

Resumen

La última década ha sido testigo de un crecimiento desbordante de la construcción en los territorios del litoral mediterráneo español y las islas de Baleares y Canarias, mientras el turismo muestra señales inequívocas de problemas de competitividad estructural, con resultados económicos menguantes. El desplome de la construcción derivado de la crisis ha puesto en evidencia el modelo vigente en el litoral, que, en un contexto de cambio global es inviable como motor de la recuperación y paradigma de un nuevo ciclo de prosperidad. Ante esta encrucijada, es necesario optar por una nueva cultura de trabajo en el litoral, basada en su revalorización turística como palanca de un nuevo modelo que ofrezca mejores resultados económicos, ambientales y sociales.

Palabras clave: turismo, transporte, planificación de la política, simulación y predicción, recursos renovables y conservación.

Abstract

The last decade has witnessed an overwhelming growth in building in Spanish Mediterranean coastal areas and in the Balearic and Canary Islands, while tourism displays unmistakable signs of problems of structural competitiveness, with declining economic results. The collapse of building stemming from the crisis has shown up the current model on the coast, which proves unviable as a powerplant of recovery and a paradigm for a new cycle of prosperity in a context of global change. Faced with this dilemma, it is necessary to opt for a new working culture on the coast, based on enhancement of its tourism as the driving force of a new model that will provide better economic, environmental and social results.

Key words: tourism, transportation, planning policy, forecasting and simulation, renewable resources and conservation.

JEL classification: E37, L52, L83, Q20.

POR UNA NUEVA CULTURA DEL LITORAL BASADA EN SU REVALORIZACIÓN TURÍSTICA COMO MOTOR DE LA RECUPERACIÓN

Óscar PERELLI DEL AMO

EXCELTUR

I. EL LITORAL ANTE UNA ENCRUCIJADA

EL litoral mediterráneo español y los territorios insulares de Baleares y Canarias han desempeñado históricamente un papel clave en el desarrollo económico español, promovido por una suerte de atributos climáticos, territoriales y culturales que han permitido la combinación de una intensa especialización turística y un fuerte proceso de urbanización y localización demográfica. En la última década, estas zonas han sido uno de los mayores exponentes del modelo de crecimiento económico imperante en España, basado en la construcción, principalmente residencial y en menor medida de equipamientos turísticos, y sus efectos arrastre sobre una gran cantidad de ramas de la industria y de servicios auxiliares, sin responder a una propuesta de posicionamiento estratégico económico, territorial y social de futuro.

Los excepcionales resultados en términos de crecimiento del PIB, del empleo y de los ingresos fiscales obtenidos en estos años, a pesar de su alta factura en términos de costes de oportunidad y consumo de recursos ambientales y territoriales, han desmerecido los numerosos análisis y estudios (EXCELTUR 2005, Prats,

2007; Santos Pavón y Fernández Tabales, 2010) que han alertado sobre sus contradicciones, inconsistencias y debilidades estructurales, entre las que se encuentran sus negativos efectos sobre el propio sector turístico, determinante del desarrollo experimentado por estos territorios desde los años sesenta del pasado siglo.

Los condicionantes de la crisis económica y financiera iniciada en el segundo semestre de 2008 han provocado un desplome sin precedentes del *cluster* de actividades en torno a la construcción residencial, cuando hasta entonces venía ejerciendo de casi único motor de crecimiento económico en estos territorios. Y es que, en plena etapa de bonanza de 2001 a 2008, el sector turístico tradicional ha registrado una senda de resultados menguantes, fruto de las primeras consecuencias de problemas de competitividad estructural que comienza a presentar su oferta.

El reto productivo que supone el derrumbamiento de la actividad inmobiliaria y la pérdida de competitividad de las actividades turísticas del litoral, sin que se identifique a corto y medio plazo un sector con capacidad de ejercer de "recambio" de los anteriores, coincide en el tiempo con señales inequívocas

de la presencia de un cambio a escala global, cuyos vectores directores ponen en entredicho buena parte de los pilares sobre los que se ha sostenido el binomio turismo-construcción inmobiliaria que ha primado en estas zonas de la costa española. Todo parece apuntar que asistimos ante el fin del ciclo de desarrollo basado en el crecimiento inmobiliario ilimitado, el desbordamiento de la biocapacidad de los recursos naturales, la desvalorización de los espacios turísticos, la creciente homogeneización de los servicios, la búsqueda indiscriminada de meros volúmenes de turistas sostenida sobre el abaratamiento del transporte y la defensa de la posición de mercado frente a los competidores con el precio como principal instrumento competitivo.

La combinación de las causas y consecuencias de la crisis económica y financiera, y la constatación de desafíos sistémicos a escala global, reclaman, para los territorios de la franja del litoral mediterráneo y de los archipiélagos de Baleares y Canarias, una profunda reflexión estratégica basada en un diagnóstico realista que parta de los principios y resultados que han marcado su evolución durante la última década y los confronte con los vectores directores previstos para el contexto de la próxima. El ejercicio que en esta dirección pretende realizar el presente artículo apunta a que los territorios del litoral mediterráneo y las islas de Baleares y Canarias, probablemente se erijan como el eje de la economía española con mayores debilidades y a la vez mayores oportunidades para afrontar los retos que dibuja el nuevo escenario post crisis.

Esta situación requiere luz colectiva para asumir que no

será rentable, ni incluso posible, recuperar los principios que han regido las lógicas de la última década, una vez superada la crisis, y que es necesario optar por un nuevo paradigma de desarrollo en el litoral basado en la revalorización de su oferta turística. Una apuesta por nuevos principios de progreso de mayor rentabilidad socioeconómica, más sostenibles medioambientalmente y más alineados con los cambios globales y, sobre todo, las expectativas y gustos de aquellos consumidores más interesantes por su mayor capacidad de gasto, que estas zonas de mayor especialización turística deben atraer si quieren subsistir en un mercado de creciente competencia internacional, donde la batalla vía precio es inviable para un país desarrollado como España.

Probablemente, no haya un sector de especialización de la economía española donde las previsiones de crecimiento de la demanda a medio y largo plazo sean tan optimistas como las que manejan los organismos internacionales para el turismo. El desafío para las zonas del litoral es apostar por un reposicionamiento de la propuesta de valor de su oferta en forma de nuevos productos y de inversión en incrementar el atractivo de sus espacios públicos, reduciendo su impacto ecológico, para conectar con esos turistas de mayor gasto que han de hacer posible y rentable el cambio, generando a la vez un nuevo ciclo de prosperidad que incorpore al sector de la construcción a través de su papel en la rehabilitación de lo ya urbanizado, sin incrementar el número de plazas.

Respondiendo a estas reflexiones de partida, el presente artículo pretende, en su apartado II,

ofrecer evidencias que ilustren sobre la debilidad del actual modelo productivo de las zonas del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias, derivada de la magnitud de la caída, las dificultades para recuperar ritmos de actividad a medio plazo del sector inmobiliario y la incapacidad del sector turístico, con sus actuales condicionantes competitivos, para ejercer con el suficiente impulso, como motor de crecimiento en base a los resultados alcanzados durante los años previos a la crisis. En el apartado III, se expone el análisis de los principales elementos caracterizadores del cambio global y su impacto sobre las bases del modelo económico que ha primado en estas zonas del litoral durante la última década, con el propósito de demostrar la necesidad de una nueva cultura de trabajo, alineada con los nuevos ejes incorporados por el cambio de escenario, que garantice un ciclo renovado de prosperidad sostenible.

Por último, en el apartado IV se desarrolla una propuesta sobre los principios que deberían regir las nuevas lógicas de trabajo en el litoral, con el objetivo de apostar por su revalorización turística bajo la premisa de que, a corto y medio plazo, sólo es factible pensar que los sectores ya presentes en estas zonas pueden ejercer con el vigor necesario de fuente de recuperación económica. Sobre este aspecto, en este último bloque se ofrece una simulación basada en los nuevos principios de trabajo propuestos, donde se comprueba la capacidad potencial de dinamización económica que supondría apostar por la revalorización turística, frente a la opción de recuperar la inercia del modelo de crecimiento ilimitado que ha gobernado la última década.

II. SEÑALES DE AGOTAMIENTO DEL PARADIGMA DE DESARROLLO EN EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS DE BALEARES Y CANARIAS (1)

1. La constatación de un hecho: el turismo de litoral pierde competitividad y registra resultados menguantes

1.1. *Los ingresos turísticos descienden mientras la oferta crece durante la fase de bonanza 2001-2008(2)*

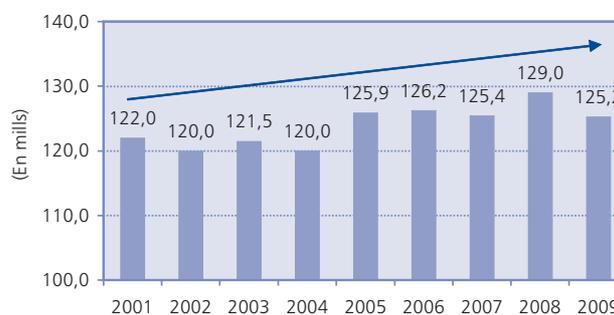
La información oficial disponible sobre el devenir de turismo español de litoral durante la última década es concluyente: los resultados del sector turístico, medidos a través del gasto realizado por el conjunto de turistas (españoles y extranjeros), descontada la inflación, registra una caída en el período de bonanza 2001-2008. Este balance contrasta con el que año tras año se ha trasladado a la opinión pública utilizando los mejores indicadores de afluencia, en general, sólo referente a las llegadas de turistas extranjeros.

Se podría decir que el turismo de litoral español ha padecido una suerte de "ilusión por la afluencia de turistas" relacionada con la propia idiosincrasia del modelo predominante, basado en altos volúmenes de demanda con márgenes unitarios reducidos y, en estos últimos años, decrecientes. Lo cierto es que la suma de la llegada de turistas extranjeros y los viajes de los españoles a los territorios de las zonas de las seis comunidades del litoral (3) —Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, Murcia y la Comunidad Va-

lenciana— han experimentado un continuo crecimiento en el período 2001-2008. Concretamente, la información disponible de las encuestas de Egatur y Familitur (4), elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos (IET), cuantifican en siete millones el incremento en el volumen de afluencia turística a estas zonas del litoral durante este período, desde los casi 122 millones registrados en el año 2001 a los 129 millones con los que se cerró el año 2008, previo al fuerte descenso producido en 2009 como consecuencia de la crisis (ver gráfico 1).

