

3.2.18

LA CRISIS DE LA COVID-19 Y SU COMPORTAMIENTO TERRITORIAL A DIFERENTES ESCALAS

EDICIÓN A CARGO DE:

Ángel Miramontes Carballada

Rubén C. Lois González

María Jesús Perles Rosello

**LA CRISIS DE LA COVID-19 Y SU
COMPORTAMIENTO TERRITORIAL A
DIFERENTES ESCALAS**

LA CRISIS DE LA COVID-19 Y SU COMPORTAMIENTO TERRITORIAL A DIFERENTES ESCALAS

Coordinadores:

Ángel Miramontes Carballada

Rubén C. Lois González

María Jesús Perles Rosello

La crisis de la COVID-19 y su comportamiento territorial a diferentes escalas. Coordinado por Ángel Miramontes Carballada, Rubén C. Lois González, María Jesús Perles Rosello. Madrid: Asociación Española de Geografía. ISBN: 978-84-123678-4-3

El procedimiento de selección y admisión de los originales responde a criterios de calidad equiparables a los exigidos para las revistas científicas (revisión por pares ciegos). Los contenidos son de exclusiva responsabilidad de los autores y autoras.

Edita:

Asociación Española de Geografía
Albasanz, 26-28
28037 – Madrid
Tel. 0034916022933
Móvil 0034629962199
Fax 0034916022971
E-mail: info@age-geografia.es
www.age-geografia.es

Colaboran

Grupo de Análise Territorial (ANTE) GI-1871
IDEGA - Instituto Universitario de Estudos e Desenvolvimento de Galicia
USC - Universidade de Santiago de Compostela

© Asociación Española de Geografía, 2022

© De cada capítulo su autor, 2022

Impresión

Campus na nube USC
Depósito Legal M-32468-2021.
ISBN: 978-84-123678-4-3

ÍNDICE

Presentación.....	9
<i>Angel Miramontes Carballada, Rubén Camilo Lois González y María Jesús Perles Rosello</i>	
1. La valoración de las vistas domésticas urbanas en situación de confinamiento domiciliario. Aplicación a la ciudad de Málaga y a su entorno metropolitano	15
<i>Matías Mérida Rodríguez Prados, Francisco José Cantarrero Prados y Hugo Castro Noblejas</i>	
2. Implicaciones de la COVID-19 en el ámbito estudiantil y académico de la Universidad Nacional Autónoma de México.....	45
<i>Oralia Oropeza Orozco, Pliar Fernández Lomelín, Silke Cram Heydrick y Irama Silvia Marisela Núñez Tancredi</i>	
3. Una aproximación desde la salud mental a la COVID-19: comparación entre profesionales sanitarios de EE UU y España.....	79
<i>Jesús Miranda Páez, María Carmen Badía Gómez, George Contreras y Ali Greith</i>	
4. COVID-19 en Europa. Gestión tridimensional de la crisis	101
<i>Laurent Alfonso</i>	
5. Establecimiento de barreras: herramientas eficaces de gestión en condiciones de riesgo.....	141
<i>Antoine Le Blanc</i>	
6. El sistema de goteo. Una intervención posible de autocuidado emocional para profesionales de primera respuesta en situación de pandemia por la COVID-19	119
<i>Alicia Galfasó</i>	
7. Los indígenas amazónicos frente a la COVID-19 y el futuro del planeta	143
<i>Miriam Hermi Zaar</i>	
8. La cultura en las ciudades medianas españolas. Exposición a la pandemia de COVID-19 y elementos para su recuperación	171
<i>Ana Belén Escaloma-Orcao, Belén Sánchez-Valverde García, M^a Cruz Navarro Pérez, Mariola Pinillos-García y Luís Antonio Sáez-Pérez</i>	
9. Enfrentarse a Gaia. La construcción de un relato sobre la crisis de la COVID-19 y la interacción ser humano-naturaleza.....	193
<i>José V. Vega Perona y Carles Sanchis Ibor</i>	
10. Aportaciones de los Sistemas de Información Geográfica a la lucha contra la pandemia. La experiencia de Esri.....	213
<i>Paloma Lara Quesada</i>	

La valoración de las vistas domésticas urbanas en situación de confinamiento domiciliario. Aplicación a la ciudad de Málaga y a su entorno metropolitano

Matías Mérida Rodríguez
Universidad de Málaga

Francisco José Cantarero Prados
Universidad de Málaga

Hugo Castro Noblejas
Universidad de Málaga

Resumen: Este trabajo se propone conocer la valoración de las vistas domésticas por los ciudadanos durante el periodo de confinamiento experimentado durante la pandemia Covid-19, extendido en España desde mediados de marzo a principios de mayo, así como de los elementos abiertos de las viviendas que actúan como puntos emisores de las vistas, como terrazas, balcones o azoteas, y los cambios que esta situación excepcional produjo en dicha valoración. Tomando como caso de estudio la ciudad de Málaga y los municipios de su área metropolitana, se persigue también establecer las diferencias existentes en esta valoración en función de las tipologías constructivas y de las unidades territoriales en las que se estructura la zona de estudio. Finalmente, se vinculan los resultados con la oferta inmobiliaria existente, atendiendo a la presencia de contenidos paisajístico.

Con este fin, se ha realizado una encuesta en línea abierta a los ciudadanos, durante los meses de mayo y junio de 2020, cuyo cuestionario abordaba las condiciones del confinamiento, la valoración del paisaje observado desde las viviendas, la nueva funcionalidad de los elementos constructivos exteriores o el posible papel terapéutico de las vistas. Incluía actividades interactivas, como la aportación de una imagen con las vistas contempladas por los encuestados desde sus viviendas. En total, se obtuvieron 329 respuestas. Simultáneamente, se ha realizado un análisis de la oferta inmobiliaria en el entorno de los domicilios de los encuestados, evaluando la relevancia del paisaje en esta oferta con un indicador específico. Los resultados obtenidos muestran una clara valoración de las vistas, tanto por contenidos como por su amplitud, y de sus puntos emisores, como terrazas o balcones.

Palabras clave: vistas desde la vivienda; valor del paisaje; Covid-19; encuestas; Málaga.

Abstract: This work aims to know the valuation of domestic views by citizens during the period of confinement experienced in response to the Covid-19 pandemic, spread in Spain from mid-March to early May, as well as the open elements of homes that act as points of view, such as terraces, balconies or flat roofs, and the changes that this exceptional situation produced in said valuation. Taking the city of Malaga and the municipalities of its metropolitan area as a case study, the aim is also to establish the existing differences in this assessment based on the construction typologies and the

territorial units in which the study area is structured. Finally, the results are linked to the existing real estate offer, taking into account the presence of landscape content.

To this end, an online survey was carried out open to citizens, during the months of May and June 2020, whose questionnaire addressed the conditions of confinement, the assessment of the landscape observed from the homes, the new functionality of the construction elements exteriors or the possible therapeutic role of views. It included interactive activities, such as the contribution by respondents of an image of the views seen from their homes. In total, 329 responses were obtained. Simultaneously, an analysis of the real estate offer has been carried out in the surroundings of the homes of the respondents, evaluating the relevance of the landscape in this offer. The results obtained show a clear appreciation of the views, both for content and for their amplitude, and of their emitting points, such as terraces or balconies.

Keywords: housing views; landscape value; Covid-19; surveys; Málaga.

1. Introducción

La percepción del paisaje, en general, y la valoración de las vistas, en particular, ha experimentado un inesperado cambio de escala a partir de la excepcional situación de confinamiento domiciliario padecida en numerosos países, entre ellos España, donde se extendió desde el 14 de marzo al 2 de mayo de 2020. Durante ese periodo, la vivienda y sus compartimentos exteriores han registrado un importante cambio de rol, convirtiéndose en el eje de la actividad cotidiana. Desde numerosos enfoques, especialmente desde el sector inmobiliario, se ha incidido en la revalorización que se ha producido de determinados elementos constructivos, como las terrazas o las azoteas de los edificios, suponiendo, en muchas ocasiones, prácticamente su descubrimiento como espacio vivido, y no solo como espacios funcionales o de almacenaje. En la misma línea, se ha tomado conciencia o ha aumentado la importancia de la proyección exterior de la vivienda, esto es, de sus vistas, como componente de la calidad de vida de sus ocupantes.

El Convenio Europeo del Paisaje (Council of Europe, 2000) señala, en su preámbulo, que “el paisaje es un elemento clave del bienestar individual y social” y, por ello, lo califica como “un elemento importante de la calidad de vida de las poblaciones”. En esta misma línea, la Ley del Suelo y Rehabilitación Urbana española considera como uno de los derechos ciudadanos, ya desde su anterior redacción de 2007, disfrutar de una vivienda digna “en un medio ambiente y un paisaje adecuados” (Texto Refundido en Real Decreto Legislativo 7/2015, de 30 de octubre, art. 5a).

Las vistas constituyen una de las dimensiones del paisaje y, por tanto, posee una clara vinculación con el bienestar de los ciudadanos, habiendo sido resaltado incluso su valor terapéutico (Ulrich, 1984). Por otra parte, el paisaje también es concebido por el propio CEP como un importante recurso económico, algo que se evidencia en determinados sectores, especialmente, el inmobiliario. En términos generales, y con independencia de los efectos de la pandemia, la importancia de las vistas como componente del valor inmobiliario resulta palpable, siendo conocida de forma empírica por los profesionales de dicho sector, y se pone de manifiesto de forma explícita en la publicidad inmobiliaria, especialmente en determinados segmentos. Además, se puede constatar su relevancia en el propio precio del suelo y del producto inmobiliario en aquellas parcelas o construcciones que gocen de vistas de calidad. Con frecuencia, esta cualidad diferencia,

por un lado, ciertas áreas o promociones de otras por contar con unas vistas de mayor alcance o de contenidos más apreciados, y, por otro, a una escala más detallada, distingue determinadas partes del mismo inmueble por la existencia de mejores o peores vistas, incluso por su presencia/ausencia. Por ejemplo, áticos frente a plantas bajas, o viviendas con vistas exteriores respecto a aquellas dirigidas a espacios comunes interiores (ojos de patio) o a inmuebles muy cercanos.

La novedosa y excepcional situación que introdujo el confinamiento domiciliario condujo a una mayor utilización de la vivienda y, con ella, de sus espacios abiertos exteriores y, en general, de todos los que permiten acceder indirectamente al exterior a través de las vistas. Esta situación pudo suponer, por un lado, la puesta en valor o la revalorización, dependiendo de los casos, de las vistas existentes desde la vivienda. Por otro, pudo también implicar que se adquiriera conciencia de la baja calidad de las vistas existentes, y conducir a la aspiración de mejora residencial, al igual que ha ocurrido con la mayor demanda de espacios exteriores, como jardines o piscinas, en detrimento de otros criterios residenciales, hasta entonces muy relevantes, como la ubicación de la vivienda y su cercanía a determinadas zonas y lugares (lugar de trabajo, centro urbano, etc.).

En todos los casos, bien como reafirmación o bien como constatación de su déficit, la importancia de las vistas contempladas desde la vivienda ha mejorado sustancialmente durante la pandemia, especialmente en las épocas de confinamiento. Existe una clara conciencia social de que es un hecho que puede repetirse en el futuro, aunque el confinamiento vivido tenga sus propias particularidades, la primera de ellas es el haber sido el primero experimentado de forma generalizada por la población, por lo que la renovada percepción de la importancia de las vistas no puede considerarse, a priori, como un hecho coyuntural, sino que posiblemente quepa considerar que posee claramente una naturaleza estructural.

En esta línea, se ha producido durante el confinamiento una revalorización de los elementos constructivos abiertos o exteriores de la vivienda, como azoteas o terrazas, como puntos de contemplación de las vistas, pero también como espacios de acceso al exterior de la vivienda (sol, aire, ejercicio físico, etc.), ante la obligada limitación de movimientos. Esto ha revelado una paradoja: el Plan Nacional de Vivienda 2018-2021, aún vigente, incentiva el cerramiento de terrazas, o su acristalamiento, atendiendo a motivos climáticos, novedosos en el momento de su formulación, pero que la pandemia ha sustituido por otros criterios que no se contemplaban con anterioridad.

