

# XXIX CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE GEOGRAFÍA

Desafíos de la geografía ante el  
cambio global

50 años de la Asociación  
Española de Geografía

Cáceres,  
14, 15, 16 y 17  
de octubre  
de 2025



Organizan



## EJE 2. CAMBIO SOCIOTERRITORIAL

Ana Nieto Masot, Gema Cárdenas Alonso  
y Ángela Engelman Moriche (Editoras)

# XXIX CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE GEOGRAFÍA

DESAFÍOS DE LA GEOGRAFÍA ANTE EL CAMBIO GLOBAL

CACERES 14, 15, 16 Y 17 DE OCTUBRE DE 2025

## EJE 2 – CAMBIO SOCIO-TERRITORIAL

ANA NIETO MASOT

GEMA CÁRDENAS ALONSO

ÁNGELA ENGELMO MORICHE

(Editoras)



Cáceres 2025





Edita:

Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones  
Plaza de Caldereros, 2. 10003 Cáceres (España)  
Tel. 927 257 041  
publicac@unex.es  
<http://www.unex.es/publicaciones>

Libro de actas con los trabajos aportados al XXIX Congreso de la Asociación Española de Geografía: 50 años de la Asociación Española de Geografía. "Desafíos de la Geografía ante el Cambio Global"  
Asociación Española de Geografía (AGE) y Departamento de Arte y Ciencias del Territorio de la Universidad de Extremadura.

Editoras: Ana Nieto Masot, Gema Cárdenas Alonso y Ángela Engelmo Moriche.

<https://eventos.unex.es/119805/detail/xxix-congreso-de-la-asociacion-espanola-de-geografia.html>

<https://doi.org/10.17398/3101-7177.1.2>

E-ISBN: 978-84-129568-6-3 (Asociación Española de Geografía (AGE))

Eje 1: CAMBIO AMBIENTAL: E-ISBN 978-84-9127-348-6

Eje 2: CAMBIO SOCIO-TERRITORIAL: E-ISBN 978-84-9127-349-3

Eje 3: CAMBIO TECNOLÓGICO: E-ISBN 978-84-9127-350-9

*Acceso abierto en el Repositorio Institucional de la Universidad de Extremadura*

**Dehesa** Repositorio  
Institucional



## EXCURSIONISMO TURISTIFICADOR: IMPACTO EN EL COMERCIO DEL CENTRO HISTÓRICO DE GUIMARÃES (PORTUGAL)

CRISTIAN DAVID ORTIZ GARCÍA<sup>1</sup>

CATARINA BRASIL<sup>2</sup>

JOÃO SARMENTO<sup>3</sup>

<sup>1</sup>*Instituto Universitario de Análisis y Aplicaciones Textuales, C/ Pérez del Toro, 1, 35004 Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas, cristiandavid.ortiz@ulpgc.es, ORCID 0000-0003-3043-1402*

<sup>2</sup>*Serviço de Ambiente e Ação Climática do Pico, Governo dos Açores, Lajido de Santa Luzia, 9940-108 São Roque do Pico, Azores, catarinagmb@azores.gov.pt*

<sup>3</sup>*Departamento de Geografia, Universidade do Minho, Campus de Azurém, 4800-058, Guimarães, j.sarmento@geografia.uminho.pt, ORCID 0000-0002-4770-2427*

**Abstract:** The Guimarães city is home to one of the most beautiful historic centers in all of Portugal. Its preserved medieval layout, along with the recent addition in 2024 of the Couros Zone (a pre-industrial leather treatment area), has earned it the distinction of being a UNESCO World Heritage Site since 2001. As is the case with any historic center in a European city, tourism has increasingly become part of the city's daily life, to the point where significant functional and social changes have occurred in the urban space.

For this study, an inventory, cataloguing, and analysis of the tourist and commercial resources of Guimarães' historic center have been carried out, resulting in a quantitative analysis reinforced by qualitative methods to explain the decline in local commercial services. This situation, along with the challenges posed by day-trippers (tourists who do not stay overnight), has led local authorities to develop certain policies that may either support or harm the interests of residents.

