaja competitiva de la pedanía.

El 85% de los residentes sostiene que el destino pierde su esencia e identidad en los meses centrales del año. Este deterioro de la "esencia" local ya impacta en la fidelidad de la demanda: un 40% de los visitantes habituales expresa dudas sobre su retorno en próximas temporadas si la ocupación continúa en ascenso.

Aplicando el modelo del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (TALC, por sus siglas en inglés) de Butler (1980), Agua Amarga se sitúa en una fase de consolidación avanzada, en el umbral del estancamiento. La 'pérdida de esencia' denunciada por la población local es, en realidad, un indicador temprano de obsolescencia tal y como sugieren estudios recientes sobre destinos maduros (Perles-Ribes et al., 2024).

## 5 CONCLUSIONES Y HOJA DE RUTA ESTRATÉGICA

### 5.1 CONCLUSIONES GENERALES: LA VIABILIDAD DE LA TRANSICIÓN

El análisis de la situación permite determinar que la evolución hacia un modelo de valor añadido en Agua Amarga es una prioridad absoluta para la sostenibilidad del núcleo. Las evidencias sitúan al destino en una etapa de consolidación avanzada, próxima al estancamiento descrito por Butler. El hecho de que el 85% de la población local perciba una degradación de su identidad constituye una señal de alerta sobre el agotamiento del modelo de masas. Existe una viabilidad económica para este cambio. El tejido empresarial, condicionado por la enfermedad de los costes de Baumol (1967), requiere una reestructuración de márgenes que la masificación actual impide.

El apoyo del 68% de los turistas a un recargo de entre el 10% y el 20% a cambio de una experiencia superior demuestra que el valor del silencio es un activo monetizable. Los agentes implicados muestran un consenso sobre la necesidad de restringir la capacidad de carga. Esta alineación de posturas favorece una hoja de ruta común donde la reducción del volumen se convierte en el mecanismo para devolver la rentabilidad y el bienestar al entorno local. La aplicación de estas medidas requiere una voluntad institucional firme ante las dificultades operativas que presenta el territorio, reconociendo que el éxito del plan depende de una gestión técnica que evite efectos indeseados en la logística diaria de los residentes.

### 5.2 PROPUESTAS ESTRATÉGICAS: HACIA UN MODELO DE VALOR AÑADIDO

Tras el diagnóstico de situación realizado en el capítulo anterior, se proponen una serie de intervenciones tácticas y normativas diseñadas para revertir la fase de consolidación avanzada en la que se encuentra Agua Amarga. El objetivo primordial es transitar de un modelo basado en el volumen hacia uno de alto valor añadido, garantizando la prioridad al residente y la preservación de la calidad ambiental.

### 5.2.1 GESTIÓN DE LA MOVILIDAD Y ESTACIONAMIENTO INTERMODAL

La medida central para recuperar el orden en el núcleo urbano consiste en la privatización y regulación de las tres zonas principales de aparcamiento masivo dentro del pueblo. Este sistema de estacionamiento de pago tiene una doble función estratégica. Por un lado, garantiza que los 404 residentes y los visitantes con reserva confirmada en hoteles, apartamentos o restaurantes legales tengan siempre una plaza disponible, eliminando el tráfico de coches que dan vueltas sin descanso buscando hueco. Por otro lado, funciona como una herramienta de lucha contra la oferta ilegal. Al condicionar el acceso gratuito o preferente al aparcamiento a la posesión de una licencia de alquiler turístico, se incentiva a los propietarios de viviendas de uso turístico a regularizar su situación para poder ofrecer este beneficio a sus clientes.

Para absorber el flujo de visitantes de día que no tienen reserva, se propone habilitar una zona de estacionamiento periférico en el sector de La Joya. Esta propuesta permite dar un uso productivo a terrenos de vecinos locales que actualmente están inutilizados por las restricciones del Parque Natural. De esta forma, el beneficio económico derivado del aparcamiento no se queda solo en el centro, sino que llega también a las familias que poseen tierras en la periferia. Este espacio operará con un servicio de lanzadera profesional que conectará el aparcamiento con la playa cada 20 minutos, de nueve de la mañana a nueve de la noche. Con este sistema, se profesionaliza la llegada del turista y se reduce drásticamente el uso del coche privado dentro de las calles estrechas de Agua Amarga.