En este contexto, resulta de interés profundizar en el conocimiento de la percepción de la población en relación con las vistas durante la situación de confinamiento, en particular a la consideración de las vistas existentes desde los domicilios. Por ello, este estudio se marca como objetivo principal analizar la valoración de las vistas domésticas por parte de los ciudadanos durante el periodo de confinamiento, así como de los elementos constructivos exteriores de las viviendas que actúan como puntos emisores, como terrazas, balcones o azoteas, tomando como caso de estudio la ciudad de Málaga. Con dicho fin se realizó una encuesta en línea en las semanas inmediatamente posteriores al periodo de confinamiento, de las que se han extraído las respuestas obtenidas de los habitantes del área de estudio. Como objetivos secundarios, el artículo persigue, en primer lugar, determinar las diferencias existentes en las valoraciones en función de las tipologías constructivas y de la ubicación de la vivienda, atendiendo a la estructura urbana

de los núcleos considerados. En segundo lugar, se pretende relacionar las valoraciones obtenidas con una valoración genérica realizada por los autores y con la relevancia que los criterios paisajísticos adquieran en la oferta inmobiliaria en el entorno de cada vivienda.

2 Antecedentes

Las relaciones entre paisaje y activos inmobiliarios han sido exploradas por diversos autores, bajo distintas aproximaciones temáticas y metodológicas. Con un enfoque más amplio sobre la valoración del paisaje se encuentran los trabajos de Zheng, Zhang, y Chen (2011) o Ramírez (2012) y, específicamente centrados en su potencial económico, los de Villar (2013) y Royo (2017). En esta línea, Robert (2018) ha destacado el potencial económico de las vistas en zonas litorales mediterráneas, áreas en las que demanda residencial es generalmente más elevada.

Entre los trabajos de corte más estrictamente inmobiliario se introduce la dimensión paisajística como un factor condicionante de gran repercusión en la tasación de un producto inmobiliario, como ocurre con Hui, Zhong y Yu (2012), que analizan la influencia de la verticalidad (pisos altos) en los precios inmobiliarios, o Teck-Hong (2011), que fija incrementos de precios atendiendo a diversas variables, Bilbao (2000), para el caso español, o Maruani y Amit-Cohen (2013), centrado en la utilización del paisaje en la publicidad. El precio hedónico ha sido una materia trabajada por Jim y Chen (2009), específicamente con relación a las vistas en Hong Kong, mientras que Yamagata, Murakami, Yoshida, Seya y Kuroda (2016) se ha centrado en su análisis en el ámbito japonés.

Algunos trabajos se detienen específicamente en la cuantificación del valor de las vistas en el precio de la vivienda, como Damigos y Anyfantis (2011), que en su estudio sobre el área urbana de Atenas lo cifran hasta en un 50% de incremento, o Bond, Seiler y Seiler (2020), en un trabajo sobre las vistas al lago Erie, que elevan el porcentaje hasta en un 89%. Hajnal (2018) analiza, inversamente, la reducción de precios que ocasionan las obstrucciones en las panorámicas a partir del caso de Budapest, donde puede llegar hasta un 23%.

Otro grupo de trabajos se centra en el análisis de los componentes del paisaje (y de las vistas) más valorados. Des Rosiers, Thériault, Kestens y Villeneuve (2002), que se centra en la influencia de las características paisajísticas del entorno de la vivienda (especialmente, la vegetación arbórea) en el valor del inmueble. Shahli, Hussain, Tukiman y Zaidin (2014), desde la óptica del paisajismo, inciden también en la importancia de la vegetación. Igualmente, Sander y Zhao (2015) han relacionado el valor de la vivienda con la presencia de zonas verdes y espacios de agua. También específicamente relacionados con la cercanía de zonas verdes se encuentra el trabajo de Tyrvaäinen y Miettinen (2000) así como el de Tsunetsugua, Lee, Parkc, Tyrväinend, Kagawaa y Miyazaki (2013).

Las vistas y su influencia en la salud ha sido una materia trabajada por diversos autores, a partir del trabajo pionero de Ulrich (1984), que comprobó el valor terapéutico de las vistas naturales en un estudio con personas hospitalizadas. Otros autores, como Tsunetsugua et al. (2013), han demostrado los efectos positivos sobre la salud de la contemplación de vistas agradables sobre bosques urbanos, incluso en cortos periodos de tiempo. Por su parte, Tennessee y Cimprich (1995) demostraron la relación entre la

capacidad de atención de estudiantes con la existencia de vistas sobre zonas naturales desde sus habitaciones. En esta línea se sitúan también los trabajos de Labib, Lindley y Huck (2020). Por su parte, Karimimoshaver, Azad, Aram y Mosavi (2020) se detienen en los efectos sobre los ciudadanos de las vistas urbanas.

El impacto del Covid en el mercado inmobiliario ha sido analizado por autores como Del Giudice, De Paola y Del Giudice (2020) y por Balemi, Füss y Weigand (2021), mientras que Wong (2008) o Argyroudis y Siokis (2019) analizaron esta relación previamente con el caso de la epidemia del síndrome respiratorio agudo severo (SARS) en Hong Kong en 2003. Bereitschatf y Scheller (2020), por su parte, se centran en el análisis que los efectos que el Covid-19 puede tener en la planificación urbana, mientras Tokazhanov, Tleuken, Guney, Turkyilmaz y Karaca (2020) se detienen en los efectos sobre los edificios residenciales. A escala de la vivienda se sitúa el trabajo de D'Alessandro, Gola, Appolloni, Dettori, Fara, Rebecchi, Settimo y Capolongo (2020). En esta misma temática Signorelli, Capolongo, D'alessandro y Fara (2020) estiman, en relación con el descenso del mercado inmobiliario a partir del Covid en Italia, que las viviendas de mayor calidad afrontan mejor esta situación, citando entre las características ventajosas, la existencia de balcones con vistas de calidad. Igualmente, señala que las vistas pueden jugar un papel positivo en los problemas de salud mental provocados por la pandemia, entre otros elementos y características de los hogares. En este mismo sentido, Amerio et al (2020), a partir de datos de una amplia encuesta realizada en Italia, apuntan a la correlación entre vistas pobres con el incremento de moderados y severos síntomas depresivos. Por su parte, Batool, Rutherford, McGraw, Ledgeway y Altomonte (2020), en el que constituye el referente más próximo metodológicamente a este trabajo, analizaron, a través de una encuesta en línea, la influencia de las ventanas en las viviendas durante el confinamiento, destacando, entre otras utilidades (particularmente, la comunicación vecinal) la posibilidad de contemplación de vistas.

La zona de estudio ha sido analizada por diversos autores. Desde un enfoque geográfico regional, García Manrique (1984) analizó la costa occidental, mientras que la costa oriental fue objeto del trabajo de Justicia (1988). Rubio (2003), por su parte, analizó en profundidad la estructura y evolución urbana de Málaga. Con un enfoque más centrado en el paisaje, Málaga y su costa oriental ha sido estudiada por Mérida (1997), mientras Mérida y Reyes (2017) se han centrado en el análisis paisajístico de la costa occidental. El turismo como principal factor transformador del paisaje en este territorio ha sido tratado por diversos autores, como Navarro (2015), Almeida y Cortés (2011) o Galacho y Luque (2000).

3. Metodología

La metodología se organiza en ocho fases metodológicas: el diseño del cuestionario, la realización de la encuesta, la determinación del área de estudio, la zonificación interna de los casos, la codificación de la información y el análisis y evaluación de imágenes, el análisis estadístico de los resultados, el análisis del contenido paisajístico de la oferta inmobiliaria y, finalmente, la relación de los resultados de la encuesta con la oferta inmobiliaria existente en el entorno de los encuestados.

3.1. Diseño del cuestionario. Estructura y contenidos.

Se elaboró un cuestionario genéricamente dirigido a establecer las relaciones de los ciudadanos con el paisaje durante el periodo de confinamiento, atendiendo a diversas

variables (vistas, relación con el paisaje entorno, posible efecto terapéutico del paisaje). Contaba con 47 ítems, de los que se han seleccionado para este trabajo 38. Varios de ellos se dedican a la caracterización de los encuestados (p. ej., género, edad, nivel de estudios, número de miembros de la unidad de convivencia durante el confinamiento, código postal de residencia, etc.), mientras otro grupo de preguntas se centran en la caracterización de la vivienda, como por ejemplo el tipo de vivienda, superficie, altura (si es un piso), orientación, elementos exteriores (terraza, balcón, azotea), etc. El cuestionario seguía dos itinerarios en función de la tipología de vivienda (casa o chalé / piso o ático), incluyendo algunos ítems específicos en cada uno de ellos. El grupo de ítems principal se centra en las valoraciones que los encuestados realizan sobre las vistas y elementos exteriores de su vivienda, así como las sensaciones generales que les generaban. Además de los ítems cumplimentados en el cuestionario, la encuesta tenía un carácter interactivo, ya que pedía la realización de una fotografía de las vistas existentes desde la propia vivienda, que se adjuntaba como archivo de imagen en el cuestionario cumplimentado, imagen que a su vez era valorada por el encuestado.

3.2. Realización de las encuestas

Las encuestas se distribuyeron y fueron cumplimentadas de forma telemática. Su distribución se llevó a cabo a través de redes sociales y correo electrónico y, por tanto, no existía un número de encuestados predeterminado ni un universo preestablecido, por lo que podían responder, teóricamente, encuestados de cualquier parte del mundo. Esto permitía acceder a un gran número de potenciales encuestados, aunque la ausencia de contacto directo con el encuestador implicaba una pérdida de la calidad de la información ante la existencia de posibles dudas en la cumplimentación de la encuesta. Para su envío, el cuestionario definitivo se realizó empleando el software de administración de encuestas Google Forms. Esto permitió su envío de forma telemática a través de un enlace URL, facilitando a los encuestados responder desde sus propios domicilios. Además, el formato electrónico y la posibilidad de ser contestadas a través del teléfono móvil permitieron solicitar a los encuestados una fotografía de las vistas contempladas desde su vivienda, adjuntada en unos de los ítems del cuestionario. Una vez recibidas las encuestas, Google Forms permite descargar los resultados en una hoja de cálculo Microsoft Excel, lo cual facilita su posterior tratamiento estadístico.

3.3. Determinación del área de estudio

Las encuestas recibidas procedían de diversas partes de España y del mundo, aunque la mayoría se concentraron en la provincia de Málaga y, especialmente, en su capital. Dada la dispersión geográfica de las respuestas recibidas, y teniendo en cuenta que uno de los objetivos de este trabajo es analizar las relaciones existentes entre las respuestas y la oferta inmobiliaria existente, se hacía necesario delimitar un área de estudio. Esta se ha circunscrito a la ciudad de Málaga y a los municipios litorales de su área metropolitana: Benalmádena, Torremolinos y Rincón de la Victoria. Se han seguido varios criterios en su delimitación. En primer lugar, el número de encuestas recibidas, especialmente elevado en la ciudad de Málaga, y una cantidad juzgada como aceptable en los municipios seleccionados. Por el contrario, otros municipios del área metropolitana de la ciudad fueron descartados por contener un menor número de respuestas. En segundo lugar, su entidad territorial. En este sentido, el área seleccionada tiene una clara naturaleza territorial, y es de carácter metropolitano, a pesar de que no estén incluidos todos los

municipios que los conforman: los que han sido seleccionados son los más poblados del área metropolitana y, además, tienen como elemento articulador el mar, lo que implica una mayor homogeneidad de procesos territoriales (p. ej., un mayor desarrollo turístico), de estructuras urbanas (organizadas en coronas a partir de la línea de costa) y de demandas paisajísticas (p. ej., vistas al mar). Finalmente, en tercer lugar, el litoral de la provincia constituye el ámbito de estudio del proyecto de investigación que sustenta este trabajo, lo que justifica la elección de municipios costeros, con los que en algunos casos se había ya trabajado en las relaciones entre paisaje y valor inmobiliario, aunque con otros objetivos.

3.4. Zonificación interna de los casos

Con la finalidad de comparar los resultados con la oferta inmobiliaria, no se ha optado por utilizar una división administrativa (distritos, secciones censales), prefiriendo zonificar las encuestas utilizando la división por zonas que realiza el portal inmobiliario que se va a utilizar para el análisis de la oferta inmobiliaria, Idealista, hasta el mayor nivel de desagregación que ofrece, equiparable por su tamaño y detalle, aproximadamente, a las secciones censales. Para ello ha sido necesario previamente georreferenciar las encuestas, ya que estas sólo incluían un campo de localización genérico, basado en el código postal, con el doble objetivo de preservar la privacidad de los encuestados (las encuestas eran anónimas) y garantizar de este modo la realización de un mayor número de encuestas. En un cierto número de casos, aproximadamente un 12%, se ha realizado un procedimiento de georreferenciación automatizado, a partir de las coordenadas GPS alojadas en los metadatos de las fotografías, pero en el resto de los casos las imágenes no contenían esta información, por lo que se abordó un laborioso trabajo de geolocalización partiendo del código postal y mediante el reconocimiento del área de estudio y la detección de puntos de referencia, así como mediante la utilización de herramientas como Google Street View o Bing Maps (Servicio de Fotografías Panorámicas).