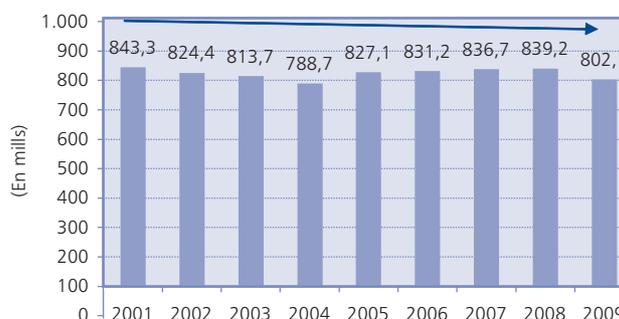
El balance sobre el comportamiento turístico de estas zonas, identificadas con el turismo de "sol y playa", es bien distinto si, con las mismas fuentes, se realiza en términos del verdadero indicador de volumen de demanda turística, como es el número de pernoctaciones que realizan efectivamente los turistas en todas las tipologías de alojamiento localizadas en sus destinos. Como resultado de una tendencia continua por parte de los turistas a realizar viajes cada vez más cortos, el número total de pernoctaciones de la demanda en las co-

GRÁFICO 1
LLEGADAS DE TURISTAS (EXTRANJEROS Y ESPAÑOLES)
EN LAS COMUNIDADES DEL LITORAL 2001-2009



Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos.

GRÁFICO 2
PERNOCTACIONES DE TURISTAS (EXTRANJEROS Y ESPAÑOLES)
EN LAS COMUNIDADES DEL LITORAL 2001-2009



Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos.

comunidades del litoral en el total de alojamientos (reglados y no reglados) ha descendido de los 843,3 millones que registraba en el año 2001, a los 839,2 del año 2008 (ver gráfico 2).

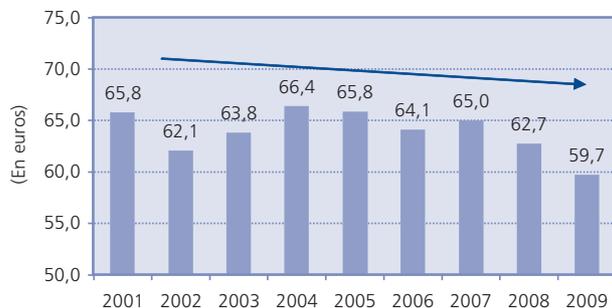
Esta evidencia, que se obtiene de la información oficial de demanda, supone un primer cambio sustancial en el diagnóstico que se ha venido haciendo en estos años sobre el devenir del turismo de litoral, basado exclusivamente en la llegada de turistas y bajo la premisa simplista de que cualquier incremento de este indicador es

sinónimo de prosperidad en el sector. El balance negativo se retroalimenta con la evolución de sus niveles de gasto, que ofrecen las mismas estadísticas elaboradas por el IET. La progresiva atracción de un turista de menores efectos multiplicadores, como consecuencia de una suerte de factores que se mencionan en el punto siguiente, ha provocado que mientras en 2001 el gasto medio diario real de los turistas que visitaron el litoral a precios de 2006 era de 65,8 euros, en 2008 ya había descendido hasta los 62,7 euros (ver gráfico 3).

Como consecuencia de la combinación de la caída en las pernoctaciones y el descenso en el gasto medio diario, el total de ingresos derivados del turismo en las zonas de litoral se ha reducido en casi 2.500 millones de euros constantes durante los años en los que tanto la economía española como la de nuestros principales mercados emisores europeos, salvo el alemán, han estado creciendo a ritmos superiores al 2,5 por 100 de media anual (ver gráfico 4). Esta evolución apunta las primeras señales de que ya estamos en la fase de declive dentro del ciclo de vida del producto turístico vacacional español, tras más de cuatro décadas de vigencia.

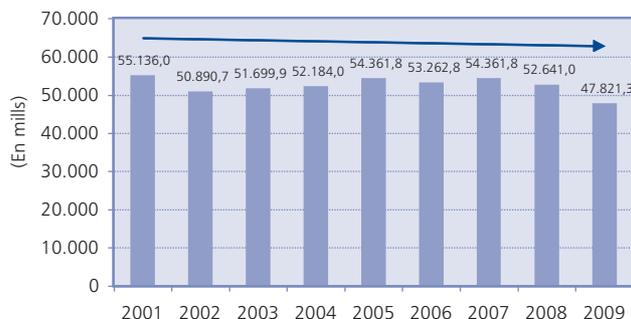
Lo preocupante de la tendencia decreciente de los ingresos turísticos reales del litoral es que se han producido en un contexto donde la oferta de alojamiento turístico no ha dejado de crecer, con la consiguiente reducción en los niveles de eficiencia en el uso de la capacidad instalada. Las expectativas de altas rentabilidades inmobiliarias asociadas al incremento de los precios de las viviendas, la conocida exuberancia del crédito, y una preferencia por disfrutar de lugares cálidos por parte de los grupos de población española y europea próximos o ya en la edad de jubilación, dispararon en el período analizado la construcción de viviendas de uso turístico entremezcladas con primeras residencias, en unas dimensiones sin parangón. Adicionalmente, la percepción sobre la buena salud del sector turístico, alimentada por el ya comentado diagnóstico sostenido en la mera llegada de turistas, atrajo la inversión de grupos hoteleros, y fundamentalmente de promotores inmobiliarios, hacia la construcción de nuevos alojamientos turísticos reglados (o también denominados colectivos), centrada principalmente en hoteles.

GRÁFICO 3
GASTO MEDIO DIARIO REAL DE LOS TURISTAS (EXTRANJEROS Y ESPAÑOLES) EN LAS COMUNIDADES DEL LITORAL 2001-2009



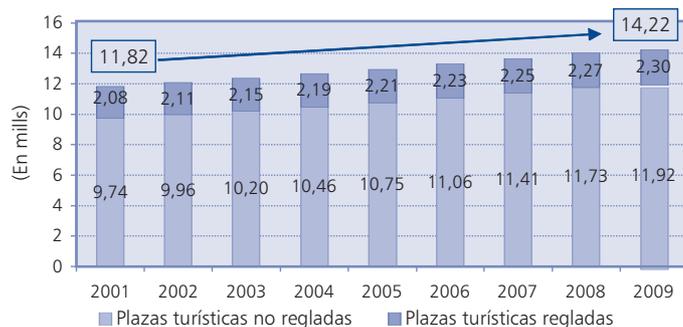
Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas del IET y el IPC del Instituto Nacional de Estadística.

GRÁFICO 4
TOTAL DEL GASTO TURÍSTICO EN LAS COMUNIDADES DEL LITORAL 2001-2009



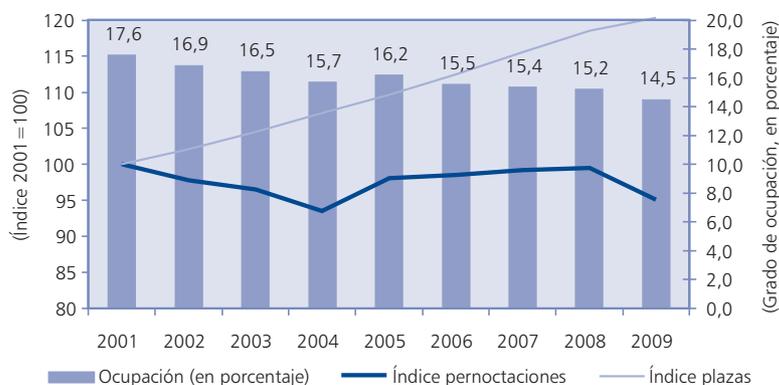
Fuente: Elaboración propia a partir de estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos.

GRÁFICO 5
TOTAL DE PLAZAS TURÍSTICAS (REGLADAS Y NO REGLADAS)
EN LAS COMUNIDADES DEL LITORAL 2001-2009



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas de ocupación del INE. Censo de Viviendas de 2001 y visados de fin de obra del Ministerio de Fomento.

GRÁFICO 6
COMPORTAMIENTO DEL MERCADO TURÍSTICO DEL LITORAL
(HOTELES Y APARTAMENTOS RESIDENCIALES) 2001-2009



Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas de demanda turística del IET, encuestas de ocupación del INE, Censo de Viviendas de 2001 y visados de fin de obra del Ministerio de Fomento.

Todo ello, alimentado por el efecto perverso de la insuficiencia financiera de los municipios y la capacidad de acceso y disfrute a esta nueva planta turística a precios más reducidos, introducida por la penetración y extensión de las compañías aéreas de bajo coste, ha provocado que de 2001 a 2008 se hayan puesto en el mercado casi 2,2 millones de nuevas plazas turísticas en las zonas del litoral mediterráneo y las islas de

Baleares y Canarias, a una media de 312.000 anuales, hasta alcanzar los 14,0 millones en 2008 (ver gráfico 5). Si bien el fenómeno de incremento en la oferta turística se ha producido entre los establecimientos tradicionalmente asociados al sector (la oferta reglada), con 196.000 nuevas plazas, lo que supone un aumento del 9,4 por 100 de 2001 a 2008, la magnitud del incremento de la oferta de viviendas de potencial

uso turístico ha sido desbordante. En estos siete años se han construido 664.000 viviendas (5) de esta clase en las comunidades del litoral, lo que supone, si se utiliza la ratio de tres plazas por vivienda (tamaño medio del hogar en España), la creación de casi 2,0 millones de nuevas plazas, hasta alcanzar los 11,7 millones a finales de 2008, un 20,5 por 100 más de las existentes en 2001.

Se trata no sólo de un aumento de la capacidad muy difícil de responder en condiciones normales de evolución de la demanda, sino también de una elevada presión territorial de extraordinarios costes ambientales que, con la escasa información disponible, todavía hoy es difícil de aproximar. Y es que, junto a la evolución de la propia oferta turística, estas zonas han experimentado un crecimiento paralelo en el número de viviendas principales que hace que, a finales de 2008, la presión humana potencial derivada del parque existente de viviendas y de plazas turísticas localizados en las comunidades del litoral se situara en los 43,1 millones, lo que supone la capacidad para albergar al total de la población que residía en España en el año 2004.

La paradójica evolución entre una demanda turística a la baja y un exorbitado crecimiento de la oferta de alojamiento ha provocado que 2008 se cerrara con un nivel de ocupación medio en estas zonas del litoral del 15,2 por 100, lo que equivale a menos de dos meses al año de utilización, habiéndose reducido en 2,5 puntos desde el 17,6 por 100 que registraba en 2001 (ver gráfico 6).

El descenso en los niveles de ocupación en estos años se ha visto acompañado de una continua pérdida de rentabilidad como resultado de la presión a la baja so-

bre los precios, utilizados como principal instrumento compensador de la pérdida de competitividad. Como se deriva de la *Encuesta de confianza empresarial* que con carácter trimestral realiza EXCELTUR entre una muestra de más de 1.000 hoteles, desde su puesta en marcha en el segundo trimestre del año 2002, los máximos responsables de los hoteles de la costa española certificaban, en 19 de los 27 trimestres que se suceden desde entonces hasta el final de 2008, caídas en sus niveles de beneficios respecto a los registros obtenidos el año anterior.