### 5.2.2 ORDENACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO Y PROTECCIÓN DEL PAISAJE

La segunda línea estratégica se centra en la recuperación de la calidad ambiental y la fluidez del casco urbano. La saturación de elementos físicos en la vía pública ha generado una degradación de la imagen del destino que afecta tanto a la movilidad del residente como a la percepción del visitante. Para revertir esta situación, se propone una normativa de ocupación que priorice la amplitud espacial sobre la densidad comercial.

La regulación estricta de la superficie destinada a terrazas comerciales permite que los establecimientos operen con una estructura de costes más eficiente. Al reducir el número de mesas, los negocios de restauración logran disminuir sus costes operativos variables, especialmente en personal y suministros, aliviando la presión sobre los márgenes de beneficio que actualmente se ven erosionados por el modelo de volumen. Esta liberación de espacio facilita el flujo peatonal y elimina el tráfico humano excesivo, devolviendo la comodidad de tránsito al habitante permanente y al visitante habitual. Desde una perspectiva de marketing turístico, la descongestión visual y física permite posicionar a Agua Amarga como un enclave exclusivo, creando el entorno propicio para justificar un incremento en los precios sin que decaiga la demanda del segmento de calidad.

De igual forma, la gestión del litoral debe orientarse a proteger la estética natural del Parque Natural y a mejorar la capacidad de carga de la playa. La prohibición del uso de carpas de gran envergadura y cerramientos temporales, permitiendo únicamente el uso de sombrillas tradicionales, actúa como un filtro natural de segmentación. Esta medida desincentiva el perfil de turismo masivo que ocupa grandes superficies de arena sin generar un consumo significativo en la economía local. La reducción de la saturación en el litoral no solo aumenta la tranquilidad del entorno, sino que garantiza que el residente recupere el acceso y el disfrute de su propio espacio público. Al elevar los estándares estéticos y reducir la presión demográfica en la playa, el núcleo refuerza su identidad diferencial, atrayendo a un perfil de visitante más respetuoso con el entorno y con mayor capacidad de gasto.

### 5.2.3 RESILIENCIA OPERATIVA: HIGIENE URBANA Y SERVICIOS DE EMERGENCIA

La tercera línea de actuación se enfoca en fortalecer los servicios básicos para que el núcleo sea capaz de absorber la presión estival sin degradarse. Un destino que aspira a un modelo de alto valor añadido debe ofrecer, por definición, una higiene urbana excelente. Por este motivo, se propone un incremento significativo de la densidad de papeleras de recogida selectiva en puntos críticos como la playa, las plazas y los accesos principales. Este refuerzo operativo debe acompañarse de una mayor frecuencia en la recogida y el

baldeo de las calles. Lo más relevante desde el punto de vista de la gestión es su financiación: es justo que estos servicios extraordinarios se paguen directamente con la recaudación obtenida del estacionamiento regulado. De esta forma, el coste de mantener el pueblo impecable recae sobre el visitante que genera el residuo y no sobre los impuestos del residente. Una imagen de limpieza absoluta es el factor que más eleva la disposición al gasto del turista de calidad, ya que percibe que el precio superior que paga se refleja en un mantenimiento superior del entorno.

En el ámbito de la salud y la seguridad, la propuesta incluye la contratación estacional de una Unidad de Soporte Vital Avanzado durante los meses de julio y agosto. Esta medida es esencial, en primer lugar, para garantizar la tranquilidad de los 404 residentes permanentes, asegurando que el consultorio médico habitual no colapse ante las urgencias derivadas de la población flotante. Disponer de una ambulancia medicalizada de respuesta rápida no solo protege vidas, sino que refuerza la imagen de seguridad y profesionalidad del destino. Complementariamente, es necesario un aumento de la presencia policial que vele por el cumplimiento efectivo de las nuevas normativas de movilidad, los límites de ruido y la prohibición de carpas en el litoral. Este refuerzo de la seguridad ciudadana es la herramienta definitiva para asegurar que las reglas del modelo de valor se respeten, garantizando el descanso del vecino y la exclusividad del visitante habitual. Al final, estas medidas logran que el aumento demográfico de verano no suponga una pérdida de derechos para quienes viven en Agua Amarga durante todo el año.