3.5. Codificación de la información y análisis y evaluación de imágenes

A pesar de que la descarga desde la Aplicación Google Forms se realiza directamente en una hoja de cálculo, en ciertas variables se hacía necesario un trabajo de procesamiento de la información. Este sería el caso, por ejemplo, de la codificación de las respuestas abiertas que ciertas preguntas contenían. En todo caso, la información que ha necesitado una mayor labor de análisis y sistematización ha sido la contenida en las imágenes. Se ha realizado un análisis de cada imagen estableciendo, por un lado, los contenidos paisajísticos que ofrecían (montaña, mar, zonas urbanas o contenidos mixtos en sus diferentes combinaciones) y, por otro, su amplitud, esto es, el espacio abarcado, definiendo para ello 3 niveles: alto, medio y bajo, además de recoger también las amplitudes mixtas en función de los planos de visión existentes. Finalmente, se ha realizado una evaluación general de la calidad de las vistas incluidas en las imágenes en función de ambos parámetros, con la intención de comparar los resultados obtenidos con la valoración que los propios encuestados hacían de la imagen aportada. Para ello se han asignado valores en función de un doble criterio: los componentes de las vistas, que abarcarían desde 1 (baja calidad) a 5 (alta calidad), y la amplitud y profundidad de las vistas, en una escala similar de 1 a 4. Una vez normalizados ambos criterios, se realizó la media entre ambos para obtener la valoración definitiva.

3.6. Análisis de los resultados de la encuesta

Con los resultados obtenidos, se ha procedido al tratamiento estadístico de la información, analizando la caracterización de los encuestados y los diversos ítems temáticos contenidos en la encuesta, cuyos resultados se detallarán en el siguiente apartado. El análisis se ha realizado tanto de forma conjunta para toda la zona de estudio como por sectores urbanos, y atendiendo al análisis de cada variable y a las posibles correspondencias entre las respuestas a diversas variables. En particular, se ha abordado especialmente el análisis por tipologías edificatorias (casa/chalé o piso/ático) y por variables como el tamaño de la vivienda. Comprendía tanto el tratamiento estadístico de la información procesada como de las valoraciones realizadas por los encuestados, y en el caso de las imágenes, también por el equipo investigador.

3.7. Análisis de la oferta inmobiliaria en el entorno de los casos obtenidos

Finalmente, la última fase metodológica ha consistido en el análisis de la oferta inmobiliaria, en especial de sus contenidos paisajísticos, en el entorno de las viviendas de los encuestados. Con este fin se ha utilizado como elemento comparativo las localizaciones aportadas por el portal inmobiliario Idealista. Es conocido que estas localizaciones no son precisas debido al deseo de preservar la dirección exacta de la vivienda en venta, pero, en términos generales, se ha observado que existe una cierta correspondencia en las ubicaciones mostradas con las zonas en las que se incluyen, salvo casos puntuales. Por ello, se ha superpuesto el mapa de distribución de las encuestas con el mapa de localizaciones de los anuncios del portal inmobiliario, y para cada encuesta se ha realizado una valoración de la presencia del paisaje en la oferta inmobiliaria existente en su entorno (tanto en imágenes como en textos), elaborándose un índice sintético de relevancia paisajística del anuncio. Este índice valoraría el número de fotos de paisajes existente en el anuncio, el número de fotos donde el paisaje constituye el fondo de la escena (ponderándolas por 0,5), y la presencia de las vistas en el texto (ponderando la puntuación por 1,5). El resultado obtenido en cada anuncio cercano a la vivienda del encuestado se sumaba con el obtenido en otros anuncios de similar ubicación y se dividía por el número de anuncios analizados para dicha vivienda. En general, para cada vivienda se han analizado varios anuncios; no obstante, en ocasiones, cuando las encuestas procedían de viviendas situadas en el mismo conjunto o en zonas con las mismas características tipológicas, se han utilizado los mismos anuncios para la estimación de la relevancia paisajística. Para los anuncios seleccionados, asumiendo el margen de error que introduce la ubicación aproximada de los inmuebles en venta, se ha seguido un criterio de similitud tipológica (por ejemplo, no mezclar casas con pisos), así como de alturas (por ejemplo, no utilizar una planta baja como referente de una encuesta procedente de un piso elevado) y de orientación (vistas dirigidas a otras direcciones).

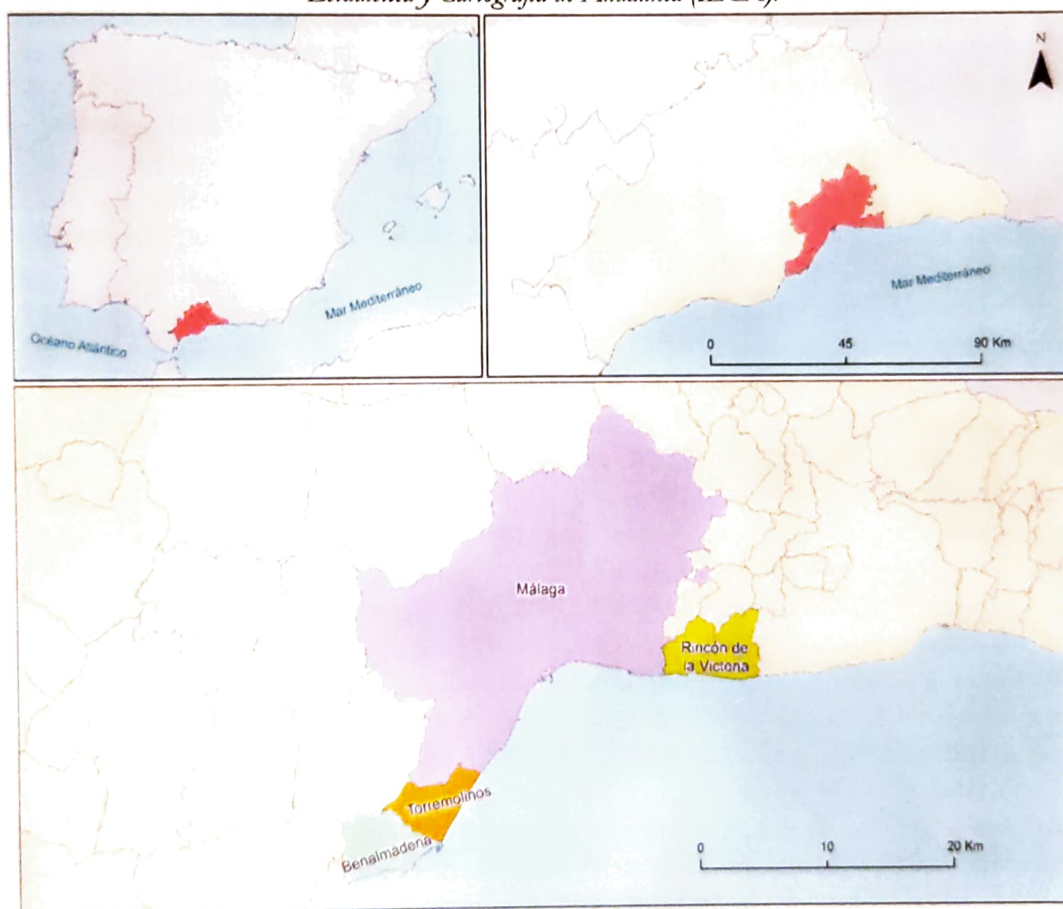
3.8. Relaciones entre oferta inmobiliaria y los resultados de la encuesta

El último paso metodológico ha consistido en analizar las relaciones entre las valoraciones sobre las vistas realizadas por los encuestados, la evaluación de la calidad de las imágenes por parte del equipo investigador y los resultados obtenidos en la fase octava, el análisis del contenido paisajístico de la oferta inmobiliaria. Se ha analizado en concreto la correspondencia entre la valoración de las vistas de los encuestados con el indicador de presencia y relevancia de las vistas en la oferta inmobiliaria del entorno del domicilio de los propios encuestados.

4. Área de Estudio

Como se ha indicado, el área de estudio seleccionada la constituye la ciudad de Málaga y su entorno metropolitano. Málaga es una ciudad de algo más de medio millón de habitantes (578.000 habitantes en 2020, según datos del Instituto Nacional de Estadística, al igual que todos los incluidos en este apartado), localizada en el litoral mediterráneo andaluz (ver Figura 1), y que constituye, por su volumen de población, la quinta ciudad española y la segunda andaluza, tras Sevilla (690.000 habitantes) y por delante de Córdoba (326.000).

Figura 1. Mapa de localización. Fuente: elaboración propia a partir de datos espaciales del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA).

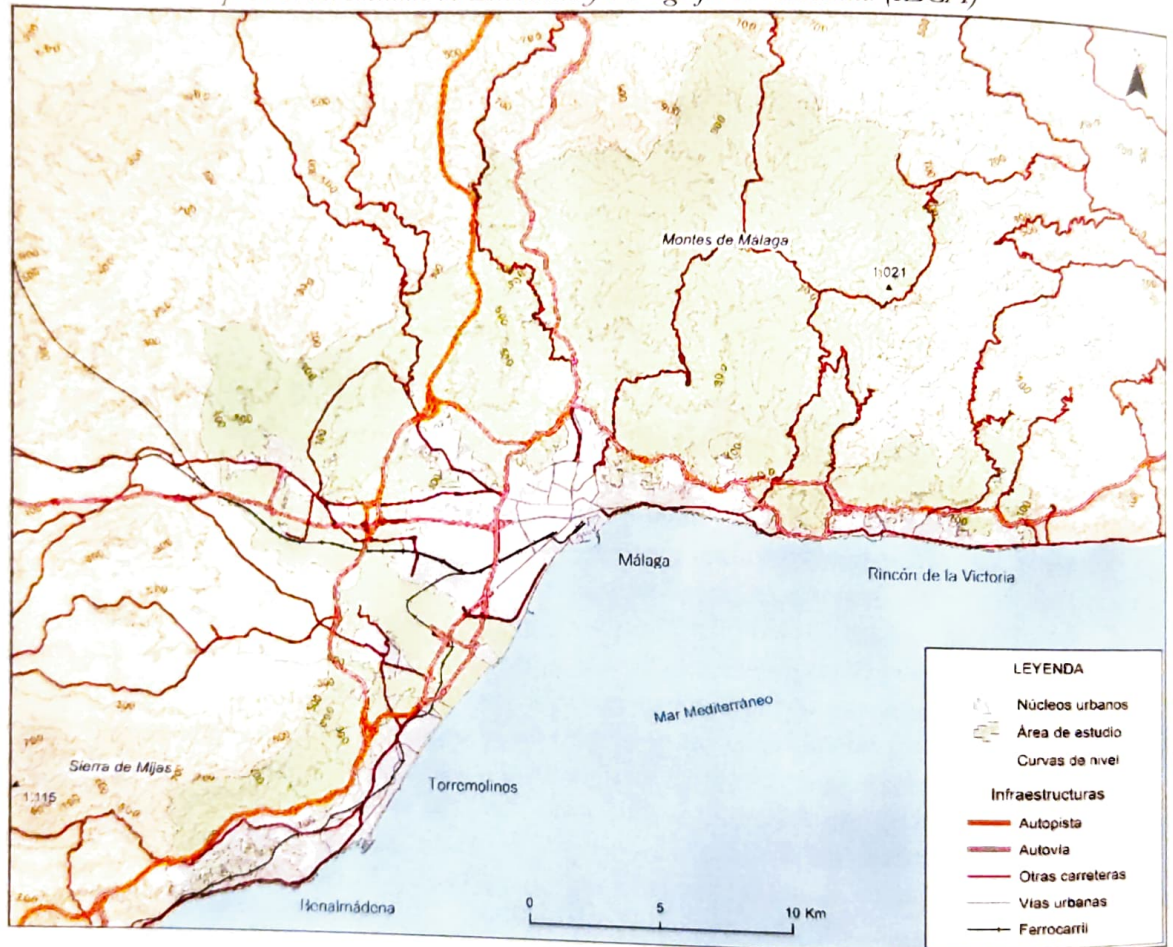


Su provincia es igualmente la segunda más poblada de Andalucía, con 1.686.000 habitantes, también detrás de la de Sevilla (1.950.000). La población provincial se concentra fundamentalmente en el litoral, teniendo como principal foco de concentración de la población la capital y su área metropolitana, que concentra el 54% de su población (912.000 habitantes). Esta se extiende por dos ejes principales: el valle del Guadalhorce, hacia el interior de la provincia, y, especialmente, la costa, sobre la bahía de Málaga, cuya parte central está ocupada por la capital, y a partir de la que se distingue una parte occidental, con núcleos como Torremolinos y Benalmádena, con prácticamente 70.000 habitantes cada uno, de la parte oriental, representada por el municipio de Rincón de la Victoria, con algo más de 48.000 habitantes. En su conjunto,

el área de estudio seleccionada (municipios de Málaga, Rincón de la Victoria, Torremolinos y Benalmádena) reúne a 765.538 habitantes.