**Keywords:** historic centers, World Heritage Site, tourist and commercial resources, day trippers.





## 1. Introducción

El centro histórico de Guimarães fue clasificado como Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO en 2001. Este espacio comprendía, únicamente, las 19,4 Has de la antigua ciudad medieval intramuros. No obstante, la administración municipal decidió revisar el área clasificada, ofreciendo una propuesta de ampliación a la “Zona de Couros”, un importante legado de patrimonio preindustrial relacionado con el tratamiento del cuero para calzado u otras prendas de vestir. Tras la aprobación del Comité del Patrimonio Mundial en 2024, la zona clasificada como Patrimonio Mundial de Guimarães ascendió a 38,2 Has, comprendida en su totalidad dentro de la “freguesia” (delimitación administrativa más pequeña en Portugal) de “Oliveira, São Paio e São Sebastião”.

Tomando como referencia esta unidad administrativa, sólo con tres datos clave podemos apreciar que el centro de Guimarães se enfrenta a los problemas típicos de otros muchos centros históricos europeos: una tasa de variación poblacional negativa (-12,67 entre los años 2001 y 2011), un índice de envejecimiento mayor al 200% (Campesino, 1984) y una sobre presencia del sector terciario, con casi 3 cuartos de la población activa (71,25) (según datos publicados por la Câmara Municipal de Guimarães).

Claramente, la terciarización del espacio urbano es una consecuencia del éxodo poblacional a la periferia de los centros históricos (Bossio, 2001). Esta migración poblacional produce un desfallecimiento de la actividad comercial (Campesino, 1984), quedando los centros sin servicios básicos y, por ende, mermando aún más el número de habitantes, produciéndose un declive de ambas variables que se restan a si mismas. A medida que se produce el abandono de los centros históricos, desciende el valor patrimonial, aumentando las posibles pérdidas del propio patrimonio. Es ahí cuando las administraciones centran sus políticas en una recuperación, normalmente en los estados europeos, ligada a la actividad turística. El turismo permite revalorizar el espacio urbano, el cual es apreciable cuando tiene interés histórico. Esto invita a la intrusión de la actividad comercial que busca la oportunidad de negocio (González & Waley, 2013) y que, en muchos casos, se adapta al visitante hasta tal punto que homogeniza el espacio. Esta mutación comercial puede surgir de manera espontánea por ocupación de los locales que están vacíos o, en el peor de los casos, ocurriendo un proceso denominado como gentrificación comercial y que consiste en la sustitución de los antiguos negocios, utilizados por los locales, por otros nuevos servicios más orientados a la actividad turística (Hernández, 2016). Este desplazamiento comercial puede llegar a niveles en los que se produzca el fenómeno de *boutiquización*, “haciendo alusión a la proliferación de boutiques y a la desaparición de tiendas locales” (Lees et al., 2008).

Con el objetivo de aumentar el número de turistas y tras la elección de Guimarães como Capital Europea de la Cultura en 2012, el ayuntamiento ideó una estrategia de creación de eventos cuya programación cultural se reparte durante todas las semanas del año (Instituto de Geografía e Ordenamento do Território, 2014)) y que, en base a los conciertos u obras de teatro que alberga, perfectamente podría clasificarse como la tercera ciudad con mayor oferta cultural de Portugal, después de Lisboa y Oporto (Remoaldo & Ribeiro, 2011). Esta oferta de instauración de servicios de ocio y entretenimiento, que forman parte de la política de promoción del lugar, hace que el mayor aprovechamiento turístico sea su oferta comercial, pudiendo provocar en algunos casos, gentrificación comercial (Janoschka et al., 2014; Nofre, 2013). Si a ello le sumamos que el turista de Guimarães es claramente de tipo “excursionista”, resulta en una privatización de los espacios públicos del centro urbano, al surgir este nuevo aprovechamiento de “espacio de consumo” (Cocola-Gant, 2020).



Por las razones expuestas, se decidió centrar este estudio en inventariar toda la actividad comercial del centro histórico y calcular cuantitativamente el porcentaje de turistificación que existe en la actualidad.

## 2. Materiales, datos y métodos

En primer lugar, se realizaron algunas entrevistas a agentes académicos locales, con el propósito de entender las funcionalidades espaciales y los problemas en el sector turístico a los que se enfrenta la ciudad. Posteriormente, se extrajeron y analizaron los registros oficiales que incluían estadísticas de visitantes y turistas. Se realizó un inventario que identificase todos los alojamientos turísticos, su capacidad, localización y los servicios que ofrecen. No obstante, y dada la importante superioridad en el número de excursionistas, el trabajo se direccionó hacia la estimación del grado de penetración de la actividad turística en la zona de estudio, prestando especial atención a los vínculos entre el turismo y los sectores del comercio minorista y la hostelería, conforme a la metodología utilizada en García-Hernández & al, 2017.