### 5.3 CONSIDERACIONES FINALES Y HORIZONTES DE GESTIÓN

La hoja de ruta trazada para Agua Amarga revela que el mantenimiento del escenario actual es la opción más arriesgada para su futuro. La evidencia recogida en este estudio permite afirmar que el éxito de la pedanía ya no puede medirse únicamente en el volumen de visitantes, sino en la capacidad de preservar el frágil equilibrio que la hizo atractiva originalmente. Los pilares de este análisis, como el ciclo de vida de Butler o la presión de costes de Baumol, dejan de ser conceptos teóricos para convertirse en una brújula necesaria ante una realidad donde los gastos operativos crecen más rápido que los ingresos. Pese a las dudas que surgen al plantear cambios profundos en la gestión, el riesgo de no actuar es significativamente mayor: la pérdida definitiva de un patrimonio social y paisajístico que es la base de la economía local.

La apuesta por la exclusividad requiere aceptar que no todo el crecimiento es positivo ni sostenible. El dato de que casi el 90% de los residentes encuestados reclama medidas drásticas como la restricción del tráfico es un grito de alerta sobre el límite de la convivencia en el núcleo. Al mismo tiempo, el hecho de que un 68% de los turistas declare su disposición a asumir un precio superior a cambio de una oferta más selectiva abre una puerta real a la esperanza económica. No se trata de cerrar el pueblo, sino de ordenarlo con la lógica que hoy permiten los avances técnicos, asegurando que servicios básicos como la sanidad, la limpieza y la movilidad no colapsen bajo el peso de una masa que el territorio no puede digerir. Recuperar el valor de la tranquilidad es la única vía para que el sector servicios deje de ver cómo sus márgenes se evaporan mientras las calles se llenan de forma incontrolada.

El éxito de estas propuestas depende, en última instancia, de una voluntad política que sea capaz de mirar más allá del corto plazo y de los intereses inmediatos. La dificultad técnica de regular el acceso al núcleo o de implantar sistemas de gestión periférica es real, pero la recompensa es devolverle a Agua Amarga su capacidad de generar valor real para quienes viven y apuestan por ella durante todo el año. Este trabajo busca ser un punto de partida para un debate necesario sobre cómo proteger lo extraordinario frente a la inercia de lo común. El futuro de este enclave pasa por ser valientes en la toma de decisiones, garantizando que Agua Amarga siga siendo el refugio que tanto residentes como visitantes anhelan encontrar.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agarwal, S. (2002). Restructuring seaside tourism: The resort lifecycle. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 25–55. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00002-0](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00002-0)
- Aguiló, E. y Alegre, J. (2004). El producto sol y playa: La importancia de la calidad y la diferenciación. *Papeles de Economía Española*, (102), 226–240. [https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS\\_PEE/102art16.pdf](https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_PEE/102art16.pdf)
- Ayuntamiento de Níjar. (2024). *Níjar hace su agosto: Un 34,3 por ciento más de turistas y un 30,4 por ciento más de pernoctaciones este verano*. <https://nijar.es/noticias/nijar-hace-su-agosto-un-34-3-mas-de-turistas-y-un-30-4-mas-de-pernoctaciones-este-verano/>
- Ayuntamiento de Níjar. (2026). *Datos de planta alojativa, presión demográfica y costes de servicios en Agua Amarga* [Comunicación personal]. Asesoría de Turismo y Protocolo.
- Ayuntamiento de Níjar. (2025). *Informe interno sobre el registro y evolución de alojamientos turísticos en el municipio de Níjar* [Informe técnico no publicado]. Área de Turismo y Protocolo.
- Ayuntamiento de Níjar. (s.f.). *Turismo de Níjar: Web oficial del destino*. <https://turismonijar.es>
- Balaguer, J. y Cantavella Jordá, M. (2002). Tourism as a long run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877–884. <https://www.ivie.es/downloads/docs/wpasec/wpasec-2000-10.pdf>
- Baumol, W. J. (1967). Macroeconomics of unbalanced growth: The anatomy of urban crisis. *The American Economic Review*, 57(3), 415–426. <https://www.jstor.org/stable/1812111?origin=JSTOR-pdf>
- Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: Su interpretación y alcance operativo. *Cuadernos de Geografía*, (17), 155–163. <https://doi.org/10.15446/rcdg.n17.10925>
- Brida, J. G., Cortes Jimenez, I. y Pulina, M. (2016). Has the tourism led growth hypothesis been validated? A literature review. *Current Issues in Tourism*, 19(5), 394–430.