El medio físico en el que se asientan estos núcleos está constituido por una llanura litoral relativamente estrecha, entre el mar y las alineaciones penibéticas dispuestas de forma paralela a él, la calcárea sierra de Mijas, al oeste, o los silíceos Montes de Málaga, al este (ver Figura 2).

Figura 2. Topografía y espacios urbanos en área de estudio. Fuente: elaboración propia a partir de datos espaciales del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA)



Esta disposición da lugar a ríos cortos que salvan importantes desniveles y cuyos sedimentos conforman la llanura litoral, interrumpida en puntos donde la montaña o sus piedemontes contactan directamente con el mar, dando lugar a acantilados. En la parte central, el valle del río Guadalhorce y su desembocadura supone la interrupción de este esquema, ampliando la extensión de la llanura litoral y prolongando las tierras llanas hacia el interior alrededor del tramo bajo del río. Parecida función cumple, de una forma mucho más modesta, un poco más al este, el río Guadalmedina, que atraviesa Málaga dando lugar a la confluencia de ambos a la zona llana de mayor entidad.

Por aptitud topográfica, la ciudad de Málaga se extiende principalmente por esta planicie, que ocupa su parte central y buena parte de su zona oeste, la más extensa y poblada, además de constituir la zona de expansión urbana de mayor entidad a lo largo

de su historia. La ciudad histórica se asienta en la confluencia entre el mar, el río Guadalmedina y las primeras estribaciones de los montes de Málaga (Gibralfaro). Su expansión se ha orientado, además de hacia el oeste, hacia el norte, por el cada vez más estrecho valle del Guadalmedina y sus vertientes montañosas y, en menor medida, hacia el este. En esta zona, la cercanía al mar de la montaña condicionó su crecimiento, dirigiéndolo, en un primer momento, a las pequeñas llanuras transversales generadas por los valles fluviales (Limonar) o a los puntos donde la llanura litoral aflora (El Palo). El mismo esquema se reproduce en el municipio de Rincón de la Victoria, condicionada también su configuración urbana por la disposición de los distintos valles fluviales, aunque una separación ligeramente mayor de los montes da lugar a una llanura litoral de mayor entidad. En cambio, por el oeste, en los municipios de Benalmádena y Torremolinos, las sierras se acercan más al mar y la llanura litoral es más estrecha, asentándose los núcleos bien en el piedemonte serrano, bien en el glacis que desciende de la sierra o bien en los puntuales afloramientos travertínicos.

Este esquema se mantuvo, en líneas generales, hasta mediados del siglo XX. A partir de ahí, el desarrollo turístico experimentado en los municipios de la Costa del Sol supuso, directamente, la ocupación de otros terrenos, como los litorales (hasta entonces únicamente poblados por apéndices pesqueros de los núcleos tradicionales) y los montes y colinas, y el crecimiento de asentamientos hasta entonces menores, como Arroyo de la Miel (Benalmádena). Este desarrollo dio lugar, de forma indirecta, también al crecimiento urbano de la capital provincial, que se extendió tanto hacia el oeste, por el bajo valle del Guadalhorce, como sobre las cercanas montañas, con especial énfasis hacia el este, desarrollo posibilitado por la generalización del uso del automóvil. Más recientemente, otros procesos territoriales, como el desarrollo metropolitano, han incidido en la expansión de los núcleos del área metropolitana de Málaga, mientras que la capital estabilizaba su crecimiento.

Como resultado, la estructura urbana de los municipios litorales (Benalmádena, Torremolinos, Rincón de la Victoria) responde a un esquema general constituido, en primer lugar, por los núcleos tradicionales, los existentes con anterioridad al desarrollo turístico y a la expansión metropolitana. Alrededor de ellos, y en ocasiones también en su interior, se disponen áreas ocupadas con tipologías edificatorias plurifamiliares, con densidades relativamente altas, como también ocurre en el frente litoral, donde conforman la fachada litoral, en algunos casos asomando detrás de una estrecha banda de edificaciones populares de origen pesquero. Esta franja de inmuebles plurifamiliares, normalmente más altos y de carácter exento, tiene una mayor anchura en las localidades más turísticas, donde el uso predominante es el hotelero.

Detrás de esta franja marítima edificada con bloques, en el piedemonte y colinas inmediatos a la llanura litoral se situarían, en una segunda corona, siguiendo este esquema teórico, espacios urbanos de dominante tipología unifamiliar aislada, correspondientes, a grandes rasgos, al crecimiento suburbano experimentado con el desarrollo turístico, de forma directa (turismo residencial) o indirecto (segundas o primeras residencias de la población local). Finalmente, en una tercera orla, y tanto dando continuidad al desarrollo turístico como representando una modalidad característica del proceso de metropolización, aparecen tipologías unifamiliares adosadas o plurifamiliares exentas, ambas muy extendidas en las últimas décadas, tanto por los espacios montañosos más alejados como en los vacíos que el primer desarrollo suburbano ha ido dejando.

Aunque cada municipio tiene sus propios rasgos distintivos, este esquema responde en gran medida a la estructura urbana de los municipios del área metropolitana de Málaga. En la ciudad, por sus mayores dimensiones, por la presencia de amplias zonas llanas y por su larga evolución urbana, este modelo teórico sólo se ajusta en mayor medida para la zona este, con numerosas urbanizaciones residenciales en sus colinas. En cambio, en la zona central y occidental, aunque el frente marítimo, en distintas fases, se construye de forma semejante, su morfología urbana es más compleja, con un centro histórico más consolidado y grandes zonas de expansión urbana, con sectores de ensanche, barriadas autárquicas y un amplio desarrollo de polígonos residenciales plurifamiliares. Por el contrario, son más escasas en estas zonas de la ciudad las tipologías suburbanas unifamiliares aisladas, que aparecen de forma tímida en la periferia noroeste; las tipologías unifamiliares más frecuentes, aunque siempre minoritarias, son las adosadas y, aunque existen algunos modelos de carácter suburbano, normalmente están vinculadas bien a las barriadas de la autarquía o bien a sectores de autoconstrucción. Por tanto, en el caso de Málaga se puede establecer una estructura urbana, a grandes rasgos, dual, donde se diferencia la zona oriental, montañosa, con modalidades residenciales extensivas y de naturaleza suburbana, de la zona central y occidental, más llana, compacta y densa y donde dominan unidades morfológicas de naturaleza más plenamente urbana.

En la parte oriental de Málaga y en el resto del área de estudio, la cercanía del mar y la disposición de las unidades de relieve en franjas ascendentes paralelas, a modo de graderío, ha permitido que en el desarrollo de su estructura urbana las vistas jueguen un papel muy destacado. En general, las vistas panorámicas, y en especial las dirigidas al mar. Los cambios en los comportamientos residenciales experimentados en el último medio siglo, favorecidos por la generalización del uso del automóvil, han dado lugar a que la existencia de vistas de calidad suponga un criterio muy relevante en el desarrollo inmobiliario, algo constatable a través de la publicidad inmobiliaria y del propio precio de los activos inmobiliarios, y tanto en décadas pasadas como en la actualidad.

Como se puede observar en la Figura 3, la zonificación del territorio, a partir de las unidades territoriales establecidas en la web del portal inmobiliario Idealista, nos refleja un valor medio del suelo más elevado en aquellas zonas situadas más cerca del mar, en especial en la primera línea, así como en las primeras estribaciones montañosas, donde se emplazan las urbanizaciones residenciales. Aunque el valor inmobiliario depende también de otros factores, incluso en los propios desarrollos suburbanos (privacidad, calidad ambiental, prestigio, etc.), la existencia de un componente paisajístico, a través de las vistas, en la oferta y en la demanda resulta manifiesta, como se puede apreciar en el anuncio publicitario recogido en la Figura 4.

La valoración de las vistas domésticas urbanas en situación de confinamiento domiciliario. Aplicación a la ciudad de Málaga y a su entorno metropolitano

Figura 3. Precio de la vivienda por sectores urbanos. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Idealista

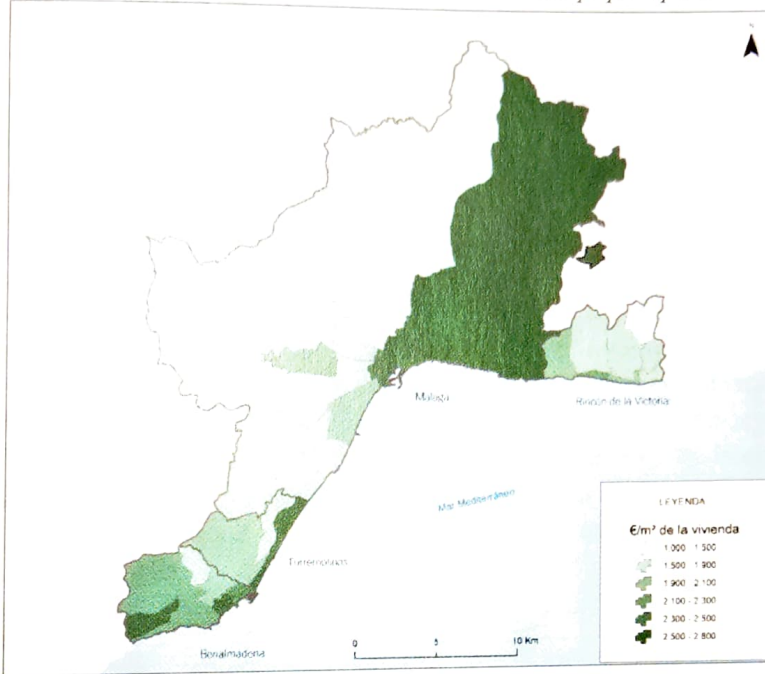


Figura 4. Relevancia de las vistas en la publicidad de la oferta inmobiliaria. Fuente: autores



5. Resultados

Dentro del área de estudio delimitada para este trabajo se contabilizan un total de 329 encuestas, de las que, atendiendo al género, el 60,5% corresponde a mujeres y el 39,5% a hombres. Se trata de una sex ratio algo más baja de la existente en la población

del área de estudio. Si tomamos como ejemplo Málaga capital, con mucho el municipio más poblado del área de estudio, el 52% de sus habitantes son mujeres, mientras que la población masculina representa el 48%. Por edades, la edad media es de 37 años, ligeramente inferior al valor medio existente entre los 4 municipios considerados, 41,3 años (fuente: SIMA). Por franjas de edad, los encuestados se sitúan mayoritariamente en el grupo de edad de 15 a 65 años (95,5%), mientras que en la ciudad de Málaga este grupo de población representa el 81,6%. Por su parte, los mayores de 65 años suponen el 4,2% de los encuestados, mientras que en la ciudad de Málaga alcanzaría el 18,3%. Este desajuste implica que el análisis que se realice por edades deba matizar o relativizar sus resultados. Igualmente, existe un cierto sesgo en los encuestados por nivel de estudios, ya que los universitarios (con estudios finalizados o estudiantes) suponen el 64,1% de las encuestas. Respecto a la distribución de encuestas por municipios, destaca por su elevado número Málaga, que concentra casi el 85%, mientras que los restantes municipios se sitúan en torno al 5%; no obstante, como se puede observar en la Tabla 1, existe una clara correspondencia entre la distribución de las encuestas con la distribución real de la población, a pesar de tratarse de encuestas realizadas en línea.

Tabla 1. Distribución de las encuestas por municipios y relación con población real. Fuente: Elaboración propia.