1.2. Las causas de la pérdida de competitividad estructural del turismo de litoral

Más allá del resultado tendencial derivado de la propia madurez de lo que ha sido el producto español predominante en el litoral tras más de 40 años de vigencia, durante la última década han coincidido una combinación de factores que ha acelerado la pérdida de competitividad de la oferta turística del litoral y que explican el descenso de los ingresos turísticos que reflejan las fuentes oficiales de información estadística. Aunque es compleja su disección y, sobre todo, su incidencia sobre la constatada merma de competitividad, se puede diferenciar entre los factores asociados a los profundos cambios que se han producido en el propio sector, definiendo un nuevo escenario en el que han de competir empresas y destinos, y los vinculados a las lógicas de crecimiento económico de los territorios en los que la actividad turística se asienta, que han acabado drenando el atractivo de los espacios turísticos.

A) Cambios en la organización y el mercado turístico

De manera resumida, y con distintas intensidades entre destinos, el modelo turístico de los territorios del litoral español se ha caracterizado históricamente por su especialización en el turismo de masas vinculado a unos excepcionales recursos territoriales (la costa y sus playas) y climáticos, con las ventajas sobre los precios de unos costes relativamente bajos de un factor abundante como era el trabajo, comercializado con la ayuda de los touroperadores extranjeros, en un mercado internacional de escasa competencia por parte de otros países. Este modelo, vigente desde comienzos de los años sesenta, no hubiera sido posible sin la figura del touroperador, que componía el producto final a base de agregar distintas piezas de servicios prestados por las diversas empresas individuales existentes en los destinos españoles (*transfers*, alojamiento principalmente hotelero y excursiones), aportaba la logística de transporte a costes bajos para garantizar la accesibilidad (los llamados “vuelos *charter*”) y era capaz de llegar al consumidor final europeo gracias a su extensa red de distribución en forma de agencias de viajes.

Desde finales de la década de los noventa, y de forma acelerada en este inicio de siglo, se han venido sucediendo un conjunto de transformaciones que han impactado directamente sobre estos pilares en los que se había construido la capacidad competitiva del sector turístico del litoral español. Los más relevantes se pueden resumir en:

1) La desestructuración del producto turístico.

La conjunción de las posibilidades de compra directa de los servicios finales prestados en destino que permite la penetración y extensión de Internet, junto con la llegada de nuevas compañías

aéreas (en la mayor parte de los casos, dentro del grupo denominado de “bajo coste”), que venden el acceso desde los principales mercados europeos a estas zonas del litoral español de forma independiente y a precios bajos, ha venido provocando una paulatina pérdida de poder de mercado por parte de los touroperadores. Gracias a estas facilidades, el turista europeo, en general con un elevado grado de conocimiento de los destinos de España por cuanto en la mayor parte de los casos ya los ha visitado en varias ocasiones (6), ha pasado gradualmente a auto-organizarse de manera independiente el viaje. Para evaluar la magnitud de este cambio cabe decir que el paquete turístico, que era el predominante entre los turistas extranjeros que visitaban las zonas del litoral español en el año 2001, con un 53,8 por 100, según Frontur, ha pasado siete años después a representar apenas un tercio (ver gráfico 7).

La principal implicación de esta tendencia, hoy ya imparable, se concentra en la pérdida paulatina del actor hasta ahora encargado de alinear y agregar los servicios de los distintos subsectores turísticos presentes en los destinos españoles para componer un producto y dotarle de una capacidad de comercialización directa en los principales mercados europeos. La pérdida de poder de mercado del touroperador ha introducido en los últimos años un grado de incertidumbre y confusión entre las empresas con estrategias de venta tradicionales ligadas casi exclusivamente a este canal.

2) Cambio en los hábitos de viaje, preferencias y valores de los turistas más interesantes

La tendencia hacia la auto-organización del viaje en destinos

conocidos representa una expresión más de los profundos cambios en la manera de viajar de las personas. En estos años, el turista ha adquirido una creciente experiencia, ha ganado en información y en exigencia dentro de una cada vez mayor sensibilidad hacia la mejor calidad-precio (*value for money*). Pero el cambio con mayor capacidad transformadora, que modifica el orden de prelación en las decisiones de viajes, tiene que ver con una elección basada en la respuesta a una motivación propia vinculada a los gustos individuales de cada viajero. En el mercado actual, los turistas deciden qué quieren hacer (descansar, practicar un deporte, disfrutar de la naturaleza, cultivar una afición cultural, o cualquier otro deseo específico) y, en función de su motivación, eligen el destino que consideran ofrece unas mejores condiciones para satisfacer sus necesidades.

Frente a esta situación, los destinos españoles de litoral, y las empresas que operan en su seno, han mantenido, en general, una estrategia pasiva basada en la satisfacción de las necesidades primarias de los turistas movidos por las ganas de disfrutar de un buen clima cercano a una playa durante las vacaciones. Como resultado, el modelo registra altos niveles de estacionalidad, mientras el desarrollo de estrategias de especialización por productos y la incorporación de los nuevos atributos, de creciente valoración por parte del consumidor, han sido limitados y circunscritos a iniciativas más individuales que colectivas.

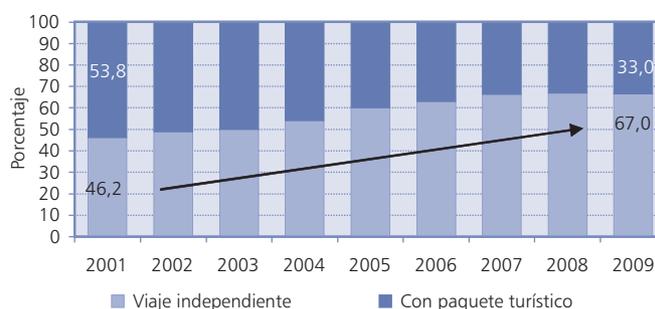
3) El encarecimiento de los destinos españoles

El rápido proceso de convergencia real que ha experimentado España, con la aproximación de

los niveles de renta per cápita a la media de los países desarrollados, se ha traducido en una pérdida progresiva de las ventajas en costes y precios que ofrecía la oferta española de litoral y que, hasta la fecha, había sido una de sus principales ventajas competitivas. El índice de tipo de cambio real en relación con los principales mercados emisores de turistas hacia Espa-

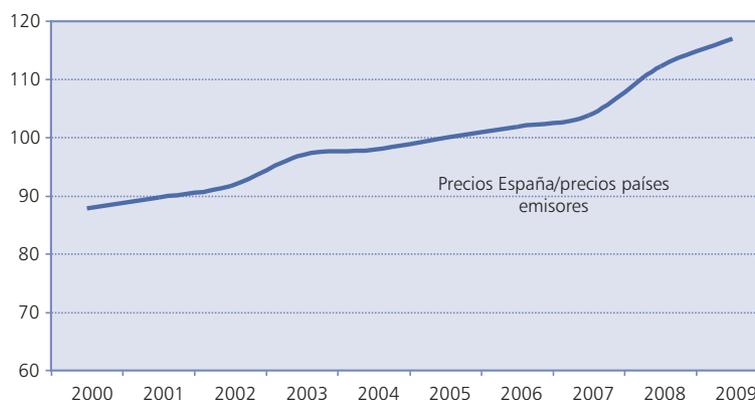
ña refleja un continuo encarecimiento de los servicios de hostelería en España, como resultado del mayor crecimiento de los precios. En el período 2001-2008 este encarecimiento relativo asciende al 25,0 por 100 (ver gráfico 8), principalmente explicado por la evolución de la restauración, en comparación con un comportamiento de los precios de los hote-

GRÁFICO 7
LLEGADA DE TURISTAS EXTRANJEROS A LAS COMUNIDADES DEL LITORAL EN FUNCIÓN DE LA FORMA DE ORGANIZACIÓN DEL VIAJE 2001-2009



Fuente: Elaboración propia a partir de Frontur, Instituto de Estudios Turísticos.

GRÁFICO 8
COMPETITIVIDAD PRECIO DE ESPAÑA RESPECTO A LOS MERCADOS EMISORES EN LA HOSTELERÍA ÍNDICE DE TIPO DE CAMBIO REAL (2000-2009)



Fuente: Elaboración propia a partir de Eurostat y Frontur.

les mucho más contenido, e incluso a la baja a partir del año 2008.

4) La creciente competencia internacional

Estos rasgos han coincidido con un fuerte crecimiento de la oferta turística en algunos países del Mediterráneo oriental, aspirando a atraer a ellos segmentos de demanda en los que están posicionados muchos destinos españoles del litoral, bajo el mismo modelo basado en el paquete turístico de unos touroperadores que han ido desplazando sus intereses hacia estos destinos, donde su modelo de negocio sigue siendo rentable y es demandado por el turista europeo. Turquía, Egipto, Túnez, Marruecos y Croacia han disfrutado en este período de una cierta estabilidad geopolítica que, junto a una atractiva propuesta de instalaciones turísticas operadas con costes menores a los de los españoles y un fuerte apoyo institucional de sus gobiernos hacia el desarrollo turístico, les ha permitido experi-

mentar un fuerte aumento de la demanda turística.

A pesar del incremento en la llegada de turistas extranjeros experimentada en los destinos españoles del litoral hasta 2008, su comparación con la tendencia de estos países refleja una rápida y continua pérdida de cuota de mercado, que no se puede achacar sólo al resultado de los crecimientos propios de destinos que están en sus primeras fases de desarrollo. De hecho, en 2008, el conjunto de los países mencionados del Mediterráneo oriental superaban los 59,6 millones de llegadas de turistas extranjeros, por encima ya de los registros de las comunidades del litoral español en dicho año (48,3 millones), mientras en 2001 apenas atraían a la mitad (33,1 millones) (ver gráfico 9). No sólo eso, sino que incluso en 2009, año en el que se derrumbó la llegada de turistas extranjeros a los destinos españoles, en los países competidores del Mediterráneo analizados siguieron creciendo.

B) Transformaciones en la fisonomía de los destinos españoles

La pérdida de competitividad del turismo de litoral español no puede explicarse sólo por los cambios en el sector turístico, a pesar de la gran profundidad e impacto de los más relevantes que se han enunciado. Una parte importante procede de la respuesta ofrecida por la sociedad local a las oportunidades brindadas por un ciclo favorable para la construcción residencial, que ha tenido una incidencia directa sobre la propia situación de los destinos, que, no se olvide, representa la escenografía donde los turistas disfrutaban mayoritariamente de su viaje, condicionando de forma intensa su experiencia y su nivel de satisfacción.

La magnitud del proceso urbanizador experimentado por estas zonas de litoral, compartiendo con distintas intensidades la falta de un modelo territorial y un objetivo de consolidación de un sistema productivo sostenible a medio y largo plazo, han provocado espacios urbanos con niveles de presión humana similares a los de las grandes ciudades españolas.