[https://www.researchgate.net/publication/254399592\\_A\\_literature\\_review\\_on\\_the\\_tourism-led-growth\\_hypothesis](https://www.researchgate.net/publication/254399592_A_literature_review_on_the_tourism-led-growth_hypothesis)

- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. [https://www.researchgate.net/publication/228003384\\_The\\_Concept\\_of\\_A\\_Tourist\\_Area\\_Cycle\\_of\\_Evolution\\_Implications\\_for\\_Management\\_of\\_Resources](https://www.researchgate.net/publication/228003384_The_Concept_of_A_Tourist_Area_Cycle_of_Evolution_Implications_for_Management_of_Resources)
- Cifuentes, M. (1992). *Determinación de la capacidad de carga turística en áreas protegidas*. CATIE. [https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-51898/1992\\_METODOLOGÍA%20CIFUENTES.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-51898/1992_METODOLOGÍA%20CIFUENTES.pdf)
- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. (1987). *Nuestro futuro común: Informe Brundtland*. Naciones Unidas. <https://www.un.org/es/ga/president/65/issues/sustdev.shtml>
- Consejería de Turismo, Cultura y Deporte. (2023). *La economía del turismo en Andalucía*. Junta de Andalucía. [https://www.juntadeandalucia.es/ctrjal/publicaciones/estadisticas/143460095\\_2023.pdf](https://www.juntadeandalucia.es/ctrjal/publicaciones/estadisticas/143460095_2023.pdf) <https://bit.ly/EconomiaTurismoAnd>
- Dodds, R. y Butler, R. (2019). *Overtourism: Issues, Realities and Solutions*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110607369>
- Fernández Lus, A. (2025). *La hipótesis del crecimiento económico liderado por el turismo (TLGH): Un análisis comparativo de España, Francia y Estados Unidos* [Trabajo de Fin de Grado, Universidad de Cantabria]. Repositorio UC. <https://hdl.handle.net/10902/38127>
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Instituto Nacional de Estadística. (2024). *Cifras oficiales de población de los municipios españoles*. <https://www.ine.es>
- Instituto Nacional de Estadística. (2024). *Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos: Viajeros y pernoctaciones por puntos turísticos (Níjar)*. <https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?padre=234>
- Ivars Baidal, J. A., Celdrán Bernabéu, M. A., Mazón, J. N. y Perles Ivars, A. F. (2019). Smart destinations and the evolution of ICTs. *Current Issues in Tourism*, 22(13), 1581–1600. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1388771>

- Martín Martín, V. (2024). La experiencia negativa de la masificación turística: El caso de las Islas Baleares. *European Public and Social Innovation Review*, 9, 1–22. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-413>
- Pablo Romero, M. P. y Molina, J. A. (2013). Tourism and economic growth: A review of empirical literature. *Tourism Management Perspectives*, 8, 28–41. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.006>
- Perles Ribes, J. F., Moreno-Izquierdo, L., Rucci, A. C. y Más-Ferrando, A. (2024). Is the tourism-led growth hypothesis valid after the COVID-19 pandemic? The case of Spain. *European Journal of Tourism Research*. <https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/3586>
- Perles Ribes, J. F., Ramón Rodríguez, A. B., Rubia Serrano, A. y Moreno Izquierdo, L. (2017). Is the tourism led growth hypothesis valid after the global economic crisis? *Tourism Management*, 61, 96–109. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.01.003>
- Perles-Ribes, J. F., Moreno Izquierdo, L., Torres-Peñalva, A. y Ramón-Rodríguez, A. B. (2026). Optimal level of tourism specialization and the mediating role of productivity. *European Journal of Tourism Research*, 42, 4215. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v42i.4102>
- Perles-Ribes, J. F., Ramón-Rodríguez, A. B., Moreno-Izquierdo, L. y Such-Devesa, M. J. (2021). Competitiveness and overtourism: a proposal for an early warning system in Spanish urban destinations. *European Journal of Tourism Research*, 27, 2711. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v27i.2137>
- Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing. <https://bit.ly/RitchieCrouch>
- Sotelo Pérez, M. y Sotelo Pérez, I. (2024). Turismo y medioambiente en España: Estudio de caso. *Observatorio Medioambiental*, 27, 69–85. <https://doi.org/10.5209/obmd.99722>
- UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. World Tourism Organization. <https://bit.ly/UNWTOSustain>