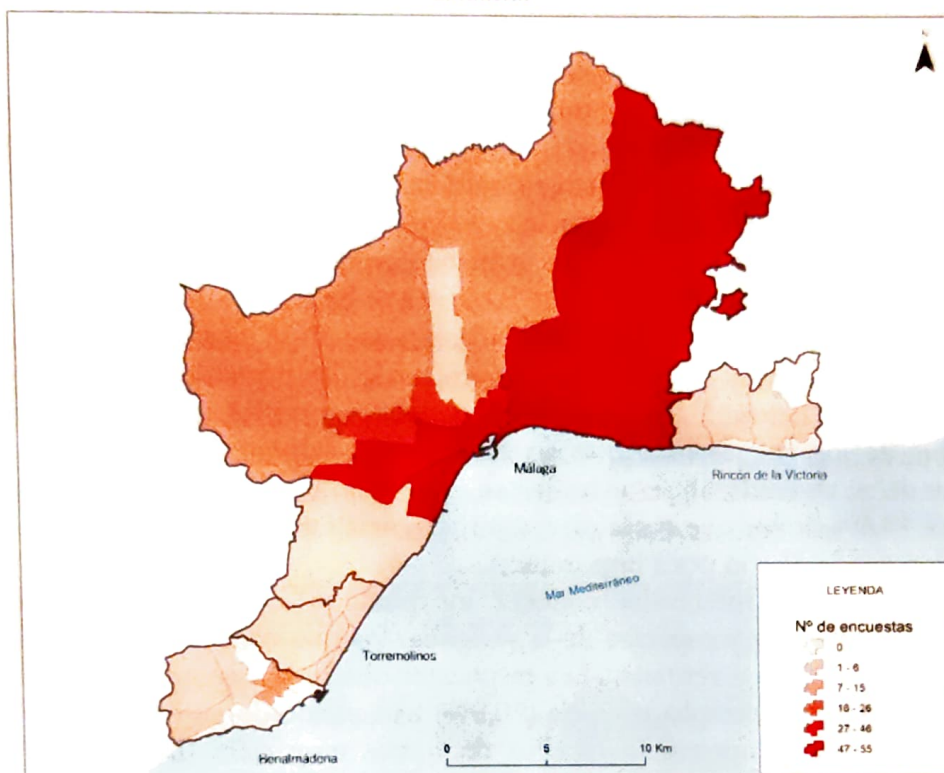
Municipio	Nº de encuestas	% encuestas	% pob. real
Málaga	279	84,8	75,50
Benalmádena	20	6,1	9,03
Torremolinos	13	4,0	9,03
Rincón de la Victoria	17	5,1	6,40
Total	329	100,0	100,00

La distribución interna dentro de cada municipio, que toma como referencia, con la finalidad de comparar los resultados con los del mercado inmobiliario, la división en barrios establecida por el portal inmobiliario Idealista, se puede observar en el mapa de la figura 5.

La mayoría de las encuestas recibidas proceden de viviendas de tamaño medio-bajo, entre 70-100 metros (48.7%), seguida de las de tamaño medio-alto (100-200 metros), que representan el 22,7%. Finalmente, el intervalo de viviendas menores de 70 metros supone el 19,6%, mientras que las de tamaño alto (más de 200 metros) agrupa al 8,7% de las encuestas (ver figura 6). El número de personas convivientes por vivienda durante la fase de confinamiento (cuyo número no tiene que coincidir necesariamente con el número habitual) es de 2,97 miembros, algo superior a la media por hogares existente en Andalucía, 2,58 (fuente: IECA).

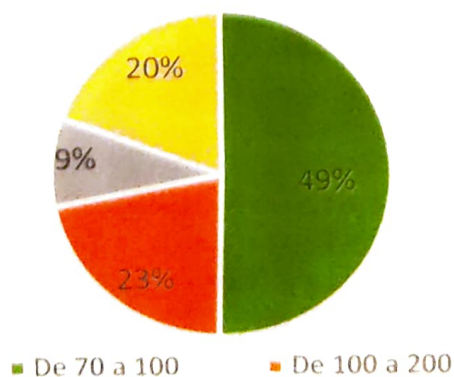
La valoración de las vistas domésticas urbanas en situación de confinamiento domiciliario. Aplicación a la ciudad de Málaga y a su entorno metropolitano

Figura 5. Distribución espacial de las encuestas. Fuente: elaboración propia a partir de estructura por zonas de Idealista.



Con relación a la tipología de vivienda, 72 de las 330 encuestas se corresponden con casas o chalés (21.8%), el 37,5% de ellos exentos, mientras que el 62,5% son adosados. Las 257 viviendas restantes son pisos (78,2%), siendo de ellos los áticos una minoría (3,3%). La mayoría de las viviendas cuentan con terrazas o azoteas, un 69,4%, suponiendo casi la totalidad de los casos en casas (94,4%) y algo menos, aunque también mayoritarios, en pisos (62,4%). En estos últimos, una parte considerable de las viviendas que no tienen terrazas disponían de ellas previamente, pero se incorporaron a la vivienda mediante cerramientos, afectando esta circunstancia al 20,1% de los pisos.

Figura 6. Distribución de las encuestas por superficie de la vivienda (m²). Fuente: elaboración propia.



En líneas generales, las vistas son positivamente valoradas como cualidad importante de la vivienda. Uno de los ítems preguntaba sobre su importancia en la elección de vivienda. De los encuestados que respondieron (188), una parte considerable de los restantes declara no haber tomado la decisión sobre su vivienda, el 61,7% afirman que las vistas han tenido bastante o mucha importancia en la elección, mientras que para el 38,3% tuvo poca o ninguna importancia. A partir de la experiencia del confinamiento, la valoración general de las vistas ha mejorado entre los encuestados: un 44% sostiene que ha aumentado bastante o mucho más su valoración y el 30,6% afirma que mejorado un poco más. Es decir, que, en mayor o menor grado, el 74,6% de los encuestados considera que su percepción del valor de las vistas se ha modificado de forma positiva. Por el contrario, el 25,4% de las respuestas afirman que no se ha alterado especialmente, y que continúa teniendo la misma valoración de las vistas. Si se analizan más detalladamente los datos de ambos ítems, se puede comprobar que para una parte considerable de los encuestados que no valoraron o valoraron poco las vistas en la adquisición de su vivienda, ahora manifiestan que le dan bastante o mucha importancia: así opina el 48,4% de los que no le dieron importancia en su momento a las vistas y el 52,2% de los que le dieron poca importancia.

De forma similar, interesaba conocer los posibles cambios de valoración en determinados elementos y espacios de la vivienda, los que comunican con el exterior, como terrazas, balcones y ventanas. Las respuestas obtenidas siguen aproximadamente la misma dirección: una amplia mayoría (70,9%) han mejorado su percepción de estos elementos, una parte importante de ellos de forma muy clara (bastante o mucho), concretamente el 45,8% de los encuestados. Por el contrario, quienes señalan que no ha cambiado su percepción se quedan en un 29,1%. Más concretamente, se preguntaba a los encuestados si la terraza les ha servido durante el confinamiento de desahogo o para aliviar esta situación. En este sentido, la mayor parte de los que responden a este ítem lo hacían en sentido positivo, concretamente un 83,9%, mientras que para el 16,1% no ha tenido esta utilidad. Estas cifras suben en sentido afirmativo en los aquellos encuestados que salieron poco durante el confinamiento, alcanzando un 88% de respuestas positivas y descendiendo las respuestas negativas a un 12% entre los que no salieron nunca de casa.

Desde el punto de vista funcional, se constata una mayor utilización de estos elementos por parte de los encuestados, así como una considerable diversidad de usos. La mayoría de las respuestas recogen usos mixtos, incluyendo diversas actividades. Entre las más citadas, necesidades básicas como tomar el aire (146 veces) o tomar el sol (99), así como otras de naturaleza social, como aplaudir (140) o hablar con los vecinos (40).

Más concretamente, en otro ítem se profundizaba de forma específica por las terrazas, atendiendo de forma especial a un fenómeno muy extendido que en estas nuevas circunstancias constituyó una paradoja: el cerramiento de terrazas. De los 54 echado de menos contar con una terraza abierta, expresando, de forma indirecta, una mayor valoración de la previamente existente de estos espacios.

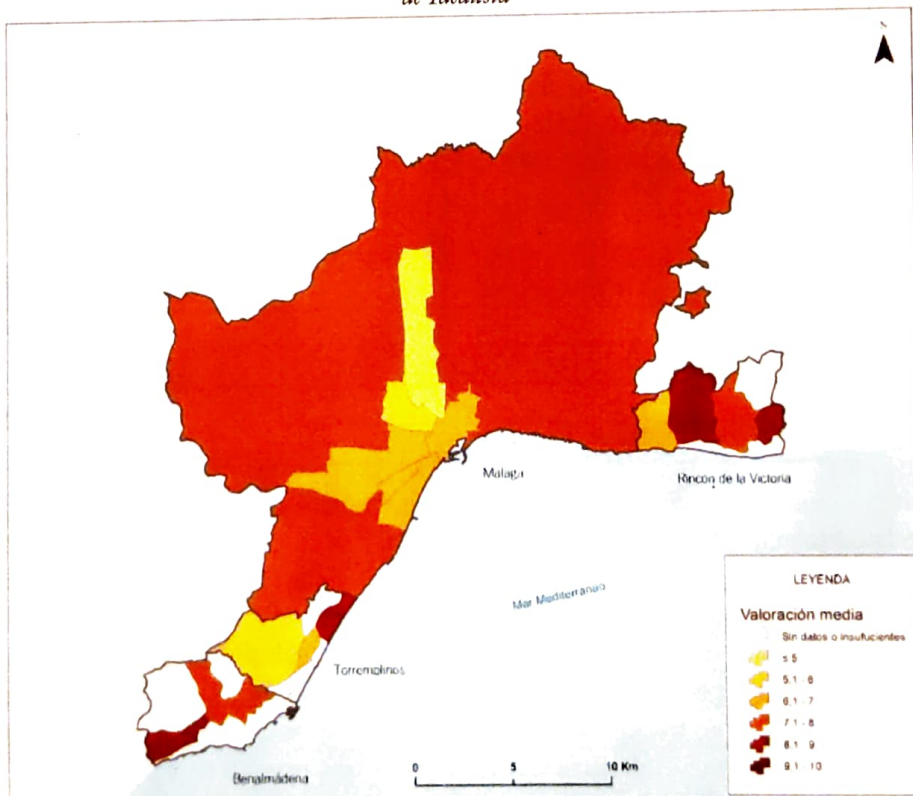
Una parte muy importante de los resultados de la encuesta guarda relación con la valoración de las vistas existentes desde las viviendas de los encuestados. En primer lugar, se preguntaba por el grado de utilización de las vistas, con independencia de su mayor o menor calidad, incidiendo especialmente en la situación de confinamiento. Las

respuestas apuntan a una elevada valoración de la utilidad de las vistas, un 85,7%, en buena parte como factor de mitigación de los efectos del confinamiento (un 52,3% del total de respuestas). Por el contrario, otra parte de los encuestados, el 14,3%, afirman no utilizar las vistas, limitándose el uso de ventanas, balcones o terrazas sólo a fines distintos a la contemplación (aireación, iluminación, etc.).

Más allá de esta valoración general, los encuestados debían aportar, como se detalló en la metodología, una fotografía de la vista que eligieran, y posteriormente valorarla. Todas las encuestas adjuntaron la fotografía, asignándoles una valoración muy alta los encuestados. En una escala de 0 a 10 se le asignó un valor de 6,83%, siendo algo superior en mujeres (6,97) que en hombres (6,61).

Por ámbitos espaciales, las valoraciones más elevadas se corresponden (ver figura 7) a los espacios litorales y a las zonas montañosas y, en especial, en zonas donde se combinan ambos elementos, como los municipios occidentales del área metropolitana (entre las estribaciones de la sierra de Mijas y el mar) y, dentro de la ciudad de Málaga, la zona este de la ciudad extendida, al igual que el municipio de Rincón de la Victoria, sobre las estribaciones de los montes de Málaga y también relativamente cerca del mar.

Figura 7. Valoración media de las vistas por sectores urbanos. Fuente: elaboración propia sobre sectores urbanos de Idealista



Igualmente, las valoraciones medias-altas se agrupan por la parte más occidental del término municipal de Málaga (Churriana, también en las primeras rampas de la sierra de Mijas, en este caso por su flanco oriental) o las barriadas situadas en la zona noroeste del municipio, sobre estribaciones de los montes de Málaga, aunque en este caso más alejadas del mar. Por el contrario, las puntuaciones más bajas se producen en los municipios metropolitanos, en las zonas más alejadas del mar y a la vez más plenamente

urbanas. De parecido tipo es el patrón de distribución de las puntuaciones más bajas en la ciudad de Málaga, concentradas en las zonas más interiores, especialmente hacia el norte de la ciudad, y al mismo tiempo más populosas, ocupando la mayoría de los sectores urbanos más compactos. Entre ellos, zonas litorales, como Carretera de Cádiz, o el propio sector Centro, aunque en este caso habría que matizar que el litoral está ocupado por el puerto.

