



IMPACTOS SOBRE EL ENTORNO, LA ECONOMÍA Y EL EMPLEO DE LOS DISTINTOS MODELOS DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL LITORAL MEDITERRÁNEO ESPAÑOL, BALEARES Y CANARIAS

- Resumen Ejecutivo-

Madrid, Septiembre 2005

Elaborado por: **Deloitte** en colaboración con el Área de Estudios e Investigaciones de **Exceltur**

ÍNDICE

ANTECEDENTES

4

METODOLOGÍA

8

CAPÍTULO 1: CAMBIO DE ESCENARIO TURÍSTICO PARA EL LITORAL ESPAÑOL Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

10

¿QUÉ SÍNTOMAS SE PERCIBEN COMO RESULTADO DE LOS EFECTOS SOBRE LOS DESTINOS DEL CAMBIO DE ESCENARIO?10

Pérdida de cuota de mercado externo de España frente a otros países mediterráneos especializados en los productos de Sol y Playa.10

Cambios en los hábitos de comportamiento de la demanda turística hacia España que afectan al gasto por turista.10

Reducción de la rentabilidad empresarial en algunos subsectores y la contribución económico-social del turismo.11

Paulatina pérdida de la ventaja del precio como principal elemento competitivo.....11

¿CÓMO QUEREMOS PROYECTAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS ESPAÑOLES EN EL NUEVO ESCENARIO? 12

CAPÍTULO 2: SITUACIÓN Y CONDICIONANTES DEL ESPACIO TURÍSTICO

14

¿QUÉ NIVELES DE DENSIDAD EDIFICATORIA PRESENTAN EN LA ACTUALIDAD LOS DESTINOS ESPAÑOLES DEL LITORAL? ¿EXISTEN SITUACIONES DE CONGESTIÓN?14

¿EXISTE UNA ADECUADA RELACIÓN ENTRE LOS NIVELES DE EDIFICACIÓN Y EL ADECUADO DISFRUTE DE LOS PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS DEL LITORAL?16

¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DE EDIFICACIONES QUE ESTÁ EXPLICANDO LA ACTUAL OCUPACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO?17

La transformación y compatibilidad del espacio turístico ante el crecimiento de las primeras residencias.18

La concentración y estructura de la oferta turística en el litoral.19

Sus implicaciones ambientales.23

¿SON ASUMIBLES LOS ACTUALES RITMOS DE CRECIMIENTO DE LA URBANIZACIÓN EN EL LITORAL?24

Los ritmos de crecimiento de la última década.24

Sus factores explicativos. La capacidad de actuación25

Las perspectivas de futuro.27

CAPÍTULO 3. EL PRODUCTO TURÍSTICO Y SU INFLUENCIA EN LA CONFIGURACIÓN DE DESTINOS DE VALOR AÑADIDO

30

¿QUÉ MODELOS SON LOS QUE GENERAN UNA MAYOR ACTIVIDAD ECONÓMICA DERIVADA DE LA AFLUENCIA DE TURISTAS?	31
La importancia de la oferta alojativa.	31
Otros factores generadores de valor añadido en los destinos.	46
¿QUÉ RELACIÓN GUARDAN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA Y EL EMPLEO DERIVADO DE LA AFLUENCIA DE TURISTAS RESPECTO A LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS PLAZAS ALOJATIVAS?	50

CAPÍTULO 4. RECOMENDACIONES. 5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, 4 NUEVOS PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN Y 21 LÍNEAS DE TRABAJO PARA EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS

53

5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS.	55
4 NUEVOS PRINCIPIOS DE TRABAJO EN EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS.	55
21 LÍNEAS PRIORITARIAS DE ACTUACIÓN EN EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS.	56
En el ámbito de la planificación turística.	56
En el ámbito de la gestión de los destinos turísticos.	57
En el ámbito de la planificación territorial.	58
En el ámbito de la financiación municipal.	60
En el ámbito del control de la oferta alojativa comercializada de manera alegal.	62
En el ámbito de la renovación de destinos.	63
En el ámbito de la diferenciación y la diversificación del producto turístico.	64

CAPÍTULO 5. COMPARATIVA DE ESCENARIOS DE FUTURO: EL CAMBIO DE PARADIGMA FRENTE AL CONTINUISMO

68

¿POR QUÉ UN EJERCICIO DE SIMULACIÓN? 68	
¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DE FUTURO ANTES DISTINTAS OPCIONES DE CRECIMIENTO? 70	
Impacto sobre el crecimiento económico y la generación de empleo sostenible.	70
Impacto sobre el territorio y el medio ambiente.	72

ANTECEDENTES

El comienzo del siglo XXI ha sido testigo de un cambio de tendencias en la evolución del sector turístico español, traducido en una reducción de la participación del turismo en el PIB de la economía española debido entre otros a la ralentización, y en algunos años caída, de la aportación del turismo extranjero. Esta ralentización de índole macroeconómica coincide con la pérdida relativa de competitividad internacional de algunas líneas de producto y destinos turísticos españoles en los que, si bien han seguido creciendo las llegadas de turistas extranjeros, sus ingresos medios no se han elevado y se han mantenido en niveles del año 1999. Por el contrario el dinamismo de la demanda nacional ha cobrado un acelerado protagonismo permitiendo a las empresas y destinos españoles compensar y mantener los positivos efectos socioeconómicos, tanto directos como inducidos sobre otros sectores que generan las actividades turísticas

Desde su constitución, Exceltur ha venido señalando trimestralmente los profundos y vertiginosos cambios estructurales que se vienen sucediendo en los patrones de conducta de los viajes vacacionales de los turistas extranjeros hacia España y que también comienzan a extenderse a los hábitos de viaje de los españoles. Los turistas extranjeros permanecen cada vez menos tiempo en España, se auto organizan de forma acelerada sus viajes y gracias a las posibilidades que facilita Internet para contratar directamente la oferta de servicios turísticos y los nuevos modelos de transporte a bajo coste, se alojan cada día más en viviendas propias, de amigos o alquiladas, lo que supone una progresiva ruptura del modelo y fundamentos de oferta y demanda sobre el que España había consolidado su turismo de Sol y Playa desde los años 60.

Esos cambios en la demanda son coincidentes en la última década con un escenario donde la oferta turística se ha visto marcada desde un punto de vista de su ordenación territorial por un acelerado proceso de urbanización y construcción en el litoral mediterráneo, Baleares y Canarias. Las múltiples derivaciones que ello comporta, muchas de las cuales superan las meramente turísticas, sentimos demandaban un ejercicio urgente de reflexión para conocer los diferentes impactos socioeconómicos que de ello pudiera derivarse a corto plazo, así como para valorar la competitividad a medio plazo de los distintos modelos de desarrollo que rigen en los diversos municipios turísticos del litoral, y la adecuación de esos espacios turísticos a unos clientes cada día más exigentes y ávidos de unas experiencias cada día más integrales.

Tras 40 años de crecimiento, todavía es limitada la comprensión de que el atractivo y competitividad de cualquier destino turístico —incluidos los de Sol y Playa— se deriva en buena parte de cuál sea el nivel y equilibrio entre las diversas categorías y tipologías de alojamiento, y sobre todo cómo se integren con los diversos servicios complementarios —cada día más claves— en la conformación de la cadena de valor y las experiencias que se materializan en los mismos, así como de la ordenación territorial y las condiciones del entorno en el que se insertan. La realidad es que en las últimas décadas, en un buen número de municipios del litoral mediterráneo peninsular y los dos archipiélagos se han generalizado dinámicas que han afianzado entornos sujetos a un urbanismo extensivo, y que han inducido posicionamientos turísticos más bien indiferenciados.

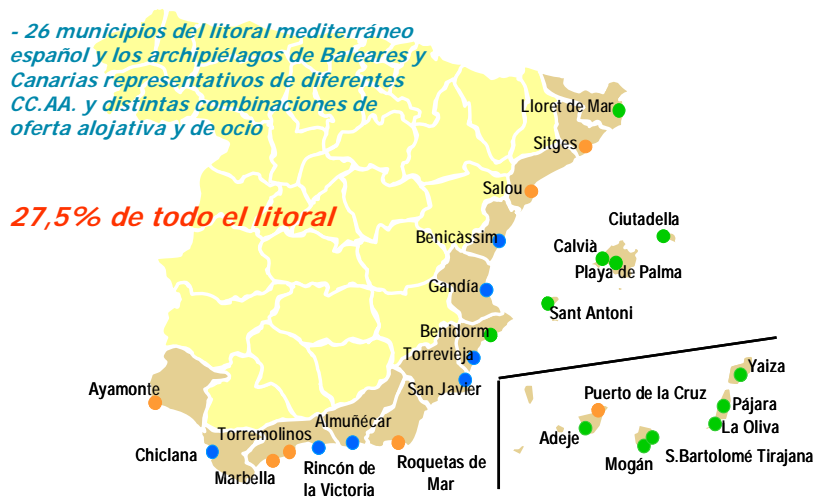
De ahí que al observar la menguante contribución socioeconómica de la actividad turística en algunas de esas zonas, a principios del verano del año 2004 y en colaboración con la firma Deloitte, iniciáramos un profundo trabajo de análisis dirigido a reflexionar sobre los condicionantes que pudieran afectar la capacidad de generación de renta y empleo asociada a la actividad turística en los municipios de toda la franja del litoral mediterráneo español, el atlántico sur-occidental, Baleares y Canarias, así como a sus

implicaciones sobre la Hacienda Pública, la calidad de vida percibida por la población local de los diferentes destinos y los impactos sobre sus recursos ambientales y territoriales.

Las conclusiones de este estudio pretenden ayudar y servir de guía para poder evaluar y comparar cuáles de los diversos modelos de desarrollo del litoral español están optimizando sus oportunidades de generar la mayor derrama socioeconómica y empleo, cuidando del entorno, adecuando la ordenación de su territorio y gestionando el atractivo de sus diversos espacios turísticos para garantizar un nuevo ciclo de prosperidad sostenida en las próximas décadas, y cuáles, llevados por una excesiva presión urbanizadora, amparada en los altos rendimientos que a corto plazo genera la promoción inmobiliaria, pudieran estar condicionando a medio plazo la competitividad de sus espacios lúdicos, valores o recursos naturales, poniendo en riesgo la capacidad de sus infraestructuras y sistemas para garantizar los mayores empleos y una renta sostenible.

Dada la limitación de información que existe en España en relación con la contribución económica del turismo a escala de los diferentes destinos y municipios que se extienden por la franja del litoral objeto del estudio, y las distintas casuísticas y modelos de oferta turística y estadios de desarrollo en los que se encuentran, fue necesario afrontar y completar el análisis de las seis comunidades autónomas que cubren el litoral mediterráneo y las islas (Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, la Comunidad Valenciana y Murcia) con la elaboración de una extensa base de datos de los municipios que forman toda su franja costera. Gracias al apoyo e interés mostrado por la Junta de Andalucía, la Generalitat Valenciana, el Gobierno de Canarias y los Cabildos de Fuerteventura, Lanzarote, Gran Canaria y Tenerife, que se sumaron a este proyecto iniciado por EXCELTUR, se amplió de 15 a 26 el número de municipios objeto del estudio, que representan el 27,1% del total de la oferta turística de esas seis comunidades del litoral mediterráneo y los dos archipiélagos, y por tanto una muestra muy significativa para extraer conclusiones futuras para todo el conjunto de esos destinos del mediterráneo peninsular, Baleares y Canarias.

Ámbito de estudio: Toda la franja mediterránea peninsular, Baleares y Canarias analizando en detalle 26 municipios turísticos preseleccionados que representan el 27,5% de todo ese litoral



Como preámbulo, las conclusiones que se describen en este Sumario Ejecutivo corroboran que seguir con una estrategia de crecimiento turístico basada en los mismos ritmos de construcción de nueva oferta alojativa tanto reglada como residencial que los de la última década puede llegar a transformar buena parte de los destinos turísticos españoles de litoral mediterráneo y las islas en zonas cada día más urbanas y macizadas, sin que se pueda garantizar su misma generación de renta y empleo a largo plazo, por la más

que presumible caída del atractivo y tirón económico de las actividades turísticas tradicionales, ante unos insostenibles desajustes entre los niveles de oferta y demanda y sus inherentes cargas ambientales.

Frente a ello, se sugiere un cambio de modelo y de enfoque que desde el cuidado del entorno y la sostenibilidad ambiental favorezca una ralentización de la urbanización de nueva oferta alojativa en el litoral, primando, por un lado, aquellas combinaciones entre oferta reglada y residencial que aporten la mayor derrama socioeconómica y el mayor valor añadido a largo plazo a los destinos, y dinamizando, por otra parte, la propia actividad constructiva apostando más decididamente por la rehabilitación de los espacios urbanos y zonas de esparcimiento de la costa que atraviesan una etapa de obsolescencia y precisan una reconversión integral, así como invirtiendo en infraestructuras y dotación de equipamientos que complementen y diferencien los atributos y atractivos de nuestros destinos del litoral.

Aceptar el desafío que comportan esos nuevos principios supone, sin duda, un cambio de orientación en lo que han sido algunos de los paradigmas que han regido durante las últimas décadas la cultura y los modelos de gestión del desarrollo del llamado turismo de “Sol y Playa” del litoral español y las islas, imponiendo una nueva visión y un nuevo marco de actuación y cooperación entre administraciones públicas y empresas privadas, sustentado en el mayor consenso y complicidad de la propia sociedad local.

En este sentido, el estudio revela en primer lugar y de una manera general los diferentes impactos ambientales y condiciones del entorno que se derivan de las diversas estrategias, ritmos de crecimiento y mezcla de tipologías constructivas de alojamiento de todos los municipios del litoral incluidos los 26 municipios analizados en detalle. Posteriormente, de manera más particular y en mayor profundidad, se reflejan para todos ellos las muy dispares contribuciones económicas a diferentes niveles que genera el gasto turístico y sus diversos efectos multiplicadores inducidos sobre toda la trama empresarial de los destinos, así como la generación de empleo que arrastra, medidos en términos de plazas de alojamiento de tipología reglada o residencial. Esta manera de unificar las repercusiones socioeconómicas del gasto de los turistas por plaza de alojamiento es la mejor manera, hoy por hoy, de inferir conclusiones comparables entre los diversos destinos y el posterior contraste con los impactos socioeconómicos que igualmente favorece la propia construcción.

Son muchos los retos y oportunidades que se avecinan para el sector turístico español que exigirán impulsar procesos de transformación en ámbitos que están condicionando la realidad actual, algunos de los cuales se proponen en el capítulo de recomendaciones. De ahí que la intención del exhaustivo estudio realizado a lo largo de casi un año y de este resumen ejecutivo que sintetiza sus principales conclusiones no es más que poner de relieve y facilitar por primera vez en España una información con un alcance y una profundidad hasta ahora inexistentes a nivel de los municipios turísticos del litoral, que permite debatir y avanzar en algunas de las cuestiones clave y que mayor repercusión socioeconómica tienen para mejorar nuestra competitividad y asegurar la sostenibilidad de nuestra oferta turística a medio y largo plazo.

METODOLOGÍA

Dada la complejidad de los ámbitos analizados en el presente estudio, muchos de los cuales son pioneros para aproximar el conocimiento de las claves y la dinámica que marca la evolución del turismo español, su planteamiento metodológico ha tomado como puntos de partida y referencia tanto el conjunto de trabajos previos realizados por diversos organismos oficiales, instituciones y prestigiosos investigadores sobre la materia, como la valiosa información disponible elaborada por los diversos organismos públicos generadores de estadísticas más específicamente turísticas, tales como el INE, el IET y los institutos de estadística de las seis comunidades autónomas que integran los 26 municipios turísticos estudiados.

Una de esas claves, que ayuda a entender el enfoque y orientación de este trabajo, descansa en asociar el destino al municipio turístico y conceptualizarlo como un “cluster”, unidad de competitividad turística que integra una heterogénea cadena de valor con múltiples servicios complementarios muy interdependientes y con unos efectos socioeconómicos muy dispares según la situación del entorno y sus recursos turísticos y naturales, según la extensión del territorio ocupado y el volumen construido y de las diversas tipologías de alojamiento que se tenga, de las que se infieren distintos hábitos de los consumidores y patrones de gasto.

Este planteamiento responde, tanto al entendimiento de que es el conjunto del destino el lugar de disfrute de las diferentes experiencias y líneas de producto turístico, y por tanto el determinante de la satisfacción final del turista y de la competitividad inherente de buena parte de su sector privado, como a la delimitación municipal como unidad de generación de información por parte de los responsables del sistema estadístico español. En este sentido, dada la escasez de información oficial a escala municipal sobre la contribución económica del turismo, se ha tenido que completar, a los efectos específicos de este estudio, la información estadística disponible de partida a nivel autonómico con la realización de tres investigaciones de amplio alcance:

- Una encuesta realizada en los 26 municipios analizados a 10.400 turistas que los visitaron en agosto y noviembre de 2004 con el propósito de poder recoger los distintos perfiles, patrones de gasto, motivaciones y pautas diferenciales de comportamiento entre las temporadas alta y baja.
- Más de 100 entrevistas personales a representantes políticos y técnicos de las 26 municipios estudiados, representantes de organizaciones empresariales y personas e instituciones consideradas referencia en el conocimiento de esas autonomías o municipios.
- Una segunda encuesta más específica a 3.400 usuarios extranjeros de compañías aéreas de bajo coste en siete de los principales aeropuertos vacacionales del litoral mediterráneo español y las islas.

Toda esta información ha tenido que ser completada en algunas ocasiones con estimaciones, de acuerdo a modelos de referencia, generalmente aceptados en otros trabajos realizados hasta la fecha. De cara al tratamiento de la información se han aplicado los planteamientos del análisis cluster estadístico con el propósito de definir relaciones entre los diversos municipios que componen la diversidad del litoral objeto de estudio, así como para la selección previa de los 26 destinos objeto del análisis en profundidad antes comentado. Así mismo, en el caso del cálculo de los diferentes efectos multiplicadores y de arrastre inducidos por las diversas tipologías alojativas estudiadas, se ha aplicado la metodología de la matriz inversa de Leontief procedente de las tablas Input-Output.

CAPÍTULO 1: CAMBIO DE ESCENARIO TURÍSTICO PARA EL LITORAL ESPAÑOL Y PERSPECTIVAS DE FUTURO

Como antes hemos avanzado, desde hace un lustro asistimos a un progresivo cambio estructural de los fundamentos turísticos convencionales que están afectando a los destinos españoles especializados en la línea de producto del Sol y Playa y que requieren de un urgente proceso de adaptación.

Las implicaciones socioeconómicas para la generación de empleo y para los recursos territoriales y ambientales asociados a este cambio están condicionadas y varían según los niveles de competitividad de los diversos municipios y destinos turísticos en los que se desarrollan dichas actividades (clusters que hemos venido en llamar “Espacios Turísticos de Ocio”). Estos se derivan, entre otros, del nivel y equilibrio entre las tipologías de alojamiento, los distintos servicios complementarios que integran el conjunto de la oferta y los modelos de gestión y captación de la demanda en los que se basan y que determinan, tanto la derrama socioeconómica actual y los efectos multiplicadores a corto plazo, como su sostenibilidad futura.

¿QUÉ SÍNTOMAS SE PERCIBEN COMO RESULTADO DE LOS EFECTOS SOBRE LOS DESTINOS DEL CAMBIO DE ESCENARIO?

- **Pérdida de cuota de mercado externo de España frente a otros países mediterráneos especializados en los productos de Sol y Playa .**

Algunos de los destinos pioneros y más significativos del litoral español mediterráneo y las islas han entrado en una fase de madurez después de 40 años de continuo crecimiento y expansión turística. Las primeras consecuencias de este proceso se están evidenciando en un cierto deterioro de sus espacios turísticos y un menor crecimiento relativo en algunos de los segmentos de demanda con el mayor valor añadido y más deseados, con respecto a otros destinos competidores del mediterráneo en las mismas líneas de producto.

Si bien esta tendencia entra dentro de la lógica, dada la notable posición de liderazgo de partida que, medida en términos del volumen de llegadas turísticas, ha venido ostentando nuestro país en las últimas décadas, lo cierto es que, al igual que les pasó a Francia e Italia en los años 60 y 70 con respecto a la propia España, durante los últimos cinco años y aun a pesar de haber experimentado tasas de crecimiento positivas, España ha venido perdiendo cuota de mercado frente a los principales países competidores en la línea del producto de Sol y Playa, especialmente con respecto a aquellos situados en el Mediterráneo Oriental.

- **Cambios en los hábitos de comportamiento de la demanda turística hacia España que afectan al gasto por turista.**

El tradicional paquete turístico básico de Sol y Playa, dirigido al turismo de masas con un particular acento en el segmento “familiar”, en el que España había posicionado su liderazgo diferencial en las últimas décadas –formado básicamente por el transporte aéreo, el “transfer”, el alojamiento y las excursiones a los lugares típicos del destino y que tradicionalmente integraba el canal mayorista extranjero- se está viendo paulatinamente desplazado por la progresiva tendencia del consumidor extranjero a auto-organizar sus propias vacaciones.

Los mayores cambios se están viendo provocados por el nuevo modelo de transporte y de negocio cada vez más relevante, que suponen las compañías aéreas de bajo coste (CBC's) y la retroalimentación del uso de alojamiento residencial propio o clasificado como de "familiares y amigos", que en múltiples ocasiones encubre una competencia desleal o el arrendamiento sin una contraprestación conocida u oficialmente declarada en España.

La implicación más relevante de estos cambios sobre el comportamiento de la demanda se centra en su efecto sobre el gasto medio por turista/día y, por tanto, sobre la capacidad de contribución socioeconómica del turismo en los destinos que lo están experimentando. Según se desprende de las estadísticas oficiales de Egatur del año 2004 elaboradas por el Instituto de Estudios Turísticos:

- El turista extranjero que se aloja en un establecimiento reglado gasta en promedio 114,7€, un 123% más al día que el turista que utiliza la oferta residencial (51,3€), patrón de comportamiento que también se cumple para el turista nacional.
- El turista extranjero que utiliza las compañías aéreas de bajo coste gasta al día 20,1€ menos al día que el turista extranjero que utiliza las compañías tradicionales de red o charter. Esta diferencia se sitúa en 9,2€ si se tiene en cuenta sólo el gasto realizado al día en el destino.

- **Reducción de la rentabilidad empresarial en algunos subsectores y la contribución económico-social del turismo.**

Los síntomas del deterioro de la competitividad internacional de los destinos del litoral mediterráneo español y las islas tienen su reflejo en los inferiores resultados económicos que están obteniendo un buen número de las empresas ligadas a la actividad turística en los destinos, tanto las propiamente asociadas al sector (alojamiento, restauración, etc.), como las proveedoras de las anteriores y las que se nutren del gasto final del turista en el destino (pequeño comercio, establecimientos de ocio, etc.).

Son las empresas y destinos más dependientes de los mercados y turistas extranjeros las que más están viendo afectada su rentabilidad. La falta de estadísticas e información oficial desagregada por subsectores obliga a inferir esta dinámica a partir de los resultados de los alojamientos hoteleros aproximados por la EOH del INE y la Encuesta de Confianza Empresarial de Exceltur que reflejan caídas en los niveles de ocupación y en los beneficios empresariales. Además de éstas, existen constantes y crecientes evidencias de su traslación al resto del tejido económico de microempresarios del destino que forman parte de la cada día más determinante oferta complementaria.

- **Paulatina pérdida de la ventaja del precio como principal elemento competitivo.**

El posicionamiento turístico de España en las últimas tres décadas y su liderazgo en los mercados internacionales se ha sustentado principalmente en el producto Sol y Playa enfocado a unos segmentos de demanda masiva y con unos precios muy ajustados. A lo largo de los años 70, 80 y 90, los precios actuaron de forma decisiva para multiplicar las cifras de llegadas de visitantes, sustentadas en las ventajas derivadas de un menor coste de vida y menores costes salariales y de aprovisionamiento, favorecidos en ciertos momentos por las devaluaciones de la peseta. Así mismo, durante la segunda mitad de los años 90 España se vio favorecida por cuotas de demanda prestadas que en realidad ya no eran nuestras y procedían de la inestabilidad geopolítica de terceros países del Mediterráneo Oriental, que aunque sujetos aún a sobresaltos, las están recuperando progresivamente.

Sin embargo, en los últimos años, asociado al crecimiento económico español y la convergencia en los niveles de renta por habitante de la población española en relación con la de los países europeos, los

niveles de precios de los bienes y servicios en España se han equiparado a los de los países de origen de turistas, perdiendo año a año la ventaja competitiva asociada al precio, especialmente en relación con los competidores del Mediterráneo Oriental especializados en el mismo segmento de demanda.

¿CÓMO QUEREMOS PROYECTAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS ESPAÑOLES EN EL NUEVO ESCENARIO?

Los síntomas de pérdida de competitividad de algunos destinos turísticos del litoral mediterráneo y las islas y sus implicaciones sobre la menor contribución del sector turístico a la economía española permiten intuir que, en general, los agentes públicos y privados no están adaptándose todavía adecuadamente a los profundos cambios estructurales que afectan a lo que venían siendo hasta ahora los fundamentos tradicionales en los que se sustentaba el modelo de negocio habitual del sector turístico español, y sin que por otra parte tampoco se haya podido recuperar la competitividad por mejoras de productividad.

Estos cambios, relacionados tanto con las características y requerimientos de la demanda, como con los atributos exigidos al producto, con la aparición de nuevos competidores y con los nuevos sistemas de información, promoción y comercialización que abren las nuevas tecnologías, exigen un profundo y constante ejercicio de reflexión estratégica, que ayude al progresivo reposicionamiento de nuestras líneas de producto y a la reinención de algunos de nuestros principales destinos del litoral mediterráneo y las islas, para revertir la senda de sus resultados menguantes y las serias consecuencias negativas que, de seguirse perpetuando nuestros tradicionales modelos de negocio, ello pudiera conllevar para sus sociedades locales y para el conjunto de la economía española.

Si bien el sector turístico español del litoral mediterráneo y las islas no puede evitar los acelerados cambios cada vez más estructurales en el escenario internacional, sí que puede gestionar una mayor y más veloz adaptación a los mismos. En la medida que el alcance de este estudio no pretende ni puede dar una valoración y una respuesta a todos y cada uno de los retos que de ello se derivan, el mismo se centra en el análisis de los diversos modelos de gestión turística que rigen en los destinos de las comunidades seleccionadas desde la perspectiva de su sostenibilidad a largo plazo y la maximización de su contribución socioeconómica. Desde esta perspectiva, la ordenación territorial, la dotación de infraestructuras, los modelos de alojamiento que se promueven y la oferta de equipamientos y actividades de ocio que se ofrecen son determinantes para un eventual y progresivo reposicionamiento de nuestros destinos hacia las nuevas motivaciones y requerimientos de la demanda deseada.

Por este motivo, para mejorar los niveles de contribución socioeconómica y los atractivos turísticos, se debe trabajar en la generación de destinos competitivos diferenciados y que aporten el mayor valor añadido para inducir los mayores niveles de satisfacción al visitante. Mejorar la competitividad de los destinos supone actuar y entender el reforzamiento de los atractivos de su oferta de una manera más integral, donde lo determinante no sólo es el renovar el alojamiento o potenciar puntualmente el conjunto de servicios turísticos asociados a líneas de producto del mayor valor añadido posible, como son las nuevas actividades que demanda el consumidor (náuticas, naturales, culturales o deportivas, entre otras), sino el realzar de una manera global la escenografía y la preservación de todo el espacio territorial en el que se realizan las actividades y se disfrutan el conjunto de las experiencias.