Estos niveles de congestión humana (ver gráfico 10) resultado de la edificación residencial, con demasiada frecuencia justificados como aporte a un supuesto modelo turístico, dentro de espacios indiferenciados y de carácter clónico, y acompañados por la pérdida de los valores paisajísticos, territoriales y ambientales, han reducido el atractivo de los destinos, expulsando a los turistas de mayor gasto en destino (ver Navarro, 2003, para el caso de la Costa del Sol) y jugando, por este efecto, un papel relevante en la reducción de ingresos globales.

GRÁFICO 9
COMPARATIVA DE LA LLEGADAS DE TURISTAS EXTRANJEROS A LAS 6 COMUNIDADES AUTÓNOMAS DEL LITORAL ESPAÑOL RESPECTO A SUS PRINCIPALES COMPETIDORES DEL MEDITERRANEO

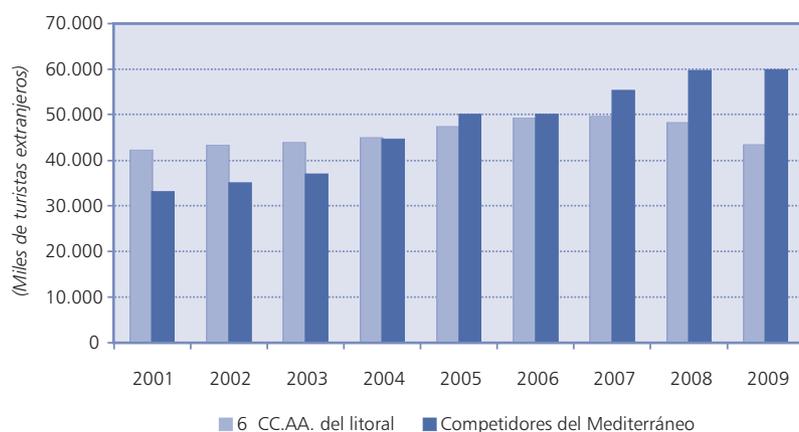
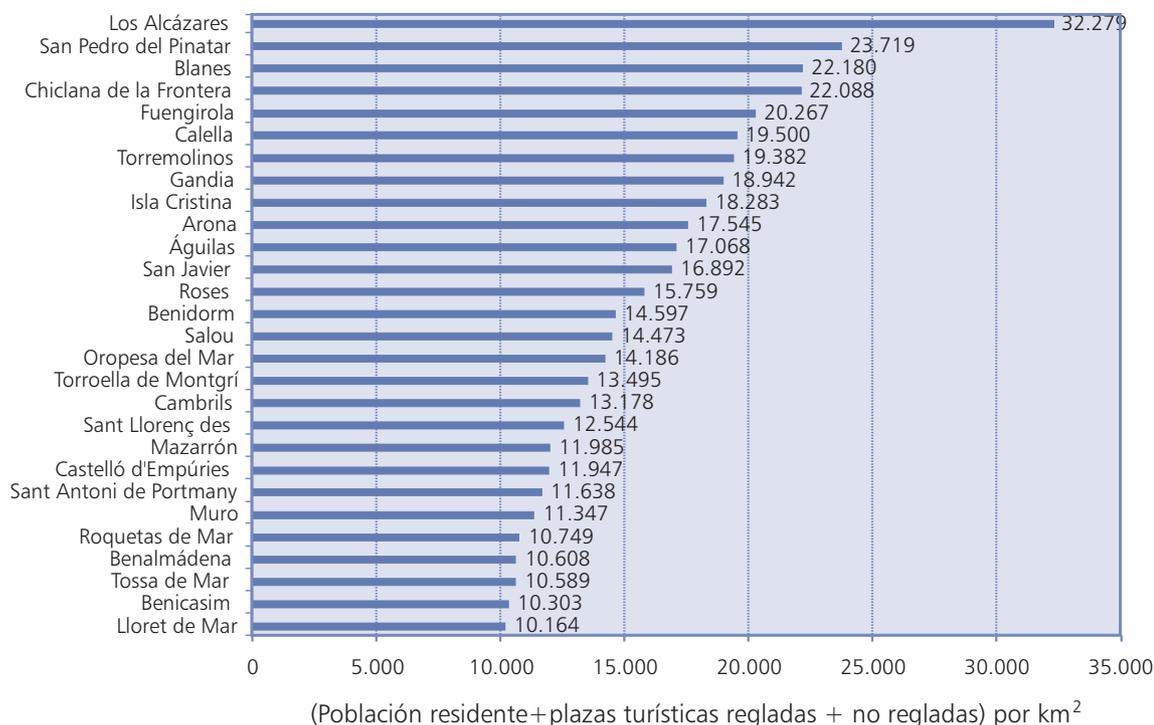


GRÁFICO 10

DESTINOS CON LA MAYOR PRESIÓN HUMANA POTENCIAL (CONGESTIÓN) URBANA 2008

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo de 2001, del Padrón de habitantes, del Catastro y de las encuestas de ocupación del Instituto Nacional de Estadística.

2. El motor del crecimiento económico y la generación de empleo se desploma con visos de no recuperarse en el medio plazo

Ante este diagnóstico tan revelador sobre una dinámica cada vez más empobrecedora del sector turístico del litoral, ¿cómo es posible que no haya trascendido lo suficiente? ¿Qué ha podido jugar un papel económico dinamizador tan relevante como para ocultar la realidad del sector preponderante y fuente de desarrollo en el pasado? La respuesta hay que encontrarla en la evolución del sector de la construcción residencial, de obra pública, y sus efectos sobre la industria y los ser-

vicios profesionales conexos. Los datos de la Contabilidad Regional de España reflejan la magnitud económica del fenómeno. Concretamente, la construcción y los servicios inmobiliarios, que en el año 2001 generaban un valor añadido bruto en las seis comunidades analizadas de 72,5 millardos de euros, en 2007 (último año disponible) había crecido un 29,3 por 100 en términos reales, hasta alcanzar los 93,8 millardos de euros.

Lo que hasta 2008 había sido un extraordinario motor de crecimiento económico y generación de empleo en el litoral se ha desplomado a partir de 2009 por los efectos de la crisis económica y financiera internacional y el estallido de la burbuja en la que estaba

inmerso (7). El mejor indicador de la magnitud del derrumbe de la edificación residencial, y del efecto que ha generado sobre los sistemas productivos de los territorios de litoral en los dos últimos años, es la evolución de las viviendas tanto construidas como iniciadas en la última década. Entre 2001 y 2006, el número de viviendas iniciadas en las provincias del litoral analizado había crecido de manera continua hasta alcanzar un máximo de 523.000 (ver gráfico 11). Desde el final de este período, se produce una ralentización en el ritmo de nuevas viviendas incorporadas al mercado que se extiende hasta 2009, año en que todavía se termina un importante volumen de ellas, fruto de decisiones de inversión tomadas en 2007, como consecuen-

cia de la media de 18 meses necesarios para su construcción. A pesar del todavía notable parque de viviendas puesto en el mercado en 2009 en estas zonas, el derrumbe de la actividad se constata en el mínimo de las iniciadas en ese mismo año (casi 47.000), que van a marcar la actividad prevista de media para los próximos dos años.

No obstante, lo más preocupante es que, según los trabajos disponibles, no parece que se vuelva a esos niveles, e incluso a volúmenes propios de los niveles de equilibrio, hasta el año 2016 (8), por cuanto se ha generado en estos años un elevado parque de viviendas vacantes que las restricciones a la baja en el ajuste en los precios experimentado hasta la fecha está impidiendo absorber a las velocidades suficientes para observar una pronta recuperación de la dinámica edificatoria.

Las cifras agregadas de las quince provincias que forman el eje del Mediterráneo oriental y los archipiélagos de Baleares y Canarias son ilustrativas de los intensos efectos del impacto de la caída del

paradigma construcción residencial-turística sobre la realidad socioeconómica de estos territorios. Como señal más concluyente, la tasa de paro de la franja del litoral se situaba en el tercer trimestre de 2010 en el 22,9 por 100, según la EPA, tres puntos por encima de la media nacional, con once de ellas por encima de dicha media, siendo las más dañadas las del litoral de Andalucía, Canarias, la Comunidad Valenciana y Murcia, paradigmas del modelo dominante en los últimos años (9).

3. ¿Qué supondría para el litoral seguir por la misma senda de la última década?

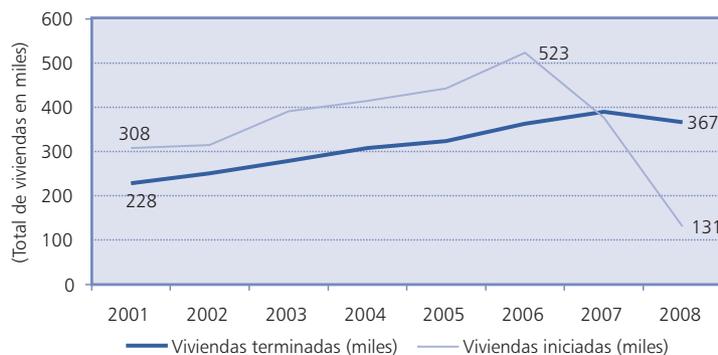
Atascada la construcción residencial a medio plazo, un turismo de resultados menguantes y sin la presencia de un sector que, por dimensión, pueda servir a corto y medio plazo de recambio a estas dos actividades protagonistas de la economía de las zonas de litoral, ¿qué sector productivo va a ser capaz de ejercer como necesario motor de la recuperación económica y la generación de em-

pleo en las zonas del litoral mediterráneo y los archipiélagos de Baleares y Canarias?

Un análisis realista de las ventajas comparativas y la dotación de factores propia de estos territorios de litoral sólo permite confiar en el turismo como sector con las características de especialización y tamaño para ejercer de arrastre a corto plazo, que involucre a la construcción residencial vía la rehabilitación de los espacios ya edificados. Dicho esto, las lógicas “empobrecedoras” que han dominado la última década son lo suficientemente explícitas para no ser demasiado optimistas sobre los resultados de seguir por la misma senda. De hecho, una traslación de la última década hacia un escenario futuro, hacia otra década, tomando como punto de referencia el año 2020 y partiendo de los resultados obtenidos en 2009, ofrece un panorama nada halagüeño. Seguir a partir de 2010 la misma senda del período precrisis 2001-2008, bajo las lógicas de mayor carga ambiental (10), mayor oferta de alojamiento, más afluencia y menor impacto económico y rentabilidades empresariales, en un contexto donde la competencia va a seguir creciendo, supondría en 2020 alcanzar registros inasumibles en términos económicos, ambientales y sociales para estos territorios (ver gráfico 12).