## ANEXO

### ANEXO I. CUESTIONARIOS DE LA INVESTIGACIÓN

Ficha técnica de la investigación: El trabajo de campo se llevó a cabo mediante la distribución de tres cuestionarios digitales estructurados a través de la herramienta Google Forms durante los meses de febrero y marzo de 2026. La muestra se dividió en tres grupos de interés (stakeholders): tejido empresarial local, visitantes y residentes habituales.

#### 1.1. CUESTIONARIO DIRIGIDO AL TEJIDO EMPRESARIAL

1. ¿Eres residente habitual? Sí / No.
2. Tipo de negocio: Tienda / Restauración / Alojamiento / Actividades / Otros.
3. Años de actividad: Menos de 2 años / 2-5 años / 5-10 años / Más de 10 años.
4. ¿Habéis notado que los costes de vuestro negocio están subiendo más rápido que lo que ingresáis? Escala de 1 (Nada) a 5 (Muchísimo).
5. ¿Sientes que el número de clientes en verano supera lo que puedes gestionar en tu local? Sí / A veces / No.
6. ¿Qué parte de vuestros clientes creéis que estaría dispuesta a pagar un precio algo más alto por una experiencia más exclusiva? Entre el 25% y el 50% / Entre el 50% y el 75% / Más del 75%.
7. ¿Estaríais dispuestos a reducir un poco el volumen de gente si eso asegurara un cliente que gasta más dinero? Sí / No.
8. ¿Cuál diríais que es hoy en día el principal freno para ganar más dinero en temporada alta? Falta de aparcamiento / Problemas con el suministro de agua / Dificultad para encontrar personal cualificado / Exceso de gente en las calles.
9. Como empresario, ¿qué modelo prefiere para el futuro de Agua Amarga? Crecimiento por volumen / Crecimiento por valor.

#### 1.2. CUESTIONARIO DIRIGIDO A VISITANTES

1. ¿Eres visitante habitual de Agua Amarga? Sí / No.

2. ¿Cuánto tiempo sueles quedarte en el pueblo? Menos de una semana / Entre 1 y 4 semanas / Más de un mes (o tengo casa aquí).
3. ¿En qué medida el exceso de gente ha afectado negativamente a vuestra experiencia? Escala de 1 (Nada) a 5 (Muchísimo).
4. ¿Consideras que el precio que habéis pagado es justo para la calidad recibida? Sí / No.
5. ¿Qué porcentaje extra estarías dispuesto a pagar por un destino mucho más tranquilo y personalizado? Un 0% adicional / Entre el 10% y el 20% adicional / Más del 20% adicional.
6. ¿Elegirías de nuevo Agua Amarga para vuestras próximas vacaciones si el nivel de ocupación sigue en aumento? Sí / No / Tal vez.

### 1.3. CUESTIONARIO DIRIGIDO A RESIDENTES

1. ¿Eres residente habitual de Agua Amarga? Sí / No.
2. ¿En qué medida los ingresos del turismo compensan las molestias y el aumento del coste de la vida? Escala de 1 (Nada) a 5 (Muchísimo).
3. ¿Qué servicio básico notas que colapsa antes en agosto? El aparcamiento y la movilidad / La gestión de los residuos y la limpieza / El suministro de agua / El descanso por el ruido.
4. ¿Sientes que Agua Amarga está perdiendo su esencia y tranquilidad? Sí / No / Solo en los meses centrales del verano.
5. ¿Estarías a favor de restringir el acceso de vehículos a los no residentes durante la temporada alta? Sí / No.
6. ¿Crees que Agua Amarga acabará "muriendo de éxito"? Sí / No.
7. ¿Cuál es el grado de relación de tus ingresos familiares con la actividad turística? Relación directa (dueño/empleador) / Relación indirecta (servicios) / Sin relación.