Desde este punto de vista, la capacidad de incorporar valor desde la oferta para mejorar la experiencia del turista y superar sus expectativas depende cada vez más de un más amplio y complejo conjunto de factores que, por una parte, tienen que ver con los servicios más básicos y tradicionales (alojamiento y actividades de ocio), que a efectos de este estudio se ha venido a denominar el **“Producto Turístico”** y, por otra, con los atributos territoriales, ambientales y paisajísticos y la estructura y dinámica de la población local que configura el destino y a la que se le denomina a lo largo del trabajo **“Espacio Turístico”**.

Siguiendo con este planteamiento, el estudio se centra en conocer la situación y los condicionamientos actuales que afectan al Espacio y al Producto Turístico de los diversos destinos del litoral mediterráneo y las islas, y las implicaciones futuras de los factores que explican su dinámica en cuanto a los niveles de competitividad y contribución socioeconómica que se puede esperar a medio plazo.

CAPÍTULO 2: SITUACIÓN Y CONDICIONANTES DEL ESPACIO TURÍSTICO

Bajo el concepto de Espacio Turístico se trata de identificar y valorar las condiciones del escenario territorial en el que el turista disfruta de su experiencia y los principales atributos que lo caracterizan, y que tienen una incidencia directa sobre su nivel de satisfacción final. El análisis del Espacio Turístico parte del planteamiento de que la escenografía en la que se prestan el conjunto de servicios turísticos tanto públicos como privados y los recursos que la soportan son determinantes para reforzar la capacidad de atracción de los destinos turísticos, es decir, entre otros para potenciar su marketing y su posicionamiento diferencial.

Su incidencia se traslada a través de elementos tangibles (la calidad de las edificaciones, el diseño de calles, la situación de las playas, la proximidad de las zonas comerciales, el abastecimiento de agua, el sistema de movilidad, etc.) e intangibles (congestión, saturación de los recursos, polución estética, problemas de ruido, etc.) a la calidad de la experiencia percibida por el turista.

Si bien existe una multiplicidad de factores que pueden llegar a condicionar la competitividad de esos Espacios de Oferta Turística, a lo largo del estudio se han analizado aquellos sobre los que se dispone de un buen nivel de información y, a su vez, sobre los que se ha detectado una mayor incidencia para generar una mayor o menor derrama socioeconómica de las actividades turísticas en el conjunto del destino.

En términos generales, en este apartado se plantea si con la progresiva ocupación constructiva del litoral mediterráneo y las islas, y la congestión humana y del territorio que en múltiples casos inducen, estamos desarrollando los mejores escenarios y espacios turísticos de ocio sostenibles para fidelizar al turista del siglo XXI y generar el mayor valor añadido en los diversos destinos del litoral mediterráneo y las islas.

¿QUÉ NIVELES DE DENSIDAD EDIFICATORIA PRESENTAN EN LA ACTUALIDAD LOS DESTINOS ESPAÑOLES DEL LITORAL? ¿EXISTEN SITUACIONES DE CONGESTIÓN?

En general, los modelos de desarrollo y gestión turística de múltiples destinos del litoral mediterráneo y las islas se han basado en las últimas décadas en estrategias de desarrollo que han primado el crecimiento por volumen para aprovechar las economías de escala de una continua expansión de plazas de alojamiento que, sin que estuviera planificado en su origen, ha acabado generando en muchas zonas espacios lúdicos de características cada vez más urbanas, densificados y estandarizados, que comienzan a superar la capacidad de carga del territorio y a entrar en contradicción con las nuevas tendencias de una demanda turística cada día más exigente a cualquier nivel y con mayores opciones donde elegir. La situación en los destinos analizados del litoral mediterráneo peninsular y las islas revela un balance desfavorable y muy revelador en términos del grado de ocupación del territorio y de su presión humana.

1. Los primeros resultados del proyecto europeo Corine Land Cover reflejan que en el año 2000, el 34,2% del primer kilómetro de suelo de la costa mediterránea peninsular estaba ya completamente urbanizado¹, llegándose a situaciones en algunas provincias donde este porcentaje alcanzaba el 50%, como en la costa de Málaga, Barcelona y Alicante. Si a los datos del año 2000 se le agregaran las nuevas viviendas construidas en estos últimos cuatro años, estaríamos hablando de un territorio con niveles de ocupación más próximos al 40% y con algunas provincias con su franja de costa superando claramente el 50% de ocupación.

¹ Este estudio no incluyó el territorio de la Comunidad Canaria.

Desde el punto de vista ambiental, en ese mismo informe se afirma que la costa mediterránea ha adquirido un alto nivel de artificialización por los impactos directos e indirectos de la presión urbanizadora (vertidos, invasión de especies foráneas, fragmentación de hábitats, eutrofización, impactos por las infraestructuras terrestres y marítimas, movilidad...), con lo que algunos ciclos geofísicos que sustentan la biodiversidad terrestre y marina están atravesando transformaciones que retroalimentan la erosión que sufren algunas de las playas a lo largo de nuestras costas.

2. Los grados de densidad calculados a partir del número total de plazas de alojamiento construidas entre los km² de suelo urbano del municipio donde se localiza la mayor parte de la presencia y disfrute de actividades, tanto de los turistas como de la población residente, llegan en algunos casos claramente a niveles de masificación. Estos se alcanzan en algunas zonas con gran presencia de actividades turísticas, tales como las costa del Maresme en la provincia de Barcelona, la costa de la provincia de Valencia, la costa Blanca en Alicante, la costa Cálida en la provincia de Murcia, la costa del Sol en la provincia de Málaga, así como en algunos municipios turísticos de la costa de la Luz de Huelva y de las provincias de Tenerife, Gran Canaria y Baleares.

Número de plazas por km² de suelo urbano municipal
Año 2003



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de IECCAA, INE y MFOM

Con datos del año 2003 del total de la oferta alojativa construida a lo largo del litoral mediterráneo español y de las islas, se pueden encontrar 14 municipios que presentan densidades potenciales de población en temporada alta que se sitúan por encima de las 19.000 plazas alojativas por Km² de suelo urbano, equiparables a lo que representa la media de las mayores ciudades españolas (Madrid, Sevilla y Valencia). El número de municipios se extiende a 31 en el caso de aquellos que superan las 15.000 plazas por Km² de suelo urbano, acogiendo estos el 21% de todas las plazas de alojamiento turístico de la franja de litoral mediterráneo, del atlántico occidental y las islas.

Estos valores no parecen encajar con el escenario deseado por, cuando menos, ese nuevo perfil de turista vacacional del siglo XXI, que antes identificábamos como cada día más exigente y en búsqueda de experiencias de ocio en entornos lúdicos singulares y de calidad y diferentes a las que pueda encontrar en su propio entorno urbano. Este hecho es especialmente relevante para aquellos destinos turísticos que no sean capaces de desasociarse de la percepción de constituir espacios de ocio masificados, con bajos niveles de sensibilidad medioambiental, o cada día más despersonalizados e indiferenciados.

De hecho, derivado de las encuestas realizadas para este estudio, los resultados del profundo análisis de la demanda de estos 26 relevantes destinos turísticos del litoral ya denotan una creciente percepción de masificación por parte de los turistas. En concreto, en un 77% de los casos, es decir, en 20 de los 26 municipios, se obtuvo una opinión negativa por parte de los turistas encuestados que habían viajado más de cuatro veces al destino, sobre la evolución de los niveles de congestión experimentados en los últimos años. Producto de esta situación comienza a crecer la correlación entre los mayores niveles de densidad del litoral y la pérdida de fidelidad a esas zonas densificadas por parte de los turistas más deseados y de mayor valor añadido, como algunos trabajos han comenzado a reflejar en ciertas zonas de gran relevancia turística y niveles de edificación como la Costa del Sol, donde ya se está acusando un “efecto huida”.

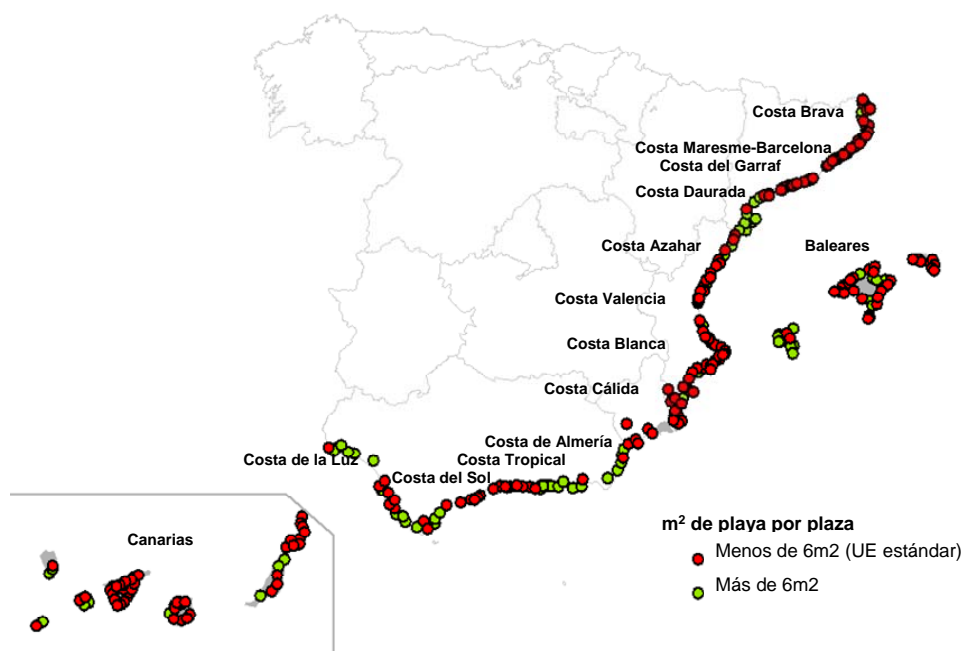
¿EXISTE UNA ADECUADA RELACIÓN ENTRE LOS NIVELES DE EDIFICACIÓN Y EL ADECUADO DISFRUTE DE LOS PRINCIPALES RECURSOS TURÍSTICOS DEL LITORAL?

La relación entre los niveles de presión humana percibida y los recursos consustanciales que resaltan la singularidad o hacen más atractivo un destino/municipio turístico muestran también una clara superación de los límites internacionalmente aceptados para disfrutar de una experiencia turística satisfactoria a lo largo del litoral mediterráneo peninsular y las islas. Las características de la línea de costa y fundamentalmente las playas son el recurso más valioso y escaso de los municipios turísticos del litoral, puesto que en su origen son la clave primaria de su capacidad de atracción turística, dado el casi exclusivo posicionamiento de esos municipios en el producto turístico vacacional más básico y generalizado en el litoral mediterráneo y de las islas, que el propio sector ha etiquetado de manera genérica e indiferenciada como Sol y Playa.

Con datos del año 2003, de la totalidad de los municipios de la franja del litoral mediterráneo y las islas, tan sólo un 31% superaban el nivel mínimo recomendado por la Unión Europea que suponen los 6 m² de espacio de playa por persona, aunque bibliografía especializada en el diseño y gestión de los nuevos “resorts” turísticos más avanzados eleva esta cifra mínima a 10 m² y hasta 20 y 30 m² por persona para aquellos destinos de Sol y Playa que deseen ofrecer la máxima calidad y satisfacción acorde a las expectativas de los nuevos turistas del siglo XXI. Es igualmente significativo que en el año 2003, de los 30 municipios con mayor oferta de alojamiento turístico del litoral mediterráneo y las islas, sólo dos de ellos (Peñíscola y Cullera) superaban estos estándares de calidad más elevados en el disfrute espacial de las playas.

Presión humana sobre las playas

Año 2003



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de IECCAA, INE y MFOM

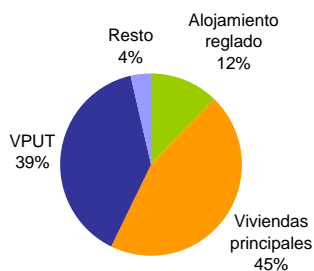
¿CUÁL ES LA ESTRUCTURA DE EDIFICACIONES QUE ESTÁ EXPLICANDO LA ACTUAL OCUPACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO?

Las diferentes zonas del litoral mediterráneo y las islas han seguido distintos modelos de gestión de su oferta turística y de su ocupación del territorio en función de las diferentes tipologías, pesos y combinaciones entre viviendas utilizadas como primeras residencias, segundas residencias de uso turístico y oferta de alojamiento reglado turísticamente (hoteles, apartamentos, campings y alojamientos rurales).

A partir de la información del Censo del año 2001 actualizado con los visados de vivienda nueva y los registros de establecimientos turísticos de las comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas, se observa que el principal factor explicativo de la elevada densidad edificatoria del litoral mediterráneo español y las islas procede de las plazas de alojamiento residencial, teniendo una participación cada vez más minoritaria las plazas de alojamiento reglado.

Del total de parque alojativo entre todos los municipios del litoral de las comunidades autónomas de la costa mediterránea y las islas, en el año 2003 había 11.958.000 plazas de alojamiento residencial (sumadas primeras y segundas residencias) por 1.673.000 plazas de alojamiento turístico reglado, que apenas representa un 12% del total de la capacidad instalada de alojamiento potencialmente turístico.

Estructura de plazas de alojamiento en Municipios del Litoral Año 2003

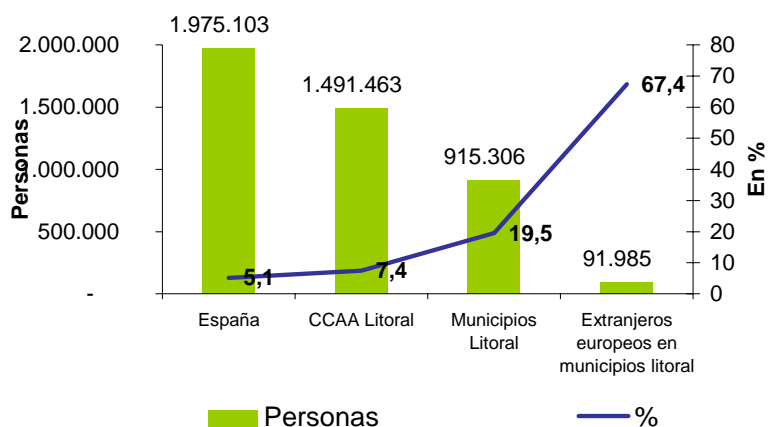


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de IECCAA, INE y MFOM

La transformación y compatibilidad del espacio turístico ante el crecimiento de las primeras residencias.

Otro de los factores que más están incidiendo en la nueva configuración sociodemográfica de los municipios del litoral mediterráneo y las islas procede de la creciente presencia de una población que vive en la costa como resultado del empleo inducido por el propio dinamismo de las actividades turísticas y, sobre todo y de manera más reciente, de la que ha decidido trasladar allí su lugar de residencia para beneficiarse de sus favorables condiciones climatológicas, y que cada vez más coincide con un perfil de jubilados o personas de mayor edad. Entre 1991 y 2001 la población de los municipios del litoral mediterráneo y de las islas creció un 19,5%, mientras el crecimiento del conjunto de la población española en el mismo periodo se situó en el 5,1% y el de las comunidades autónomas del mismo litoral mediterráneo y de las islas un 7,4%.

Variación en la población de derecho (Años 1991-2001)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE

Sin perjuicio que para el conjunto del municipio (el contar con una numerosa población residente también genera unos indudables beneficios a nivel económico) en las zonas de mayor especialización turística es necesario valorar los notables costes que supondría transformar unos espacios originalmente concebidos

para el disfrute de actividades lúdicas y de ocio con su ya probada capacidad de generación de empleo y arrastre entre una muy diversa trama empresarial, en otro tipo de entornos con un sistema empresarial de especialización distinta y un dinamismo socioeconómico a largo plazo hoy por hoy todavía cuestionable.

De seguir esa tendencia hacia la generación de zonas urbanas, se reducirían paulatinamente las opciones de competir en términos estrictamente turístico vacacionales, además de seguir rentabilizando todos aquellos recursos y activos fijos ya existentes, que de otro modo requerirían con gran probabilidad nuevas inversiones o transformaciones. Asimismo, es más que probable que ello exigiese a su vez nuevas calificaciones laborales para reacomodarse a las necesidades sociodemográficas de un nuevo perfil de clientes con unos nuevos efectos socioeconómicos inducidos y más relacionados con actividades asistenciales y de provisión de bienes y servicios básicos.

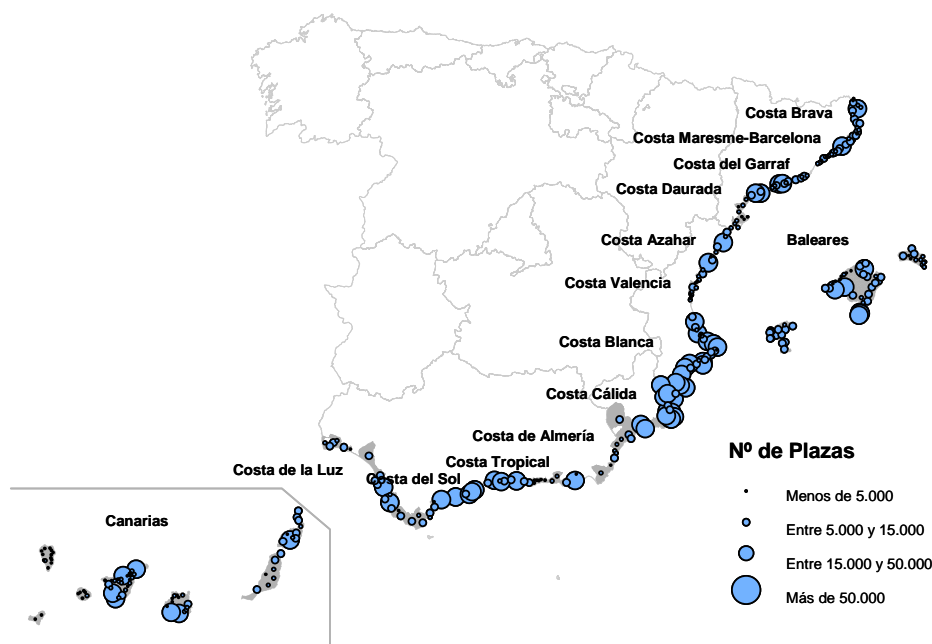
Se trata de un fenómeno nuevo y creciente frente al que las estrategias de planificación y gestión de los destinos turísticos españoles no están sabiendo dar todavía adecuada respuesta con una visión más global, que les permita identificar y anticipar, tanto los impactos socioeconómicos a largo plazo, como las potenciales servidumbres que pudieran estar en juego, analizando la compatibilidad real entre los requerimientos de la nueva demanda propiamente turística del siglo XXI y los equipamientos y modelo de gestión municipal, vinculado a satisfacer a una población mayoritariamente residente, si es que las características y el futuro posicionamiento deseado para esos municipios permitiese que se simultaneasen.

En esta línea, los planteamientos de preservación de los Espacios Turísticos y la localización de los nuevos desarrollos urbanísticos residenciales y sus equipamientos dotacionales en zonas de menor valor turístico, siguiendo criterios de especialización espacial, se están viendo superados por la mera ocupación de las parcelas anexas a las zonas turísticas, con las implicaciones a medio plazo sobre la configuración e interrelación entre las diferentes actividades y los resultados sobre la colmatación urbana del territorio.

La concentración y estructura de la oferta turística en el litoral.

La oferta turística del litoral desglosada en función de sus diferentes tipologías alojativas, tanto regladas como residenciales, presenta una desigual distribución territorial, a la vez que evidencia un notable predominio de las viviendas residenciales de potencial uso turístico. Las mayores concentraciones de oferta turística que se alcanzan en los destinos pioneros que han consolidado la oferta turística del litoral español (las islas Baleares y Canarias, la Costa Brava y la Costa Dorada en Cataluña, la Costa Blanca en Alicante, la Costa Cálida en Murcia, la Costa del Sol en Málaga y la Costa Tropical en Granada) contrastan con los hoy relativamente reducidos niveles de oferta alojativa de zonas como la Costa de la Luz en Huelva y Cádiz, la Costa de Almería y algunas zonas del sur de Tarragona y Valencia.

Total plazas turísticas Año 2003



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de IECCAA, INE y MFOM

En cualquier caso, dentro de la estructura de la oferta turística del litoral mediterráneo y las islas destaca la fuerte presencia de la oferta residencial. Nos encontramos ante una tipología alojativa de difícil aproximación por cuanto no hay información oficial actualizada sobre el parque de viviendas con un potencial uso turístico y se carece de conocimientos exactos de cuáles son utilizadas realmente como tales.

A los efectos de este estudio, y para suplir las dificultades de poder identificar el parque de viviendas de potencial uso turístico, se ha introducido, al igual que ya se había realizado en numerosos trabajos anteriores², una aproximación al parque de viviendas que por sus condicionantes y localización pueden llegar a usarse turísticamente. Son lo que se denominarán a lo largo del informe Viviendas de Potencial Uso Turístico (VPUT), y que se asimilará a la oferta turística propiamente residencial³ existente en el litoral por haber sido declaradas por sus propietarios como segundas residencias o estar vacías en el momento de realizarse el Censo en el año 2001, o por estar localizadas en zonas turísticas y tener las necesarias condiciones para ser ocupadas por turistas nacionales o extranjeros no residentes en esos municipios del litoral mediterráneo y de las islas.

A cada una de las viviendas de potencial uso turístico se les ha computado una capacidad de alojamiento de tan solo tres plazas por vivienda para poder aproximar los potenciales niveles de presión humana que

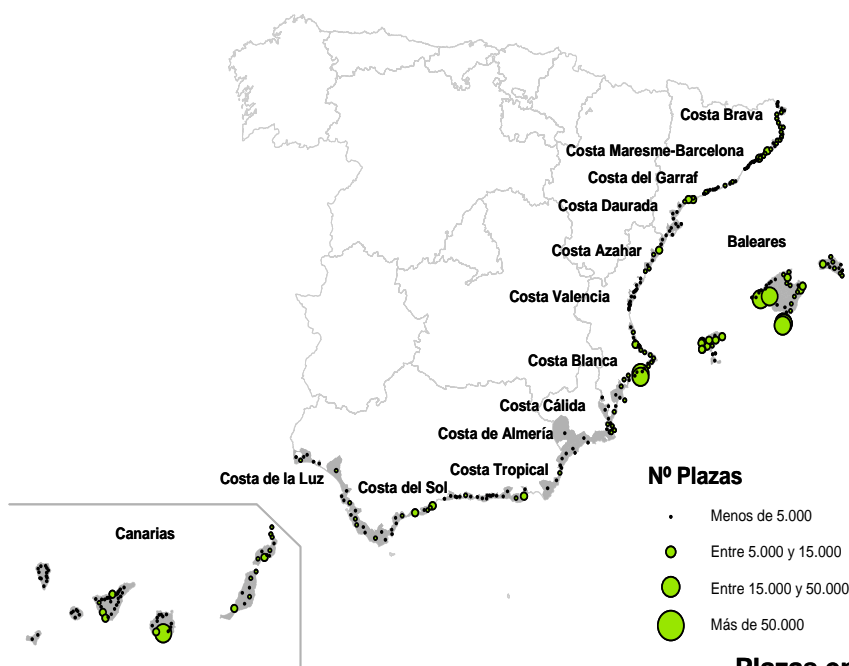
² Juan Martínez, F., Jesús Pauls, A. y Solsona Monzones, J. (2003). "Las viviendas familiares y su uso turístico en la Comunidad Valenciana"; Raya Mellado, P. (2003). "El turismo residencial en el litoral andaluz"; Uriel, E., Monfort, V.M., Ferrí, J. y Fernández de Guevara, J. (2001). "El sector turístico de España"; Varela Merino, B., López Lago, A. y Martínez Serrano, A. (2003). "Primeras aproximaciones al estudio estadístico del alojamiento privado con fines turísticos desde una perspectiva de oferta".

³ Se ha adoptado esta denominación por motivos de facilidad en el entendimiento del análisis que se realiza en el estudio, si bien este término es asimilable a lo que se denomina "Alojamiento Privado" según la terminología utilizada por las clasificaciones internacionales sobre alojamiento turístico.

inducen y a su vez poner en relación los impactos socioeconómicos y la generación de empleo resultante de su total de plazas, en comparación con los efectos provenientes del conjunto de establecimientos turísticos denominados como reglados (hoteles, apartamentos turísticos, acampamentos, etc.), y que se presenta en el capítulo 3. Se trata de un valor de asignación de plazas que está muy por debajo de empleado y asumido por otros trabajos⁴⁵, por lo que el número de plazas resultante debe ser entendido como un mínimo para el litoral.

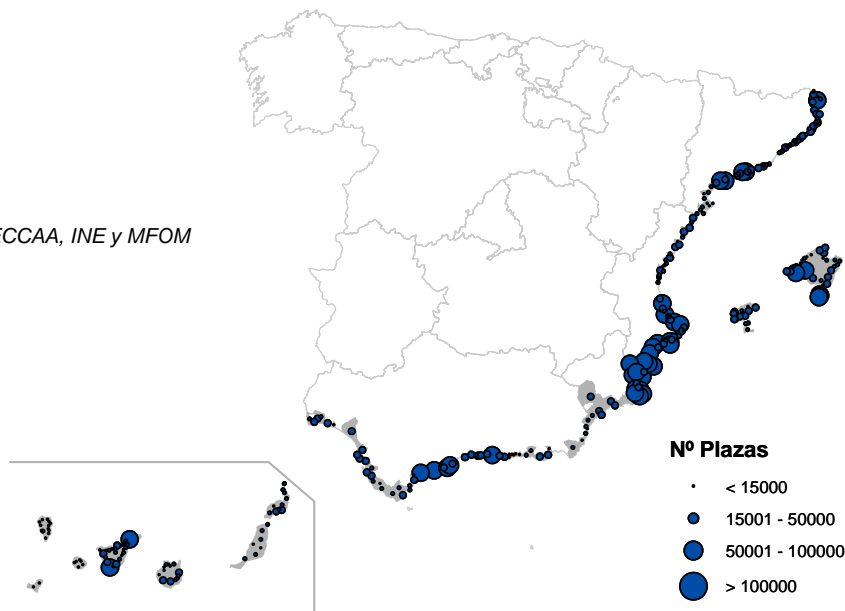
Plazas en alojamiento reglado

Año 2003



Plazas en Viviendas de Potencial Uso Turístico

Año 2003

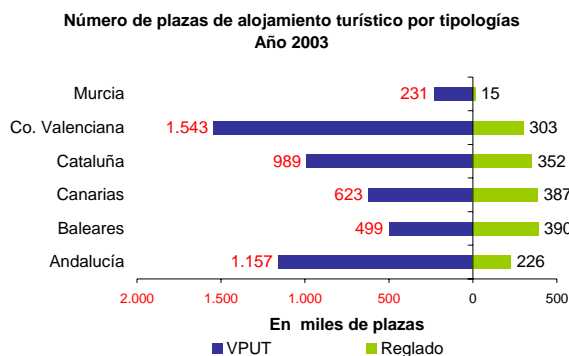


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de IECCAA, INE y MFOM

⁴ En los trabajos del INE el número de plazas por personas se asimila al de los apartamentos turísticos, cuya media es en el ámbito de estudio de 4,0. Este mismo promedio es utilizado en otros estudios en la Comunidad Valenciana.

⁵ El apartado de metodología de este estudio incluye una sección detallando los criterios utilizados para la cuantificación y clasificación de la VPUT.