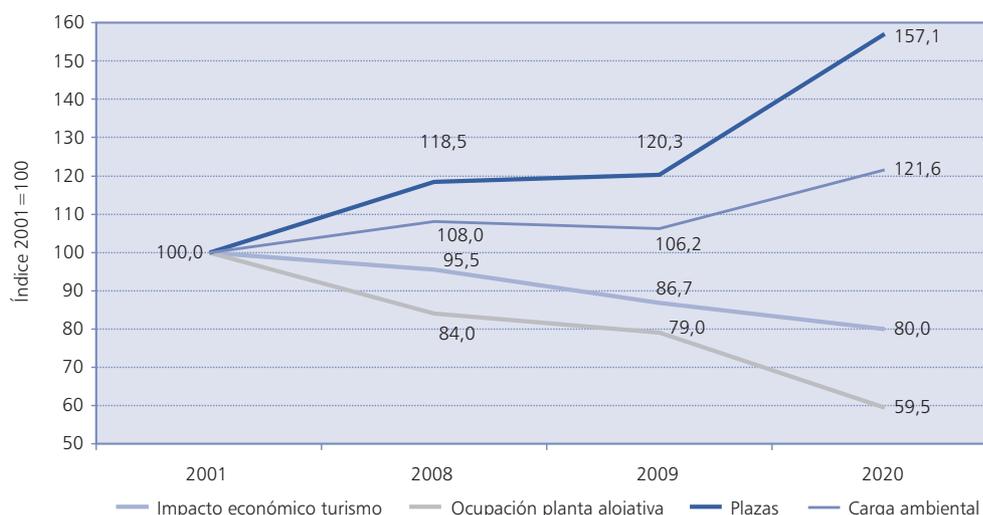
Con esta perspectiva, ¿se puede realmente confiar en la capacidad de arrastre del turismo? Sirva como primera reflexión favorable que las previsiones realizadas sobre la evolución a largo plazo de la demanda turística apuntan un escenario de crecimiento continuo. El reto para aprovechar este empuje se plantea en términos de ofrecer una gama de productos prestados en espacios de excelencia, que conecte con unos perfiles

GRÁFICO 11
EVOLUCIÓN DE LA CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDAS EN LAS COMUNIDADES DEL LITORAL 2001-2009



Fuente: Elaboración propia a partir de información del Ministerio de Fomento.

GRÁFICO 12

ESCENARIO TENDENCIAL DEL SECTOR TURÍSTICO ESPAÑOL DEL LITORAL MEDITERRÁNEO, BALEARES Y CANARIAS 2009-2020

Fuente: Elaboración propia.

de demanda de mayor contribución económica por su mayor gasto en destino y que, a la vez, incorpore y dé respuesta a los desafíos inherentes al contexto de cambio global, que se anticipa gobernará el escenario post crisis.

III. NUEVOS RETOS DERIVADOS DEL ESCENARIO DE CAMBIO GLOBAL

La apuesta por un nuevo paradigma de trabajo en el litoral, como resultado de asumir que la crisis ha supuesto el fin de un ciclo, no sólo procede de la constatación del agotamiento de las lógicas del modelo de crecimiento imperante, sino que se ve reforzada por la necesidad de dar respuesta a los retos impuestos por el cambio global. La combinación del paulatino agotamiento de recursos energéticos básicos, como el petróleo, y la alteración de las dinámicas biogeofísicas, con el

cambio climático como principal exponente en el plano ambiental, la escasez del crédito y las limitaciones a las expansiones monetarias, en el plano económico, unido a la respuesta del consumidor siguiendo pautas de comportamientos basadas en nuevos valores y principios, en el plano humano, representan las aristas más visibles de este cambio global con incidencia directa sobre el sector turístico.

Saber entender estos cambios y posicionarse anticipadamente frente a ellos, buscando aprovechar sus oportunidades y limitando sus riesgos, multiplicará la probabilidad de éxito del ejercicio de reposicionamiento y cambio de paradigma al que se ha de enfrentar el turismo de litoral español. Las implicaciones más relevantes a tener en cuenta en una reflexión que pretenda abordar un nuevo ciclo de prosperidad sostenible, basado en un nuevo paradigma de trabajo en el litoral, que tenga

en cuenta los desafíos del cambio global, se pueden resumir en (11):

1. El encarecimiento del transporte aéreo

Dos rasgos propios del cambio global van a tener un impacto directo sobre uno de los pilares estructurales del desarrollo turístico, como es el de la accesibilidad, y muy especialmente la derivada del transporte aéreo. Por un lado, existe un consenso generalizado, expresado de manera explícita por la Agencia Internacional de la Energía, acerca de que, a medio plazo, sólo cabe esperar un incremento en el precio de los combustibles fósiles, en la medida en que se siga incrementando la demanda procedente de los países emergentes, sin que pueda ser respondido por un aumento indefinido de la capacidad de producción y refino. Se trata de un fenómeno que provocará un incremento de los precios del carburante, traduciéndose irre-

misiblemente en un crecimiento en el precio de los billetes de avión, y dejándose notar, a su vez, sobre la propia estructura del mercado de transporte aéreo.

El aviso que supuso lo vivido en agosto del año 2008, con el aumento exponencial de precios del petróleo hasta los 150 dólares el barril *brent*, provocó un aumento medio del 20 por 100 en el precio de los billetes en Europa y la quiebra de numerosas compañías aéreas (entre otras, Futura, XL, Flyglo-bespa o Air Comet), en la medida en que todavía el carburante representa el principal componente de sus costes operativos (variando entre el 30 y el 35 por 100). La Agencia Internacional de la Energía, en su último informe de noviembre de 2010, espera un crecimiento del precio del petróleo hasta situarse por encima de los 100 dólares a medio plazo, más de un 75 por 100 superior al precio medio de la primera década de este siglo, habiéndose alcanzado al cerrar este artículo los 90 dólares el barril.

Adicionalmente, y por otro lado, la segunda ronda de medidas dirigidas a la mitigación de los efectos del cambio climático ha incorporado al transporte aéreo entre los sectores sujetos al mercado europeo de derechos de emisión de CO₂. En la práctica, este hecho supondrá que, a partir de 2012, las compañías aéreas europeas tendrán que asumir un coste adicional por la adquisición de derechos de emisión, que trasladarán al consumidor por la imposibilidad de internalizarlos. Hasta su introducción, algunos países como el Reino Unido han comenzado a aplicar tasas a los billetes aéreos ya en 2010, argumentadas desde una justificación ambiental, y otros, como Alemania o Austria, han anunciado su gravamen a partir de enero de 2011, siguiendo las mismas motivaciones.

La subida de los precios de los billetes aéreos supone uno de los mayores retos a medio plazo para el turismo de litoral español por cuanto dos de sus destinos emblemáticos, Baleares y Canarias, dependen casi al 100 por 100 de este medio de transporte por su condición insular, y para el conjunto de las seis comunidades autónomas, el 70 por 100 de turistas extranjeros utilizan este medio de transporte para visitarlas. Esta realidad se ve agravada por las apuestas de las administraciones públicas y empresarios de estos territorios por mantener el volumen de turistas necesarios para ir respondiendo a los crecimientos de la oferta alojativa dentro del modelo basado en el volumen *per se*, apoyando económicamente el establecimiento de bases y el crecimiento de las conexiones principalmente de las compañías aéreas de bajo coste.

El cambio de escenario impuesto por unos precios del transporte aéreo al alza refuerza la necesidad de atraer un perfil de cliente medio menos sensible al precio. Adicionalmente, la subida de los billetes aéreos exigirá a los destinos dotarse de los atributos y atractivos en clave de experiencias de ocio, y su reconocimiento en los mercados, para justificar estancias más largas que permitan al turista "amortizar" el mayor coste del billete aéreo, en un contexto donde probablemente se va a ver especialmente perjudicada la modalidad de viajes cortos.

2. La integración de la sostenibilidad ambiental y la lucha contra el cambio climático

Más allá del impacto directo que sobre el turismo de litoral provocará el encarecimiento del trans-

porte aéreo, el reto de fondo, de carácter global, se define en términos de transformar los procesos para reducir su carga ambiental y climática, y contribuir así a la reducción de la huella ecológica y a la lucha contra el cambio climático.

Se trata de un desafío que ya ha sido integrado en la agenda política de Naciones Unidas y la Unión Europea a escala general y, dentro del propio sector, por la Organización Mundial de Turismo y cien de las compañías turísticas internacionales más representativas del mundo, englobadas en el World Travel & Tourism Council (WTTC, 2010).

Cada vez hay más evidencias, tanto desde la perspectiva de la demanda (los estudios de mercado realizados por Turespaña en 2006 sobre los turistas alemanes, franceses e italianos así lo constatan) como desde la competitividad de la oferta (el reciente Informe del World Economic Forum sitúa a España en el puesto 31 en términos de las políticas de sostenibilidad ambiental y en el puesto 30 en el cuidado de los recursos naturales, muy por debajo de la sexta posición que ocupa el conjunto de España), sobre la progresiva pérdida de los valores ambientales, territoriales y paisajísticos de los destinos españoles del litoral mediterráneo y de los archipiélagos de Baleares y Canarias.

Adicionalmente, los territorios de la franja mediterránea española son identificados por los estudios internacionales y nacionales publicados sobre el impacto del cambio climático (Esteban, 2005; UNWTO, 2007; Consorcio de la Playa de Palma, 2010) como las zonas que experimentarán con mayor intensidad sus impactos en términos de subida de las temperaturas máximas y de elevación del

nivel del mar. Frente a estas evidencias, el sector turístico no puede ser ajeno a la integración de una prioridad global en el diseño de una nueva hoja de ruta que sirva para comenzar a plantear compromisos de reducción de su huella climática, y en el diseño de acciones de mitigación y de adaptación en escenarios alineados con los que ya se manejan en este campo con referencias a los años 2020 y 2050.

3. Una financiación menos abundante y más selectiva

El acceso a un crédito barato y percibido como ilimitado, sobre el que los consumidores y las empresas han afrontado procesos de compra e inversión en algunos casos irracionales (o por encima de sus posibilidades), y que han permitido generar una fuerte demanda, entre otros, de servicios turísticos y de oferta de instalaciones alojativas y de ocio, se verá profundamente reducido a corto plazo y registrará a medio y largo ritmos de crecimiento más pausados que los acontecidos en la última década. Los nuevos instrumentos de control del riesgo crediticio que los responsables del sistema financiero mundial ya han puesto sobre la mesa en las diversas reuniones del G20, y plasmados en la tercera ronda de los acuerdos de Basilea (llamado coloquialmente Basilea III), así como la propia respuesta de restricción del crédito de las entidades financieras para cuadrar sus balances, ya han actuado restringiendo el acceso a la financiación y, por esta vía, a las decisiones de consumo y de inversión.