## ANEXO II. COMUNICACIÓN TÉCNICA DE LA ASESORÍA DE TURISMO (AYTO. NÍJAR)

### 2.1. IDENTIFICACIÓN DE LA FUENTE Y VALIDACIÓN DE INDICADORES

 **Patricia Escamez Marín**  
RE: Datos visitantes Agua Amarga  
Para: Clara Moya Caparros

5 de marzo de 2026, 13:20

Buenos días Clara,

Respecto a las viviendas turísticas de Agua Amarga actualmente contamos con un total de 60 alojamientos, de los cuales 45 corresponden a Viviendas de Uso Turístico (VUT), 7 a hoteles u hostales, 3 a Casas Rurales y 3 a Apartamentos. Cabe mencionar que el recuento total de Viviendas de Uso Turístico del que disponemos data desde que se lleva un registro pormenorizado por el Ayuntamiento de las mismas que son dadas de alta y de baja por la Junta de Andalucía.

En cuanto a la población flotante del verano, se incrementa la población entre un 70 y 80% según los datos que podemos obtener del punto de información situado en Agua Amarga.

Respecto a los servicios nos supone un coste elevado, se duplica el presupuesto de esa partida durante la temporada estival, ya que se duplica el personal de limpieza, se establece el servicio de socorrismo, limpieza de aseos, además de limpieza viaria. Un número exacto no puedo facilitarte debido a que ese coste para la totalidad de las playas urbanas y semiurbanas gestionadas por el ayuntamiento, no tenemos datos específicos para Agua Amarga.

Si necesitas algo más avísame. Un abrazo

Mucha suerte con el TFG!!

---

Patricia Escamez Marín  
Asesora de Protocolo y Turismo

950 360 012  
629 287 260  
patriciaescamez@nijar.es

www.nijar.es  
Plaza Glorieta, 1  
04100 Níjar (Almería)

 Ayuntamiento de Níjar | 

Nota: Información técnica facilitada en marzo de 2026 para la validación de datos de oferta alojativa y costes operativos estacionales en el núcleo de Agua Amarga.

## 2.2 INFORME ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS 2024 Y 2025 (AYTO. NÍJAR)

Según los datos recabados por la Junta de Andalucía respecto a la inscripción y cese de Viviendas de Uso Turístico en los últimos años, en el año 2024 se registró el alta de 160 Alojamientos Turísticos, así como el cese de 33 de ellos, resultando en total 127 los Alojamientos Turísticos dados de alta.

Asimismo, hasta la fecha en el año 2025 se han inscrito 142 Alojamientos Turísticos, tras lo cual se han dado de baja 34 viviendas, por lo que resta un total de 108 Viviendas Turísticas en lo que llevamos de año.

Por lo que respecta a la distribución de las Viviendas de Uso Turístico por zonas, se aprecia una clara tendencia a situarse un mayor número de estas en las poblaciones de San José, Agumarga, y Las Negras, aunque también se encuentran alojamientos en las localidades de Rodalquilar, La Isleta del Moro, Níjar villa, Pozo de los Frailes, entre otras.

Nota: Extracto del informe pormenorizado del Ayuntamiento de Níjar sobre el registro de altas y bajas en el municipio de Níjar de la Junta de Andalucía.

### ANEXO III. CALCULOS INTERANUALES VISITANTES MUNICIPIOS DE NIJAR 2025.

Este anexo presenta el tratamiento estadístico realizado sobre los datos oficiales de ocupación. Se han calculado las tasas de variación interanual para cuantificar el incremento de la presión turística en el destino, sirviendo como base para el análisis de la capacidad de carga en Agua Amarga.

#### Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos Apartamentos turísticos

Viajeros y pernотaciones por puntos turísticos  
Unidades: Viajeros

	Viajero										
	Residentes en España										
	2025M08	2025M07	2025M06	2024M08	2024M07	2024M06	2024M05	2024M04	2024M03	2024M02	2024M01
<b>04066 Níjar</b>	4.265	4.344	3.702	2.832	3.085	1.996	1.751	740	1.417	631	441
<b>CRECIMIENTO INTERANUAL</b>	51%	41%	85%								
<b>Total viajeros en verano</b>		12.311			7.913						
<b>Variación del total de viajeros</b>		56%									

Metodología de los cálculos: La columna de "Variación Interanual" ha sido calculada mediante la fórmula de la tasa de crecimiento simple:

$$\text{Variación (\%)} = \left( \frac{\text{Valor 2025} - \text{Valor 2024}}{\text{Valor 2024}} \right) \times 100$$