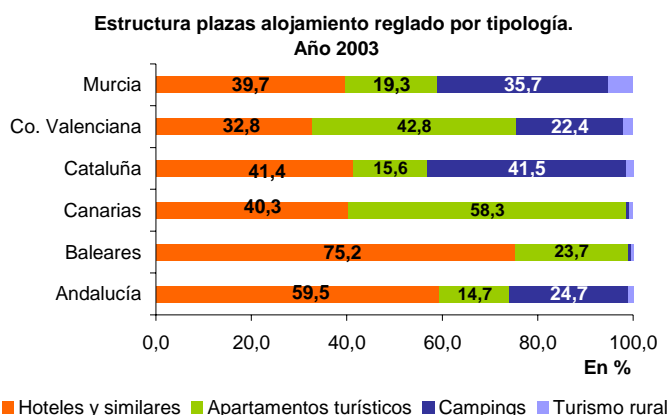
Con todo y con ello, en el año 2003 en los municipios del litoral mediterráneo y las islas se localizaban 1.673.000 plazas de alojamiento turístico reglado muy concentradas en los archipiélagos de Baleares y Canarias y algunos destinos como Benidorm o la Costa del Sol, frente a las 5.318.000 plazas de VPUT que explican la mayor parte de la oferta turística de la mayor parte de la franja del litoral.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de IECCAA, INE y MFOM

A su vez, dentro de la categoría de “Alojamientos Reglados”, se identifican en las Comunidades Autónomas estudiadas diferentes patrones de oferta según la estructura del total de plazas de uso turístico reglado entre las distintas tipologías (hoteles, apartamentos turísticos, acampamientos y turismo rural) que deben ser tenidas muy en cuenta, ya que ayudan a comprender los disímiles resultados que inducen en términos de su contribución económica y que se presentarán más adelante. En este sentido, mientras el alojamiento hotelero es el predominante en la mayor parte de las zonas del litoral, en el caso de Cataluña y de Canarias y, con menor intensidad, en el de la Comunidad Valenciana, otras fórmulas alojativas tienen una importante presencia en el total del parque alojativo.

En Cataluña, más de la mitad de las plazas son de campings, mientras que en Canarias la oferta de apartamentos turísticos es la predominante, con el 60% del total, y en la Comunidad Valenciana se reparte la oferta casi a partes iguales entre el parque de alojamiento hotelero, campings y los apartamentos turísticos.



Fuente: Elaboración propia a partir INE

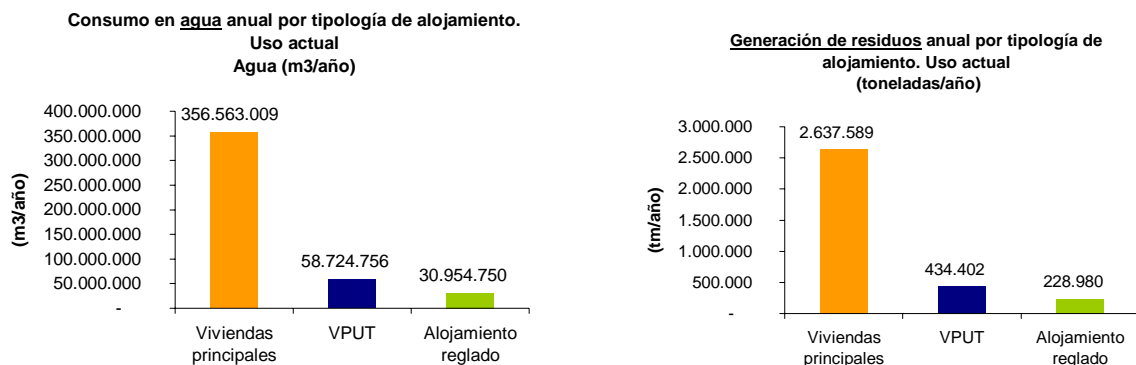
Adicionalmente, la distribución de plazas de alojamiento hotelero en base a las diferentes categorías de hoteles es heterogénea según las diversas Comunidades Autónomas analizadas. De entre ellas, cabe resaltar como un factor diferenciador la oferta hotelera de Canarias, en la que prácticamente el 60% de las plazas hoteleras corresponden a establecimientos de cuatro y cinco estrellas. Frente a este modelo hotelero especializado en una oferta de gama alta, se encuentra la estructura de la oferta hotelera en Baleares, Cataluña y la Comunidad Valenciana, donde las plazas en hoteles de cuatro y cinco estrellas es en promedio inferior a un tercio del total de su oferta, y donde predominan los alojamientos de tres estrellas.

Sus implicaciones ambientales.

Hasta el momento, el modelo de crecimiento y desarrollo turístico español no ha sido en general demasiado consciente de la factura ambiental generada tanto por la ingente cantidad de edificación que se crea cada año como por la utilización de todo el conjunto de la existente durante décadas en nuestras costas. La carga ambiental aborda cuestiones clave en términos de los impactos locales y globales que genera sobre el consumo de agua, residuos, necesidades de energía y emisiones de CO₂, etc.

Así, a partir de los datos elaborados por el GBC español, es posible establecer una primera aproximación de su magnitud en relación a los compromisos ambientales que en el año 2003 estaba generando el uso del actual parque de alojamientos en el litoral, y que con el ritmo de crecimiento actual de la edificación habría que incrementar en función, tanto de las cargas derivadas del propio proceso de construcción, como del uso posterior del nuevo parque, más los de todas las que ya están en cartera, que por el volumen ya comentado de viviendas iniciadas en el año 2004, esta previsto se incorporarán en los próximos años.

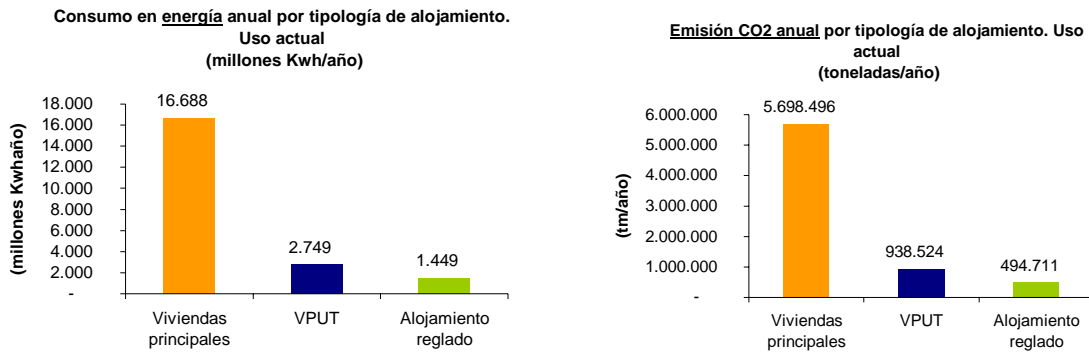
Los datos reseñados en el cuadro, a pesar de que no contemplan el resto de los efectos ambientales inducidos sobre las actividades industriales, comerciales, movilidad, etc. que a su vez dependen del turismo, son de por sí ya muy relevantes, y reflejan no sólo las consecuencias ambientales de unos impactos que a su vez requieren nuevas inversiones crecientes en infraestructuras de abastecimiento, tratamiento y gestión de agua, residuos y energía, sino que también señalan una pérdida de valores paisajísticos y de la calidad del entorno en el que se basa el atractivo esencial de nuestras costas a efectos turísticos y residenciales.



Elaboración propia a partir de datos de CBG-España, INE, IECCAA y MFOM

Con los indicadores existentes, hoy en día los mayores impactos medioambientales se derivan principalmente de las viviendas principales, por su mayor grado de utilización a lo largo del año. En este sentido y como hipótesis, aunque en el litoral mediterráneo español y las islas no se construyera ni una sola vivienda adicional, pero se llegaran a utilizar como primeras residencias todo el parque de viviendas existentes, las cargas ambientales serían inasumibles, tanto desde un punto de vista del impacto ambiental

que generarían y del agravamiento de los problemas congestión ya identificados, como de los costes municipales de las infraestructuras necesarias y los sistemas de gestión y mantenimiento para afrontarlos.



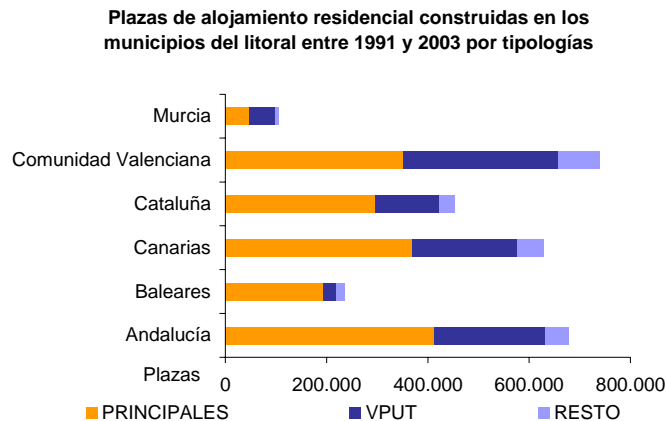
Elaboración propia a partir de datos de CBG-España, INE, IECCAA y MFOM

¿SON ASUMIBLES LOS ACTUALES RITMOS DE CRECIMIENTO DE LA URBANIZACIÓN EN EL LITORAL?

Los ritmos de crecimiento de la última década.

La década de los años 90 y el comienzo de este siglo XXI han sido testigos de un fuerte proceso urbanizador en el litoral mediterráneo peninsular y los dos archipiélagos que se ha intensificado muy particularmente en este último quinquenio. En el periodo 1991-2003, el número total de viviendas se incrementó un 40,6% (un 2,9% anual) en las comunidades estudiadas, pasando de 8.505.453 plazas a comienzos de la década de los 90 a las 11.958.607 plazas que se podían contabilizar en los municipios del litoral de las comunidades del mediterráneo y las islas en el año 2003.

Por otro lado, dentro de esta intensa tendencia a construir viviendas en el litoral, aquellas dedicadas a su uso turístico se han incrementado un 29,4% (un 2,2% anual), lo que supone la puesta en el mercado de 1.209.643 nuevas plazas de alojamiento residencial en el periodo 1991-2003.



Elaboración propia a partir de datos de IECCAA, INE y MFOM

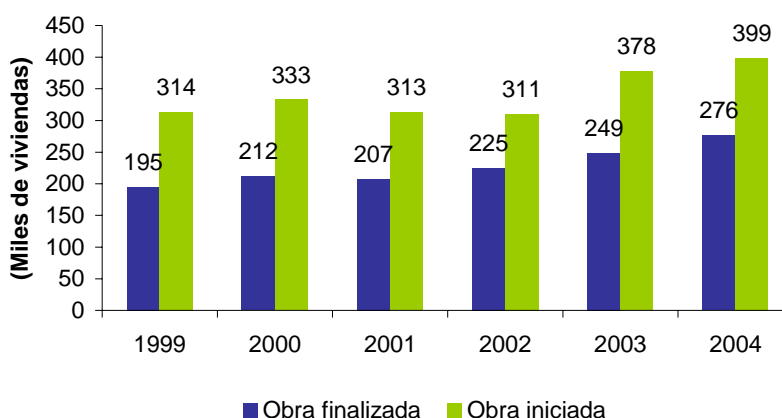
Cabe destacar, igualmente, que, si bien con capacidades sustancialmente inferiores, las plazas de alojamiento turístico reglado también han venido creciendo incluso a ritmos porcentualmente más acelerados en los últimos años (3,6% desde el año 2001) hasta generar en la actualidad, si se suman

ambas tipologías, una clara situación de sobreoferta del conjunto del alojamiento en comparación con el volumen agregado de la demanda turística interna y externa y sus previsibles tasas de crecimiento futuras.

La situación en la que nos encontramos y la dinámica que la ha propiciado no parece ser la más adecuada para un litoral mediterráneo y unas islas que en muchas de sus zonas han tenido en la actividad turística su principal motor de generación de renta y empleo y que comienzan a ver peligrar la capacidad de carga de su territorio, y por ende la sostenibilidad de un posicionamiento y una oferta turística por otra parte poco diferenciada.

Por otra parte, a mediados de 2005 estamos insertos en el marco de una economía como la española, en la que los principales factores explicativos de su notable crecimiento siguen descansando desde hace años en el fuerte tirón de la construcción, que a su vez impulsa una apresurada edificación en el litoral, sin que se vislumbre a corto plazo un sustancial cambio de tendencia. Este proceso ha llevado a que en el año 2004 se haya vuelto a batir el récord de viviendas iniciadas en las provincias del litoral mediterráneo y las islas, con 399 mil nuevas unidades que condicionarán el equilibrio oferta – demanda de los próximos tres años, habiéndose cerrado el ejercicio 2004 con un total de 276 mil viviendas finalizadas, que según la misma fuente, representan en ambos casos los mayores registros de los últimos seis años. Este incremento esperado de la oferta residencial se ve igualmente acompañado por un numeroso volumen de proyectos de construcción de nuevos establecimientos de alojamientos reglados, especialmente hoteleros, que a su vez esperan iniciar su actividad e irrumpirán en el mercado en los próximos años.

Visados de obra nueva y certificados de fin de obra en las provincias del mediterráneo español y las islas (Año 1999-2004)



Elaboración propia a partir de datos del MFOM

Sus factores explicativos. La capacidad de actuación

A esta situación de explosión de la construcción de nueva oferta alojativa, y especialmente de la de carácter residencial se ha llegado como resultado de la combinación de un complejo conjunto de factores de índole macroeconómico, financiero, territorial y social, que en muchos casos superan la lógica del propio desarrollo turístico. Su identificación permite enmarcar aquellos en los que se pueden dirigir las actuaciones de los agentes públicos y privados a medio plazo por disponerse de capacidad de influencia y que en la siguiente relación se presentan subrayados.

Factores de demanda:

- Un escenario macroeconómico con un exceso de liquidez financiera y bajos tipos de interés que facilitan el crédito en toda Europa, con el consecuente efecto sobre el abaratamiento de las condiciones de endeudamiento para empresas y familias.
- Las expectativas de unas mejores rentabilidades inmobiliarias-turísticas asociadas a los buenos resultados del sector turístico español logrados hasta el año 2000.
- La fuerte y constante subida de precios de las viviendas vacacionales en el litoral y las consecuentes plusvalías a corto plazo del proceso de promoción inmobiliaria, la atonía hasta el año 2004 de la bolsa y la reducida rentabilidad alternativa de otros activos financieros de renta fija.
- La agudización de la preferencia por vivir en lugares climáticos más suaves y próximos al mar por parte de un grupo creciente de población española y europea en edad de jubilación.
- La explosión y diversidad de rutas aéreas ofrecidas por las compañías de bajo coste (CBC) a destinos españoles apoyadas institucionalmente que impulsan dos efectos diferentes tal como demuestra tanto la información oficial disponible del IET como la que se deriva de este estudio:
 - Una mayor intención de compra y uso de viviendas residenciales en la costas españolas por las mayores y mejores conexiones directas que introducen esas CBC.
 - Estancias más cortas y pautas de gasto inferiores a cargo de aquellos turistas extranjeros que usan CBC (en promedio 9 € diarios menos en destino) .

Según la Encuesta realizada a los efectos de este estudio a 3.400 turistas extranjeros usuarios de compañías aéreas de bajo coste, elaborada en los meses de agosto y noviembre de 2004 en los siete principales aeropuertos de la costa mediterránea española y Baleares, el 51,3% de los clientes de este tipo de compañías empleaba la oferta residencial, mientras que para el turista medio que visita España este porcentaje sólo era del 26%. Así mismo, el 6,3% de los usuarios de CBC (167.000 personas) está pensando en comprar una vivienda en España y para el 65,3% (109.000) la aparición de las CBC ha influido positivamente en su decisión.

Factores de oferta:

- Las continuadas inversiones de las grandes promotoras inmobiliarias en el segmento de las viviendas vacacionales dentro de sus estrategias de diversificación de líneas de negocio.
- Los recurrentes problemas de financiación y déficit de los municipios turísticos, que se enfrentan a necesidades presupuestarias adicionales a las que deben asumir el resto de corporaciones locales.

Por una parte, la presencia de una población flotante en temporada alta superior a la población de derecho implica la necesidad de reforzar determinados servicios para acoger a usuarios más allá de la propia población residente, invertir más en la prestación y mantenimiento de determinadas servicios e infraestructuras que se utilizan con mayor intensidad en épocas punta como son la seguridad ciudadana, la limpieza viaria, el alumbrado público o el mantenimiento de la red viaria.

Por otra parte, los municipios turísticos se enfrentan a la necesidad de prestar un nivel de servicio superior a los no turísticos, tanto en número, calidad y cantidad, y asumir un mayor volumen de inversión para reforzar el atractivo del Espacio Turístico como uno de los elementos clave de su competitividad. Así, por ejemplo, algunos de los servicios que deben prestar los municipios turísticos son exclusivos de estos, como la creación de la marca y la promoción del destino, la señalización turística, las oficinas de información, el mantenimiento de los recursos turísticos (naturales y culturales), la conservación del entorno y la limpieza de playas.

Esta necesidad adicional de recursos no viene acompañada de un volumen de financiación que la compense, lo que impulsa a los gestores locales a acudir a fórmulas de financiación discrecionales

vinculadas al desarrollo de nuevo suelo para la edificación y materializadas durante el proceso en la cesión de los aprovechamientos urbanísticos, las licencias y el ICIO, además de la capacidad de recaudación para el futuro vía IBI y participación en los ingresos del Estado si se aumenta su población residente. El trabajo de campo realizado en los 26 municipios del litoral mediterráneo y las islas que son objeto de este estudio, confirma que el sistema más habitual al que recurren los municipios turísticos analizados para obtener financiación es el fomento del crecimiento urbanístico y la construcción, que reporta en varios casos entre el 30% y el 65% del total del presupuesto local.

- Las estrategias de planificación territorial: Buena parte de los documentos de planificación actual en zonas turísticas asumen el crecimiento urbanístico en el litoral sin una percepción de límites y sin una estrategia territorial a largo plazo, en clave diferencial e integral, lo que constituye una notable amenaza a la sostenibilidad del litoral mediterráneo y de las islas, tanto desde el punto de vista socioeconómico y medioambiental, como desde otro ángulo esencial, como es la percepción de la calidad de vida inducida por las actividades turísticas sobre las sociedades locales.

En el trabajo de campo realizado en los 26 municipios de análisis en profundidad se pudo constatar el predominio de planes de ordenación urbana en los que no se incorpora ni una clara ni una decidida estrategia en términos propiamente turísticos, por carecer la mayoría de ellos de una visión global de futuro, ni ningún posicionamiento turístico deseado o predefinido con rigor, ni una estimación previa de los efectos socioeconómicos que pudieran inducir las diferentes alternativas de ordenación y ritmos de crecimiento por los que optar, factores todos ellos clave y que deberían influir de una manera capital sobre el alcance y dirección de su actual planificación territorial.

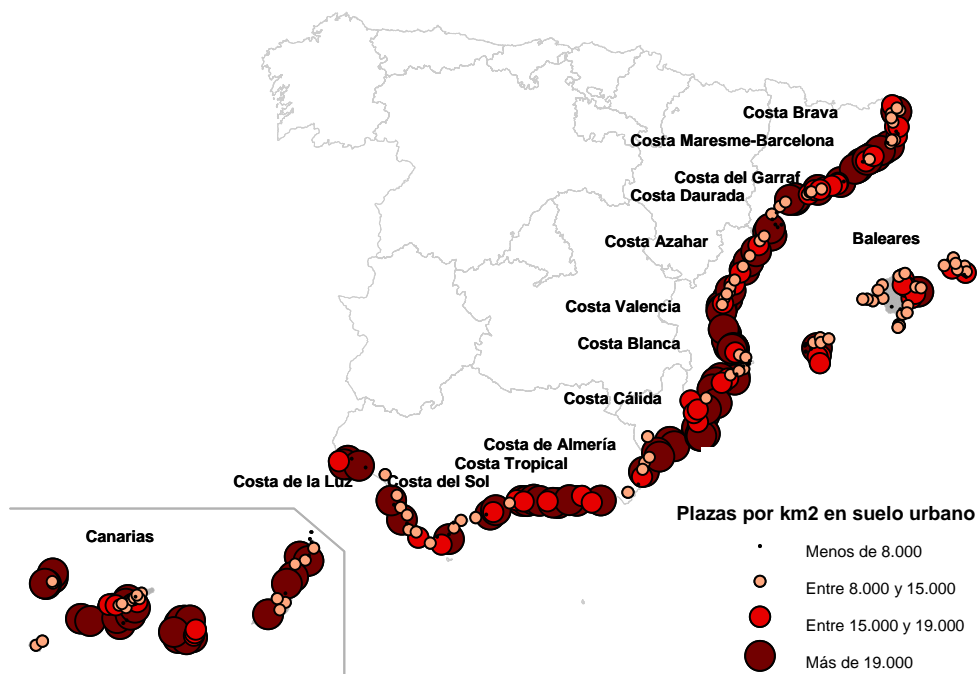
No obstante, en los últimos años se observa que desde distintos ámbitos de Gobierno (administración central y comunidades autónomas, principalmente) ya se están empezando a adoptar medidas que imprimen un nuevo enfoque diferencial a la política territorial aplicada en zonas turísticas del litoral (Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias, Plan Territorial Insular (PTI) de Menorca, el Plan Director Urbanístico del Sistema Costero de Cataluña o la Estrategia de Desarrollo Sostenible de Lanzarote) . En todo caso ,se trata de nuevos enfoques de trabajo que, si bien se han orientado en la dirección correcta, no se han extendido lo suficiente a otras áreas del litoral mediterráneo o las islas, y en los lugares donde se han planteado se encuentran todavía con bastantes problemas para su aplicación definitiva.

Las perspectivas de futuro.

En un contexto en el que la dinámica y la combinación de factores que han propiciado la situación actual no parece que vayan a cambiar a corto plazo, se ha detectado durante el trabajo de campo realizado que el suelo calificado en la actualidad para poderse desarrollar urbanísticamente en los próximos años en la mayor parte de municipios del litoral mediterráneo y las islas, cuando menos, triplicaría el número de plazas de alojamiento hoy existentes entre las que pudieran construirse en el suelo urbano que todavía está desocupado y las construibles en parcelas calificadas como urbanizables.

Esto representaría triplicar los desfavorables impactos que se han ido exponiendo en los apartados anteriores y, probablemente, de producirse esta acelerada urbanización potencial, terminar de consolidar una trama urbana en torno al litoral mediterráneo peninsular y las islas difícilmente compatible en muchas zonas con las actuales actividades lúdico- turísticas y con unas repercusiones socioeconómicas diferentes sin estar garantizadas ni las infraestructuras ni la capacidad de sus recursos naturales básicos.

Número de plazas potenciales por km² de suelo urbano municipal

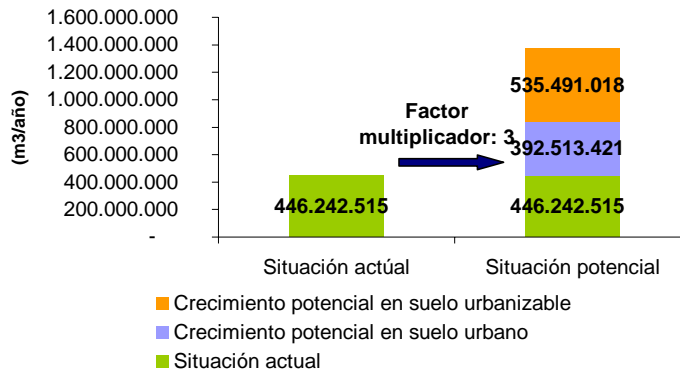


Elaboración propia a partir de datos de IECCAA, INE y Catastro

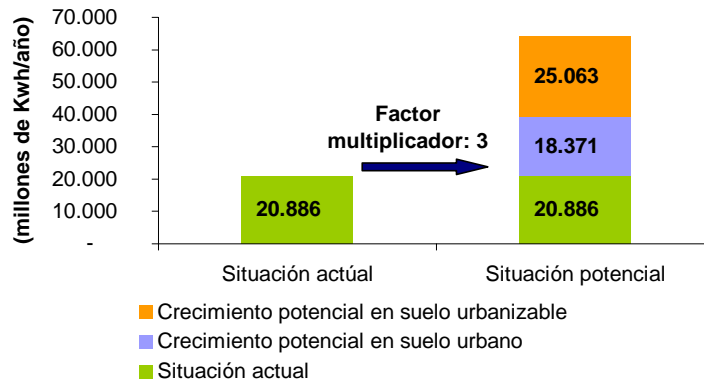
De llegar a materializarse este escenario potencial, la presión potencial podría elevarse un 87,9% respecto a las cifras actuales que parten del suelo disponible en terreno urbano sin ocupar y al que habría que añadirle un incremento del 120% en promedio en las parcelas que actualmente están calificadas como urbanizables para un desarrollo residencial o terciario turístico. La urbanización de este suelo ya calificado para su desarrollo supondría pasar en los municipios del litoral y las islas de una capacidad de acogida potencial de 13.631.865 personas a más de 40 millones.

De producirse esta situación, los niveles de densidad en las zonas turísticas se desbordarían hasta multiplicarse el número de destinos que presentarían presiones humanas potenciales en temporada alta similares a la situación actual de Madrid, Sevilla y Valencia, triplicando las actuales cargas ambientales en términos de consumo de agua y energía y generación de residuos.

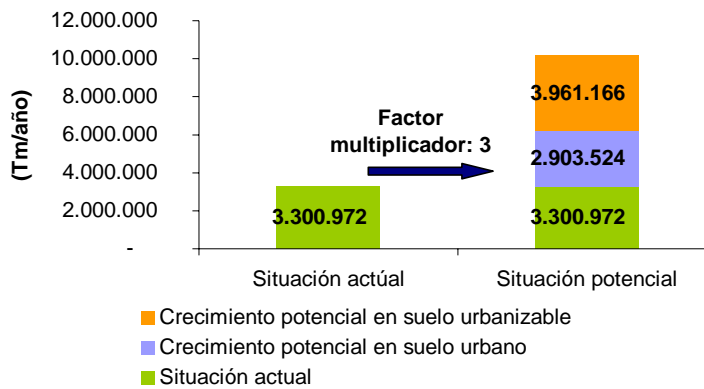
Consumo de agua anual asociado al uso de alojamiento en municipios del litoral mediterráneo e islas (m³/año)



Consumo de energía anual asociado al uso de alojamiento en municipios del litoral mediterráneo e islas (millones Kwh/año)



Generación anual de residuos asociado al uso de alojamiento en municipios del litoral mediterráneo e islas (Tm/año)



Elaboración propia a partir CBG-España, INE, IECCAA, MFOM y Catastro

CAPÍTULO 3. EL PRODUCTO TURÍSTICO Y SU INFLUENCIA EN LA CONFIGURACIÓN DE DESTINOS DE VALOR AÑADIDO

El segundo de los factores clave que determina el atractivo del destino, aparte del propio Espacio Turístico, es la variedad y competitividad de su(s) línea(s) de Producto(s) Turístico(s). Como ya hemos venido anticipando, en la configuración de las experiencias para satisfacer las motivaciones cada día más segmentadas de los turistas, interviene una amplia cadena de valor en la que participan una multiplicidad de pequeñas, medianas y grandes empresas (hoteles, apartamentos, agencias receptoras, bares, restaurantes, discotecas, parques de ocio, alquiler de coches, etc.), así como un conjunto de servicios públicos (policía, limpieza de calles y playas, puntos de información turística, etc.), de cuya mejor o peor integración y alineación en torno a una visión y un posicionamiento turístico del destino, depende su competitividad y sostenibilidad, entendida como la capacidad de responder y superar las expectativas de una clientela cada día más informada, volátil y exigente, a la par que asegurar los mejores niveles de prosperidad percibidos como tales por las propias sociedades locales.