A través de trabajo de campo, se inventariaron los 483 comercios que ocupan espacio físico dentro de los límites de la zona clasificada como Patrimonio Mundial y, además, se incluyeron los locales que estaban desocupados o abandonados (152). El hecho de esta recopilación realizarse en los meses de Febrero-Marzo permitió, por un lado, poder incluir la zona de Couros como zona de estudio y, por otro, evitar la actividad comercial transeúnte o de corta duración. Su clasificación y geolocalizaron se realizó a través de sistemas de información geográfica, permitiendo mezclar con otras capas de resultando en un mapa de concentración de la actividad comercial con mayor incidencia turística. La tabla de clasificación atribuida por observación nos permite distinguir el porcentaje de especialización turística del sector comercial.

## 3. Resultados

La ciudad de Guimarães es claramente una parada en la logística del movimiento turístico entre Oporto, Braga y la propia "cidade Berço". Gran parte de las visitas turísticas suponen simplemente una excursión, es decir, no incluye el hacer noche en la ciudad. Esto es evidente cuando nos remitimos a comparar el número de noches en establecimientos turísticos en el año 2022 (180.901) y el número medio del total de visitantes de dos principales monumentos nacionales, el Castelo de Guimarães y el Paço dos Duques (334.135,5), percibiéndose que, por cada turista en el municipio, hay dos excursionistas en el centro histórico. Además, el número de establecimientos de alojamiento es bastante reducido para una ciudad media con más de 50 mil habitantes (Tabla 1) y cuyo centro histórico tiene 8.137 residentes repartidos en 4.174 viviendas, según datos publicados por la Câmara Municipal de Guimarães en 2024 para la União das Freguesias de Oliveira, São Paio e São Sebastião.





Tabla 1: Alojamientos turísticos en el centro histórico.

Tipo Alojamiento	Número Establecimientos	Capacidad
Alojamiento Local	80	476
Empreendimento de Turismo de Habitação	8	232
Pousadas da Juventude	1	68
<b>TOTAL</b>	89	776
<b>RATIO</b>	<b>Aloj. Turísticos / 100 Viviendas</b>	<b>Capacidad / 100 Residentes</b>
	2,13 %	9,54 %

Fuente: elaboración propia.

En relación al inventario comercial (Tabla 2), se identificaron 483 locales activos situados, en mayor parte en los bajos de los edificios, aunque con la excepción de media docena de edificios que se dedicaban en su totalidad para negocios y de un centro comercial subterráneo. De los comercios registrados, 29 se dedican a actividades turísticas directas (venta de souvenirs turísticos, oficinas de servicios turísticos e instalaciones culturales utilizadas por los visitantes), lo que supone un 9,60% del comercio activo. Los bares y restaurantes, dependiendo del producto y ubicación, se dirigen más o menos al visitante, por lo que se consideran como actividad turística indirecta. Los comercios hosteleros representan 120 establecimientos (39,73% del comercio activo). Resalta la gran cantidad de servicios comerciales no relacionados con el turismo (abogados, peluquerías, dentistas, costureras...), que denota el histórico interés funcional de este espacio que continúa aún vivo. Existen una gran cantidad de tiendas boutique relacionadas con el vestuario y destaca el número de ventas de artesanía, ambas categorizadas como "Comercio Local" por ser pequeños negocios de propietarios adaptados a las nuevas dinámicas turísticas. Así mismo, es notable el gran porcentaje de locales vacíos o sin actividad y que fueron registrados en función de su notabilidad comercial pasada.



Tabla 2: Establecimientos comerciales en la zona de estudio.

Clasificación	Total	%
Souvenirs turísticos	12	1,90
Servicios turísticos (receptivos)	2	0,31
Museos y monumentos	15	2,36
<b>Actividades Turísticas Directas</b>	<b>29</b>	<b>4,57</b>
Hostelería	120	18,90
Comercio Local	137	21,57
Comercio Franquiciado	16	2,52
Otros servicios (no relacionados con el turismo)	153	24,09
Servicios Públicos	13	2,05
Locales sin actividad	152	23,94
Otros (asociaciones, clubes...)	15	2,36
<b>Actividades Turísticas Indirectas</b>	<b>273</b>	<b>42,99</b>