La correspondencia de las vistas con mayor puntuación no se encuentra tan directamente relacionada con el precio de la vivienda en las distintas zonas del área de estudio. Por ejemplo, se produce esta relación en zonas litorales y montuosas, como Málaga Este o ciertas zonas urbanas costeras de Torremolinos y Benalmádena; a la inversa, se registra este hecho en zonas urbanas densas y llanas de la capital. En cambio, en determinadas zonas montañosas del sector occidental del municipio de Málaga (Churriana), del noroeste (Puerto de la Torre) o del norte (Ciudad Jardín), la puntuación de las vistas es elevada, mientras que el precio del suelo es más bajo; al contrario, zonas con vistas con una puntuación menor, tienen precios del suelo relativamente elevados (Carretera de Cádiz o Centro, en Málaga).

Sí que se observa una clara relación entre las puntuaciones asignadas por los encuestados y la superficie de su vivienda, constatándose un incremento de la puntuación conforme aumenta el tamaño de la vivienda. Así, como se puede observar en la Tabla 2, en las viviendas de menos de 70 m² la puntuación media se queda en un 6,13, incrementándose hasta alcanzar un valor de 8,4% en las de superficie mayor de 200 m². Así mismo, el coeficiente de variación disminuye conforme aumenta la superficie, lo que refleja una mayor homogeneidad en las valoraciones conforme se incrementa el tamaño de la vivienda.

Tabla 2. Puntuación de las vistas por superficie de la vivienda. Fuente: elaboración propia

Superficie (m ²)	Puntuación media	Coef. de variación
< 70	6,13	0,438
70 - 100	6,60	0,403
100 - 200	7,40	0,359
>200	8,40	0,282

La puntuación de las vistas se encuentra, igualmente, condicionada por la tipología de vivienda de los encuestados. En este sentido, en líneas generales son mejor valoradas por los encuestados las vistas emitidas desde inmuebles unifamiliares que las contempladas desde pisos, con la notable excepción de los áticos, que registran la puntuación media más elevada, 8,18. En casas y chalés aislados la puntuación media es igualmente alta, 7,85 puntos, mientras que en el caso de los adosados desciende ligeramente, 7,51 puntos. En el caso de las vistas desde pisos, por lo general algo peor puntuadas, se observa una diferencia entre los pisos que poseen terraza o balcón, donde la puntuación llega a 7,46, muy cercana por tanto a las de las viviendas unifamiliares, y los pisos que no poseen terraza o balcón, bien porque no la tenían (5,07 puntos de media en la valoración de las vistas) e incluso porque la hubieran incorporado posteriormente a la vivienda (5,53 puntos).

En general, tanto en pisos como en casas, aflora una clara correspondencia con la existencia de zonas exteriores en la vivienda, tanto jardín o patio en las casas (en menor medida, si sólo tienen azotea) como balcones en los pisos. Como se puede comprobar,

hay una gradación entre el valor medio de la vista y la mayor presencia de elementos exteriores de la vivienda (ver Tabla 3).

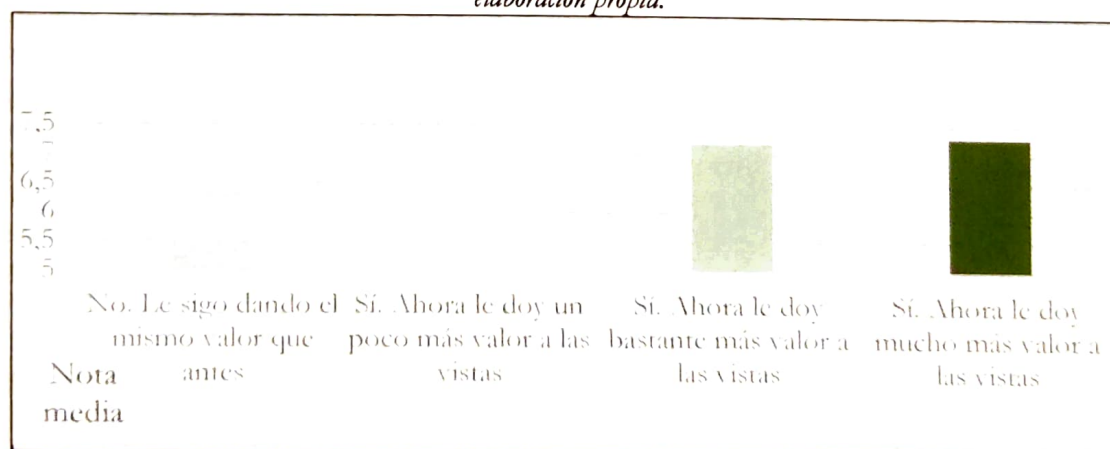
Tabla 3. Valoración de las vistas por presencia/ausencia de elementos constructivos exteriores. Fuente: elaboración propia

Tipo de vivienda	Valoración media de las vistas
<i>Casas</i>	
Jardín/patio	8,0
No tiene jardín ni patio, pero si tiene azotea	6,0
No tiene ni jardín ni patio ni azotea	3,0
<i>Pisos</i>	
Terraza o balcón	7,4
Terraza o balcón (cerrado)	5,4
Sin terraza o balcón	5,5

Hay también una correspondencia entre el cambio de valor de las vistas experimentado durante el confinamiento y el valor que el encuestado le asigna a su propia vista.

Así, aquellos que afirman dar el mismo valor a las vistas (sea alto o bajo) antes y después del confinamiento, otorgan una puntuación media a sus vistas domésticas de 6,4; por el contrario, la puntuación de la vista propia se eleva progresivamente conforme el encuestado ha incrementado la valoración de las vistas durante el confinamiento, hasta alcanzar una media de 7,3 puntos en aquellos que han cambiado positivamente su valoración general de las vistas (ver Figura 8).

Figura 8. Relación entre cambios en la valoración de las vistas y puntuación de la vista doméstica. Fuente: elaboración propia.



La valoración de las imágenes por los encuestados se ha analizado también en función de las cualidades de las vistas, tanto de sus contenidos (componentes del paisaje) como de su amplitud y profundidad de visión. Para ello, se han clasificado las imágenes recibidas atendiendo a estas variables. En relación con la amplitud, se han distinguido 4 tipos, que van desde la vista corta (por ejemplo, al edificio situado al otro lado de la calle (tipo 1) a la vista más extensa, la vista panorámica (tipo 4), incluyendo también la formada por diversos planos (por ejemplo, poca profundidad en primer plano y mayor amplitud

en un plano posterior). Por lo que respecta a los contenidos, se han estructurado las imágenes existentes en 15 tipos, en función del componente dominante: urbano no patrimonial, urbano patrimonial, zonas verdes o dominadas por vegetación, mar, montaña, agrícola no montañoso, así como sus diversas combinaciones (ver Figura 9).

En ocasiones, la combinación de componentes en la vista era muy singular por lo que, a pesar de producirse en pocos casos, se decidió no descartarlas.

Figura 9. Muestras de la tipología de vistas en función del componente dominante. Fuente: autores



La puntuación de los encuestados varía notablemente en función de los componentes aunque, en una escala de 1 a 10, todos los tipos reciben una valoración media igual o superior a 5, como se puede apreciar en la Tabla 4.

Tabla 4. Clasificación de las imágenes valoradas por los encuestados según el componente del paisaje dominante.
Fuente: elaboración propia.

Código id.	Tipo de componente/s	Puntuación
1	Urbano	5,4
2	Urbano/mar	8,1
3	Urbano/patrimonio	9,2
4	Urbano/patrimonio/montaña	10,0
5	Montaña/agrario	9,3
6	Urbano/verde/mar	9,3
7	Urbano/patrimonio/montaña/mar	10,0
8	Urbano/mar/montaña	9,0
9	Urbano/agrario/montaña	8,3
10	Montaña	5,0
11	Urbano/verde/montaña/mar	8,7
12	Urbano/montaña	7,1
13	Urbano/verde	7,2
14	Urbano/verde/montaña	7,7
15	Urb./verde/montaña/mar/patrimonio	10,0

La interpretación de los resultados debe tener en cuenta que algunos de los casos más extremos, como los que registran un valor 10 o el de valor 5, se corresponden con pocos casos, siendo mucho más representativos el resto de componentes y combinaciones de componentes. En líneas generales, se puede observar una tendencia a valorar positivamente determinados componentes del paisaje, como los patrimoniales, el mar, las zonas de vegetación arbórea y la montaña (aunque la única imagen plenamente montañosa reciba una baja valoración al tratarse de un espacio degradado). Por el contrario, el componente genéricamente denominado como urbano, con diferencia el más frecuente, recibe una valoración baja. No obstante, es necesario considerar que estos componentes urbanos, cuando están combinados con otros de mayor calidad, reciben una valoración mucho más elevada, aunque en estas combinaciones suelen producirse en entornos urbanos más extensivos, bien por la menor ocupación de superficie o bien por su menor desarrollo vertical.

Respecto a las relaciones entre puntuaciones y amplitud y profundidad de las vistas, los resultados reflejan una clara correspondencia, como se puede observar en la Tabla 5. Se produce un incremento de la puntuación media en función de la mayor amplitud o profundidad de las vistas. Incluso en aquellas imágenes con diversos planos de visión, la presencia, aunque sea en un plano posterior y sólo en una parte de las imágenes, de una mayor amplitud de vistas, incrementa su valor respecto a la obtenida en el plano principal.

Tabla 5. Clasificación de las imágenes valoradas por los encuestados según la amplitud/profundidad de las vistas.
Fuente: elaboración propia.

Grado de amplitud	Puntuación
1	4,1
1-2	5,4
1-3	5,9
2	5,8
2-3	6,9
2-4	7,0
3	7,7
4	8,2

Como se indicó en el apartado de metodología, la valoración de las imágenes por parte de los investigadores parte de la doble consideración sobre la calidad de las vistas antes analizada: por un lado, los contenidos de las vistas; por otro, su amplitud y profundidad. Respecto al primer aspecto, los tipos de vistas clasificadas por sus componentes dominantes fueron puntuados por los investigadores, atendiendo a criterios de preferencias paisajísticas muy consolidados: presencia del mar, montaña o vegetación frente a escenas plenamente urbanas, exceptuando las que contuvieran contenidos patrimoniales. Así, se estableció una puntuación de 1 a 5, con los valores que se indican en la Tabla 6.

Tabla 6. Puntuación de las imágenes por los autores en función del componente del paisaje dominante. Fuente: elaboración propia

Tipo de componente/s	Valor
Montaña	4,0
Montaña/agrario	3,0
Urbano	1,0
Urbano/agrario/montaña	2,0
Urbano/mar	3,0
Urbano/mar/montaña	4,0
Urbano/montaña	3,0
Urbano/patrimonio	3,0
Urbano/patrimonio/montaña	4,0
Urbano/patrimonio/montaña/mar	4,5
Urbano/verde	3,0
Urbano/verde/mar	4,0
Urbano/verde/montaña	4,0
Urbano/verde/montaña/mar	5,0
Urb./verde/montaña/mar/patrimonio	5,0

Por otro lado, también fue evaluado por los investigadores la segunda variable que interviene en la valoración de las vistas, la amplitud o profundidad de las vistas. En este

caso se siguió igualmente un criterio básico, sin excesiva complejidad, asignándole a cada plano de visión un valor en una escala de 1 a 4. Con los resultados de ambas variables (contenidos y amplitud), y previa normalización de ambas variables, se calculó el valor medio, que representaba la valoración de los tipos de imágenes por los investigadores. La puntuación media alcanzó un valor de 5,3 puntos, 1,5 puntos inferior a la obtenida en la valoración realizada por los encuestados.

Esta valoración media se modifica en función de algunos grupos de casos. Por ejemplo, la diferencia es algo más elevada en mujeres (1,6 puntos) que en hombres (1,4), y en las encuestas realizadas en casas (1,7) que en las que provienen de pisos (1,4). Por superficie de la vivienda, se observa una tendencia de incremento de la diferencia según aumenta la superficie. Así, la diferencia es más baja (1,2 puntos) en viviendas de reducida superficie, mientras que se sitúa en la media en las de superficie media-baja (1,5) y aumenta en las de media-alta (1,9), para volver a reducirse en las de mayor superficie (1,6). Existe también una tendencia marcada por nivel educativo aunque, como se indicó en la caracterización de los encuestados, la muestra no se ajuste a la existente en la población del área de estudio. En todo caso, las diferencias son mayores en los encuestados con estudios básicos (1,9 puntos, aunque se trata de una muestra muy reducida) o bachillerato y secundaria (1,7), reduciéndose conforme aumenta el nivel educativo, bajando a 1,4 puntos en la población con estudios universitarios, y situándose en 1,1 puntos en los que poseen estudios universitarios de posgrado.