Siguiendo este planteamiento, en este capítulo se aborda el análisis de los efectos económicos sobre el empleo y la hacienda pública de los diversos modelos de ocupación del territorio turístico y, en particular de las distintas tipologías y mezcla de plazas de alojamiento y su combinación con los equipamientos que complementan las experiencias del turista. El objetivo es identificar los elementos que permiten explicar la mejor capacidad competitiva a largo plazo de los destinos y los mayores efectos multiplicadores directos e indirectos que genera sobre todas las ramas de actividad económica que, hoy por hoy, dependen del turismo, a la vez que las implicaciones sobre los ingresos y gasto de la hacienda pública.

Para ello, y siguiendo el método de análisis Input-Output, se aproxima la capacidad de generación de riqueza y empleo tanto directo como indirecto, reflejo de los diferentes modelos de ordenación y gestión del destino, de sus combinaciones alojativas y de sus equipamientos de oferta complementaria. Este planteamiento parte del hecho de que la ingente generación de renta y empleo asociada a la actividad turística procede, en primer lugar, del gasto realizado diariamente por los turistas durante su estancia en los propios destinos, a lo que hay que añadir los efectos multiplicadores y arrastre asociados a la compra de suministros de otras empresas que se favorecen indirectamente de ese gasto local y directo de los turistas, así como la traslación de las rentas que obtienen las empresas y trabajadores de las actividades turísticas en sus propios gastos (adquisición de bienes de consumo duradero, pago de servicios de educación, sanidad, etc.), y de los que de nuevo se favorecen un amplio conjunto de empresas (comercios, colegios, centros de salud, etc.).

Para ello, y condicionado por las fuentes estadísticas oficiales disponibles, el presente apartado se aborda a dos niveles: por un lado, a nivel de cada una de las comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas para las que se dispone de la información publicada por el IET sobre las pautas de comportamiento y gasto del turista y, por otro, al nivel de una muestra de 26 de sus principales y más representativos municipios turísticos, elegidos en función de los distintos modelos de combinaciones de tipologías y categorías alojativas existentes, su integración con equipamientos y atributos de ocio complementario, sus modelos de gestión y su posición territorial.

De forma adicional, y como se ha señalado en el capítulo 2 dedicado al Espacio Turístico, el desarrollo de la actividad turística en el litoral ha venido recientemente acompañado de un intenso impulso urbanizador y de la construcción fruto del creciente atractivo turístico del litoral. La propia actividad de construcción de hoteles y, sobre todo, de viviendas que ha dominado el litoral en este último quinquenio ha generado, a su vez, un impacto favorable sobre la renta y prosperidad de los municipios turísticos, que se ha sumado al propiamente derivado de la llegada de turistas. Se trata de un segundo análisis que por su vinculación a la lógica turística del litoral, especialmente en un momento donde algunas zonas se enfrentan a problemas de

congestión y una mayor urbanización que puede afectar de manera importante a la contribución económica generada por la afluencia turística, se evalúa en este capítulo.

De esta forma, el análisis de los diferentes modelos de especialización turística se realiza siguiendo el siguiente orden:

1. Análisis de la actividad económica derivada de la afluencia de turistas.

- Efectos económicos directos generados sólo por el gasto de los turistas .
- Efectos económicos y empleo, tanto directos como los arrastre inducidos sobre otros sectores que dependen del turismo.
- Efectos sobre la hacienda pública.

2. Análisis de la actividad económica derivada de la construcción de alojamiento.

- Efectos económicos y empleo, tanto directos como los arrastre inducidos por la actividad de construcción de alojamiento.

¿QUÉ MODELOS SON LOS QUE GENERAN UNA MAYOR ACTIVIDAD ECONÓMICA DERIVADA DE LA AFLUENCIA DE TURISTAS?

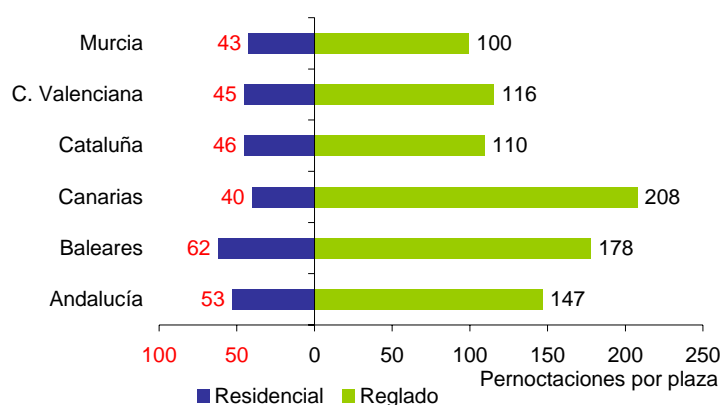
La importancia de la oferta alojativa.

Del análisis realizado se deriva que una variable clave determinante de la distinta contribución económica y la sostenibilidad de los destinos descansa en la estructura y las combinaciones de su oferta alojativa por cuanto se identifican claramente niveles de utilización y patrones de comportamiento y hábitos de gasto de los turistas que las usan muy diferentes entre las diversas tipologías alojativas, especialmente entre la oferta reglada y la oferta residencial. Dichas diferencias se confirman tanto a nivel autonómico como a escala municipal, y sirven para entender los distintos resultados que la actividad turística es capaz de generar en los destinos. Las principales diferencias se enuncian a continuación:

La ocupación de las plazas.

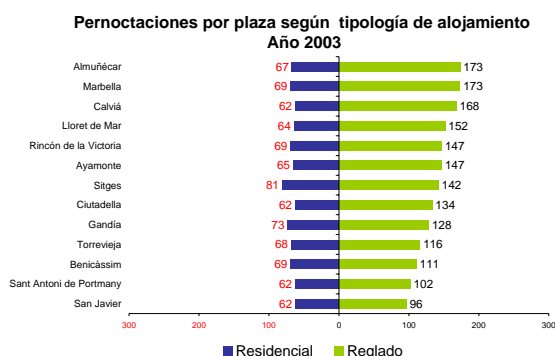
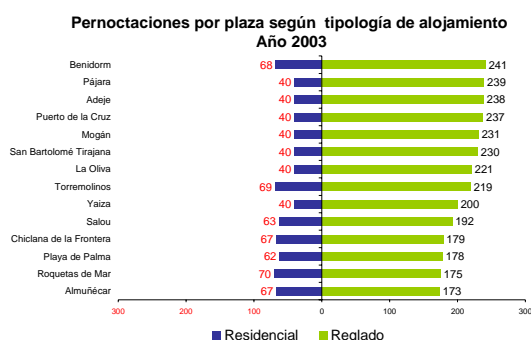
De media, en las comunidades autónomas del litoral cada plaza de alojamiento reglado se ocupa 144 noches, frente a 48 noches para cada plaza residencial.

Pernoctaciones por plaza según la tipología de alojamiento por CC.AA. Año 2003.



Fuente: Elaboración propia a partir IECCAA, IET, INE y MFOM

Esta ocupación, sin embargo, se incrementa en los municipios más turísticos, aunque se mantiene en todos los casos el mayor número de noches de utilización de cada plaza de alojamiento reglado respecto a cada plaza residencial. De los 26 destinos estudiados, Benidorm es que alcanza un mayor grado de ocupación de su planta alojativa reglada con 241 días, y Sitges, con 81, en el que cada plaza residencial genera un mayor número de estancias.



Fuente: Elaboración propia a partir IECCAA, IET, INE y MFOM

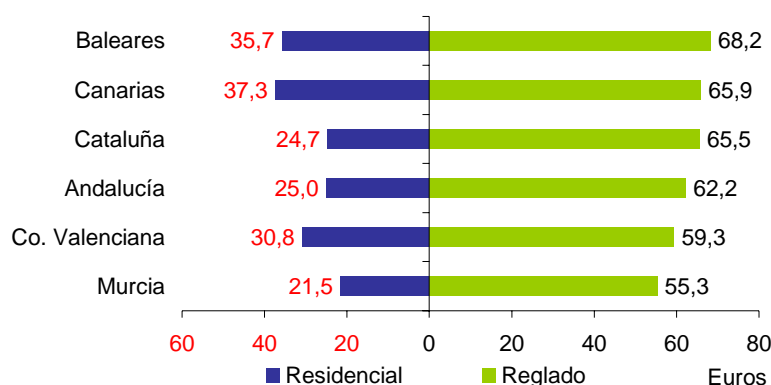
Gracias a que el alojamiento reglado cuenta con el apoyo de una gestión empresarial permanente dirigida a promover y comercializar el establecimiento y la diversidad de atractivos y servicios turísticos complementarios al destino, con el fin de rentabilizar sus fuertes inversiones en juego, intentando incrementar sus ocupaciones, aspirando a estabilizar y mantener sus operaciones el máximo número de días al año, cada plaza alojativa es capaz de generar un mayor número de pernoctaciones. Este hecho favorece una mayor estabilidad en el empleo y un mayor nivel de actividad económica para otros sectores dependientes de la llegada de turistas como son el comercio, los restaurantes, la oferta cultural y de ocio, etc.

El gasto medio diario en destino.

Según los datos elaborados por el IET, en el año 2003 el gasto medio por persona y día de un turista que se aloja en España en una vivienda se situaba en los 33,70 €, mientras esta cifra se elevaba hasta los 87,12€ en el caso del turista que pernoctó en un alojamiento reglado. Sin embargo, los consumos que tienen más capacidad de dinamizar socio-económicamente a los destinos turísticos

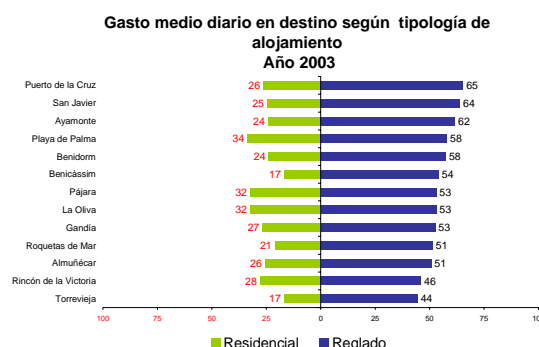
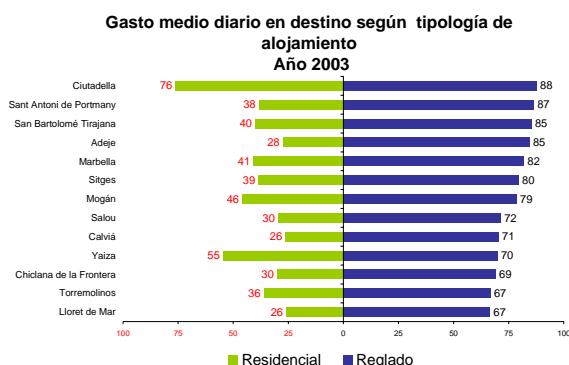
son los que finalmente revierten en los mismos, bien porque aun habiéndose realizado en origen, finalmente acaban financiando servicios en el propio destino, como es el caso del alojamiento hotelero, bien porque son realizados durante la misma estancia del turista (bares, restaurantes, excursiones, alquileres de coches, shopping, etc.). El gasto directo en destino según el IET es de nuevo notablemente superior en el caso de los turistas que se hospedan en establecimientos reglados, que alcanza más del doble de los que se hospedan en la oferta residencial, oscilando la diferencia por CC.AA. entre 28 a 40 €, por día.

Gasto medio diario que llega al destino según tipología de alojamiento por CCAA. Año 2003



Fuente. Elaboración propia a partir IET

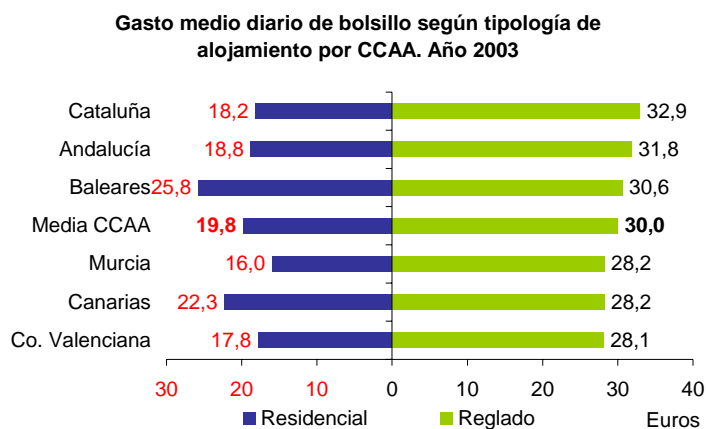
La información pormenorizada por los 26 municipios turísticos estudiados permite igualmente contrastar un mayor gasto medio asociado al turismo reglado frente al residencial.



Fuente: Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados

Sin perjuicio de todo lo anterior, cabe plantearse por otro lado que el mayor gasto realizado por el turista que se aloja en un establecimiento reglado frente al que utiliza una segunda residencia procede simplemente del pago de los servicios de alojamiento, mientras en el caso de la oferta residencial buena parte es gratuita por la utilización de la vivienda propia o la cesión de la de familiares o amigos, cuyo pago está implícito en el valor de la inversión que realizó en su momento para adquirirla.

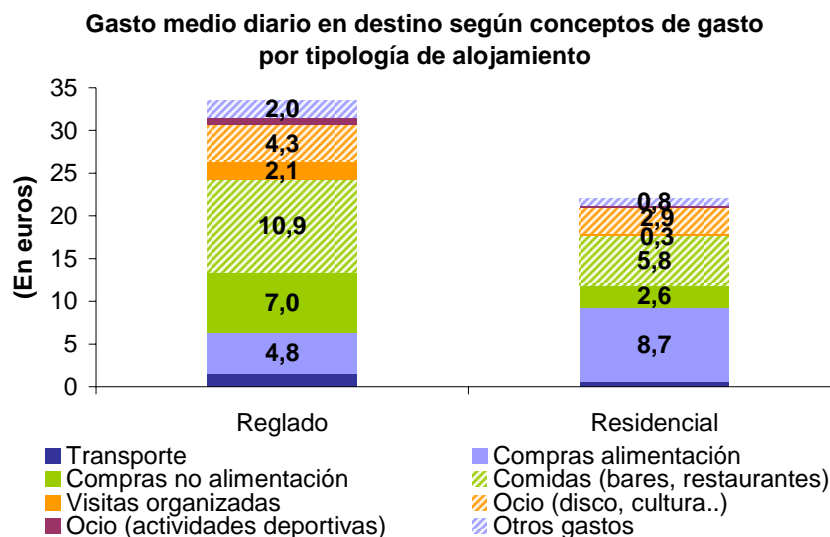
El análisis de los gastos de bolsillo en los que incurre un turista en el destino, sin tener en cuenta lo satisfecho por el alojamiento, vuelve a confirmar, cualquiera que sea la fuente y la escala territorial elegida, la mayor “alegría y diversidad” en el gasto de bolsillo de los turistas que viajan a un establecimiento reglado respecto a los que lo hacen a una segunda residencia.



Fuente. Elaboración propia a partir IET

En este caso, la mayor propensión al gasto del turista que utiliza un alojamiento reglado se traduce entre otros en una distinta distribución de su cesta de la compra, que igualmente va a condicionar los efectos económicos que genera uno u otro perfil de turista en los destinos. En concreto, el turista que se aloja en establecimientos reglados realiza un mayor shopping y adquisición de recuerdos, que en el caso del turista que visita más recurrentemente un destino no se realizan, además de realizar excursiones y conocer el paisaje, la cultura local o la gastronomía, factores menos demandados cuando se reside en el destino por ser ya conocidos.

Igualmente, el turista residencial gasta más en la adquisición de productos de alimentación en grandes superficies respecto al turista que se hospeda en la oferta reglada, por lo que el impacto final de ese gasto sobre el pequeño comercio local, que en buena parte configura la trama y potencia y mantiene el carácter y el atractivo de los centros urbanos de las poblaciones turísticas, es menor.



Fuente: Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados

De todo lo anterior se concluye que los destinos que reciban un mayor volumen de pernoctaciones en alojamientos reglados desarrollarán una estructura comercial y de servicios más estable enfocada a satisfacer una mayor demanda de oferta complementaria en shopping, restauración, ocio y excursiones. Por el contrario, los destinos en los que predominen las pernoctaciones residenciales tendrán una actividad económica menos diversa y más reducida en términos turísticos, tanto por el menor gasto que genera este turista en términos de su volumen de gasto, como por la menor ocupación y estacionalidad, así como por la mayor concentración de su gasto en restaurantes y, sobre todo, en compras de alimentación.

Junto con los niveles de ocupación y gasto de los turistas, se identifican otra serie de factores que permiten establecer diferencias entre los efectos económicos y sobre la hacienda pública inducidos por cada una de las diferentes tipologías alojativas (reglada frente no reglada).

El modelo de contratación y comercialización y su impacto legal y fiscal.

Las diferencias en la contratación y comercialización de cada una de las diferentes fórmulas alojativas tienen una incidencia directa sobre la capacidad de generación de renta para la economía y para la hacienda pública española. En el caso del alojamiento reglado, su comercialización pasa por canales legalmente regulados con personal especializado y dedicado integrar y vender el producto (tour operadores, agencias de viajes convencionales o virtuales), cumpliendo con todas sus obligaciones impositivas, tanto en cuanto al IVA generado en cada venta, como el Impuesto de Sociedades, etc. Por el contrario, en el caso de los alojamientos residenciales no reglados el impacto sobre la hacienda pública es ostensiblemente menor. En primer lugar, porque en buena parte de los mismos, más del 70%, según la encuesta realizada en los 26 municipios del litoral estudiados, son disfrutados por sus propietarios o son supuestamente cedidos a familiares o amigos, reales o “aparentes”, sin que exista una contraprestación declarada o conocida.

En segundo lugar, porque del 23% de los usuarios de alojamiento residencial que en nuestra encuesta reconocen pagar un arrendamiento por ellos, el 65% ha llegado a un acuerdo directamente con el propietario, sin que haya incentivos para que realmente se declaren ni la propia operación -que en gran medida lleva aparejada algún tipo de prestación de servicios de cambio de la ropa de cama o de limpieza

que debiera gravarse con IVA, como se explicará más adelante- ni las rentas obtenidas, que debieran incorporarse en la declaración del IRPF.

La normalización de la calidad y la seguridad

El carácter de los establecimientos alojativos reglados tales como hoteles, apartamentos turísticos y campings, confiere al consumidor final, en principio y entre otros, al consumidor final una mayor garantía de seguridad sobre los elementos físicos que conforman el establecimiento, sus equipamientos y la calidad integral resultante de los servicios que ofrecen. Afrontar el cumplimiento de la regulación existente que se les exige a los establecimientos reglados les genera unos costes adicionales que un estudio realizado en 2004 por la patronal para la pequeña y mediana empresa de Cataluña (PIMEC) para los hoteles de tres estrellas catalanes valoraba en 32.900€ en el caso de los gastos asociados a cumplir con las normativas vigentes (costes obligatorios), y en 29.400 € los costes voluntarios de adaptación a las nuevas exigencias del mercado, como son la implantación, seguimiento y auditoria de la Q de calidad o la normativa ISO.

Por otro lado, la normativa que regula la operativa de los alojamientos reglados también exige garantías de protección al consumidor ante incumplimientos en la provisión del servicio adquirido y sistemas de inspección y sanción de los establecimientos que no cumplan con los requisitos marcados en numerosas materias como sanidad, higiene, protección frente a incendios etc. Por el contrario, el alojamiento residencial, una vez finalizada su construcción y venta, al no comercializarse su eventual disfrute posterior en su mayor parte por circuitos reglados, ni está sujeto al coste que suponen esas normativas, ni está sometido a ningún tipo de control de calidad, ni ofrece las mismas garantías de seguridad para el cliente final, que puede llegar a encontrarse indefenso ante posibles incumplimientos o unos estándares eventualmente inferiores a los prometidos.

La conjunción de estos factores explica los distintos resultados económicos que genera cada uno de los modelos alojativos en el litoral español y que a continuación se exponen de forma diferenciada entre los efectos económicos generados sólo por el gasto directo de los turistas en aquellos establecimientos y servicios con los que tiene un contacto (pernoctaciones por gasto medio diario) y los efectos económicos y empleo, tanto directos como los arrastre, inducidos sobre otros sectores que dependen del turismo, aunque no interaccionen directamente con el turista.

Efectos económicos directos generados sólo por el gasto de los turistas.

El gasto del turista genera un primer impacto sobre la economía local fruto del negocio y empleo que induce sobre el conjunto de las diferentes empresas turísticas que como antes señalábamos están en contacto directo con el turista. Dicho impacto depende no sólo del número de turistas que lleguen al destino, sino fundamentalmente del número de pernoctaciones que realicen y, sobre todo, del nivel de gasto medio diario en destino en el que incurran los turistas durante su estancia promedio, en la medida que ya se ha visto anteriormente como hoy por hoy las diferentes tipologías de alojamiento determinan en gran manera el volumen de gasto local.

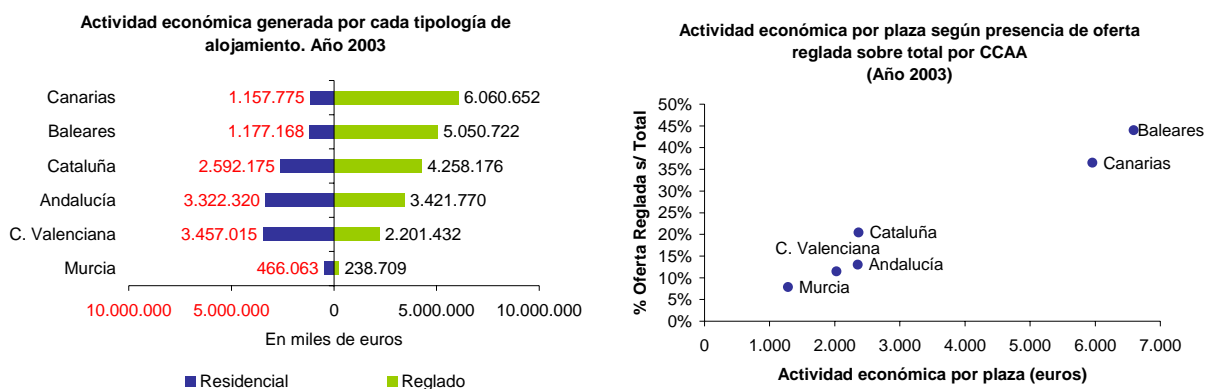
La comparación de los resultados del gasto turístico a escala autonómica refleja en un primer nivel que todas las comunidades autónomas del litoral mediterráneo español y las islas, con la excepción de Murcia, disfrutaban en el año 2003 de un volumen de actividad económica medida en función del gasto y del número de pernoctaciones en el destino, en una banda relativamente estrecha, entre los 5.600 y los 7.200 millones de euros por comunidad.

Volumen de actividad económica generada por la afluencia de turistas y rentabilidad por plaza

	Actividad económica (en €)	Total Plazas Turísticas	Actividad por plaza (€)	% Oferta reglada	% oferta residencial
Andalucía	6.744.090.159,30 €	2.866.917	2.352 €	13,0%	87,0%
Baleares	6.227.890.980,34 €	944.992	6.590 €	44,0%	56,0%
Canarias	7.218.427.487,64 €	1.211.451	5.958 €	36,5%	63,5%
Cataluña	6.850.351.080,45 €	2.897.684	2.364 €	20,5%	79,5%
Co. Valenciana	5.658.447.578,43 €	2.792.654	2.026 €	11,5%	88,5%
Murcia	704.772.245,60 €	549.804	1.282 €	7,9%	92,1%
TOTAL	33.403.979.531,76 €	11.263.501	2.966 €	19,4%	80,6%

Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE e IECCAA

La distribución de la actividad económica generada por cada tipo de oferta alojativa en las diferentes comunidades autónomas guarda una correlación directa con el modelo de especialización de cada territorio, de forma que en la Comunidad Valenciana y en Murcia el alojamiento residencial realiza una mayor aportación económica que el reglado, mientras en el resto de comunidades autónomas la mayor contribución se explica por los hoteles, campings y apartamentos turísticos.



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE e IECCAA

No obstante, cabe destacar que estos distintos resultados agregados y derivados del primer nivel de actividad económica que genera el gasto de los turistas en destino se consiguen con un volumen muy distinto de plazas de alojamiento construidas, lo que apunta la presencia de diferentes productividades por plaza según la tipología alojativa y, por tanto, disímiles niveles de ocupación del territorio para cada comunidad autónoma para poder generar el mismo impacto socioeconómico. En definitiva, existen distintos niveles de rentabilidad socioeconómica inducida sobre las sociedades locales según la unidad de territorio ocupado o metro cuadrado construido, situándose la media para el conjunto del litoral mediterráneo peninsular y las islas en los 2.959€ por cada plaza construida.

Las comparaciones y análisis cruzados entre comunidades ponen de nuevo en evidencia que aquellos que presentan una mayor dotación y especialización en el segmento de alojamientos reglados alcanzan un mayor impacto económico. Esto es debido a que la facturación promedio inducida directamente por cada plaza de alojamiento reglado en los diferentes destinos de las comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas se situaba en el año 2003 en los 9.589€, frente a los 1.341€ inducidos por cada plaza de VPUT, lo que supone una relación de 7 a 1.

Volumen de actividad económica generada por la afluencia de turistas y rentabilidad por plaza por tipologías alojativas

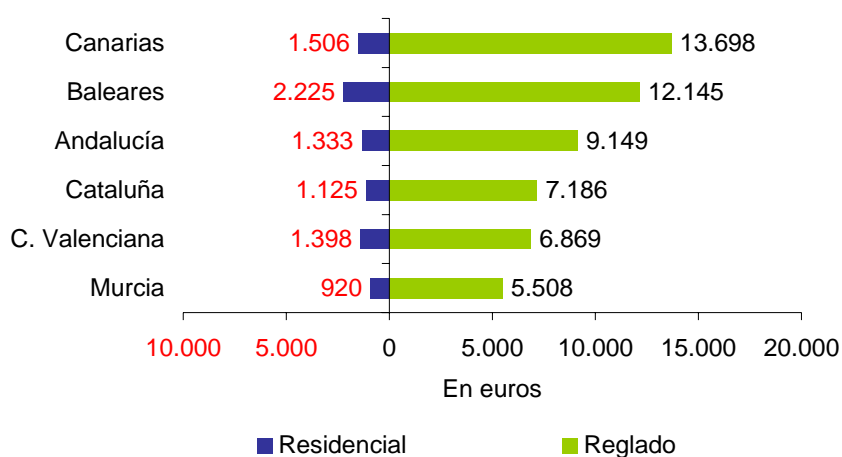
	Actividad económica alojamiento reglado (€)	Actividad económica alojamiento residencial (€)	Plazas regladas	Plazas Residenciales	Actividad por plaza reglada (€)	Actividad por plaza residencial (€)
Andalucía	3.421.769.674 €	3.322.320.485 €	374.015	2.492.902	9.149 €	1.333 €
Baleares	5.050.722.487 €	1.177.168.493 €	415.880	529.112	12.145 €	2.225 €
Canarias	6.060.652.028 €	1.157.775.460 €	442.464	768.987	13.698 €	1.506 €
Cataluña	4.258.175.723 €	2.592.175.358 €	592.587	2.305.097	7.186 €	1.125 €
Co. Valenciana	2.201.432.159 €	3.457.015.419 €	320.479	2.472.175	6.869 €	1.398 €
Murcia	238.709.048 €	466.063.198 €	43.339	506.465	5.508 €	920 €
TOTAL	21.231.461.118 €	12.172.518.414 €	2.188.764	9.074.737	9.700 €	1.341 €

Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE e IECCAA

Como consecuencia de lo anterior, cuanto mayor es el peso relativo del alojamiento reglado, mayor es la actividad económica por cada plaza que hoy por hoy consigue el destino, tanto a escala autonómica (en cuyo promedio se incluye no obstante a muchos municipios no turísticos), como a una escala más próxima a la realidad, como es la de los 26 municipios meramente turísticos que se han tomado como referencia a los efectos de este estudio.