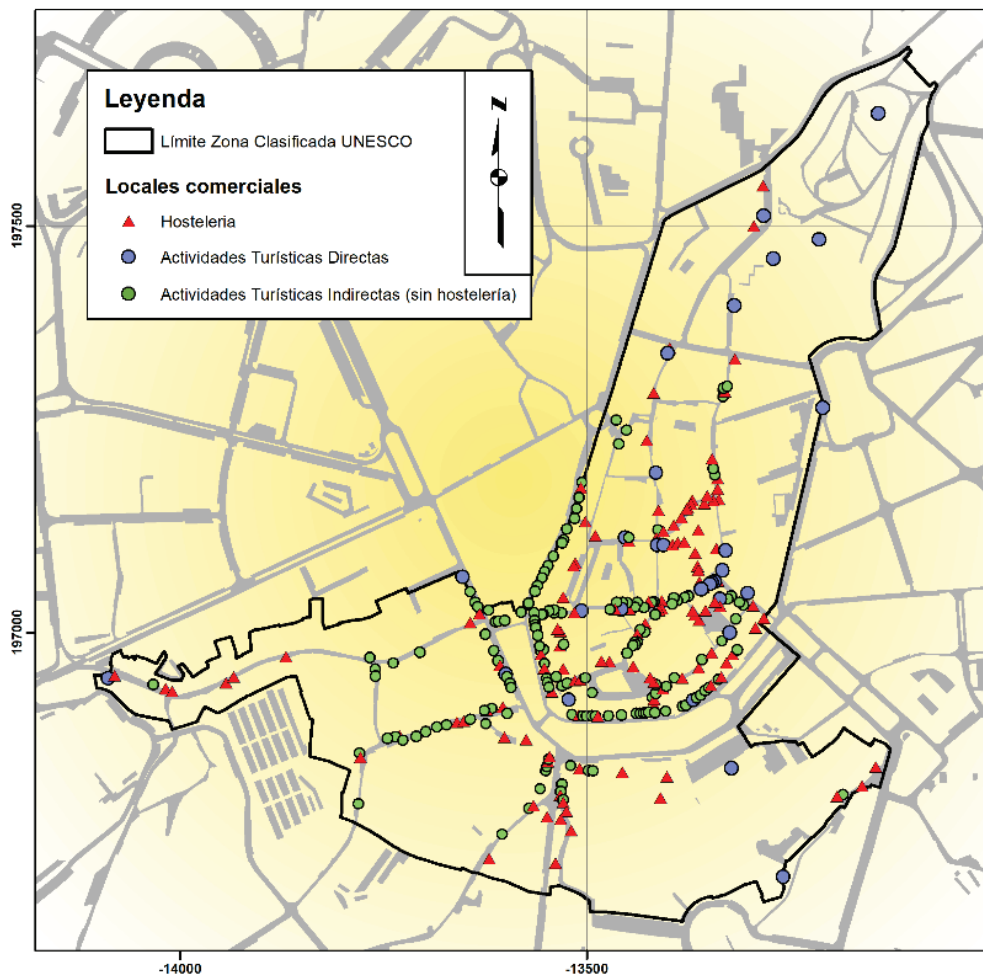
Fuente: Elaboración propia.

Encontramos tres zonas completamente diferenciadas dentro del centro histórico de Guimarães (Figura 1) y que, a continuación, se explican de Norte a Sur. Por una parte, la zona intramuros (antiguo límite del patrimonio mundial) tiene una actividad comercial intensa y bastante especializada para el turismo entorno a las plazas principales y calles que unen el centro citadino con los principales monumentos nacionales (Paço dos Duques y el Castelo). Por otro lado, Toural y la Alameda de São Dâmaso presenta la mayor concentración comercial del centro, muy direccionada al comercio local por ser una zona ancha y de paso, la arteria principal del tráfico rodado que atraviesa la ciudad (Nacional 101). En contrapartida está la zona de Couros, cuya descendencia industrial está presente y hace difícil su desarrollo comercial. Aquí la intervención pública está muy marcada, basada en su contribución para la rehabilitación del espacio. Las calles más abiertas que suponían la entrada y salida histórica de la ciudad, como Dom João I o de Camões mantienen mayor actividad, pero totalmente direccionada al residente. Así mismo, la largura de la Avenida Dom Afonso Henriques hace que la actividad comercial de la Alameda São Dâmaso se prolongue, especialmente beneficiada por la acción cultural del Teatro Jordão y del centro de eventos “Palácio Vila Flor”.





Figura 1: Localización de los comercios turísticos directos e indirectos.



Fuente: Elaboración propia.