Además de comparar los resultados de la valoración de las imágenes realizada en la encuesta con la valoración de los investigadores, se contrastaron esos resultados con los obtenidos en el análisis del componente paisajístico de la oferta inmobiliaria. Como se ha detallado en el apartado de metodología, a partir del análisis de los anuncios existentes en el entorno de las viviendas de los encuestados se ha diseñado para este trabajo un indicador de relevancia del paisaje, que se obtiene mediante la suma de las imágenes paisajísticas en cada anuncio, las imágenes relativas a la construcción cuyo fondo sea un paisaje y la presencia o ausencia de textos relativos a las vistas, ponderando cada uno de estas variables por 1, 0,5 y 1.5 respectivamente. Los resultados obtenidos por sectores urbanos (valores medios, por tanto) señalan unas zonas con indicadores más elevados (superiores a 3,5), es decir, con una presencia importante de las vistas en la oferta inmobiliaria, en zonas litorales y montuosas, como áreas residenciales de Benalmádena y el sector de Málaga Este (ver Figura 10). Estas zonas habían recibido una puntuación alta también en la valoración de los encuestados.

Por el contrario, los sectores urbanos con un indicador más bajo, inferior a 1, se sitúan en zonas plenamente urbanas, de ciudad más compacta, como ocurre en Arroyo de la Miel (Benalmádena), en el centro de Torremolinos y en áreas interiores y populosas del municipio de Málaga (Campanillas, Cruz de Humilladero). Estos datos guardan una relación dispar con la valoración de los encuestados, ya que, aunque la tendencia es similar, en algunos de estos sectores la puntuación de las vistas es mayor que su presencia en la oferta inmobiliaria. En otros casos, como en Carretera de Cádiz o la zona Centro, ambos en Málaga, el valor alcanzado por el indicador de relevancia de las vistas es superior a la puntuación concedida por los encuestados, reforzando, al menos en el primer caso, la mayor presencia del paisaje en la oferta inmobiliaria en las zonas litorales.

Finalmente, se ha relacionado el indicador de relevancia del paisaje en la oferta inmobiliaria en el entorno de cada vivienda con la puntuación otorgada por los

encuestados a sus vistas domésticas. Si se compara el valor medio de los distintos intervalos de puntuaciones de los encuestados con el valor medio de presencia del paisaje en la oferta inmobiliaria (Tabla 7) se puede apreciar la existencia de una clara correspondencia, incrementándose la relevancia del paisaje de forma directamente proporcional al incremento de la puntuación de los encuestados.

Figura 10. Indicador de relevancia del paisaje en la oferta inmobiliaria. Fuente: elaboración propia a partir de datos de Idealista

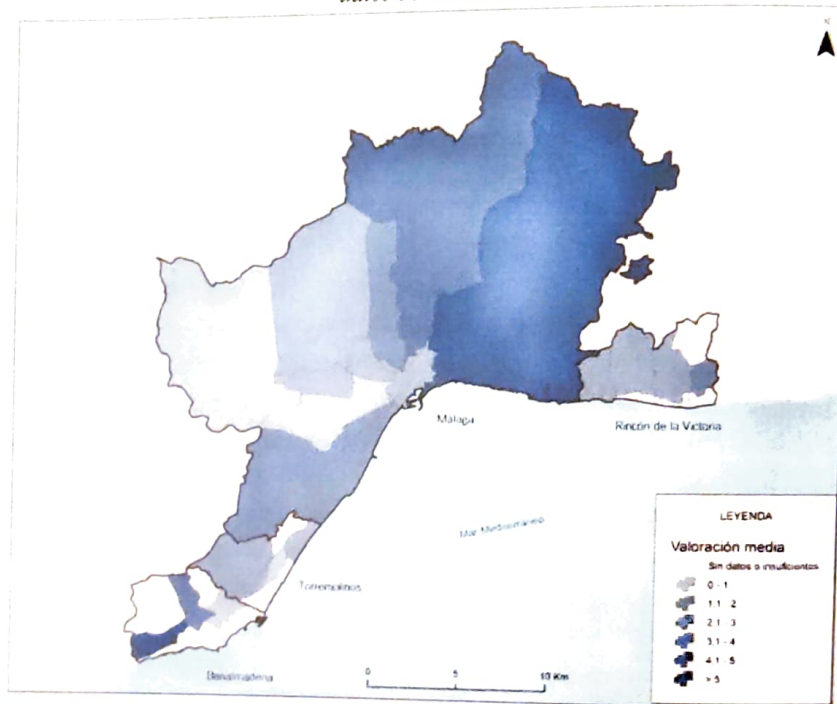


Tabla 7. Indicador de relevancia paisajística inmobiliaria según intervalos de puntuación de las vistas domésticas por los encuestados. Fuente: elaboración propia.

Intervalo de puntuación (encuestados)	Total casos	Valor del indicador de relevancia paisajística inmobiliaria
sin datos / insuficientes	14	0,5446
<=5	70	0,9774
5,1 a 6	39	1,4209
6,1 a 7	58	1,4727
7,1 a 8	54	2,2828
8,1 a 9	29	2,8233
9,1 a 10	65	3,4212

6. Discusión de los resultados

El primer punto por considerar en la discusión de los resultados guarda relación con la propia esencia de este, es decir, la excepcionalidad del periodo en el que se realiza la encuesta, marcado por las, en aquella época, muy recientes huellas del confinamiento. Esto significa que los resultados obtenidos, por un lado, pueden interpretarse como de carácter estructural, pero que otra parte de estos se circunscriben a dicho periodo. No obstante, las consecuencias del confinamiento y, en general de la pandemia, está aún por

determinar, también en materia de preferencias paisajísticas. En todo caso, parece que la mayor valoración de las vistas puede ser una consecuencia relativamente permanente de este periodo excepcional, al igual que otros factores que apuntan a cambios en el mercado inmobiliario (por ejemplo, casas frente a pisos, zonas extensivas versus ciudad compacta, etc.).

Respecto al estudio en sí, comenzado por la caracterización de los encuestados, en líneas generales existe una adecuación con la población real en la distribución de la población y su estructura por género, teniendo en cuenta la modalidad en línea seguida para la encuesta. Sin embargo, tanto en la estructura por edades como en el nivel de estudios, algunos grupos de edad se encuentran sobredimensionados. Esto implica que el análisis por edades o por nivel de estudios no se deban interpretar de forma taxativa. Se trata, en cualquier caso, de algo de difícil ajuste en encuestas en línea sin eliminar encuestas de los grupos de población mayoritarios, algo que implicaría la pérdida de información valiosa.

Mientras que el número de encuestas recibidas puede calificarse de satisfactoria (329), su distribución espacial se ajusta a la existente a escala municipal, pero en menor medida a los sectores urbanos existentes en cada municipio. Esto se deriva, igualmente, del tipo de encuesta. De igual forma, la distribución espacial de los resultados implica desajustes si se persigue analizarlos a escala detallada, especialmente en sectores urbanos de los que se recibieron escasas encuestas o ninguna. Algunos de ellos fueron desechados, por esta razón, en el análisis de los resultados. Sin embargo, a escala mayor (equivalente a distrito y municipio), los datos y resultados son más consistentes.

La modificación en la valoración de las vistas puede considerarse como un hecho constatado; al margen de las opiniones en este sentido, incluso las respuestas negativas implican que no se ha modificado su percepción, pero no necesariamente que su valoración sea negativa. En todo caso, quizá sea prudente acotar estos resultados de la encuesta al momento de realización, y al temporalmente cercano confinamiento, que condiciona una mayor sensibilidad a estas cuestiones. Sería interesante comparar estos resultados sobre valoración de las vistas en fases posteriores de la pandemia, donde no exista confinamiento, y cuando se haya superado plenamente.

Igualmente, se comprueba la existencia entre los encuestados de una clara revalorización de los elementos constructivos exteriores (terrazas, azoteas, balcones, ventanas), como lugares emisores de vistas, pero que al mismo tiempo que han adquirido durante el confinamiento un carácter multifuncional, con funciones derivadas de la necesidad de contacto con algún elemento del medio (aire, el sol), o las relacionadas con el contacto social (hablar con los vecinos). Por tanto, existe un número de utilidades que trascienden lo paisajístico o lo contemplativo, de comunicación exterior y de necesidades físicas, que es necesario valorar e incidir en su análisis. Igualmente resulta de interés resaltar que existió durante el confinamiento un cambio de percepción sobre los cerramientos de terrazas, antes contemplados positivamente (incluso por la Administración), pero que en esta situación se perciben, en cierta medida, como errores o al menos se lamenta la pérdida de espacio exterior que han supuesto. Sería necesario profundizar en la evolución en este cambio de percepción durante las fases siguientes de la pandemia, ya sin situación de confinamiento. En este sentido, puede resultar ahora más extraña y paradójica la determinación del Plan Nacional de Vivienda de subvencionar los cerramientos de elementos exteriores.

Respecto a la utilidad de las vistas en la situación de confinamiento, el 52,3% de los encuestados manifiestan que las vistas sirvieron como mitigación de los efectos del confinamiento, incluso con independencia de la mayor o menor calidad de esas vistas. Este dato conecta con los resultados de estudios de evaluación del valor terapéutico del paisaje citados en el apartado de antecedentes.

La correspondencia entre el precio del suelo y la valoración de las vistas realizada en la encuesta no es directa, aunque sí guarda una clara relación con el indicador de relevancia paisajística que se ha generado en este trabajo. En determinadas zonas, sobre todo en el litoral y su entorno montañoso, la correspondencia es evidente. Por el contrario, en otras zonas, donde el valor de las vistas no es tan importante, los precios elevados del suelo parecen influidos por otros factores también muy relevantes, como la localización de la vivienda o el prestigio social.

Por otro lado, la diferencia entre la valoración de las imágenes por los encuestados y la realizada por los investigadores alcanza un valor medio de 1,5 puntos. Por supuesto, se trata de un dato que por sí solo no proporciona conclusiones significativas. Por un lado, la valoración de las imágenes por parte de los autores, aunque se ha realizado huyendo de cualquier sofisticación y utilizando preferencias paisajísticas muy consolidadas, no constituye una muestra solvente, ni numéricamente ni desde el punto de vista socio-profesional, ya que se conlleva un evidente sesgo en el conocimiento de la materia; por otro lado, la composición de la puntuación, en la que se ha optado por un sencillo equilibrio entre componentes y estructura de la imagen (amplitud y profundidad), no reproduce necesariamente la forma en la que se produce la valoración por parte de los encuestados. Sin embargo, a falta de datos más concluyentes, esta diferencia puede reflejar una tendencia general de una cierta sobrevaloración de las vistas, explicable por la situación de confinamiento de la que acababan de salir los encuestados. Este hecho conecta con los datos obtenidos en la encuesta, que incide, de forma cualitativa, en la mayor valoración de las vistas que reconocen haber experimentado la población encuestada. En esta misma línea, se puede plantear, como hipótesis para nuevos estudios, la posibilidad de que, junto a vectores clásicos en preferencias paisajísticas (naturaleza, valor patrimonial, etc.), se incluya en esta revalorización elementos identitarios, reflejados en la pertenencia a un barrio o sector urbano. En todo caso, se necesitan estudios más pormenorizados que incidan en estas posibles tendencias, utilizando para ellos herramientas más precisas, como la entrevista personal, que permita complementar los datos obtenidos en encuestas.

Respecto a la valoración de la oferta inmobiliaria y su comparación con la valoración de las vistas por los encuestados, el indicador diseñado ofrece resultados de interés, tanto por las coincidencias existentes, que refuerzan la percepción de la calidad de las vistas en esas zonas, como, especialmente, en los casos en los que se producen diferencias. Así, encontramos área con mayor puntuación de los encuestados respecto al indicador de relevancia paisajística inmobiliaria, algo que, entre otras posibles interpretaciones, puede suponer la existencia de una vía a explotar en la oferta inmobiliaria; por el contrario, un indicador paisajístico elevado en la oferta inmobiliaria en zonas con menor puntuación por parte de los residentes puede reflejar también, entre otras explicaciones, una menor conciencia entre los residentes del valor de las vistas existentes en su entorno.