La combinación de estos factores explica el hecho que comunidades con incluso un menor número de plazas de alojamiento (Baleares y Canarias) obtengan volúmenes de actividad económica similares a comunidades con niveles de plazas muy superiores, lo que les está favoreciendo la maximización de la rentabilidad socioeconómica de cada hectárea de su territorio ocupado. Esto es debido a que responden a un modelo predominantemente reglado, donde en el caso canario, favorecido por su menor estacionalidad, se alcanzan al año niveles de facturación derivada de cada plaza de alojamiento reglado de 13.698€ y de 12.145€ en el caso de Baleares, muy por encima de los valores registrados en el resto de comunidades autónomas del litoral mediterráneo con una mayor presencia de oferta residencial.

Actividad económica por plaza según tipología de alojamiento. Año 2003



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE e IECCAA

Cuando se desciende en un análisis más detallado a nivel municipal, se observa una distinta incidencia de las actividades turísticas sobre la economía local, que tiene que ver tanto con la dimensión de la oferta turística como, sobre todo, con el modelo de especialización e integración entre la oferta reglada y la oferta

residencial y los atributos diferenciales que le posibiliten al destino una adecuada gestión de su espacio turístico, así como la variedad y calidad de la oferta de ocio complementaria de que disponga.

Actividad económica por plaza generada en el 2003 en cada municipio (en euros)

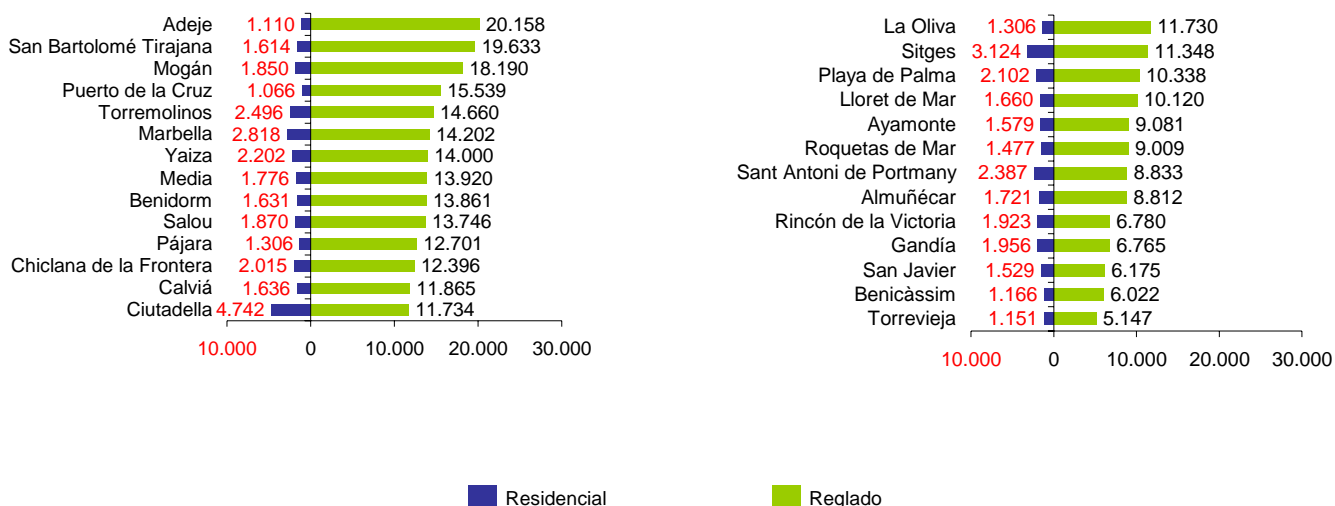
	Actividad económica (en €)	Total Plazas Turísticas	Actividad por plaza (€)	% Oferta reglada	% oferta residencial
San Bartolomé Tirajana	2.017.863.524 €	118.378	17.046 €	85,6	14,4
Benidorm	1.094.470.456 €	163.965	6.675 €	41,2	58,8
Adeje	961.999.300 €	83.961	11.458 €	54,3	45,7
Calviá	811.378.394 €	123.982	6.544 €	48,0	52,0
Marbella	721.269.287 €	153.522	4.698 €	16,5	83,5
Salou	621.682.857 €	103.449	6.010 €	34,9	65,1
Mogán	620.497.086 €	56.681	10.947 €	55,7	44,3
Torremolinos	522.066.234 €	75.209	6.942 €	36,5	63,5
Playa de Palma	500.178.710 €	63.368	7.893 €	70,3	29,7
Lloret de Mar	429.517.521 €	65.940	6.514 €	57,4	42,6
Puerto de la Cruz	408.839.023 €	54.073	7.561 €	44,9	55,1
Ciudadella	327.128.280 €	36.500	8.962 €	60,4	39,6
Torre Vieja	305.418.561 €	247.531	1.234 €	2,1	97,9
Gandía	261.291.205 €	97.401	2.683 €	15,1	84,9
Pájara	256.262.839 €	33.130	7.735 €	56,4	43,6
Chiclana de la Frontera	227.985.398 €	57.318	3.978 €	18,9	81,1
Roquetas de Mar	217.978.164 €	58.746	3.710 €	29,7	70,3
Yaiza	184.765.140 €	21.921	8.429 €	52,8	47,2
Sitges	176.033.310 €	33.229	5.298 €	26,4	73,6
Sant Antoni de Portmany	175.180.095 €	28.042	6.247 €	59,9	40,1
San Javier	151.976.372 €	79.130	1.921 €	8,4	91,6
Almuñécar	129.690.696 €	55.430	2.340 €	8,7	91,3
La Oliva	126.664.303 €	18.515	6.841 €	53,1	46,9
Benicàssim	107.139.834 €	52.711	2.033 €	17,8	82,2
Rincón de la Victoria	59.727.055 €	28.776	2.076 €	3,1	96,9
Ayamonte	51.923.071 €	12.678	4.096 €	33,5	66,5
TOTAL	11.468.926.715 €	1.923.587	5.962 €	34,5	65,5

Fuente: Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados e INE

Al igual que en el caso de las comunidades, los niveles de actividad económica generados en cada municipio guardan una relación con las diferentes productividades por cada plaza construida, hecho que una vez más depende de la combinación alojativa, la categoría de la oferta y la presencia de equipamientos de oferta complementaria, junto con un conjunto de otros factores que se pasan a exponer en el siguiente punto.

Un destino que cuente en general con una oferta de alojamiento de calidad será más atractivo para un turista con mayor capacidad de gasto, y si su oferta de actividades y productos turísticos está a su vez diferenciada y diversificada, habrá más oportunidades para poder, por un lado, atraer un mayor espectro de potenciales clientes, a la par que aumentar el gasto del turista más allá del alojamiento y su manutención y, por otro, avanzar en la desestacionalización de su demanda e incrementar el número de pernoctaciones registradas al estar operativo durante más días al año.

Actividad económica por plaza según la tipología de alojamiento por municipios (en euros) Año 2003



Fuente: Elaboración propia a partir Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados, INE e IECCAA

Efectos económicos sobre la renta y el empleo directos y los arrastre inducidos sobre otros sectores que dependen del turismo.

a) Efectos sobre la renta.

El análisis realizado hasta el momento sólo ha estimado el impacto derivado del gasto directo del turista durante su estancia y, sin embargo, existe un segundo nivel de efectos multiplicadores sobre otros sectores económicos presentes en el destino o sujetos a su influencia que representan la capacidad de arrastre total que en conjunto generan las actividades turísticas.

Los resultados que se derivan de aplicar las tablas Input –Output muestran que en promedio, en el año 2003, por cada euro generado en un destino por la actividad turística, se generaron de media 1,52 euros más en las comunidades autónomas del litoral mediterráneo español y las islas en los que se insertan, en términos de efectos arrastre sobre el resto del tejido empresarial de las mismas.

Actividad económica, VAB y efecto arrastre generada por la afluencia de turistas

	Actividad económica (€)	VAB Directo (€)	VAB arrastre (€)	Efecto arrastre multiplicador	VAB TOTAL (€)
Andalucía	6.744.090.159 €	3.176.507.942 €	4.846.984.159 €	1,53	8.023.492.101 €
Baleares	6.227.890.980 €	3.583.982.516 €	8.463.015.111 €	2,36	12.046.997.627 €
Canarias	7.218.427.488 €	3.900.817.073 €	6.831.448.584 €	1,75	10.732.265.657 €
Cataluña	6.850.351.080 €	3.189.679.403 €	2.788.324.308 €	0,87	5.978.003.711 €
Co. Valenciana	5.658.447.578 €	2.281.733.493 €	1.981.429.804 €	0,87	4.263.163.297 €
Murcia	704.772.246 €	322.760.672 €	153.430.583 €	0,48	476.191.254 €
TOTAL	33.403.979.532 €	16.455.481.099 €	25.064.632.549 €	1,52	41.520.113.648 €

Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

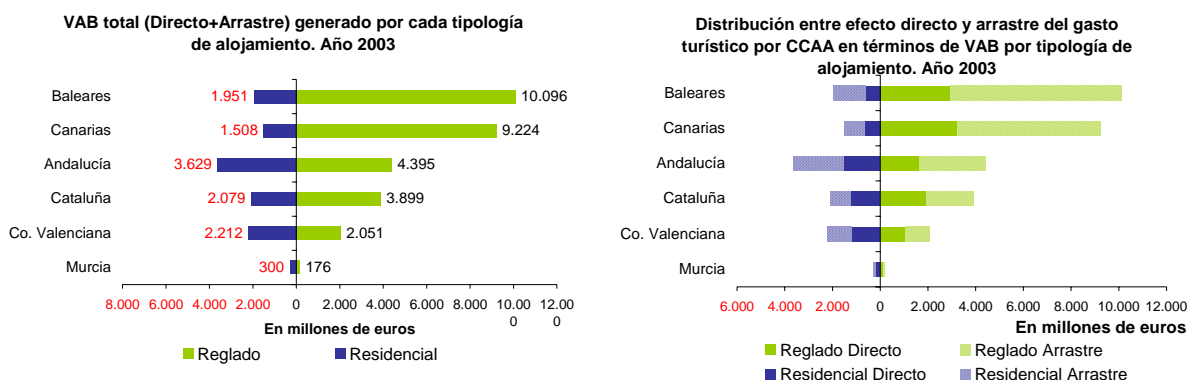
La capacidad de arrastre es muy distinta por comunidades autónomas en función de su modelo alojativo, las interrelaciones económicas y dependencias del exterior recogidas en la composición de sus tablas

Input-Output oficiales. Así, las comunidades autónomas que muestran unos mayores efectos multiplicadores por el arrastre de las actividades turísticas (Canarias y Baleares) son, de nuevo, aquellas en las que el turismo que utiliza alojamientos reglados es predominante.

Estos mayores efectos multiplicadores in situ se explican principalmente por el mayor peso del sector turístico tradicional y sus proveedores auxiliares conexos en relación con el resto de ramas económicas de la comunidad, y, por tanto, por el mayor grado de integración de la industria turística en el tejido productivo local y regional, además de por la diferente materialización del gasto por conceptos entre el turista que se hospeda en un alojamiento reglado respecto al que utiliza la oferta residencial.

En concreto, se observa que las ramas que mayor capacidad de arrastre local tienen son aquellas en las que el factor humano y la generación de empleo tienen un mayor peso (hoteles, bares restaurantes, pequeño comercio, alquiler de vehículos, y actividades de ocio) y que a su vez son las que más consume el turista que se aloja en un alojamiento reglado, a la par que las que más impulsan los bienes y servicios propios del entorno (productos agrarios, servicios a empresas, servicios financieros, etc.).

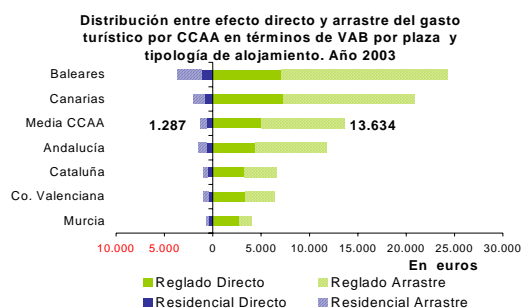
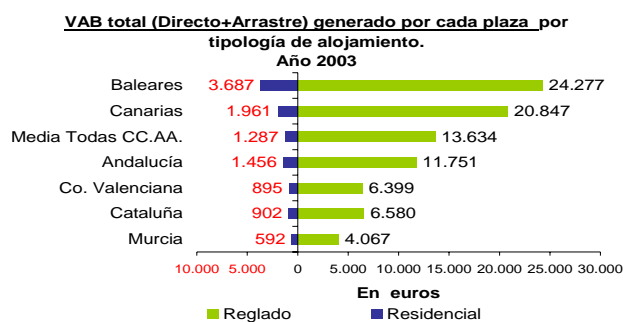
La mayor capacidad de arrastre que genera la actividad vinculada a los alojamientos reglados respecto a los residenciales hace que para todas las comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas, salvo Murcia y la Comunidad Valenciana⁶, la aportación de los turistas que se alojan en establecimientos reglados al VAB regional y, por tanto, a la riqueza de la comunidad autónoma sea superior a la que hace el residencial, independientemente del volumen de plazas que tiene cada uno de ellos. Ello es debido a que, en promedio, el impacto del alojamiento reglado es de 2,6 veces superior al del residencial en las CC.AA. del litoral.



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

Cuando los resultados de VAB se calculan en función de cada plaza de alojamiento, como vía para aproximar la riqueza generada por cada unidad de territorio ocupada, los resultados vuelven a ser superiores a favor de las plazas de alojamiento reglado frente a las residenciales para las seis comunidades autónomas. En media, en las seis comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas, cada plaza reglada genera un VAB de 13.634€, mientras cada plaza residencial induce un VAB de 1.287€. Esto supone que genera el mismo impacto económico una plaza reglada que casi 11 plazas residenciales, o lo que es lo mismo, cada habitación de un establecimiento reglado genera sobre el entorno lo mismo que tres viviendas para tres personas y un apartamento para dos personas.

⁶ En la Comunidad Valenciana el VAB logrado por el alojamiento residencial es superior al del reglado, fundamentalmente porque la relación entre plazas residenciales y regladas en esa comunidad es de 8 a 1, lo cual en ningún caso explicaría que el alojamiento residencial sólo obtenga el 6% más de VAB que el reglado. La casuística de Murcia se explica por tener el más bajo volumen de plazas, el más alto peso de plazas residenciales, los menores niveles de gasto en todas las tipologías y los más bajos niveles de ocupación.



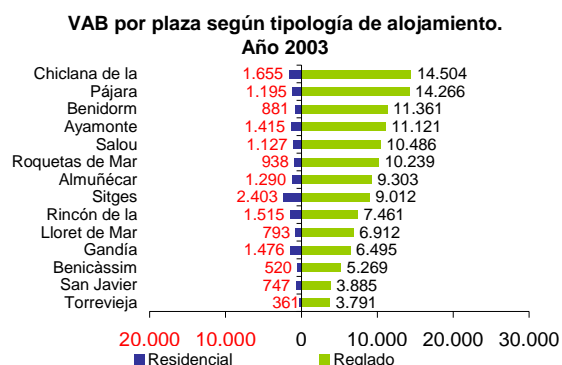
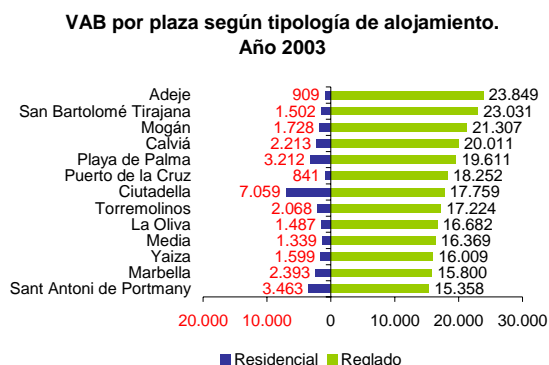
Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

Los resultados a nivel municipal confirman los resultados obtenidos tanto a nivel agregado como por plaza.

VAB directo y arrastre generado por la afluencia de turistas

	VAB (en €)	Plazas turísticas	VAB por plaza (€)	% Oferta reglada	% oferta residencial
San Bartolomé Tirajana	2.360.480.251 €	118.378	19.940 €	85,6	14,4
Calviá	1.333.115.507 €	123.982	10.752 €	48,0	52,0
Adeje	1.122.615.585 €	83.961	13.371 €	54,3	45,7
Playa de Palma	934.204.627 €	63.368	14.743 €	70,3	29,7
Benidorm	853.214.381 €	163.965	5.204 €	41,2	58,8
Mogán	715.808.985 €	56.681	12.629 €	55,7	44,3
Marbella	707.236.471 €	153.522	4.607 €	16,5	83,5
Torremolinos	572.078.388 €	75.209	7.607 €	36,5	63,5
Ciudadella	493.389.418 €	36.500	13.517 €	60,4	39,6
Puerto de la Cruz	467.982.600 €	54.073	8.655 €	44,9	55,1
Salou	454.094.377 €	103.449	4.390 €	34,9	65,1
Sant Antoni de Portmany	296.861.900 €	28.042	10.587 €	59,9	40,1
Pájara	283.920.204 €	33.130	8.570 €	56,4	43,6
Lloret de Mar	283.808.639 €	65.940	4.304 €	57,4	42,6
Chiclana de la Frontera	234.070.560 €	57.318	4.084 €	18,9	81,1
Gandía	217.598.951 €	97.401	2.234 €	15,1	84,9
Roquetas de Mar	217.136.698 €	58.746	3.696 €	29,7	70,3
Yaiza	201.765.688 €	21.921	9.204 €	52,8	47,2
La Oliva	176.927.914 €	18.515	9.556 €	53,1	46,9
Sitges	137.885.824 €	33.229	4.150 €	26,4	73,6
Almuñécar	110.241.719 €	55.430	1.989 €	8,7	91,3
Torrevieja	106.778.747 €	247.531	431 €	2,1	97,9
San Javier	80.032.618 €	79.130	1.011 €	8,4	91,6
Benicàssim	72.095.680 €	52.711	1.368 €	17,8	82,2
Ayamonte	59.217.373 €	12.678	4.671 €	33,5	66,5
Rincón de la Victoria	48.962.477 €	28.776	1.702 €	3,1	96,9
TOTAL	12.541.525.578 €	1.923.587 €	6.520 €	34 €	65,5

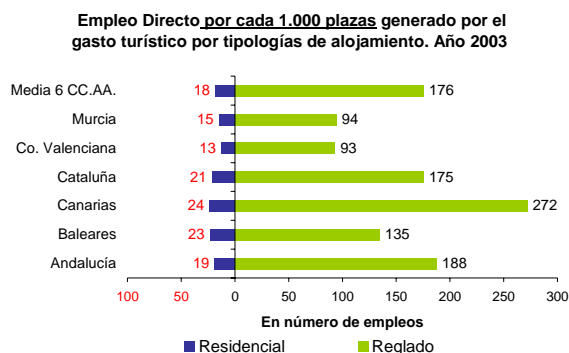
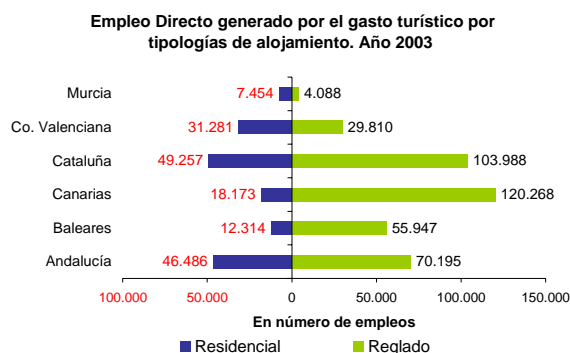
Fuente: Elaboración propia a partir Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados, INE, IECCAA y TIOCCAA



Fuente: Elaboración propia a partir Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados, INE, IECCAA y TIOCCAA

b) Efectos sobre el empleo sostenible.

En el total de las seis comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas analizadas, la afluencia de turistas en el año 2003 explicaba la creación de un total de 549.260 puestos de trabajo directos, de los cuales el 70% estaban ligados a la dinámica del gasto turístico de los que se hospedaron en alojamientos reglados y el 30% restante a los que utilizan el alojamiento residencial.

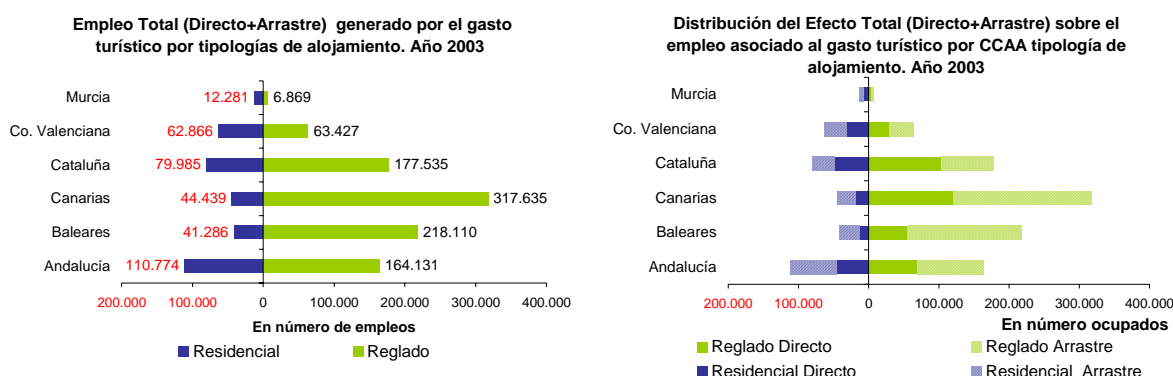


Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

Esta realidad provoca que en promedio en estas seis comunidades autónomas el alojamiento reglado cree de manera directa 9,5 veces más empleo por plaza turística construida que el alojamiento residencial, ratio que se eleva a 11 veces más si se introducen los efectos indirectos e inducidos sobre otros sectores de actividad. La mayor especialización en el turismo reglado de Baleares y Canarias, favorecido en éste último caso por su desesestacionalización, les permite crear por cada 1.000 plazas turísticas totales, tanto regladas como residenciales, 114 empleos directos en el caso canario, y 72 empleos directos en el caso balear.

La dinamización económica que genera la actividad turística sobre otras actividades económicas, que de forma indirecta ya se observaba en términos de su contribución al VAB, adquiere su mayor relevancia en cuanto a su incidencia en la creación de empleo. Al incluir los efectos indirectos, inducidos y renta, el empleo total creado en las seis comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas se eleva en un 137% sobre el empleo directo, lo que representa que, directa e indirectamente, en estas comunidades se genera un total de 1.299.337 puestos de trabajo, y el número de empleos que dependen indirectamente del turismo es de 750.076.

Por tipologías alojativas, además del mayor empleo directo que genera el alojamiento reglado, su capacidad de arrastre hacia otros sectores y ramas de actividad es también mayor respecto al alojamiento residencial, lo que refuerza su papel como dinamizador económico y generador de cohesión social en la propia zona y sus áreas más próximas de influencia. En concreto, el alojamiento reglado crea 1,5 empleos indirectos por cada empleo directo, mientras que el alojamiento residencial crea 1,1 empleos indirectos por cada empleo directo. Con ellos, en todas las comunidades autónomas estudiadas, salvo en Murcia, el empleo dependiente del alojamiento reglado es superior al vinculado a la llegada de turistas a los alojamientos residenciales, incluso para el caso de la Comunidad Valenciana, donde en términos de VAB la actividad generada por el turismo residencial era superior a la de los establecimientos reglados. Así, de todas las comunidades autónomas del litoral, 950 mil personas tienen su empleo vinculado a la dinámica de llegada de turistas a alojamiento reglados, mientras 351 mil están relacionados con la del turismo residencial.



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

Efectos sobre la hacienda pública.

Las implicaciones en términos de contribución del modelo alojativo predominante en los diversos destinos no se limitan sólo a la actividad económica y al empleo que generan, sino que también se proyectan en cuanto a su capacidad recaudatoria para la hacienda pública y en las necesidades de inversión y gasto corriente que afectan al presupuesto de las diversas administraciones públicas. Las decisiones sobre el ritmo de crecimiento en el número de plazas, junto con la orientación hacia un modelo de predominio de establecimientos reglados frente a la vivienda de uso turístico o primera residencia, generan una serie de consecuencias de diversa índole a corto, medio y largo plazo sobre las arcas públicas, e incluso sobre su sistema de gestión, sobre el que es necesario reflexionar.

a) Efectos sobre los ingresos.

Las implicaciones de los diversos modelos alojativos turísticos y los ingresos que generan para las diferentes administraciones públicas se derivan, por un lado, de la disímil actividad económica que inducen y, por otro, de la mayor o menor transparencia y legalidad de su comercialización, que a su vez incorpora repercusiones económicas y fiscales divergentes sobre los niveles finales de recaudación.

Así, mientras en el caso de los impuestos locales, en general, no hay diferencias por cada edificación dirigida a los alojamientos reglados o a los residenciales, en la medida en que tanto en la fase de construcción como una vez construidos los ayuntamientos les gravan con las figuras correspondientes, principalmente el Impuesto de Construcciones, Instalaciones y Obras (ICIO) y el IBI, en el caso de las grandes figuras tributarias que sustentan el modelo fiscal español las diferencias sí pueden llegar a ser importantes.

El turista, cuando viaja y consume, paga un porcentaje de IVA en cada uno de los servicios que le prestan, que es recaudado por las empresas y transferido a la Administración Central, que a su vez recauda en términos de Impuesto de Sociedades o IRPF los resultados de aplicar el tipo correspondiente a los salarios o beneficios obtenidos por las personas físicas o jurídicas derivados de su participación en la prestación de esos bienes o servicios. El mayor nivel de actividad y el mayor grado de transparencia en algunos de los eslabones de la cadena de valor del turismo, como especialmente es el caso del alojamiento reglado frente al residencial, explica las diferencias en las aportaciones al conjunto de la hacienda pública española que generan uno y otro modelo de alojamiento cada año.

En concreto, de una primera aproximación para el conjunto de las seis comunidades autónomas analizadas, se deriva que los ingresos ligados a las actividades turísticas tradicionales y al gasto realizado en destino, tanto por los españoles como por los extranjeros, ascendieron en el año 2003 a 11.600 millones de Euros, de los cuales, el 73% se infiere a partir de la actividad turística del alojamiento reglado y el 27% restante del alojamiento residencial.

Uno de los principales factores explicativos del menor impacto fiscal que genera la oferta de alojamiento residencial ya construida procede de su diferente uso y de la menor sujeción a la legalidad vigente de sus sistemas de comercialización. En primer lugar, la oferta residencial es utilizada, en el 78% de los casos según los resultados de las encuestas realizadas a más de 10.000 turistas para este estudio, por sus propietarios o por familiares o amigos que no pagan contraprestación alguna por su disfrute. No obstante, del 23% de los turistas que sí pagaron un alquiler, el 65% había llegado a un acuerdo directamente con el propietario. Aunque la encuesta no permite asegurar que todas estas transacciones se hagan de espaldas a la hacienda pública, la percepción generalizada es que la inmensa mayoría de ellas permanecen ocultas al fisco y las realizadas entre extranjeros ni siquiera se ingresan en España ni aportan valor a la economía.