#### 4. Conclusiones

El centro histórico de Guimarães es una zona con una intensa actividad comercial. Además de los residentes locales, su principal mercado objetivo comprende el resto de la ciudad y todo el municipio de Guimarães, con excepción de Caldas das Taipas, que tiene un desarrollo comercial más pronunciado.

El hecho de que la mayor parte del turista sólo pase de visita (excursionista), ha llevado a las autoridades locales a crear ciertas políticas que claramente han contribuido a cambios territoriales. Como señala la Dra. Catarina Martins, en entrevista realizada en febrero de 2025, se favorece la expansión física de la ciudad a través de un modelo de crecimiento urbano propio de las ciudades del noroeste de Portugal, donde la urbe absorbe el medio rural de manera rápida y difusa, pero muy acentuada.

La integración de los servicios públicos en el centro histórico contribuye a la rehabilitación del espacio público, pues se reparten indistintamente de manera que generan la circulación de los ciudadanos y, además, rehabilitan grandes edificaciones de alto interés patrimonial.



Es destacable que absolutamente todos los locales cerrados eran destinados, en el pasado, a actividades turísticas indirectas y a otros servicios. Negocios locales que fueron trasladados a los nuevos espacios comerciales o, en el peor de los casos, cerrados por falta de clientela. Por el lado positivo, el auge de la actividad turística hace que algunos de estos locales vuelvan a tener utilidad comercial, aunque siempre condicionados a su localización en calles o plazas principales del centro histórico.

El crecimiento del número de visitantes está produciendo un cambio notable en la actividad económica local, con una reorientación gradual hacia la satisfacción de la demanda turística. Se siente el auge de las tiendas de recuerdos, así como la adaptación del resto de tiendas para satisfacer la demanda externa, en cuanto a horarios o productos comercializados. Además, es notable la ocupación del espacio público (calles o plazas), ya no sólo por las terrazas de bares y restaurantes, sino también por numerosas tiendas de souvenirs que usan la calle como expositor y carta de invitación a explorar su interior. El turismo se ha convertido en una opción estratégica y operativa para el comercio minorista.

### Agradecimientos

Al Departamento de Geografía de la Universidad do Minho por su acogida, al abrigo del programa Erasmus+ prácticas, en especial al Técnico Carlos Eiras y a la Prof. Catarina Pinheiro. A la dirección de Juan Manuel Parreño. Realización en el marco del Programa Predoctoral de Formación del Personal Investigador financiado por la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Encuadrado dentro del proyecto de I+D+i «Ciudades en transición. Fragmentación urbana y nuevos patrones socio-espaciales de desigualdad en el contexto postpandemia. El caso del área urbana de Palma (Mallorca)» (PID2021-122410OB-C31), financiado por MCIN/ AEI/10.13039/501100011033/ y FEDER «Una manera de hacer Europa

### 5. Referencias bibliográficas

- Bossio, S. N. (2001). PROBLEMATICAS DE LOS CENTROS HISTÓRICOS: Teoría y Práctica. FADU. *Universidad de Buenos Aires*. Obtenido de: <https://pdf4pro.com/view/problematicas-de-los-centros-hist-211-ricos-e788b.html>.
- Campesino Fernández, A. J. (1984). Los centros históricos: análisis de su problemática.
- Cocola-Gant, A. (2020). Gentrificación turística. *Turistificación global: perspectivas críticas en turismo*, 291-308.
- García-Hernández, M., de la Calle Vaquero, M. & Bernabé, C. Y. (2017). Las dinámicas del sector del alojamiento en la ciudad de Donostia-San Sebastián: implicaciones turísticas y urbanas. In *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global* (pp. 1553-1562). Asociación de Geógrafos Españoles.
- González, S., & Waley, P. (2013). Traditional retail markets: The new gentrification frontier?. *Antipode*, 45(4), 965-983.
- Hernández, A. (2016). De la botiga a la boutique: gentrificación comercial en el Casc Antic de Barcelona. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 6 (1), 79-99.
- Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, André, I.; Vale, M.; Santos, M. & Vale, A.M. (2014). *Fundos Estruturais e Cultura no Período 2000-2020*. Universidade de Lisboa.
- Lees, L., Slater, T., & Wyly, E. (2008). *Gentrification*. Routledge.
- Remoaldo, P. C. A., & Ribeiro, J. C. (2011). Património cultural e estratégia de desenvolvimento turístico da cidade de Guimarães.