7. Conclusiones

En líneas generales, los objetivos establecidos para esta investigación se han alcanzado. Se ha analizado la valoración de las vistas domésticas durante el periodo de confinamiento, constatándose el sustancial incremento de su valor entre los encuestados a través de sus respuestas: prácticamente $\frac{3}{4}$ partes de ellos afirman que ha mejorado su valoración respecto a la existente previamente. Respecto a la utilidad de las vistas y sus beneficios en la situación de confinamiento, el 85% de las respuestas inciden en la utilidad de las vistas y, en concreto, algo más de la mitad de los encuestados (52%) afirma que las vistas han constituido un factor de mitigación de los efectos del confinamiento.

Igualmente, se ha comprobado en los resultados la mejora sustancial de la percepción de los elementos constructivos exteriores de las viviendas, como terrazas, balcones o azoteas. Particular interés plantea el cambio de percepción que se observa respecto a los cerramientos en aquellos pisos que, en otro momento, incorporaron al interior de la vivienda sus terrazas.

Con relación a la valoración de las vistas domésticas, la puntuación media es elevada, 6,8 puntos sobre 10, observándose diferencias por grupos de población y especialmente por tipologías constructivas, siendo más elevados los valores en casas y en áticos y menores en pisos sin balcones o terrazas o con estas últimas incorporadas a la vivienda. Igualmente, se ha comprobado la existencia de una mayor valoración de las vistas domésticas en función de la ubicación de la vivienda, destacando en este sentido las zonas litorales y los espacios montañosos circundantes; por el contrario, las áreas más plenamente urbanas y densificadas otorgan una valoración más baja a sus vistas. Los componentes de las vistas más valorados son la vegetación arbórea, el mar, la montaña y, en zonas urbanas, los elementos patrimoniales.

La puntuación de las vistas domésticas se ha comparado con la otorgada por los investigadores, produciéndose una diferencia positiva de 1,5 puntos en la valoración de los encuestados. Se plantea como hipótesis que una parte de dicha diferencia guarde relación con el cambio de percepción de las vistas durante el confinamiento, algo constatado de forma cualitativa en otros ítems, aunque, como se señala en la discusión de resultados, serían necesarios análisis más detallados para confirmar esta hipótesis.

Se ha comparado también los resultados con los obtenidos mediante el análisis de la oferta inmobiliaria. Para ello, se ha aportado un indicador de relevancia paisajística que se ha aplicado al entorno del domicilio de cada uno de los encuestados. Por un lado, se ha analizado su distribución a lo largo de la zona de estudio y el grado de coincidencia con las valoraciones de los encuestados, detectándose áreas de coincidencia y espacios con desequilibrios entre ambas valoraciones. Por otro, se ha relacionado los valores de este indicador con los distintos intervalos de puntuación otorgada a las vistas domésticas, comprobándose la existencia de una tendencia común, en la que el incremento de la puntuación implica un aumento del indicador de relevancia paisajística en la oferta inmobiliaria.

Como nuevas perspectivas, se plantea la conveniencia de nuevos estudios que apliquen una metodología similar, en la situación actual de la España posterior al estado de alarma y con la mayoría de la población vacunada, con el fin de constatar si la revalorización de las vistas se mantiene y adquiere un carácter estructural, o bien se puede considerar como producto de la excepcionalidad del momento.

Agradecimientos

Este trabajo forma parte del proyecto: "Paisaje y valor inmobiliario en diversos modelos territoriales de entornos litorales y sublitorales mediterráneos", financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (PGC2018-097652-B-I00). Investigador Principal: Matías F. Mérida Rodríguez

S. Bibliografía

- Almeida García, F., y Cortés Macías, R. (2011). Transformaciones urbanísticas y territoriales en la Costa del Sol Oriental: ¿Otra Costa del Sol Occidental? In *Geografía y desafíos territoriales en el siglo XXI* (pp. 15-28). Actas del XXII Congreso Nacional de Tecnologías de Información Geográfica. Alicante, June 27–29. Retrieved from https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/47700/1/Congreso-AGE-2011-Libro-2_01.pdf
- Amerio, A., Brambilla, A.; Morganti, A.; Aguglia, A.; Bianchi, A.; Santi, F.; Constantini, L.; Odone, A.; Costanza, A.; Signorelli, C.; Serafini, G.; Amore, M.; Capolongo, S. (2020). COVID-19 lockdown: housing built environment's effects on mental health. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17. <https://doi.org/10.3390/ijerph17165973>
- Argyroudis y Siokis (2019). Spillover effects of Great Recession on Hong-Kong's Real Estate Market: An analysis based on Causality Plane and Tsallis Curves of Complexity–Entropy. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 524, 576-586. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2019.04.052>
- Batool, A., Rutherford, P., McGraw, P., Ledgeway, T., & Altomonte, S. (2021). Window Views: Difference of Perception during the COVID-19 Lockdown. *LEUKOS*, 1-11. <https://doi.org/10.1080/15502724.2020.1854780>
- Balemi, N., Füss, R. y Weigand, A. (2021): COVID-19's impact on real estatemarkets: review and outlook, *Financial Markets and Portfolio Management*. <https://doi.org/10.1007/s11408-021-00384-6>
- Bereitschaft, B., y Scheller, D. (2020). How Might the COVID-19 Pandemic Affect 21st Century Urban Design, Planning, and Development?. *Urban Science*, 4(4), 56. <https://doi.org/10.3390/urbansci4040056>
- Bilbao Terol, C. (2000). Relación entre el precio de venta de una vivienda y sus características: un análisis empírico para Asturias. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, (18), 141-150.
- Bond, M.T., Seiler, V.L. y Seiler, M.J. (2002). Residential real estate prices: a room with a view. *Journal of Real Estate Research*, 23(1-2), 129-138. <https://doi.org/10.1080/10835547.2002.12091077>
- Damigos, D., y Anyfantus, F. (2011). The value of view through the eyes of real estate experts: A Fuzzy Delphi Approach. *Landscape and Urban Planning*, 101(2), 171-178. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2011.02.009>
- D'Alessandro, D., Gola, M., Appolloni, L., Dettori, M., Fara, G., Rebecchi, A., Settimo, G. y Capolongo, S. (2020): COVID-19 and Living space challenge. Well-being and Public Health recommendations for a healthy, safe, and sustainable housing. *Acta Biomed*, Vol. 91, Supplement 9: 61-75. DOI: 10.23750/abm.v91i9-S.10115

- Del Giudice, V., De Paola, P. y Del Giudice, F. P. (2020). COVID-19 infects real estate markets: Short and mid-run effects on housing prices in Campania region (Italy). *Social sciences*, 9(7), 114. <https://doi.org/10.3390/socsci9070114>
- Des Rosiers, F., Thériault, M., Kestens, Y. y Villeneuve, P. (2002). Landscaping and house values: an empirical investigation. *Journal of real estate research*, 23(1-2), 139-162.
- Galacho Jiménez, F. B. y Luque Gil, A. (1997). La dinámica del paisaje de la Costa del Sol desde la aparición del turismo. *Universidad de Málaga, Baética*, 22, 25-58.
- García Manrique, E. (1984) La Costa occidental malagueña. In VV. AA. *Málaga*, tomo 1. Granada: Editorial Anel, 229-260.
- Hajnal, I. (2018). The impact of view-restriction: a Delphi case study from Budapest. In *Creative Construction Conference 2018* (pp. 671-678). Budapest University of Technology and Economics. DOI 10.3311/CCC2018-089
- Hui, E. C., Zhong, J. W., y Yu, K. H. (2012). The impact of landscape views and storey levels on property prices. *Landscape and urban planning*, 105(1-2), 86-93. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2011.12.002>
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA). (2020). Anuario estadístico de Andalucía.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2020). Censo de hogares
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2020). Padrón municipal de habitantes.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2021). Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA).
- Jim, C. Y., y Chen, W. Y. (2009). Value of scenic views: Hedonic assessment of private housing in Hong Kong. *Landscape and urban planning*, 91(4), 226-234. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2009.01.009>
- Justicia, A. (1988). La Axarquía malagueña y la costa oriental. Dos espacios agrarios contrapuestos. Málaga: editorial Arguval.
- Karimimoshaver, M., Azad, M., Aram, F. y Mosavi, A. (2020) Urban views and their impacts on citizens: A grounded theory study of Sanandaj city, *Heliyon*, vol. 6. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05157>
- Labib, S., Lindley, S. y Huck, J. (2020). Spatial dimensions of the influence of urban green-blue spaces on human health: A systematic review. *Environmental Research*, 180. <https://doi.org/10.1016/j.envres.2019.108869>
- Mérida Rodríguez, M. (1997). *El paisaje en la costa oriental de la provincia de Málaga. Tipos y preferencias*. Málaga: Universidad de Málaga.
- Mérida y Reyes (2017). La costa occidental de la provincia de Málaga: rasgos generales de su paisaje. *Revista PH, Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico*, 92, 28-41. <https://doi.org/10.33349/2017.0.3961>
- Navarro Jurado, E., Thiel Ellul, D., y Romero Padilla, Y. (2015). Periferias del placer: cuando turismo se convierte en desarrollismo inmobiliario-turístico. *BAGE: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (67), 275-302. Retrieved from <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1826/1742>
- Ramírez Pacheco, G. M. (2012). *Desarrollo de un modelo de formación del valor inmobiliario en áreas de crecimiento suburbano. Aplicación a la comarca de la Vega Baja del Segura en el litoral alicantino*. (Tesis doctoral). E.T.S. Arquitectura (UPM). Madrid.
- Rubio Díaz, A. (2003). *Málaga: de ciudad a metrópolis*. Málaga: Asociación Provincial de Constructores y Promotores.

- Sander, H. A., y Zhao, C. (2015). Urban green and blue: who values what and where?. *Land Use Policy*, 42, 194-209. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2014.07.021>
- Signorelli, C., Capolongo, S., D'alessandro, D., y Fara, G. M. (2020). The homes in the COVID-19 era. How their use and values are changing. *Acta Biomed*, 91(Suppl 9), 92-94. DOI: 10.23750/abm.v91i9-S.10125
- Shahli, F. M., Hussain, M. R. M., Tukiman, I., y Zaidin, N. (2014). The importance aspects of landscape design on housing development in urban areas. *APCBEE procedia*, 10, 311-315. <https://doi.org/10.1016/j.apcbee.2014.10.058>
- Teck-Hong, T. (2011). Neighborhood preferences of house buyers: the case of Klang Valley, Malaysia. *International Journal of Housing Markets and Analysis*. <https://doi.org/10.1108/17538271111111839>
- Tennessen, C. M., y Cimprich, B. (1995). Views to nature: Effects on attention. *Journal of environmental psychology*, 15(1), 77-85. [https://doi.org/10.1016/0272-4944\(95\)90016-0](https://doi.org/10.1016/0272-4944(95)90016-0)
- Tokazhanov, G., Tleuken, A., Guney, M., Turkyilmaz, A., y Karaca, F. (2020). How is COVID-19 experience transforming sustainability requirements of residential buildings? A review. *Sustainability*, 12(20), 8732. <https://doi.org/10.3390/su12208732>
- Tsunetsugu, Y., Lee, J., Park, B. J., Tyrväinen, L., Kagawa, T., y Miyazaki, Y. (2013). Physiological and psychological effects of viewing urban forest landscapes assessed by multiple measurements. *Landscape and Urban Planning*, 113, 90-93. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2013.01.014>
- Tyrväinen, L. y Miettinen, A. (2000). Property prices and urban forest amenities. *Journal of environmental economics and management*, 39(2), 205-223. <https://doi.org/10.1006/jееm.1999.1097>
- Ulrich, R. S. (1984). View through a window may influence recovery from surgery. *Science*, 224(4647), 420-421. DOI: 10.1126/science.6143402
- Villar Lama, A. (2013). La mercantilización del paisaje litoral del mediterráneo andaluz: El caso paradigmático de la Costa del Sol y los campos de golf. *Revista de estudios regionales*, 96, 215-242. Retrieved from https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/47358/la_mercantilizacion_del_paisaje_litoral.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Wong, G. (2008). Has SARS infected the property market? Evidence from Hong Kong. *Journal of Urban Economics* 63: 74-95. <https://doi.org/10.1016/j.jue.2006.12.007>
- Yamagata, Y., Murakami, D., Yoshida, T., Seya, H., y Kuroda, S. (2016). Value of urban views in a bay city: Hedonic analysis with the spatial multilevel additive regression (SMAR) model. *Landscape and Urban Planning*, 151, 89-102. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2016.02.008>
- Zheng, B., Zhang, Y., y Chen, J. (2011). Preference to home landscape: wildness or neatness?. *Landscape and Urban planning*, 99(1), 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2010.08.006>