A partir de estos datos, se puede aproximar la pérdida de ingresos puramente fiscales que para la hacienda pública puede estar provocando la falta de control de este creciente fenómeno vinculado a la comercialización "alegal" del alojamiento residencial, que también estimula progresivamente Internet, pérdida provocada tanto por alquileres como por las rentas obtenidas por el propietario que tampoco se declaran. Según el cálculo realizado en un escenario de simulación muy conservador, la pérdida anual de ingresos fiscales sólo por IVA e IRPF se situaría anualmente en torno a los 400 millones de euros en el conjunto de esas seis comunidades.

En todo caso, la baja capacidad de recaudación tributaria derivada de la comercialización turística de la oferta residencial ya construida contrasta, sin embargo, con el enorme poder recaudatorio asociado a su periodo de construcción, venta o transmisión. El dinamismo de la demanda inmobiliaria durante la última década ha impulsado una multiplicación de compra-ventas de nuevas viviendas o de transmisión de otras existentes que ha generado un enorme flujo de recursos para el conjunto de las administraciones públicas tanto municipales, como autonómicas y central. Difícil de cuantificar, lo cierto es que uno de los pilares básicos y más dinámicos del sistema de ingresos fiscales de las administraciones públicas y muy particularmente de la de los municipios turísticos se encuentra en el conjunto de los ingresos derivados de la promoción inmobiliaria y la construcción en el litoral.

b) Efectos sobre los gastos.

Desde la perspectiva del presupuesto público para atender los diversos gastos por servicios e inversiones, a nivel municipal los modelos turísticos basados en una ordenación que propicie la mayor concentración de plazas alojativas regladas obtiene también los mayores ratios de eficiencia sobre el gasto municipal. La mayor eficiencia del modelo se traslada, de este modo, a una mayor eficiencia también en su gestión y funcionamiento y, por lo tanto, ofrece oportunidades de ahorro reales sobre el presupuesto municipal en la prestación de los múltiples servicios de mantenimiento, como la recogida de residuos sólidos urbanos, la distribución de agua y alumbrado público, entre otros. Asimismo, la menor estacionalidad que afecta a

aquellos modelos con un mayor predominio de la oferta reglada permite dimensionar los servicios y equipamientos municipales de forma más acorde con las necesidades reales a lo largo del año.

Por otro lado, es necesario hacer mención a los efectos que están generando y pueden llegar a intensificar la localización de primeras residencias en el litoral y un mayor uso de las segundas residencias actuales. Esta tendencia puede llegar a saturar, en su momento, las infraestructuras y equipamientos existentes en los que de hecho, en buena parte de ellos, ya se acusa una tendencia de sobre utilización en los meses de temporada alta, debido, por ejemplo, a problemas ligados al tráfico por carretera, a la escasez de aparcamientos, a la capacidad insuficiente de distribución de energía eléctrica, a la carestía de agua potable o la provisión de servicios públicos como, principalmente, la sanidad.

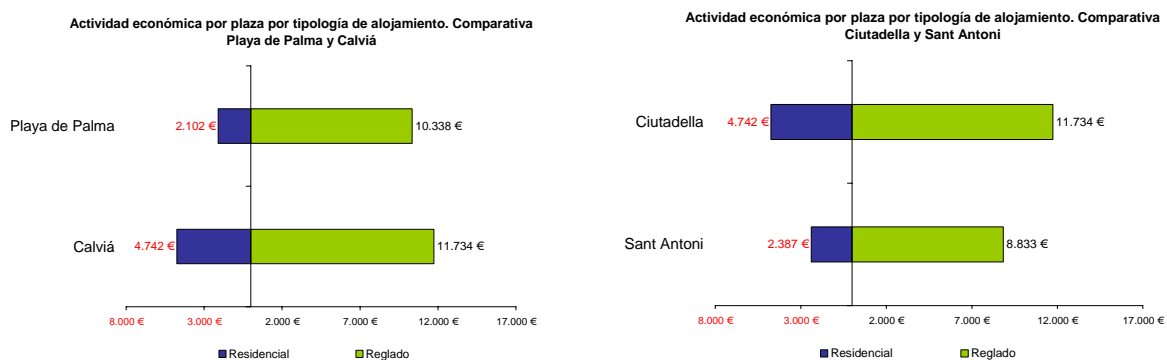
Sin entrar en un análisis exhaustivo, estos ejemplos pretenden servir para sensibilizar e ilustrar sobre los costes y servidumbres igualmente derivados del crecimiento urbanístico de la zona litoral y que deben estimarse e imprescindiblemente ser tenidos en cuenta a priori por los planificadores territoriales, tanto para cubrir la brecha existente, como a la hora de establecer las bases para el desarrollo futuro de cualquier territorio. En este sentido, contemplar únicamente los potenciales impactos socioeconómicos derivados de un crecimiento de la población sólo considera una parte de la ecuación, y no incluye los pasivos y obligaciones de gasto e inversión a medio plazo que según fuese el perfil sociodemográfico de sus usuarios pudiera llegar a desequilibrar todavía más las obligaciones y la balanza financiera de las corporaciones locales y las administraciones autonómicas.

Otros factores generadores de valor añadido en los destinos.

Del trabajo de campo realizado en los 26 municipios seleccionados se han identificado una serie de factores que ayudan a explicar, además de los derivados del mix alojativo, los resultados en términos de la contribución económica alcanzados por unos y otros y que representan ámbitos en los que igualmente es necesario trabajar para incorporar el mayor valor añadido diferencial al que deben aspirar los diferentes destinos turísticos españoles.

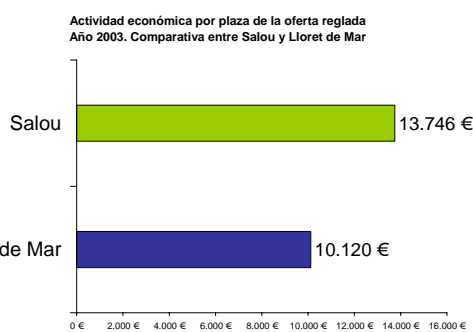
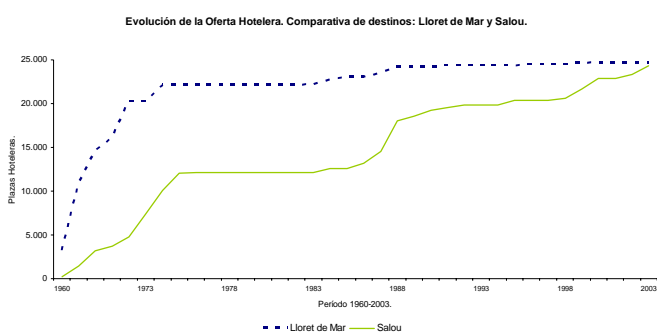
Renovación del entorno urbano.

Dentro del trabajo de campo realizado, el hecho de haber invertido en la recuperación del entorno urbano ayuda a explicar el que algunos municipios alcancen mejores resultados en términos de la actividad económica generada por cada plaza construida que otros de similares características. Este es el caso de dos municipios turísticos colindantes con la ciudad de Palma de Mallorca como son el de Calviá y el conjunto formado por la propia Playa de Palma y el Arenal, o de Ciutadella en la isla de Menorca respecto a San Antoni en la isla de Ibiza



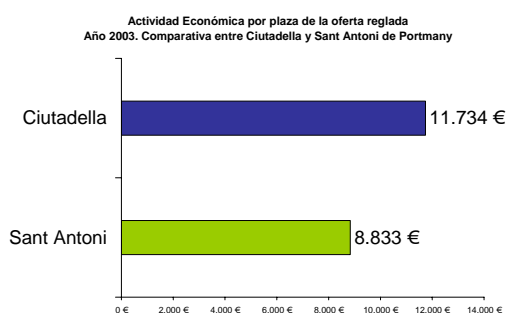
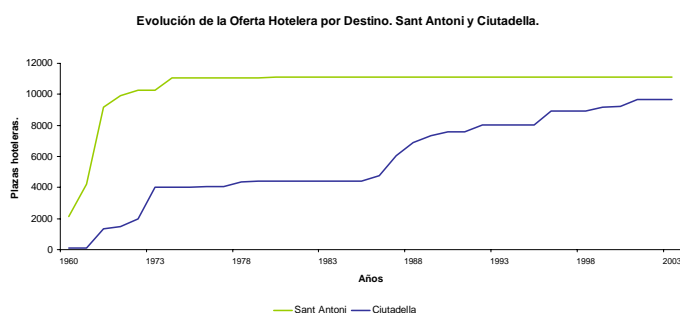
Gestión del crecimiento urbanístico.

Otra de las cuestiones básicas en relación con el desarrollo de la oferta reglada en un destino es la estrategia de gestión del ritmo de crecimiento de sus plazas, de manera que sujetándose a los límites impuestos por el territorio, se pueda alcanzar una senda continuada de crecimiento sostenible y adecuarse al máximo a los continuos cambios en las tendencias de la demanda. Los diferentes ritmos de crecimiento de la oferta reglada entre San Antoni y Ciutadella y entre Lloret y Salou ilustran cómo dos dinámicas de crecimiento muy distintas pueden incidir sobre el atractivo o la contribución socioeconómica de dos destinos turísticos de una misma comunidad.



Fuente. Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados e INE

En los casos de San Antoni y Lloret, los ritmos acelerados de construcción de su oferta reglada durante los años 70 y su posterior proceso de obsolescencia progresiva, aun a pesar de que ha existido un esfuerzo de reinversión en su mantenimiento, han mermado su capacidad de adaptación a unas nuevas tipologías de alojamiento más acordes a las nuevas demandas de los turistas, de manera que hoy el principal reto es trabajar, en , en términos turísticos, en la recuperación del conjunto del entorno como vía para estimular la inversión en una reconversión urbanística integral y la rehabilitación de lo ya existente (Plan RENOVE de destinos).



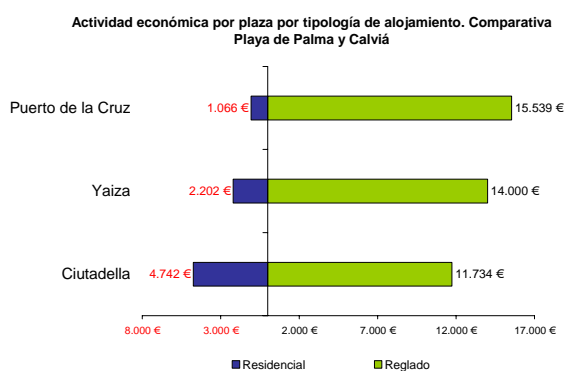
Fuente. Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados e INE

Por su parte, la moderación en los ritmos de construcción de plazas y ocupación del territorio que en sus áreas de influencia han realizado Salou y Ciutadella les ha permitido ir adecuando su producto alojativo a los cambios en las preferencias de la demanda, sin agotar sus posibilidades de desarrollo o consumo de territorio, lo que ha favorecido la atracción de continuadas inversiones al destino, con una configuración

más adecuada a los parámetros de competitividad que se exigen en la actualidad, alcanzando una contribución socioeconómica mayor que los destinos que agotaron su capacidad de crecimiento en los años 70.

Valorización de los recursos naturales.

La playa, el mar y los ecosistemas sobre los que se sustentan constituyen los recursos naturales por excelencia de los destinos turísticos vacacionales del litoral mediterráneo peninsular y las islas. Además del potencial atractivo que se deriva de estos recursos, dado el notable avance en las exigencias de la demanda, han ido cobrando un peso progresivo la dotación de equipamientos y servicios vinculados a proteger su utilización, así como los esfuerzos para preservar su valor ambiental; y son exigidos cada vez más por el propio turista. En aquellos destinos donde se ha avanzado en estos ámbitos, se han observado mejoras en la actividad socioeconómica inducida por cada plaza alojativa. Los casos del Puerto de la Cruz y el concepto del Lago Martiánez, además de su integración con El Valle de Orotava y El Parque Nacional del Teide, Yaiza y su vinculación al Parque Natural de Timanfaya en Lanzarote o Ciutadella y su política activa de preservación del entorno dentro de la condición de Menorca como Reserva de la Biosfera ilustran esta realidad.

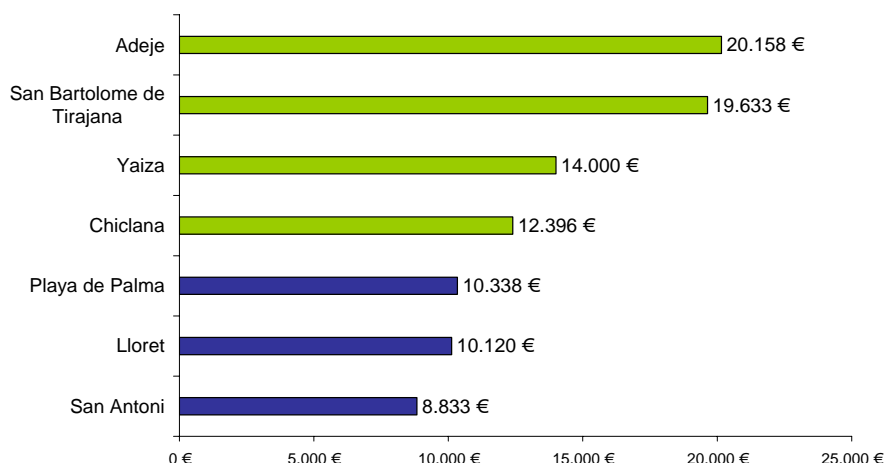


Fuente. Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados e INE

Calidad de la oferta alojativa.

En el caso de los destinos más especializados en oferta de alojamiento reglado, la categoría y novedad de sus establecimientos marca a su vez notables diferencias en cuanto a la contribución socioeconómica de cada plaza reglada, a lo que se añade también la variedad y competitividad de su oferta de equipamientos complementarios de ocio que incorporan respecto a los destinos de los años 60 y 70. Los ejemplos de los últimos establecimientos construidos en Canarias en los municipios de Adeje, San Bartolomé de Tirajana, Yaiza, o en Andalucía, como en el caso de Chiclana, son muy ilustrativos del acierto de los nuevos conceptos de resort-turístico integrados en una misma unidad de ordenación territorial que comparten zonas comunes y responden a una concepción de micro destinos dentro de una gran zona turística más extensa.

**Actividad económica por plaza de la oferta reglada
Año 2003**

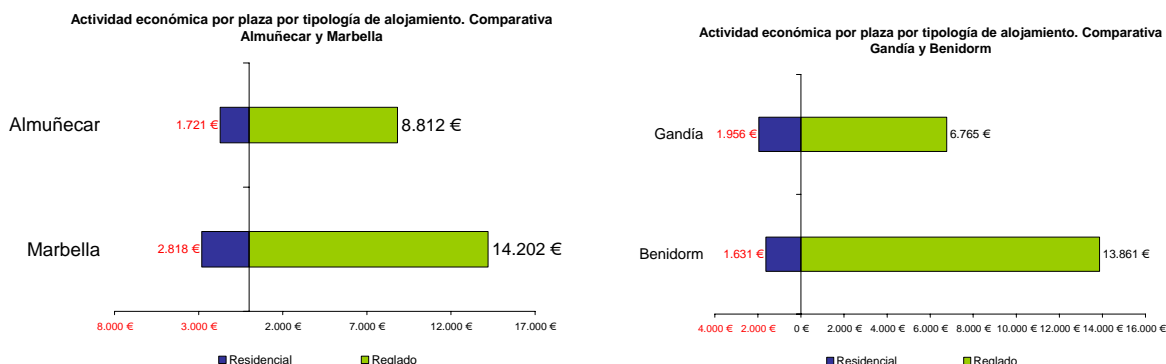


Fuente. Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados e INE

Equipamientos de ocio, deportivos y culturales.

En un intento por diversificar su oferta turística, desestacionalizar la actividad y atraer nuevos segmentos de demanda, un amplio grupo de destinos turísticos del litoral español está invirtiendo en la creación de los equipamientos que les permitan incrementar su atractivo y desarrollar nuevas líneas de productos turísticos. La inversión en equipamientos de diversa índole, sin duda, es una de las áreas a las que más atención han prestado los destinos, principalmente invirtiendo en campos de golf, instalaciones polideportivas, puertos náuticos, museos y edificios emblemáticos para congresos y convenciones y parques de ocio, recursos que incorporan mayor valor al destino y permiten generar mayor contribución económica.

El caso de Marbella y Benidorm son dos paradigmas muy distintos de la diferenciación turística, muy apoyada en el primer caso en el golf, y en el segundo en un urbanismo concebido desde el principio como una gran ciudad de ocio y vacaciones para múltiples y diversos segmentos muy focalizados de demanda potencial, lo que entre otras razones les ayuda a alcanzar unos resultados por plaza superiores a otros destinos próximos como podrían ser Almuñecar o Gandía dentro de los 26 municipios estudiados.

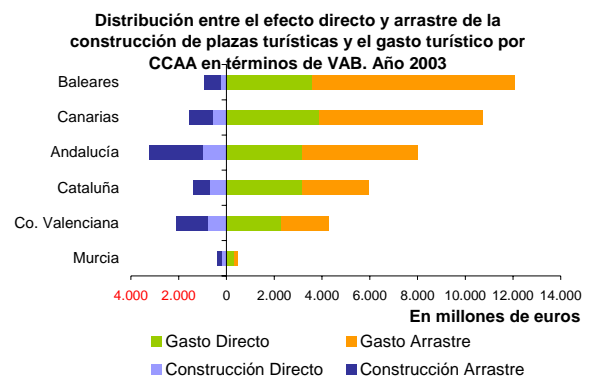
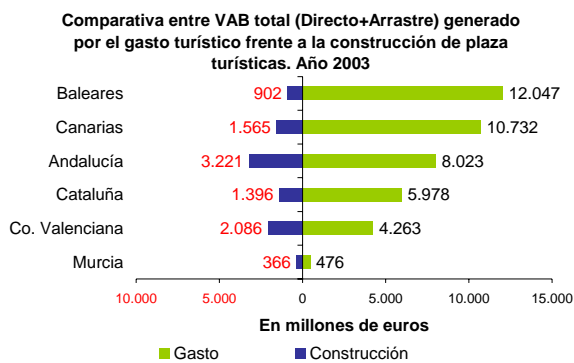


Fuente. Encuesta Exceltur a Turistas de 26 Destinos Seleccionados e INE

¿QUÉ RELACIÓN GUARDAN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA Y EL EMPLEO DERIVADO DE LA AFLUENCIA DE TURISTAS RESPECTO A LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVAS PLAZAS ALOJATIVAS?

La importante generación de renta asociada al acelerado ritmo de construcción de nueva oferta alojativa, tanto reglada como residencial, y las expectativas de mantenimiento para un futuro próximo han llevado a que en algunos destinos la propia actividad de promoción del suelo y su posterior desarrollo inmobiliario haya sido percibida como la principal fuente de renta del municipio turístico, olvidando en cierta medida la necesidad de asegurar la continuidad de las rentas obtenidas de las actividades propiamente turísticas asociadas a la afluencia de visitantes que impulsen el mayor gasto turístico medio posible en los destinos.

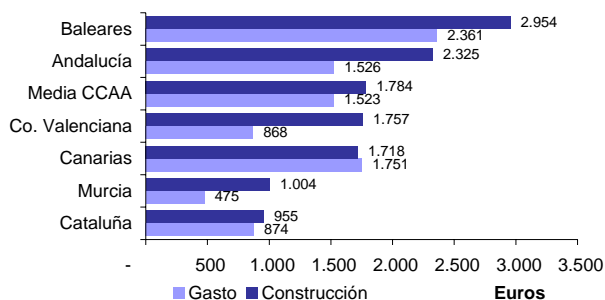
Sin embargo, cuando se introducen y analizan a efectos comparativos los resultados económicos derivados de la actividad de construcción de la nueva oferta de plazas turísticas, se observa cómo en todas las seis comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas, aun siendo notables, esos efectos se sitúan por debajo en términos de VAB, tanto directo como arrastrado, en relación con la renta generada por la afluencia y gasto de los turistas. En concreto, con los datos del año 2003, la actividad de construcción de nuevas plazas turísticas de todo tipo (reglada y residencial) generó en promedio en las seis comunidades autónomas del litoral mediterráneo y las islas un 23,0% de la riqueza tanto directa como inducida en comparación con la que genera la mera llegada de turistas y el efecto multiplicador de su gasto en destino.



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

A nivel autonómico se observa, sin embargo, que los efectos económicos del arrastre imputables a la construcción son mayores que los inducidos por la llegada de turistas dada la mayor intensidad en el empleo a corto plazo vinculado a la edificación. En concreto, mientras que cada euro de gasto turístico en el destino genera 1,52 euros adicionales, en el caso de la construcción este efecto multiplicador sobre otros sectores se eleva hasta los 1,78 euros.

Capacidad de arrastre: euros generados por cada mil euros de VAB directo asociado al gasto turístico y a la construcción



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

La traslación de este análisis cuantitativo de los efectos sobre la generación de riqueza al nivel individual de cada uno de los 26 municipios turísticos contemplados en este estudio apunta a que los impactos de la construcción de plazas turísticas son sustancialmente inferiores a nivel local, en la medida en que estos efectos arrastre dependen del número de empresas dedicadas al suministro o producción de material de construcción instaladas en el municipio. Por ello, y sin perjuicio de cómo se pueda visualizar a nivel autonómico, en el caso de que en el municipio no existiera ninguna empresa de este tipo, los efectos inducidos no se quedarían en el mismo, y en todo caso, sus efectos se trasladarían a otras zonas, por lo que el propio municipio turístico eminentemente se beneficiará de las rentas y el gasto en el que incurran los trabajadores de la construcción que vivan en su seno.

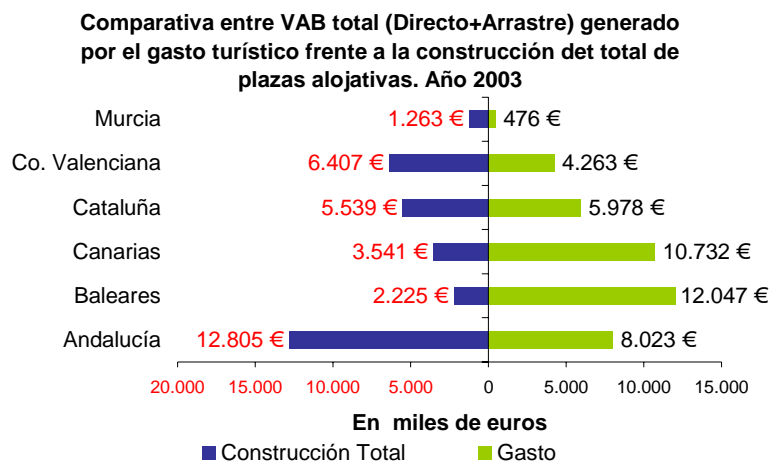
El análisis de los datos de afiliación a la Seguridad Social en los 26 municipios turísticos estudiados ha permitido constatar que la gran mayoría de empresas ligadas a la construcción eran meramente distribuidoras de materiales, por lo cual el efecto multiplicador sobre dichos destinos es muy limitado y circunscrito al puro margen de comercialización, al calcularse el efecto arrastre en función del verdadero valor añadido generado en el propio municipio. Esto no es óbice para que, si bien en muchos casos este efecto positivo no se quede en el propio municipio turístico, se esté trasladando a otros municipios colindantes o comunidades autónomas vecinas en las que sí se produzcan físicamente esos materiales.

Dado el distinto volumen de plazas residenciales frente a regladas que se construyen anualmente en el litoral mediterráneo peninsular y las islas, parece claro que la mayor proporción del impacto económico asociado al desarrollo inmobiliario procede de la construcción de viviendas de potencial uso turístico. Así, se estima que, en los últimos años, por cada plaza de alojamiento reglado se han construido anualmente seis plazas de potencial uso turístico, aunque esta proporción varía significativamente según las diferentes comunidades autónomas.

Cuando se toman en consideración los efectos directos e indirectos de la construcción de primeras residencias en el litoral mediterráneo y de las islas y se agregan a los de las viviendas de potencial uso turístico, se observa cómo el proceso urbanizador llega a contribuir en algunas autonomías del litoral mediterráneo como la Comunidad Valenciana, Murcia y Andalucía unos impactos socioeconómicos más elevados que los que emanan de las actividades propiamente turísticas. Por otra parte, en Cataluña, Baleares y Canarias, incluso con unos efectos tan importantes como los que se derivan de añadir los impactos económicos de la construcción de primeras residencias, el dinamismo económico asociado a la llegada de turistas y sus efectos arrastre son todavía muy superiores a los del conjunto de la construcción de alojamiento (excluida la Obra Pública y Civil).

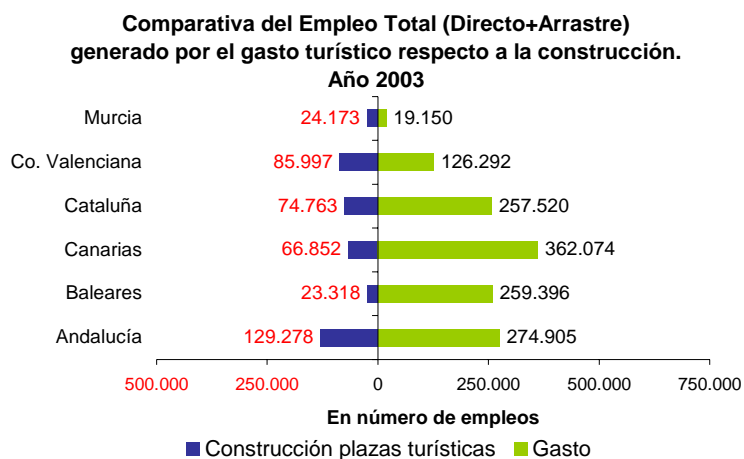
De ahí que en el promedio de todas las comunidades del litoral mediterráneo peninsular y las islas, los resultados en términos de actividad económica inducida por la llegada de turistas sean un 30,6% superior a

la dinámica de construcción del total de nuevos alojamientos (hoteleros, residenciales de potencial uso turístico y primeras residencias).



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

En términos de empleo, también resulta superior la generación de nuevos puestos de trabajo derivados de la dinámica turística frente a los derivados de la construcción.



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

CAPÍTULO 4. RECOMENDACIONES. 5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, 4 NUEVOS PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN Y 21 LÍNEAS DE TRABAJO PARA EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS

De toda la información anterior parece claro que apostar por modelos de crecimiento turístico más equilibrados, con una mayor especialización en fórmulas de alojamiento reglado, y sobre todo que cuiden y refuercen el Espacio Turístico con una oferta complementaria que enriquezca las vivencias percibidas y permita ampliar y elevar el gasto turístico in situ, incrementaría sustancialmente en estas zonas los efectos socioeconómicos directos e inducidos a corto y medio plazo. También se evidencia que estrategias de desarrollo que forzosamente impulsen una mayor construcción y ocupación de territorio tampoco se ha demostrado que generen una mayor contribución socioeconómica sostenible que la derivada de la tradicional operación de las actividades turísticas. De hecho, uno de los grandes problemas del modelo de gestión de múltiples municipios turísticos es la necesidad de seguir urbanizando más suelo para ocuparlo con más plazas, para poder mantener o generar más actividad socioeconómica, a costa de más presión humana y sobrecarga territorial.