El crecimiento de los territorios del litoral español basado en la construcción inmobiliaria ha sido, en buena parte, el paradigma del

efecto de unas condiciones excepcionales de financiación. El nuevo contexto de restricción crediticia va a exigir mayor certeza sobre la rentabilidad esperada y la estabilidad temporal de los ingresos para evitar escenarios de burbuja, siendo especialmente sensible a los desarrollos inmobiliarios masivos. Se podría aseverar que no sólo la sobreoferta de construcción de justificación turística existente en las zonas del litoral y las dificultades existentes de acceso a financiación harán inviable a medio plazo recuperar el paradigma imperante en esta última década, sino que también la propia "memoria" del sistema respecto a sus dramáticas consecuencias, en términos de caída de la producción y el empleo, obligan a proponer planteamientos disímiles basados en lógicas de trabajo diferentes.

4. Nuevos principios y valores en las decisiones y comportamientos de los seres humanos

Más allá de los desafíos enunciados, la principal palanca de transformación de las actividades turísticas de cara al futuro procederá de los cambios en la forma de viajar del propio ser humano. Ya en la primera década de este siglo XXI, el turista ha venido transformando sus patrones de comportamiento aprovechando los avances tecnológicos, los nuevos modelos de negocio en algunos subsectores de la cadena de valor turística, como el aéreo, así como su mayor cultura y experiencia viajera. Entre todos ellos, el mayor cambio procede de la paulatina consolidación de un mercado motivacional y experiencial, donde cada persona viaja esperando cumplir un deseo personal con el mayor nivel de satisfacción posible (Yeoman, 2008).

Lo más relevante es que se trata de tendencias que protagonizarán los turistas más interesantes por su mayor gasto medio (Amadeus, 2010), que son aquellos hacia los que debieran reposicionarse los destinos españoles, tal y como se ha argumentado en el presente artículo. Los ejercicios de prospectiva apuntan a una valoración creciente de los elementos de autenticidad y el disfrute de experiencias reales, frente a las fabricadas de manera artificial, un nuevo concepto del lujo más relacionado con el bienestar, el enriquecimiento personal y el aprovechamiento del tiempo que con la opulencia y el acceso a elementos físicos, y una búsqueda de la diversión y el contacto personal vinculado a motivaciones propias y específicas, donde el clima seguirá siendo un factor relevante en la elección del destino al que se incorporará el compromiso ambiental y social dentro de una sociedad más envejecida.

La situación de la escenografía de los destinos turísticos del litoral español y la oferta de servicios en los que han basado su posicionamiento en el mercado turístico internacional los coloca hoy lejos de poder responder a estos parámetros. Dicho esto, tales territorios disfrutaban, a su vez, de unos extraordinarios recursos, bien propios, bien en un entorno cercano que, bajo otra cultura de gestión, ofrecen una extraordinaria oportunidad de conectar con los valores que van a regir los mercados de mayor aportación socioeconómica.

IV. POR UNA NUEVA CULTURA DEL LITORAL BASADA EN SU REHABILITACIÓN TURÍSTICA (12)

En el escenario dibujado por estas fuerzas del cambio global,

el futuro del litoral pasa necesariamente por impulsar nuevos principios de trabajo que permitan al turismo volver a ejercer de motor del crecimiento económico, alineándose con las preferencias de los consumidores más interesantes que lo han de hacer posible, como resultado de optimizar las oportunidades económicas en un entorno sostenible. El reto se plantea en términos de ofrecer una gama de productos que permita conseguir que llegue un turista que cada vez gaste más en destino, permanezca más días y en meses distintos a los de la temporada alta, incrementando la eficiencia en el uso del *stock* de capital existente, comprometiéndose con políticas dirigidas a reducir el consumo de territorio y de recursos energéticos y naturales, y mejorando la escenografía de los espacios urbanos. Todo ello se traducirá en una mejora de la calidad de vida de la población residente, que pudiera incluso impulsar la atracción posterior de otras actividades económicas, cuya localización se sustenta en espacios de excelencia como los que reclama el turista más exigente.

Hacerlo posible significa optar por una nueva cultura de trabajo en el litoral que descansa sobre pilares casi opuestos a los que han dirigido su evolución histórica, y muy especialmente a los que han gobernado la última década, integrando con otras proporciones y principios el tándem turismo-construcción como única opción realista de especialización económica generadora de un nuevo ciclo de prosperidad a medio plazo. Los principios esenciales para convertir esta propuesta, hoy quimérica, en la realidad que necesitan los espacios del litoral son:

a) Una política decidida de rehabilitación integral del litoral, frente a la construcción de más

capacidad alojativa, encaminada a dotar de calidad integral a los espacios ya construidos como única alternativa para hacerlos atractivos a las inversiones necesarias para el reposicionamiento del producto turístico y la localización de nuevas actividades productivas. Se trata de una apuesta que ha de servir como dinamizadora del propio sector de la construcción, por el volumen de actividad involucrada en la recuperación de los espacios públicos y en la definición de nuevos modos de movilidad y, en particular, el sector de la edificación residencial y la promoción inmobiliaria, pero con un peso mayoritario de la rehabilitación del parque de viviendas existente frente a la edificación de más plazas.

La apuesta decidida por la rehabilitación representa el reto más ambicioso y más complejo, por cuanto supone romper las lógicas de crecimiento urbanístico de la última década, hoy todavía latentes en los agentes económicos de los territorios del litoral. Abordar un verdadero cambio cultural no puede hacerse desde propuestas de corto plazo. Por ello, es necesario el liderazgo institucional plasmado en cambios normativos, incentivos y planes a escala nacional y autonómica, y combinado con proyectos piloto de destinos concretos que demuestren su factibilidad y la bondad de los resultados. En la actualidad, y a iniciativa del Gobierno de España, están en distintas fases de desarrollo tres planes de reconversión de destinos maduros (Playa de Palma, Costa del Sol, San Bartolomé de Tirajana y el Puerto de la Cruz) que debieran servir de "laboratorio" de las nuevas lógicas, a la vez que de ejemplo de la rentabilidad de sus resultados.

Su puesta en marcha supone actuar con instrumentos no exclusivamente relacionados con la po-

lítica turística, pero que la condicionan sobremedida, como son fundamentalmente la ordenación del territorio, la gestión urbanística o las políticas ambientales. Igualmente, trabajar bajo este principio significa abordar cambios en los sistemas de incentivos implícitos en el marco legal que, en gran medida, han impulsado el modelo imperante en los últimos años, y que tiene en la insuficiencia financiera de los municipios turísticos uno de sus principales exponentes.

La rehabilitación del litoral debería plasmarse a cuatro niveles:

— Rehabilitación de los espacios públicos de los conjuntos urbanos, desde sus frentes marítimos o terrestres hasta los accesos exteriores, pasando por el tejido interior de cada núcleo, a través de actuaciones de regeneración, esponjamiento, remodelación y creación de zonas verdes y de esparcimiento, estableciendo prioridades territoriales vinculadas a lugares y actividades estratégicas, más allá de las zonas turísticas y sus servicios auxiliares.

— Rehabilitación de las edificaciones residenciales, a través de propuestas de índole urbanística y fiscal que impulsen su recuperación basada en el uso de técnicas y materiales de edificación sostenible que reduzcan su huella climática, a la vez que les dote de un atractivo urbanístico vinculado a elementos de identidad local o de vanguardia constructiva para incrementar su interés y conseguir un mayor uso que supere el de los meses de verano.

— Rehabilitación de toda la gama de instalaciones turísticas (hoteles, restaurantes, comercios, oferta de ocio), que ejerzan de motor de recuperación y transformación de la amplia oferta madura y con problemas de obsolescen-

cia que se extiende por las zonas del litoral.

— Rehabilitación y valorización de la franja litoral y los espacios naturales, recuperando playas y otros espacios naturales próximos a la franja litoral, y respondiendo a su uso lúdico respetuoso con el entorno a través de una respuesta integral (menor impacto ambiental, adaptación a las condiciones del medio, mayor capacidad de diferenciación, etcétera).

b) Una estructuración de la oferta turística por *clusters* o clubs de productos vinculados a las motivaciones de los turistas, que, a la vez, permita superar la paulatina pérdida de mercado del tour operador tradicional. Las empresas turísticas deben entender que todas ellas forman parte de la cadena de valor, que es la que adquiere y disfruta el turista en clave de una motivación concreta y que, para su mayor competitividad, necesita ser gestionada de manera integral (tal y como hacía el touroperador, que es el que ha conformado históricamente el producto). Asumir esta forma de trabajar supone superar las lógicas subsectoriales de escasas interdependencias competitivas y apostar por principios de cogestión público-privada, que permita la consolidación de *clusters* en destino que integren y estructuren productos innovadores, con una gestión más homogénea y coordinada a escala país y dotada del mayor talento, para realizar un *marketing* interno y externo más claro y eficiente.

A día de hoy, es difícil esperar una organización espontánea entre las empresas del sector que replique, en una versión más avanzada, el papel que desempeñaba el touroperador, y ello por la elevada atomización y segmentación

que caracteriza al sector turístico del litoral. Sólo es factible que una estrategia basada en la formación de clubs de producto pueda cuajar si se sitúan al frente las administraciones públicas, respondiendo al papel que juegan en el producto turístico y la satisfacción del visitante muchos de los ámbitos sobre los que tienen poder de decisión.

c) Un sistema de accesibilidad y movilidad eficiente y sostenible, que combine la apuesta por un *mix* de medios de transporte e infraestructuras de acceso al litoral alineado con los posicionamientos más deseados por los diversos destinos y los retos que impone el cambio global. Asumir estos principios supone poner al servicio del posicionamiento del producto y los mercados objetivos el sistema de accesibilidad a los destinos, dentro de la existencia de una lógica integral e interrelacionado para todo el litoral.

Se trata de transformar la inversa dinámica actual, donde la política de transportes, principalmente en el caso del aéreo, se ha convertido en un sistema de incentivos diseñado desde los destinos para garantizar unos volúmenes indiscriminados de tráfico que sean capaces de llenar la capacidad instalada, independientemente del perfil que atraigan y, por tanto, del valor aportado al posicionamiento deseado del destino. Acertar con la política de accesibilidad aérea, y su integración con el resto de medios de transporte, representa una de las claves del éxito en el nuevo escenario, por cuanto se trata probablemente del eslabón que más se va a encarecer relativamente en un contexto de preocupación y prioridad creciente por la reducción de su huella climática.

Pero no sólo el éxito del posicionamiento se va a dirimir en el plano de la accesibilidad, sino

también en el plano de la movilidad interna en los destinos. En el nuevo paradigma de menor huella climática y mayor coste de la energía, habrá que optar por nuevos sistemas de movilidad más eficientes en los municipios turísticos, que permitan aliviar la tradicional presión del coche privado y ayuden a recrear un entorno vacacional y de vida diferencial, más lúdica y más sostenible.