La superación de la capacidad de carga de los destinos turísticos del litoral que induce el crecimiento actual de la edificación, junto con el deterioro de algunas relevantes zonas turísticas pioneras del desarrollo del litoral mediterráneo y de las islas, que desempeñan todavía un papel clave por su generación de empleo y aportación al PIB nacional y autonómico, debieran constituir argumentos suficientes para estimular y redirigir buena parte de la actividad constructora hacia la rehabilitación de lo construido. Se trata de una actividad donde no sólo existen ya importantes oportunidades de negocio, sino que resulta de capital importancia estratégica para garantizar la propia competitividad y sostenibilidad futura de esos destinos y, de esta forma, asegurar el imprescindible flujo de divisas que ha venido aportando el turismo a la economía española.

En cualquier caso, de seguir el continuado aumento de plazas de alojamiento en un buen número de destinos del litoral mediterráneo, Baleares y Canarias, se puede ver amenazado muy seriamente su sistema económico, basado en la afluencia lo más constante y con el mayor gasto medio posible de turistas, especialmente en aquellos destinos en los que el alojamiento reglado tiene más importancia. La necesidad de adaptarse a un nuevo escenario de mayor competencia internacional, con un turista más exigente, con un mayor conocimiento de los rasgos de identidad locales y de todas sus opciones alternativas, mucho más sensible a la gestión del territorio y el medioambiente, en búsqueda progresiva de lo auténtico y singular, no se ve correspondida por la realidad de muchos destinos turísticos españoles, cada vez más hipotecados por los efectos de un crecimiento urbanístico que no traduce límites aparentes en su expansión territorial y que incorpora incertidumbre en cuanto a su sostenibilidad a medio y largo plazo.

Pero si la situación actual es ya de por sí compleja y el desequilibrio entre la oferta – demanda es cada día mayor, el escenario futuro que anticipa este estudio contempla la potencial triplicación del número de viviendas y alojamientos turísticos, que hoy por hoy, ya están recogidos en los diversos planeamientos urbanísticos vigentes en los 26 municipios analizados. Ello podría llevar, de continuar los ritmos actuales en su ejecución, a hipotecar buena parte del actual sistema turístico del litoral, afectando los recursos naturales sobre los que se sustenta, desincentivando progresivamente la visita de los segmentos de demanda turística más deseados por sus mayores niveles de gasto e incidiendo adicionalmente sobre una menor calidad de vida percibida a medio por la propia población residente.

Es por todo esto por lo que está en juego uno de los pilares básicos del desarrollo económico español de las tres últimas décadas y uno de los ecosistemas territoriales más importantes de nuestro territorio, como

son las costas y su área de influencia. De ahí que, aun a pesar de la descentralización de competencias, asumir en todo su alcance los problemas que se detectan en este estudio y marcar las nuevas directrices estratégicas que orienten las diferentes actuaciones económicas y territoriales en los próximos años en el litoral mediterráneo y las islas es una cuestión y una tarea de los mayores niveles de las diversas administraciones públicas, y requiere una clara visión estratégica público-privada más amplia y a largo plazo que potencie la imagen y retroalimente la competitividad y los atractivos del conjunto de los diversos espacios turísticos que a su vez conforman el destino España.

Aunque este estudio esencialmente se ha centrado en analizar las implicaciones para la competitividad turística derivadas de los distintos modelos alojativos y de la ordenación y ocupación del territorio con su consecuente traslación sobre el espacio turístico, también se ha puesto de relieve que para avanzar en la asunción o consolidación de nuevas estrategias urbanísticas y mejorar el atractivo de los destinos del litoral mediterráneo y las islas, se requieren en paralelo ciertos cambios de paradigmas en la cultura de gestión empresarial del propio sector turístico que superen nuestra menguante competitividad por precio.

El cliente final debe ser el eje y el centro de atención de cualquier política turística y de ahí la necesidad de progresar desde modelos operativos que favorecían una alta rotación de ventas con bajos precios y márgenes hacia nuevas estrategias para ampliar e integrar productos turísticos con mayor valor añadido. Ello exige a su vez un marketing más directo e individualizado-antes cedido a las grandes redes mayoristas- y más segmentado para podernos diferenciar, aumentar nuestros márgenes y satisfacer a unos turistas que buscan cada día experiencias más singulares sin renunciar al mejor precio.

Retomando la perspectiva central de este estudio, los notables desafíos que se avecinan en los destinos por la creación continua de nueva capacidad alojativa hacen urgente el avance hacia nuevos modelos que asuman la existencia de límites y evalúen a priori la sostenibilidad de los crecimientos posibles. Se trata, en cualquier caso, de un giro en las lógicas y cultura actual de desarrollo económico del litoral que para su consecución requiere de la asunción de una fase de transición. Es poco probable que los principios de la rehabilitación y la ralentización o limitación de los ritmos de crecimiento que requiere el litoral se impongan por sí solos de la noche a la mañana. Este hecho exige la puesta en marcha de instrumentos y actuaciones innovadoras capaces de impulsar esta fase de transición hacia la consolidación de los nuevos principios de trabajo en el litoral, procurando en el camino resolver a su vez otros factores exógenos que distorsiona el proceso e inciden en sentido contrario al deseado (ej.: mala financiación de los municipios, reforma de LAU, etc.).

Sin duda retos nada sencillos que requieren de una respuesta estratégica nacional y autonómica, que cuente con el liderazgo, el impulso, la coordinación de los responsables de los diferentes niveles de las administraciones, y la máxima implicación empresarial y de la sociedad civil en un nuevo marco competitivo para el turismo español, que facilite la mayor cooperación y la progresiva cogestión de nuestras estrategias de oferta y demanda, manteniendo los debidos equilibrios y compromisos recíprocos entre los sectores públicos y privados que lo hagan factible.

Es en este sentido y desde la vocación que siempre ha animado y dio sentido a la constitución de EXCELTUR de promover las mejores coediciones competitivas para asegurar un liderazgo sostenible del turismo español, a partir del diagnóstico y conclusiones que se derivan de este estudio, nos hemos permitido sugerir una serie de recomendaciones marco sobre aspectos clave que conciernen al conjunto de agentes públicos y privados que convergen en los destinos y que responden a los avances y cambios de paradigmas en el litoral a los que nos hemos venido refiriendo para una primera fase de transición. Las recomendaciones se estructuran en 21 líneas prioritarias de actuación, que, a su vez, se encuadran dentro de cinco objetivos estratégicos generales básicos para potenciar el sistema turístico del litoral, y que a su vez pretenden dar una adecuada respuesta a cuatro principios clave bajo los que comenzar a trabajar.

5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS

1. Consensuar un diagnóstico de las patologías que afectan y afectarán al turismo español de Sol y Playa más homogéneo y mejor asumido a los diferentes niveles de las administraciones públicas y líderes del sector privado que son clave para conducir el cambio.
2. Invertir en la rehabilitación y progresivo reposicionamiento de unos destinos turísticos más diferenciados y mejor adaptados a las preferencias de una demanda nacional e internacional muy cambiante, con una competencia de oferta internacional, cada día más sólida y creciente.
3. Impulsar la máxima derrama socioeconómica y la mayor creación de empleo por territorio turístico ocupado y por cada turista que nos visite.
4. Proteger el entorno, poniendo en mayor valor nuestros recursos naturales y culturales, realizando nuestras singularidades diferenciales y enriqueciendo la gama de experiencias y productos.
5. Mejora continua de la calidad de vida de la población local y un mayor reconocimiento y complicidad de la población civil en favor del turismo.

5 GRANDES OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Consensuar un diagnóstico competitivo más homogéneo entre todos los actores públicos y privados	3. Generar la máxima derrama socio-económica por turista y territorio turístico ocupado
2. Rehabilitar , diferenciar reposicionar y diversificar los productos y destinos turísticos	4. Proteger el entorno, asegurar la sostenibilidad ambiental y mejorar la puesta en valor de los recursos naturales v culturales
5. Mejorar la calidad de vida y los niveles de complicidad de las sociedades locales en favor del turismo	
EL TURISMO SOMOS TODOS Y ES TAREA DE TODOS	

4 NUEVOS PRINCIPIOS DE TRABAJO EN EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS

1. Tras 40 años de desarrollo turístico, **el crecimiento urbanístico tiene límites** y estos vienen impuestos, entre otros, por la capacidad de carga que puede soportar el territorio, el deterioro de la experiencia del turista derivado de la densificación, y la mayor o menor suficiencia financiera de las haciendas públicas para responder a las infraestructuras y servicios públicos necesarios para reinventarse y ser cada día más competitivos a nivel internacional.
2. **El crecimiento económico y la generación de empleo vinculado a la actividad turística han de basarse**, más que en seguir apostando simplemente por estrategias de volumen que primen la mayor llegada de turistas, lo que pudiera producir una traslación hacia perfiles de consumidores de menor nivel gasto, en nuevas estrategias que permitan **atraer un turista del mayor gasto medio diario en destino, que amplíe su estancia y viaje en todas las épocas del año**. Avanzar en esta línea exige empezar por la adecuación del producto invirtiendo en la recuperación del espacio turístico y en la configuración de nuevas líneas de productos más diversificadas y mejor integradas, que superen las expectativas y se adecuen a las nuevas demandas de los turistas.

3. ***El crecimiento económico y la generación de empleo que se deriva de la actividad constructora debería ir avanzando y desplazándose desde la pura creación de nueva oferta alojativa, tanto reglada como muy especialmente la no reglada, a la rehabilitación y renovación de la planta existente y la recuperación de los centros históricos /o cascos urbanos*** para que sigan siendo ejes de esparcimiento y catalizadores de nuestra identidad cultural; a la construcción de equipamientos asociados a nuevas líneas de productos turísticos (museos temáticos, palacios de congresos, auditorios, puertos deportivos, marinas, campos de golf, equipamientos deportivos, vías cicloturistas, etc.); la preservación de los recursos naturales (recuperación de playas, zonas protegidas, tratamiento de agua, residuos) y la dotación de infraestructuras (viales, aparcamientos, zonas de esparcimiento, comerciales y de ocio).
4. ***Los modelos de gestión y las actuaciones en los destinos han de responder a una nueva dinámica de reflexión estratégica y amplia concertación social***, basada en una mucho mayor y mejor información previa, que a la vez que modelizar y anticipar los posibles impactos socio-económicos a medio y largo plazo de cualquiera de las distintas alternativas posibles, permita conciliar y dirigir los esfuerzos de las administraciones públicas y los intereses e inversiones de los agentes privados hacia la consecución de objetivos más medibles, más consensuados y mejor gestionados bajo nuevas fórmulas de cooperación mixta que faciliten mayores compromisos recíprocos .

NUEVOS PRINCIPIOS DE TRABAJO

<p>El crecimiento urbanístico tiene límites impuestos por la capacidad de carga territorial, el deterioro de la experiencia turística y la suficiencia financiera de la hacienda pública</p>	<p>Pasar de estrategias de crecimiento sustentadas meramente en el volumen de llegada de turistas a las resultantes de elevar al máximo su contribución socioeconómica</p>
<p>En zonas maduras, la actividad constructiva debería desplazarse de la creación de nueva oferta alojativa a la rehabilitación y renovación de la planta edificatoria existente y la recuperación de los cascos urbanos</p>	<p>Los modelos de gestión de los destinos han de responder a reflexiones estratégicas a largo plazo con amplia concertación social y bajo nuevos esquemas de cooperación público-privados</p>

21 LÍNEAS PRIORITARIAS DE ACTUACIÓN EN EL LITORAL MEDITERRÁNEO Y LAS ISLAS

En el ámbito de la planificación turística

- 1. Diseñar de forma participativa y consensuada entre administraciones públicas, empresarios y sociedad civil nuevos planteamientos turísticos de medio y largo plazo que, estando integradas en estrategias socioeconómicas y territoriales más globales, se adapten a las nuevas exigencias y preferencias del turista, garanticen la sostenibilidad y generen los mayores efectos en términos de renta y empleo sobre los diversos destinos turísticos.**

Hoy más que nunca, los destinos turísticos españoles del litoral mediterráneo y las islas necesitan disponer de un diagnóstico realista, que sustente una visión y un plan estratégico a largo plazo que permita dirigir el conjunto de actuaciones públicas y privadas que afectan a su competitividad turística hacia aquellos posicionamientos de mercado que de forma participativa hayan decidido alcanzar para asegurar su competitividad y los mayores niveles de prosperidad sostenible para sus sociedades.

- 2. Invertir en sistemas de inteligencia e información turística que aporten el mayor conocimiento sobre el que sustentar la toma de decisiones.**

La decisión estratégica de qué destino turístico se quiere llegar a ser y qué posicionamiento se desea ha de afrontarse desde una inversión constante en nuevos sistemas de información más transparentes, más periódicos, más ágiles y más co-participativos a nivel público y empresarial, que permitan anticipar y conocer en detalle el estado de situación de los destinos y su posicionamiento relativo con respecto a la competencia en sus diversos mercados potenciales. Al margen de estadísticas, los niveles de información para la toma de decisiones son hoy por hoy, a escala de destino, para la toma de decisiones empresariales son hoy por hoy muy limitados, reactivos y poco homogéneos y comparables entre sí, lo que dificulta el conocimiento del estado de situación de aquellos factores que están condicionando la competitividad del destino con suficiente antelación.

En el ámbito de la gestión de los destinos turísticos

- 3. Integrar al tejido empresarial y a los actores sociales y a la sociedad local en la gestión del destino turístico.**

El turismo es tarea de todos y todos han de participar en la puesta en marcha de las actuaciones encaminadas a fortalecer la capacidad de atracción de los turistas y superar sus expectativas por cuanto todos intervienen, con sus distintas actitudes y prestaciones, en la experiencia y contactos por los que atraviesa un turista cuando visita un destino; y a su vez se favorecen directa o indirectamente de la prosperidad que generan. El avance en este ámbito exige, entre otros, un ejercicio de generosidad del sector público y su mejor comprensión que el turismo del siglo XXI debe afrontarse desde escenarios de gestión cada día más profesionalizada, junto a una mayor concienciación ciudadana sobre el papel de la actividad turística en la generación de mayores o menores oportunidades de desarrollo y prosperidad y su implicación en los procesos de que redunden en la mejor acogida al turista.

- 4. Avanzar en la cooperación inter e intra administrativa.**

Las competencias y los ámbitos de actuación sobre un destino (planificación territorial, obras públicas, medio ambiente, formación, cultura, seguridad, etc.) se encuentran diseminados entre los diversos departamentos de cada ayuntamiento, y entre estos y los de las diversas administraciones autonómicas y central. La necesidad de aunar esfuerzos y unificar visiones debería impulsar el reforzamiento de comisiones transversales y permanentes de trabajo dentro de cada nivel de administración, para valorar y tomar decisiones con una visión más coordinada y que tenga en cuenta

las múltiples implicaciones transversales derivadas de las decisiones que se adopten en todas aquellas materias que acaban incidiendo sobre la competitividad turística del destino.

La consolidación de esta dinámica de trabajo no requiere más que una mejor comprensión y una firme convicción política de las realidades en juego, que estimule una mayor armonización legislativa en materias turísticas y una mejor cooperación interadministrativa que, salvando sus propias prerrogativas y singularidades, induzca las mayores sinergias entre las actuaciones de las diferentes escalas de las administraciones públicas (central, autonómica y local) en aquellos ámbitos de común interés, que son muchos y en los que actuar por separado no les confiere ninguna ventaja competitiva.

5. Apostar por la innovación continua en gestión.

El nuevo escenario competitivo que afrontan los productos y destinos turísticos españoles del litoral mediterráneo peninsular y las islas requiere de un ejercicio continuo en innovación. Tras cuarenta años de un modelo basado en la gestión externa del acceso directo al consumidor final, la reducida planificación sobre la configuración del producto/destino turístico y el precio como principal ventaja competitiva, es el momento de transformar estas señas de identidad en otras que se dirijan hacia el conocimiento y mayor acceso directo al cliente final, la apuesta por un modelo de destino que prime su rentabilidad socioeconómica sustentado sobre los principios de la sostenibilidad y la inversión en elementos de diferenciación que superen el precio como eje de la competitividad.

Cambiar lo que ha sido una inercia de ya más de cuatro décadas implica un ejercicio de generación de nuevo conocimiento (innovación) que se plasme en nuevos sistemas de gestión, tanto de los múltiples y diferentes eslabones que componen la cadena de valor que integra la oferta turística y que convergen en un destino, como de los sistemas de información sobre hábitos y pautas de comportamiento del turista y herramientas de comercialización dirigidas a su captación y fidelización. En esta tarea, la administración ha de desempeñar un papel protagonista como catalizador e impulsor del cambio en un sector, como el turístico, que se entremezcla con otras dinámicas y sectores y que está compuesto en general por pequeñas y medianas empresas.

Sobre este punto son cuatro los niveles en los que es necesario el impulso innovador:

- Innovación en estrategia, planificación y management turístico.
- Innovación en diseño, gestión del producto/destino en torno a un posicionamiento.
- Innovación en diseño y gestión de los procesos de integración de la cadena de valor turística.
- Innovación en soportes tecnológicos que faciliten la operación, marketing y ventas on line.

En el ámbito de la planificación territorial

6. Integrar la estrategia turística en la los planes de ordenación urbanística y territorial, de manera que el futuro posicionamiento deseado para los destinos marque las líneas de la ordenación territorial y no a la inversa.

Los instrumentos de ordenación y gestión del territorio en zonas turísticas del litoral deben contener y ser capaces de integrar y dar adecuada respuesta a la concepción estratégica del futuro desarrollo turístico por el que se apueste en el destino objeto de planificación. Esto supone asumir en primera lugar la vocación turística de la zona y poner a disposición de su apuesta de futuro los instrumentos de planificación urbanística propios del desarrollo y la gestión del suelo, y no al revés, como sucede en muchos casos.

Para dar respuesta a esta lógica se debe avanzar en institucionalizar una participación más activa, formal y vinculante de los responsables públicos y equipos técnicos de la administración con competencias en turismo y los diversos colectivos que se vean afectados, en los procesos de ordenación del territorio, ya que éste es el principal recurso del turismo del litoral, y su planificación y gestión uno de los instrumentos con mayor capacidad de actuación sobre la oferta turística, para asegurar su competitividad y sostenibilidad a medio plazo.

7. Adecuar los niveles y ritmos de ocupación del territorio a la capacidad de carga territorial y la respuesta de la demanda.

Incorporar como una parte esencial de los contenidos de los planes urbanísticos un diagnóstico del estado de los recursos naturales, sus límites y, en cualquier caso, un “feed back” continuo de la percepción de los turistas y los ciudadanos locales. Ello supone invertir en un sistema permanente de información territorial y del perfil y satisfacción del cliente y de la sociedad local a escala del destino, hasta el momento muy poco desarrollado en el litoral mediterráneo y las islas.

Pero no sólo es importante conocer los límites al crecimiento urbanístico, sino trabajar en la gestión de este crecimiento para no dilapidar, siguiendo inercias cortoplacistas, la capacidad de desarrollo económico futuro que facilita la muy amplia disponibilidad de suelo libre, que hoy por hoy existe todavía para poder urbanizar. Los volúmenes de edificación que se establezcan (“el cuánto”), en qué escenarios temporales y a qué ritmos se planifiquen (“el cuándo”), y los modelos y tipologías de ocupación por los que se opte (“el cómo”), son los tres ámbitos clave que condicionarán la futura generación de renta y empleo del turismo en el litoral, sin superar los límites impuestos por los recursos territoriales y ambientales. En este esquema, adecuar los ritmos de ejecución de nuevos proyectos urbanísticos para extender en el tiempo los beneficios que sin duda genera a corto plazo la propia actividad de construcción, por un lado, y, por otro, aproximar su velocidad a la capacidad de respuesta de la demanda para evitar los problemas derivados de la sobreoferta y la bajada generalizada de rentabilidades que ello conlleva, son dos estrategias cada vez más necesarias en el litoral.

8. Ordenar el territorio y gestionar su desarrollo para hacer compatible un espacio turístico cada día más atractivo y diferencial con el resto de usos del suelo del municipio turístico.

Satisfacer las motivaciones de un visitante que busca optimizar su tiempo de ocio realizando actividades en un destino exige la configuración de una escenografía adecuada y cada día más llena de intangibles diferenciales que permitan sorprender y sobrepasar las expectativas del turista a lo largo de las experiencias que le ofrezca el destino. Esta deseada correlación entre la configuración lúdica del escenario donde el turista percibe sus vivencias y realiza la mayor parte de sus actividades y la realidad del espacio físico que lo acoge tiende cada vez más a no producirse en un buen número de los municipios turísticos analizados.

La falta de una ordenación clara que delimite funcionalmente la orientación de las distintas áreas territoriales, por un lado, y los propios procesos de transformación urbana y localización de primeras residencias, por otro, están afectando a los atributos propios de los espacios turísticos, transformando su configuración y mermando su capacidad de generar el mejor “ambiente” para el disfrute de experiencias lúdicas. De manera creciente, las zonas donde se localizan los equipamientos turísticos, ya sean de alojamiento o de ocio, tienen que compartir el espacio urbano con edificios donde habita la población local, con zonas dotacionales (colegios, hospitales, residencias de ancianos, comercio), con parcelas dedicadas a la localización de infraestructuras (depuradoras, desaladoras, vertederos, plantas de compostaje, etc.), e incluso en algunos casos con zonas industriales o agrícolas que presentan características y requieren de enfoques y dotaciones de equipamientos distintos.

En este sentido, uno de los mayores retos de los instrumentos de planeamiento tanto municipal como autonómico es hacer compatible una ocupación extensiva y cada día más compleja, marcada por unos usos que comienzan a solaparse entre sí (el más claro es el del residencial y el turístico), con la preservación de unos espacios turísticos que deben seguir siendo atractivos para los visitantes, a la vez que deben seguir facilitando la prestación de servicios turísticos por parte de las empresas del sector, de manera que la actividad turística siga siendo el principal pilar de la economía local. Para ello, los planes deben trabajar en la definición funcional de las diferentes áreas territoriales y su consecuente ordenación, respondiendo a su vocación turística, residencial, industrial, dotacional, etc. y evitando la duplicidad de usos que introduce disfuncionalidades y problemas para el desarrollo de las diferentes actividades, y no sólo de las turísticas.

9. Integrar los diversos proyectos municipales de ordenación urbanística en estrategias turístico-territoriales mancomunadas a nivel local y regional

Seguir avanzando en la definición de estrategias de ordenación supramunicipales que actúen de manera integral y trabajen en la configuración y delimitación del espacio turístico, su convivencia con los procesos de localización de nuevas residencias y la proyección de las necesidades de infraestructuras y equipamientos necesarios, que posteriormente a su vez les permitan una gestión del marketing y promoción del destino en clave supramunicipal y más homogénea.

En esta línea, sería muy importante que los numerosos Planes Territoriales de carácter supramunicipal que en la actualidad están en fase de redacción pudieran finalmente aprobarse, aplicando las líneas de trabajo antes señaladas en términos de integrar la estrategia turística a la propia territorial y hacer partícipe activo de su propuesta a los responsables de las competencias turísticas en la administración autonómica correspondiente o insular, en el caso de Baleares y Canarias.

10. Apostar por la combinación más equilibrada entre las diversas tipologías alojativas para impulsar los mayores efectos socioeconómicos sobre los destinos a medio y largo plazo.

Como ha demostrado claramente este estudio, la apuesta por un desarrollo turístico fundamentado en establecimientos de alojamiento reglados genera, hoy por hoy, por cada plaza construida, unos mayores efectos multiplicadores en términos de generación de valor añadido y empleo sobre los destinos que la especialización en alojamientos de turismo residencial.

Esto no debe llevar a la conclusión de que la única apuesta del litoral español sea la construcción de establecimientos de alojamiento reglado, especialmente en unas condiciones del mercado donde hoy por hoy existe un claro problema de sobre oferta de este tipo de plazas que está reduciendo su rentabilidad empresarial. Lo que es importante es preservar y reforzar el entorno y el atractivo del espacio turístico donde se localizan los establecimientos reglados, a la vez que trabajar en una combinación equilibrada de tipologías alojativas entre regladas y residenciales que respondan a un posicionamiento sostenible y a la conceptualización de nuevos espacios y productos turísticos con unos equipamientos complementarios que potencien la competitividad y el valor añadido del conjunto del destino y sean capaces de atraer y fidelizar un perfil de demanda más diversificado e interesante.

En el ámbito de la financiación municipal

11. Trabajar en el aprovechamiento de los márgenes de financiación de los tributos locales, en especial del IBI, establecidos en la Ley Reguladora de las Haciendas Locales (LRHL).

Una buena gestión de los tributos locales permite generar un importante volumen de recursos con capacidad para mejorar la financiación de los gastos corrientes del municipio vinculados a la prestación de unos servicios públicos de calidad para la población residente y los visitantes turísticos. Esto es especialmente relevante en el impuesto con mayor capacidad recaudatoria de los impuestos locales como es el IBI, especialmente en municipios como los turísticos en los que existe un elevado parque de viviendas y se dispone de un extenso padrón de IBI.

Una actualización y mejor seguimiento de los valores catastrales de las fincas rústicas y urbanas que refleje la realidad de la propiedad inmobiliaria municipal y el aprovechamiento de los márgenes sobre los tipos impositivos en función de los volúmenes de población residente que permite la regulación actual incrementaría sustancialmente los ingresos de los municipios y ayudaría a desahogar las finanzas municipales mejorando su capacidad financiera.

En esta línea, para no perjudicar en el pago del IBI a la población residente, se debería trabajar en permitir la diferenciación de tipos de gravamen en función del destino final del inmueble, por lo que los turísticos, y especialmente las viviendas utilizadas o explotadas de forma estacional y las desocupadas, deberían gravarse con un tipo superior a los utilizados como primera residencia de la población censada, tal y como permite la última reforma de la LRHL.

12. Elevar las aportaciones autonómicas a los ayuntamientos turísticos siguiendo la figura de los Decretos de Municipio Turístico.

Los municipios son una de las principales unidades de competitividad del sistema turístico de una comunidad autónoma. Aquellos identificados con la imagen turística de la región, que cada año reciben una elevada afluencia de turistas y que representan uno de los pilares económicos de su modelo territorial, debieran ser objeto de una atención financiera especial por parte de las políticas turísticas de oferta aplicadas desde cada gobierno autonómico, en quien descansan las competencias de desarrollo turístico.

Este hecho ha sido asumido por parte de algunas comunidades autónomas del litoral como la Comunidad Valenciana y Andalucía, que han introducido la figura de Municipio Turístico como reconocimiento a las necesidades adicionales que han de soportar las haciendas locales en zonas turísticas, o Canarias, donde el Gobierno aporta una cantidad adicional a los municipios a través del denominado Fondo Canario de Financiación Municipal y en el que se utiliza, entre otros, como criterio de distribución el número de plazas turísticas regladas.

13. Transformar los incentivos del sistema de financiación local hacia otro marco que incentive una mayor contribución de ingresos municipales derivados de su propia actividad económica.

Además de las posibles medidas que los propios ayuntamientos turísticos adopten en la gestión de sus tributos y las aportaciones adicionales que puedan introducir las comunidades autónomas para apoyar financieramente a los municipios de especialización turística, lo cierto es que sería deseable que se diera un paso más en el marco general de financiación local recogido en la Ley Reguladora de las Haciendas Locales (LRHL) y, en especial, que se concretasen los cambios introducidos en su última reforma que reconocían aportaciones adicionales de financiación para los municipios turísticos.

En este ámbito, parecería adecuado trabajar en dos direcciones.

- a. La primera, encaminada a modificar la definición de qué municipios pueden tener acceso a la condición de turísticos que recoge el texto reformado en diciembre de 2002 de la LRHL, de manera que se primase un planteamiento que fuera a favorecer a aquellos que incorporan una

mayor contribución socioeconómica a la economía española, que son los que tienen un mayor número de plazas turísticas y con un predominio de las regladas, eliminando el criterio actual de municipios de más de 20.000 habitantes en las que el número de segundas residencias supere al de principales según el último Censo.