En esta línea, no será creíble una estrategia de renovación, accesibilidad y movilidad en el reposicionamiento turístico del litoral si no se plasma en unos objetivos de reducción de la huella de carbono en los escenarios que están barajando las instituciones internacionales, y que sirva como atributo adicional frente a unos consumidores que cada vez valoran más este elemento.

d) Un centro de referencia en la generación de talento, especializado en los nuevos pilares de desarrollo del litoral. La apuesta por un paradigma basado en las lógicas y los principios propuestos no será posible si no se cuenta con el mayor talento que sea capaz de crear experiencias lúdicas, aportar capacidad de diferenciación en la puesta en valor de los recursos, gestionar la reordenación territorial y urbanística precisada, incorporar la eficiencia energética necesaria en las nuevas edificaciones y los sistemas de movilidad, diseñar sistemas tecnológicos que integren todos los elementos de la cadena de valor y aporten valor al consumidor o definan fórmulas de financiación que canalicen los recursos a invertir.

El litoral debiera aprovechar la inercia del cambio para consolidarse como centro de referencia en estos y posiblemente otros ámbitos clave de la industria turística del siglo XXI, a través de la in-

versión en la localización de centros de formación e investigación de vanguardia en las claves del cambio de modelo (turismo, renovación de espacios del litoral, energías renovables, nuevas tecnologías aplicadas a territorios inteligentes, análisis del cambio climático en zonas de costa, nuevos comportamientos de la demanda o tecnologías de la información y las comunicaciones aplicadas al turismo).

e) Un sistema de gestión sostenido sobre el liderazgo y la gobernanza público-privada. La multiplicidad de escalas de la administración, trabajando de forma poco coordinada, con proyectos solapados y de escasa capacidad transformadora, unido a un sector empresarial muy atomizado, con empresas de subsectores de intereses diversos y poco convergentes (entre ellos, los propios que componen el sector turístico con otros, como la construcción

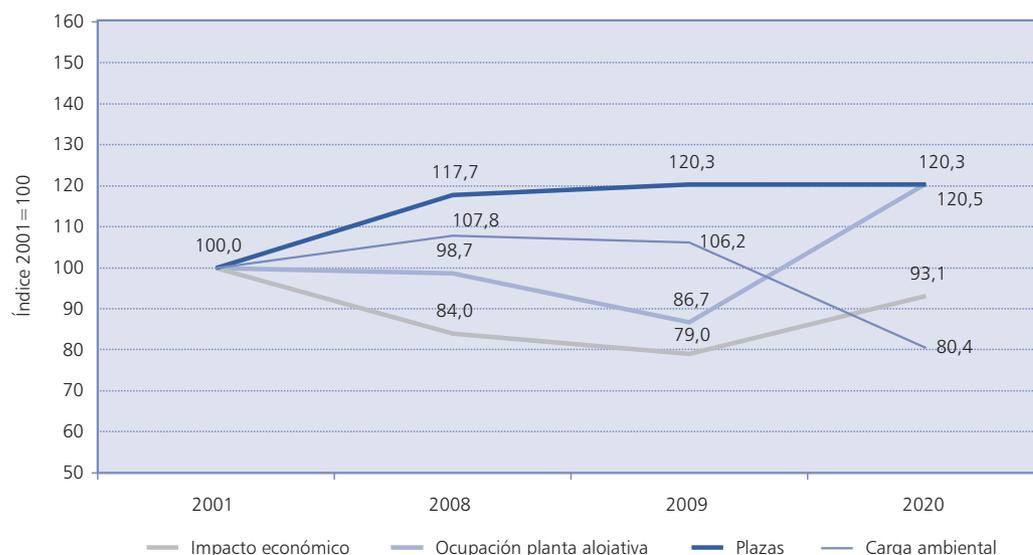
y su industria auxiliar), hace prácticamente inviable poder afrontar los principios propuestos.

Las probabilidades de éxito estarán directamente relacionadas con la capacidad de poner en marcha nuevos instrumentos de coordinación inter-administrativa que maximice la eficiencia en el uso de los recursos para el logro de unos objetivos consensuados de antemano, integrando a los diversos departamentos de las administraciones (ministerios y consejerías de las diversas comunidades autónomas) en comisiones temáticas, responsables de velar por la lógica transversal del proceso a través de la mayor coordinación de sus diversas políticas. Todo ello apoyado en firmes compromisos del sector privado, canalizados y concretados en nuevas estructuras y órganos de gestión que cuenten con los mejores profesionales y se rodeen del mejor conocimiento.

En la medida en que se está planteando un cambio cultural respecto a la lógica que ha dominado el litoral durante medio siglo, es necesario asumir que se trata de un proceso que requerirá no menos de una década para consolidarse entre los diversos agentes del sector, y dos para disfrutar de resultados apreciables. Por ello, cuanto antes se den los primeros pasos decididos hacia un desafío de esta naturaleza (13), más pronto podrán empezar a reflejarse sus resultados. El planteamiento que aquí se esboza para el litoral bien pudiera enzarzarse y dotar de contenido, en su traslación al litoral y al sector turístico, la propuesta todavía genérica que para España se ha venido en llamar "Nuevo modelo de economía sostenible".

Una simulación a 2020 de lo que podría suponer aplicar esta nueva estrategia de revalorización de la oferta turística dirigida a la atracción de un turista (español y

GRÁFICO 13
ESCENARIO DE REHABILITACIÓN INTEGRAL DEL SECTOR TURÍSTICO DEL LITORAL ESPAÑOL (2001-2020)



Fuente: Elaboración propia.

extranjero) de mayores efectos multiplicadores, que permaneciera en España un período algo más largo de tiempo, refleja su alta rentabilidad económica, ambiental y social. El resultado obtenido, con base en supuestos poco ambiciosos concretados en que, gracias a la rehabilitación de los destinos y la generación de nuevos productos turísticos, el gasto medio diario real de los turistas se incrementará en estas zonas un 1,5 por 100 anual por la atracción de un perfil de gasto algo más alto, y el número de estancias aumentará un 1,5 por 100 por el desarrollo de una propuesta de nuevas actividades y atributos distribuidas de forma más homogénea a lo largo del año, supondría acumular en el año 2020 un crecimiento de los ingresos turísticos de 18,6 millardos en términos reales en estas zonas, un 38,9 por 100 superiores a los que cerraron en el año 2009 (ver gráfico 13).

En esta simulación no se integra la actividad económica adicional vinculada a la rehabilitación de espacios públicos, edificaciones territoriales e instalaciones turísticas, pero sí las ganancias de eficiencia derivadas del mayor uso de la oferta de alojamiento turístico, bajo el supuesto de mantener el número de plazas existentes en el año 2009. El escenario resultante para 2020 de la nueva cultura de trabajo en el litoral no sólo supone un mayor impacto económico, sino además, gracias a la mejora en los niveles de ecoeficiencia conseguidos en el proceso de rehabilitación (14), reducir sustancialmente la carga ambiental en el litoral hasta el 80,4 por 100 respecto a la registrada en 2001, alineándose con los compromisos de España en esta materia.

V. CONCLUSIONES

Desde los años sesenta, y salvo en las ciudades y algunas zo-

nas de especialización industrial, el litoral mediterráneo español y los archipiélagos de Baleares y Canarias han basado su modelo de desarrollo económico en el binomio turismo-construcción, principalmente inmobiliaria. La evidencia disponible sobre la última década pone de manifiesto unos resultados menguantes de la actividad turística incluso antes de la crisis económica, bajo un paradigma empobrecedor en el que se han recibido más turistas, pero han permanecido menos tiempo en los destinos y han reducido su gasto diario en términos reales, lo que ha supuesto una reducción de 2.500 millones de euros en ingresos turísticos de 2001 a 2008 y una continua merma en los beneficios empresariales. En estos años, el descenso del impacto económico procedente del gasto turístico se ha producido en un contexto de intenso aumento en el número de nuevas plazas alojativas puestas en el mercado, tanto regladas (200.000), como sobre todo de las residenciales (dos millones), de forma que la construcción inmobiliaria ha compensado, e incluso ayudado a ocultar, el declive turístico por su extraordinario rendimiento económico.

En los tres últimos años, los factores condicionantes de la crisis económica y financiera internacional, y su traslación sobre España, han provocado el desplome del sector que había ejercido de motor económico en el litoral. Pero la crisis no sólo ha puesto en evidencia el excesivo protagonismo del sector inmobiliario, sino, lo que es más relevante, ha destapado las debilidades estructurales del sistema sobre el que se ha sostenido el crecimiento económico mundial, exigiendo un cambio a escala global cuyos principales vectores directores apuntan hacia temas claves que van a marcar el futuro del modelo del litoral español. Los más

relevantes tienen que ver con la presencia de un petróleo cada vez más caro, una penalización ambiental a la movilidad aérea por su impacto sobre el cambio climático, un crédito restringido y más selectivo, y sobre todo un turista cada vez más motivacional y más sensible a nuevos valores ambientales y sociales.

En un contexto de cambio global, con un sector turístico en declive por problemas de competitividad estructural, la actividad inmobiliaria colapsada en el próximo lustro y sin un sector con presencia suficiente para ejercer de recambio de los anteriores, ¿qué actividad va a hacer que este eje de desarrollo clave del sistema económico español recupere su capacidad de crecimiento y de generación de empleo?

Frente a esta encrucijada, el litoral mediterráneo español y los archipiélagos de Baleares y Canarias han de optar entre seguir la inercia de la última década, esperando que se recupere el sector de la construcción residencial, lo que no sólo no será rentable económica, social y ambientalmente, sino que probablemente será imposible, o apostar por un nuevo paradigma de trabajo más alineado con los retos globales, basado en la cultura de la rehabilitación y la revalorización turística. Esta apuesta pasa por aprovechar las positivas expectativas de crecimiento de la demanda turística, hoy por hoy único sector de especialización de estas zonas de litoral para el que se espera un futuro prometedor a medio y largo plazo. Dentro de esta tendencia, el desafío al que se enfrenta el litoral es conseguir reposicionar su oferta de productos hacia segmentos de un mayor impacto económico en los destinos.

Responder a este reto supone poner en marcha un proyecto

país sostenido sobre principios casi opuestos a los que han primado durante el último ciclo de desarrollo para emprender otro que sea, al menos, igual de fructífero. El éxito pasa por asumirlo y empezar a trabajar de manera complementaria y sistémica en un proceso que maneje el largo plazo y se sostenga sobre:

a) Una política decidida de rehabilitación integral del litoral frente a la construcción de más capacidad alojativa, que dote de mayor atractivo a los espacios turísticos y mejore la calidad de vida de la población local, integrando los retos de mayor eficiencia en el uso de los recursos, con objetivos alineados con un mayor compromiso ambiental y la lucha contra el cambio climático, fijados en referencias 2020-2050.

b) Una nueva estructuración de la oferta turística por *clusters*, o clubs de productos vinculados a las motivaciones de los turistas, que integren a todas las empresas de la cadena de valor, ayudando a compensar la pérdida del touroperador tradicional.

c) Un sistema de accesibilidad y movilidad eficiente y sostenible, que combine la apuesta por un *mix* de medios de transporte e infraestructuras de acceso al litoral alineado con los posicionamientos más deseados por los diversos destinos y los retos que impone el encarecimiento de los combustibles fósiles.

d) La inversión en la atracción y consolidación del mejor talento, como laboratorio de excelencia en los ámbitos de conocimiento impulsores del cambio (creación de experiencias lúdicas, regeneración de espacios turísticos en declive, rehabilitación eficiente de edificios, sistemas de movilidad verde, tecnología integradora de

los servicios de empresas de distintos subsectores para su venta al consumidor final o nuevos esquemas de financiación para transformar grandes espacios urbanos).

e) Un sistema de gestión sostenido sobre el liderazgo y la gobernanza público-privada, que demuestre las ventajas de nuevas estructuras de gestión más profesionalizadas y comprometidas que integren, de manera unívoca, las políticas públicas de las distintas escalas de la Administración con las actuaciones empresariales sobre objetivos consensuados y basados en los mejores sistemas de inteligencia y conocimiento.

Comenzar a trabajar bajo estas lógicas supondría poner en marcha un ciclo de crecimiento con ritmos del 3,0 por 100, para elevar en 18.600 millones hasta 2020 el valor añadido real aportado por el turismo, incrementar los niveles de utilización de la capacidad alojativa ya construida, reduciendo la huella ecológica casi un 20 por 100 respecto de los niveles existentes en 2001. Aspirar a un futuro mejor y más sostenible en el litoral sólo depende de que todos los agentes involucrados tengamos la suficiente lucidez para saber entender la magnitud del desafío al que nos enfrentamos y la generosidad para hacer prevalecer los intereses de las generaciones futuras. Las primeras señales de mejora que se atisban en el balance del año 2010 nos deberían animar a emprender con más ilusión, si cabe, este camino de mayor prosperidad sostenible.

NOTAS

(1) Con el ánimo de no ser reiterativos y facilitar la lectura, a partir de este punto el turismo del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias se recogerá bajo la denominación "turismo de litoral".

(2) En este epígrafe se pretende aportar evidencias de los grandes números registrados por las comunidades autónomas del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias. A pesar de que con la información estadística disponible no es posible precisar más sobre cuestiones relevantes del diagnóstico que se presenta, como el distinto comportamiento por destinos (para lo que habría que eliminar en las estadísticas de demanda la evolución de las ciudades y las zonas de interior) o los impactos ambientales, las cifras son lo suficientemente relevantes a escala agregada para servir de testimonio de la caída de los resultados y la eficiencia en el uso de los recursos del sector turístico localizado en estos territorios.

Se ha optado por tomar como período de referencia el que se extiende desde 2001 a 2008 para circunscribirse a los años de bonanza y crecimiento de la economía española, con el propósito de mostrar cómo en estos años el turismo de litoral ya registraba resultados negativos. No obstante, en los gráficos se muestran los datos del año 2009, que reflejan un balance de la década mucho más negativo.

(3) La imposibilidad de disponer de datos homogéneos y comparables sobre la demanda turística en estas zonas con un mayor nivel de desagregación obliga a trabajar a escala autonómica. Se trata de una limitación por cuanto en la información agregada se están incorporando los resultados de las ciudades y las zonas de interior, con rasgos y tendencias diferenciadas a las de las zonas del litoral. No obstante, cabe apuntar que se trata, en general, de destinos que han experimentado en el período analizado un notable crecimiento, por lo que, en todo caso, los resultados de las zonas estrictamente del litoral que se pretenden analizar pueden ser notablemente peores.

(4) En Familitur se recogen los recientes cambios metodológicos y los enlaces en la serie realizados por el Instituto de Estudios Turísticos a fecha octubre de 2010, que permiten disponer de una serie continua para todo el período. Para el análisis de la demanda extranjera, se ha tomado la encuesta Egatur por cuanto ha sido defendida por el propio Instituto de Estudios Turísticos como la fuente diseñada para el cálculo del gasto turístico y las pernoctaciones de la demanda extranjera, si bien presenta importantes diferencias en términos de volumen de llegadas de turistas con la encuesta Frontur, elaborada por el mismo organismo y empleada mes a mes para dar el balance coyuntural de la evolución de la demanda extranjera.

(5) La oferta de alojamiento residencial de uso turístico es una de las claves del análisis más difíciles de calcular, por cuanto no se conoce, del parque residencial existente, cuál es su utilización final. Sólo en el momento de hacer el Censo de la Vivienda se puede obtener una aproximación del uso de esta oferta, que no siempre es lo precisa que debiera por su dependencia de la propia respuesta del encuestado o de las dificultades para encontrarlo en el momento de su elaboración (el de 2001 se hizo mayoritariamente en el mes de

noviembre), especialmente en las casas utilizadas como segundas viviendas o las que están vacías. En el cálculo realizado para este artículo, se ha tomado el parque de viviendas por usos obtenido del Censo de Viviendas del año 2001, actualizándose hasta 2008 en función de los certificados de fin de obra a escala provincial, suponiendo que se mantiene la estructura entre viviendas principales, secundarias y vacías del año 2001, último disponible. Con este cálculo, la cifra total estimada de viviendas de potencial uso turístico, que se obtiene agregando el total de las viviendas secundarias y un 75 por 100 de las vacías, muy probablemente infravalora la cifra real, por cuanto de 2001 a 2008 la construcción de viviendas que ha colmado las zonas del litoral ha sido principalmente de uso estacional o turístico.

(6) El porcentaje de los turistas extranjeros que visitaron España y que lo había hecho en más de diez ocasiones se situaba en el 37,5 por 100, según Frontur, mientras el 61,8 por 100 había estado en España más de cuatro veces.

(7) No es objeto de este artículo diseccionar las causas del estallido de la burbuja inmobiliaria y su efecto sobre el sector de la construcción residencial. Para un análisis pormenorizado y actual, se puede acudir a CUADRADO ROURA (2010).

(8) Se trata del año que CUADRADO ROURA (2010) plantea para recuperar los niveles de construcción de viviendas de equilibrio en el conjunto de España, hipótesis probablemente más optimista que la que se debiera manejar para la actividad inmobiliaria en zonas turísticas.

(9) No se ha utilizado ningún indicador de actividad económica, por cuanto los relacionados con el VAB a escala provincial no están disponibles para los años 2008 y 2009 por no haberlos publicado el INE en el momento de cerrar el presente artículo. Por su parte, no se ha considerado oportuno incorporar la información a escala autonómica en la medida en que puede verse sesgado por el comportamiento de otras ramas de actividad, no vinculadas con la dinámica de la construcción residencial y el turismo.

(10) Una de las principales lagunas en el ámbito del conocimiento del litoral se encuentra en la medida y evolución de la carga ambiental. Siendo una cuestión clave en el balance de la evolución del modelo imperante en el litoral durante la última década, se ha aproximado como indicador sintético derivado de la conjunción del número de plazas construidas, de la movilidad asociada al número de viajes y a la carga derivada del total de estancias, todo ello ponderado por un nivel de ecoeficiencia.

(11) Hasta la fecha, existe un escaso nivel de conocimiento de las implicaciones para España, en general, y sobre sus sectores estratégicos del impacto que pueden provocar los principales exponentes del cambio global, por lo que lo que aquí se presenta son unas primeras reflexiones a título indicativo sobre las que es necesario profundizar. Para el caso de ciudades, y más en el plano ambiental, se puede consultar CENTRO COMPLUTENSE DE ESTUDIOS E INFORMACIÓN MEDIOAMBIENTAL (2009)

(12) Las propuestas aquí planteadas han sido trasladadas al grupo de trabajo sobre destinos maduros del Consejo Español de Turismo celebrado en el mes de diciembre de 2010.

(13) Algunos de ellos se esbozan en la redacción del Eje de sostenibilidad del Plan Estratégico del Turismo Español Horizonte 2020, publicado en la *Revista de Estudios Turísticos* (2007).

(14) Se ha supuesto una ganancia del 25 por 100 como consecuencia de la introducción de sistemas de edificación y de movilidad de menor consumo energético, bajo una hipótesis de rehabilitación del 5 por 100 anual de la oferta reglada y el 2,5 por 100 de la residencial.

BIBLIOGRAFÍA

AMADEUS (2010), *Future Traveller Tribes 2020: Report for the Air Travel Industry*.

CENTRO COMPLUTENSE DE ESTUDIOS E INFORMACIÓN MEDIOAMBIENTAL (2009), *Cambio Global España 2020, Programa Ciudades*.

CICERO *Working Paper* (2007), "The impact of climate change on tourism in Spain", Oslo, Noruega.

CONSORCIO DE LA PLATJA DE PALMA (2010), *La Revalorización de la Platja de Palma: Plan de Acción Integral*.

CUADRADO ROURA, J.R. (2010), *El sector Construcción en España: Análisis, Perspectivas y Propuestas*, Madrid.

ESTEBAN TALAYA, A.; LÓPEZ PALOMEQUE, F., y AGUILÓ PÉREZ, E. (2005), *Impactos del cambio climático en España*. Oficina Española de Cambio Climático

EXCELTUR (2005), *Impacto de los modelos de desarrollo turístico en el litoral mediterráneo y las islas*.

NAVARRO JURADO, E. (2003), *¿Puede seguir creciendo la Costa del Sol? Indicadores de saturación de un destino turístico*, Málaga, Diputación Provincial de Málaga.

PRATS F., dir. (2007), *Estudios Turísticos*, Número monográfico: *Hacia un nuevo paradigma Turismo Sostenibilidad en España. Informe elaborado para el Plan del Turismo Español Horizonte 2020*, Madrid.

SUSTAINABLE TOURISM COOPERATIVE RESEARCH CENTRE (2007), *Climate Change and Australian Tourism*.

SANTOS PAVÓN, E. L., y FERNÁNDEZ TABALES, A. (2010), «El litoral turístico español en la encrucijada: Entre la renovación y el continuoismo», *Cuadernos de Turismo*, n.º 25, Universidad de Sevilla y Universidad de Murcia.

UNWTO, UNEP and WMO (2007), *Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges*, Davos, Switzerland.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL -WTTTC (2010), *Climate Change: A Joint Approach to Addressing the Challenge*.

YEOMAN, I. (2008), *Tomorrow's Tourist*, volumen 16: *Scenarios & Trends*, Victoria University, Nueva Zelanda.