En esta misma línea, sería necesario evaluar si la cuantía del 2,0454% de los rendimientos no cedidos a las comunidades autónomas por los impuestos sobre hidrocarburos y sobre las labores del tabaco que se fija como complemento a los ingresos de los municipios turísticos introducido en la última reforma de la misma LRHL son suficientes para responder realmente a las necesidades financieras de los ayuntamientos que gestionan territorios turísticos.

- b. La segunda, dirigida a limitar la capacidad recaudatoria vinculada al desarrollo del suelo municipal e incorporar fuentes asociadas a la actividad económica generada en el municipio, una vez que la capacidad recaudatoria de la única que respondía a este criterio, el Impuesto de Actividades Económicas (IAE), se ha visto reducida ostensiblemente sin que se haya introducido una suficiente compensación.

Avanzar en esta línea permitiría modificar el sistema de incentivos de la gestión local y favorecer la redirección de la toma de decisiones desde las que pivotan sobre la ocupación del territorio de su término municipal a aquellas vinculadas a la promoción de un tejido económico competitivo y generador de actividad y empleo. Empezar a asumir nuevos principios en la estructura de la financiación local favorecería, a su vez, atenuar el impulso urbanizador y, en el litoral, reducir su presión sobre los recursos naturales.

En este ámbito, la cesión de un tramo de la recaudación del IVA realizada en el municipio animaría a los ayuntamientos a favorecer la localización de actividades económicas vinculadas al turismo y, en el contexto de las zonas turísticas, a preocuparse porque la comercialización del parque de viviendas vacacionales privadas pudiera pasar por los canales tributarios. La afloración legal al campo de la legalidad de esta cuantiosa y creciente oferta facilitaría igualmente afrontar otra de las problemáticas que introduce, como es la falta de control sobre los estándares de calidad que ofrece al visitante.

En el caso de Canarias, ya se distribuye un tramo del IGIC a nivel insular, el cual junto con el resto de ingresos derivados del Régimen Económico y Fiscal de Canarias se reparte a los municipios por parte de los Cabildos Insulares.

En el ámbito del control de la oferta alojativa comercializada de manera alegal

14. Ordenar el arrendamiento de viviendas para uso turístico.

En la actualidad, el marco normativo que regula los arrendamientos urbanos no contempla de manera particular la casuística del alquiler de viviendas para uso turístico, centrándose en ordenar y promover el mercado de arrendamientos de viviendas para vivienda principal. El extraordinario desarrollo del alquiler de viviendas para su uso turístico y los efectos que genera debería servir para impulsar un nuevo régimen de ordenamiento o complementar el existente (LAU) para regular los alquileres de viviendas con una alta rotación por plazos muy breves de tiempo (Ej. por plazos inferiores al trimestre) o buscando la transparencia de las operaciones y la garantía de los derechos de tanto los arrendadores, como, sobre todo, de los arrendatarios.

15. Afloración de la oferta turística no reglada y comercializada de manera ilegal.

A pesar de la complejidad y las diferentes casuísticas en el arrendamiento de viviendas para su uso turístico, es necesario introducir mecanismos que impulsen a propietarios o comercializadores a registrar y declarar su actividad. Entendemos que para ello se debe trabajar en dos vías. La primera es la coercitiva, reforzando los medios técnicos y humanos de inspección y elevando y mejorando la eficiencia del régimen sancionador. La segunda supondría introducir un sistema de incentivos a la regularización, a través del ofrecimiento de ventajas como el apoyo en la comercialización, períodos de carencia o “amnistías” en la adaptación a la normativa vigente y un sistema de ayudas a la renovación de las instalaciones.

En el ámbito de la renovación de destinos

16. Plan Renove.

El Plan Renove de Exceltur es una iniciativa de cambio que estimula los necesarios avances y convicciones en torno a una nueva visión de futuro basada en la reconversión, reposicionamiento y revalorización económica y del entorno en algunos relevantes destinos maduros con riesgos de obsolescencia en el litoral peninsular y las islas. Su base de trabajo es reforzar la identidad, autoestima, y el compromiso de todas las fuerzas sociales a favor del turismo en cada destino, bajo nuevos enfoques, modelos turísticos y de ordenación territorial que mejoran su calidad de vida y la del visitante.

Trabajar en un Plan RENOVE de renovación de un destino maduro debe asumir:

- Invertir en la diversificación de las líneas de productos turísticos, entre otros, a través del desarrollo de grandes actuaciones públicas que confieran al destino un carácter singular y emblemático (museos, palacios de congresos, parques de ocio, centros comerciales, equipamientos deportivos, etc.) que ejerzan de motor de transformación colectiva propulsora de inversiones de recualificación de las instalaciones privadas acorde con los posicionamientos de líneas de producto turísticos deseados (Sol y Playa más innovador y con mayor valor añadido, cultural, salud, negocios, deportes, shopping, etc.).
- Invertir en el fomento de la calidad integral, no sólo entendida como mejora de elementos físicos, sino de las vivencias que ofrezca el destino, de manera que su disfrute se configure en sí mismo como un elemento básico que eleve los niveles de satisfacción turística del visitante y la calidad de vida y autoestima de la propia sociedad local.
- Promover y facilitar los procesos de reconversión, cualificación y modernización de las empresas, productos y servicios turísticos a través de la reconversión de la planta turística obsoleta, la modernización y especialización de la oferta (mal llamada complementaria) de restauración, comercio y ocio, el impulso de sistemas de certificación de la calidad total, el equilibrio entre los usos turísticos y la segunda residencia y el tratamiento de la oferta sin legalizar y no reglada.
- Diseñar un nuevo marco urbanístico que, en función del posicionamiento deseado a largo plazo, tutele y revise la ordenación territorial y sus equipamientos, readaptándola a la capacidad de carga integral y diferenciación perseguida para el destino, frenando los procesos de construcción incontrolada, que hoy inducen fenómenos de congestión, indiferenciación y degradación de la calidad del destino.
- Garantizar la mayor puesta en valor de todos los recursos culturales y turísticos, así como la preservación de los ecosistemas naturales y paisajísticos que resultan determinantes para comercializar nuevas líneas de productos, y en suma la diferenciación de las experiencias turísticas.

- Impulsar la innovación continua en la gestión del destino a través de un sistema ágil y eficiente basado en los principios de la cooperación público-privada, y en un proceso de concertación y participación social, a la vez que en la valorización del empleo en empresas turísticas, configurando un moderno sistema de formación que eleve el atractivo por trabajar en el sector/destino.
- Invertir en el reposicionamiento e imagen exterior del producto turístico en los segmentos de mercado que generen de mayores efectos multiplicadores en todo el tejido social, entre otros a través de actuaciones de un marketing y promoción por líneas de producto y la diversificación de los canales de comercialización, apoyándose cada día más en los electrónicos “on-line”.

En el ámbito de la diferenciación y la diversificación del producto turístico

17. Diferenciar el espacio y la oferta de productos turísticos.

Los cambios en el escenario turístico exigen a los gestores y actores presentes en los destinos turísticos enriquecer el espacio turístico y el conjunto de productos que se prestan en su seno, apostando por la diferenciación para seguir siendo competitivos. Muchas son las opciones de trabajar en la diferenciación que tienen que ver tanto con valorización de los recursos naturales y culturales existentes en el destino, como con la inversión en equipamientos e infraestructuras que favorezcan la incorporación de nuevos atributos.

Se trata de una apuesta necesaria para las zonas turísticas del litoral que han de recoger el testigo de los excelentes ejemplos de cualificación del entorno urbano y el desarrollo de productos turísticos que se han llevado a cabo en numerosas ciudades españolas como Bilbao, Valencia, Barcelona y Madrid entre las de mayor tamaño, u Oviedo, San Sebastián o La Coruña, entre las ciudades medias. A pesar de contar con estos magníficos ejemplos que pueden servir de “buenas prácticas” a emular por los destinos costeros, la experiencia en las zonas del litoral es todavía muy limitada. Dicho esto, en los últimos años y en determinadas zonas se ha trabajado en iniciativas dirigidas a diferenciar el espacio turístico y la gama de productos turísticos prestados en su seno en la medida en que han servido para incrementar la competitividad turística, y por ende su contribución económica a la sociedad local.

18. Diversificar la oferta y los segmentos de demanda.

El Espacio Turístico debe tener capacidad para acoger un abanico variado de productos y segmentos de demanda, ofreciendo un entorno de alta calidad. Algunos destinos del litoral como Sitges, Adeje, Salou, Benidorm, Ciutadella, Yaiza o Chiclana ya hace algunos años que están trabajando en la diversificación de su combinación de productos, en un intento de diferenciarse de la competencia y de crear un destino único atractivo a su vez para diferentes nichos y segmentos de clientes, que difícilmente puedan imitar los competidores. Así se ha trabajado en la incorporación de nueva oferta de golf, náutica, cultural, natural, deportiva, de aventura, gastronómica, entretenimiento para la tercera edad, etc. La selección del conjunto de productos debe asegurar que estos sean compatibles entre sí, que se refuercen y complementen mutuamente generando economías de escala y que se dirijan a segmentos de demanda que puedan compartir un mismo espacio turístico sin problemas.

La diversificación de la cartera de productos de los destinos españoles requiere necesariamente de un cambio en las estrategias e instrumentos de promoción y comercialización, de modo que se acceda a los nuevos segmentos de la demanda para los que se han creado estos productos. Cada producto turístico tiene sus propios canales de promoción (revistas especializadas, portales web, asociaciones, eventos temáticos, etc.), que deben utilizarse para llegar al cliente objetivo. Una promoción genérica como la empleada hasta el momento ha obtenido resultados positivos para crear una imagen de destino

uniforme, de acuerdo con el monocultivo de producto turístico imperante. Sin embargo, una cartera de productos variada hace imprescindible la adopción de nuevos enfoques, segmentados, en la promoción y comercialización.

El enriquecimiento del Espacio Turístico añadiéndole productos y experiencias que incrementen su valor añadido es vital para mantener el dinamismo y la competitividad del sector turístico español, puesto que la diversificación de los productos y experiencias ofrecidas permitirán llegar a nuevos segmentos de la demanda, más atractivos por su ritmo de crecimiento, por su mayor rentabilidad socioeconómica, por contribuir a la desestacionalización o por favorecer el desarrollo de recursos hasta el momento infrautilizados.

Los esfuerzos de diferenciación y diversificación deberán dirigirse a captar segmentos de mercado que supongan una relación coste-beneficio óptimo y a desarrollar equipamientos y servicios adecuados. Actuaciones que podrán permitir una mayor diversificación y diferenciación son:

- ✓ Acercar al turista a la realidad del destino.
- ✓ Realizar una mejor gestión del turista.
- ✓ Generar, transmitir y gestionar experiencias.

19. Especialización en productos.

La especialización constituye el estadio avanzado de gestión de la competitividad turística, que se alcanza cuando un destino es capaz de satisfacer, gracias a una estrategia que responde a un posicionamiento predefinido, a los requerimientos y expectativas de un segmento de demanda en un nivel muy superior al de los destinos competidores. En un escenario de creciente complejidad e individualización de las preferencias de los turistas en torno a valores y servicios específicos, la apuesta por la especialización en segmentos de mercado con potencial de crecimiento por motivos demográficos, sociales o culturales representa una clara opción de desarrollo turístico, en un mundo donde buena parte de los destinos vacacionales de Sol y Playa prácticamente se han movido en torno a una estandarización que hoy les asocia a “commodities”.

Un amplio abanico de destinos en España cuentan con las condiciones necesarias para mejorar sus capacidades, condiciones y atributos para alcanzar la excelencia en su propuesta de valor dirigida a determinados segmentos de mercado, previamente seleccionados. Un paso previo requiere del esfuerzo de conocimiento de la estructura del mercado, por un lado, y de la dinámica y segmentación de la demanda, por otro, que permita valorar las opciones reales del destino contextualizando las potencialidades de sus recursos dentro la competencia existente.

Productos turísticos especializados como, por ejemplo, el turismo de salud “wellness”, el turismo deportivo (golf, cicloturismo, deporte de alto rendimiento, deportes náuticos, etc.), el turismo de tercera edad, el turismo familiar o los incentivos son nichos de mercado tratados de forma general por muchos destinos y con enormes oportunidades de especialización para algunas zonas turísticas de nuestro litoral.

20. Invertir en rehabilitación y revalorización urbana.

Como se ha justificado de manera extensa en el capítulo 2 del documento, el espacio urbano supone un elemento determinante de la competitividad del destino turístico como escenario en el que se

prestan los diferentes servicios turísticos y donde los turistas disfrutan de su tiempo de ocio e interactúan con la oferta y atributos del destino.

La capacidad del Espacio Turístico para afectar a la satisfacción del turista muchas veces se ha obviado frente al mero crecimiento urbanístico, de manera que se han configurado espacios urbanos estandarizados y desvalorizados, perdiendo la posibilidad de incorporar un atributo básico de la experiencia del turista en el destino.

En esta línea son numerosos los destinos que requieren de actuaciones globales dirigidas a la rehabilitación y revalorización de su trama y paisaje urbanos. Las actuaciones a realizar abarcan aspectos tan diversos como los que a continuación se detallan, que en todo caso deben diseñarse en función de su realidad concreta:

- Medidas de esponjamiento y de recuperación del espacio público: recuperación de parcelas para zonas verdes, incentivos al intercambio de localizaciones de edificaciones de uso turístico, etc.
- Medidas de gestión de la movilidad: filtrado y modulación del tráfico, rediseño de calles y recuperación de espacios peatonales y compartidos, construcción de aparcamientos subterráneos y disuasorios, recuperación del transporte público (tranvía o guaguas).
- Medidas de regeneración del entorno y del paisaje urbano: embellecimiento de calles, ampliación de aceras, rehabilitación de fachadas, reforma de zonas comerciales, actuaciones de revalorización ambiental, señalización.

21. Establecer un sistema integral de mejora de la oferta de alojamiento

Como se ha demostrado a lo largo del estudio, la oferta alojativa es uno de los factores determinantes para entender el perfil de turista que es capaz de atraer cada destino, condicionando los efectos económicos que induce la actividad turística sobre la sociedad local. Lo cierto es que en muchos destinos españoles la propia oferta alojativa supone una limitación para su competitividad turística, lo que exige una estrategia integral de modernización, cuyos efectos serán limitados si no se trabaja previamente en la renovación del entorno urbano y la mejora de atributos de la oferta de ocio y restauración.

Afrontar la modernización de la oferta representa actuar de manera integral sobre el conjunto de tipologías alojativas que son utilizadas como alojamiento turístico, esto es, tanto la oferta reglada como la residencial. Para ello es necesario trabajar en dos planos. En primer lugar, acometiendo la mejora de la oferta alojativa ya existente, y en segundo lugar, garantizando una mejor integración de los nuevos desarrollos urbanísticos previstos y que disfruten de una mayor calidad de producto, primando la creación de destino con la formación de zonas de ocio y esparcimiento compartidas, frente a la generalizada concepción actual de diseño de espacios cerrados que pretenden ser destinos en sí mismos.

CAPÍTULO 5. COMPARATIVA DE ESCENARIOS DE FUTURO: EL CAMBIO DE PARADIGMA FRENTE AL CONTINUISMO

¿POR QUÉ UN EJERCICIO DE SIMULACIÓN?

La apuesta por nuevos principios para dirigir el desarrollo del litoral mediterráneo y las islas supone un reto de futuro que debe verse respondido por unos resultados económicos y territoriales que justifiquen su asunción por parte de los diversos agentes públicos y privados. Con el objetivo de valorar las implicaciones de optar por los principios expuestos en el capítulo de recomendaciones se han construido unos escenarios de futuro para el periodo 2003-2015 para todos los municipios del litoral mediterráneo y las islas en el que se contraponen tres posibles estrategias de futuro.

1. Escenario Continuista acorde a la Evolución histórica.

Este escenario se basa en replicar la evolución del crecimiento urbanístico durante el periodo 1991-2003 para el periodo 2003-2015, aunque adaptando aquellas variables que han recibido una atención especial a nivel normativo en los últimos años.

En la actualidad, se trata del escenario más probable, teniendo en cuenta los ritmos de crecimiento en plazas y la evolución del gasto y la ocupación observadas en el año 2004 y en el comienzo de 2005, así como las previsiones establecidas por diversos estudios realizados por el propio sector promotor-constructor para los próximos años respecto a la construcción de viviendas en el litoral.

2. Escenario Intermedio Conservador.

Este escenario asume como hipótesis de partida que se corrige en parte la tendencia actual e implica para el periodo 2003 – 2015 la toma de medidas parciales, como las que se han comenzado a adoptar en algunas zonas del litoral español, que se centran principalmente en la aplicación de políticas que sólo limitan el crecimiento urbanístico en las zonas del litoral, lo que incidirá sobre el ritmo de crecimiento de las plazas construidas en el destino, pero sin actuar sobre otros ámbitos que refuercen la generación de valor añadido sobre el espacio turístico del destino y sin invertir en la rehabilitación de lo ya construido.

3. Escenario Recomendado como Objetivo más sostenible.

Este escenario de simulación se estima sobre los principios desarrollados en el capítulo de recomendaciones, asumiendo que se implementan planes urbanísticos que permitan ajustar mejor los ritmos de crecimiento del número de plazas alojativas durante el periodo 2003-2015 a un escenario de futuro más sostenible, al tiempo que se desarrollan estrategias de rehabilitación y recuperación del entorno, junto con políticas de inversión dirigidas a diferenciar y diversificar o especializar su oferta y mejorar su planta alojativa y el conjunto del entramado de empresas y actividades que componen la oferta complementaria existente para atraer nuevos segmentos de demanda de mayor capacidad de gasto y en distintas épocas del año.

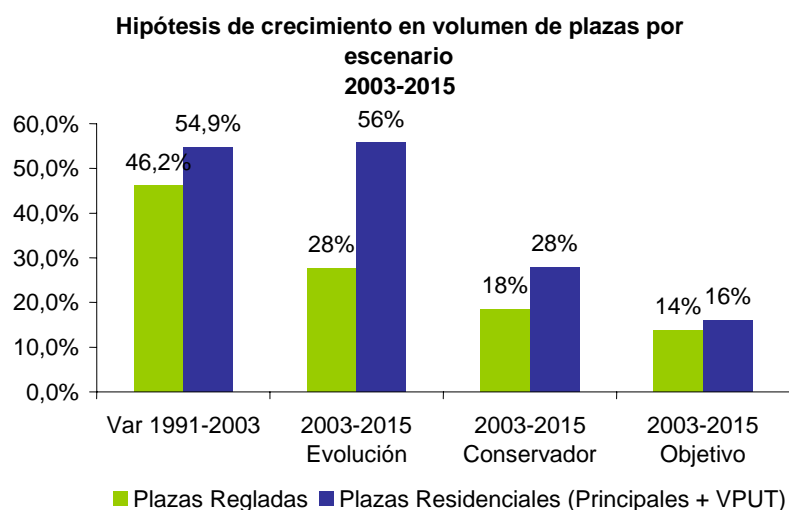
Como antes hemos señalado la consecución de este escenario requerirá de la participación activa y conjunta tanto del sector público como del privado, a fin de ralentizar el crecimiento de nuevas plazas, así como afrontar las innovaciones en el producto turístico que sean necesarias, además de dirigir las

acciones de promoción y de comercialización hacia aquellos nichos de mercado con el mayor valor añadido y más acordes y sensibles a los productos desarrollados.

Las siguientes tablas muestran las hipótesis asumidas para las diferentes variables en cada uno de los tres escenarios de simulación predefinidos. La simulación de los escenarios tiene como punto de referencia los valores alcanzados en el período 1991-2003 para el caso de los crecimientos en los niveles de plazas de alojamiento, o los obtenidos en el año 2003, si se trata del gasto turístico y los niveles de ocupación de las plazas alojativas medidas en términos de pernoctaciones.

Las siguientes hipótesis no pretenden ser estimaciones o previsiones de evolución futura de la actividad turística, sino que persiguen establecer puntos de referencia, distintos en cada escenario, con objeto de realizar análisis comparativos de los resultados generados en cada caso y favorecer la toma de decisiones. El ejercicio de simulación que se realiza con tal fin en este capítulo se ha calculado para el conjunto de los municipios del litoral insular y mediterráneo, excepto las capitales de provincias.

Los datos de partida que se toman como referencia se presentan en las dos tablas siguientes. En la primera, los ratios de crecimiento de plazas se muestran para el total del periodo considerado y como porcentajes medios anuales. En la siguiente tabla, los datos hacen referencia a las variables de gasto y ocupación, y se presentan en valores absolutos, en días o euros según el caso, y en porcentajes de crecimiento medio anuales.



Hipótesis de evolución del gasto y la ocupación por escenarios.

Hipótesis de Evolución en Ocupación y Gasto.		Valores de Referencia 2003	Crecimiento/Evolución estimada a 2015		
			Escenario Evolución	Escenario Conservador	Escenario Objetivo
Crecimiento en Valores Absolutos.	Ocupación Residencial/Días)	48,0	48,0	50,4	52,8
	Gasto Residencial/Euros)	27,9	27,9	29,3	30,7
	Ocupación Reglado/Días)	149,6	134,7	149,6	164,6
	Gasto Reglado/Euros)	64,8	58,3	64,8	71,3
Crecimiento Medio Anual por variable.	Ocupación Residencial/Días)	48,0	0,0%	0,4%	0,8%
	Gasto Residencial/Euros)	27,9	0,0%	0,4%	0,8%
	Ocupación Reglado/Días)	149,6	-0,9%	0,0%	0,8%
	Gasto Reglado/Euros)	64,8	-0,9%	0,0%	0,8%

¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS DE FUTURO ANTES DISTINTAS OPCIONES DE CRECIMIENTO?

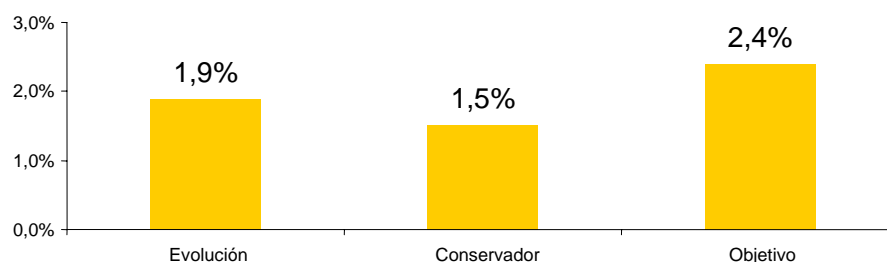
Impacto sobre el crecimiento económico y la generación de empleo sostenible.

La evaluación de los resultados de las diferentes opciones de crecimiento de cara al futuro a medio plazo de los municipios turísticos del litoral mediterráneo y las islas en relación con los indicadores clave de su desarrollo económico: el crecimiento de la riqueza medida a través del VAB y la generación de empleo, y sus implicaciones sobre los recursos ambientales y territoriales son demostrativos de lo relevante de optar por un cambio de paradigma en el modelo de crecimiento del litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias.

De los resultados obtenidos en el Escenario Continuista, que simula una réplica de lo sucedido en los últimos 13 años, se deriva un crecimiento intenso en plazas y escaso en cuanto a la mejora de la competitividad y atractivo de los destinos, lo que en términos económicos induciría un crecimiento medio anual del VAB generado en los municipios del litoral mediterráneo y las islas que siguiesen esa estrategia en el periodo 2003-2015 del 1,9%.

Por el contrario, la opción de un cambio de paradigma siguiendo los principios e hipótesis de crecimiento del litoral propuestos en el Escenario Objetivo, permitiría alcanzar una tasa media anual del 2,4% en el VAB para los años 2003-2015 basado en un mejor aprovechamiento turístico de la oferta actual que revertiría en un mayor volumen de estancias y la atracción de un mayor volumen de gasto medio diario.

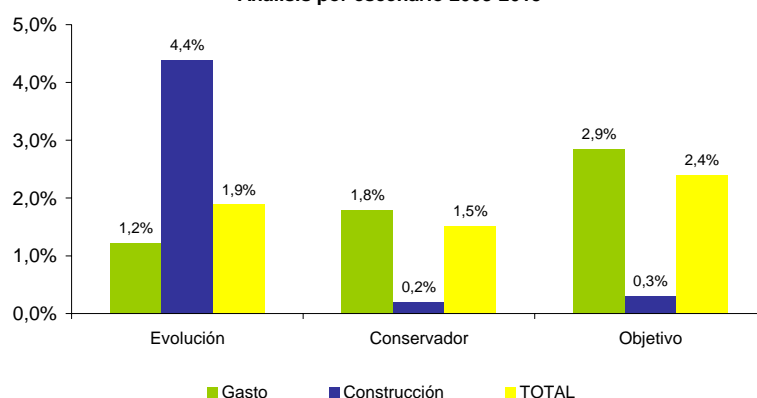
**Crecimiento medio anual del VAB generado por el gasto turístico y el sector de la construcción en el litoral .
Análisis por escenarios. Período 2003-2015.**



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

En este contexto, el escenario Conservador, que supone limitar las actuaciones al puro ámbito de moderar los ritmos de construcción sin optar por una estrategia en paralelo de refuerzo de los atractivos turísticos de cada destino, es el que peor resultados genera en términos de crecimiento económico, alcanzado una tasa de crecimiento del VAB del 1,5% durante el período 2003-2015.

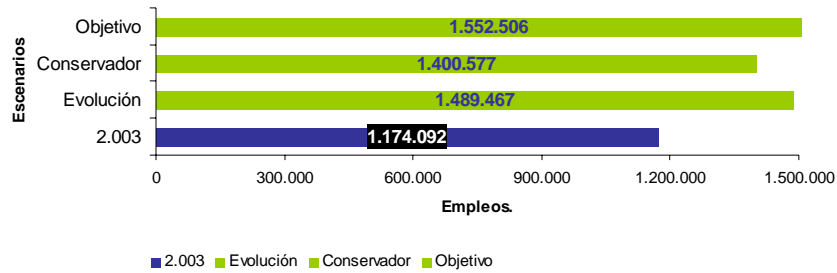
**Descomposición del crecimiento medio anual del VAB en %.
Análisis por escenario 2003-2015**



Fuente: Elaboración propia a partir IET, INE, IECCAA y TIOCCAA

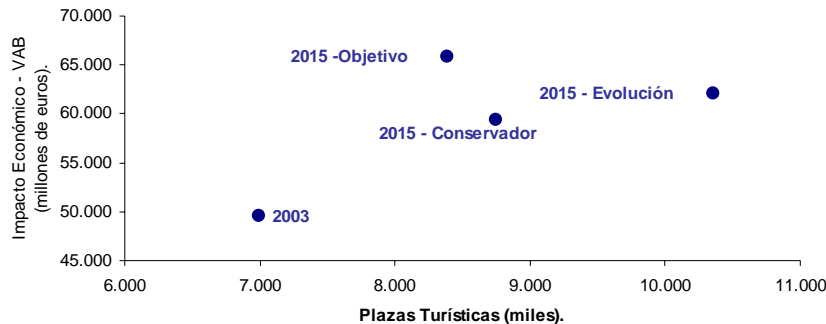
Las distintas opciones de crecimiento de cara al futuro en los municipios del litoral mediterráneo y las islas se traducen igualmente en diferentes escenarios en cuanto a la creación y la estabilidad del empleo. De nuevo es el escenario Objetivo el que permite una mayor generación de puestos de trabajo en el periodo 2003-2015 hasta alcanzar los 1,55 millones de empleos en el año 2015, frente a los 1,17 millones que había en el año 2003 y por encima de los 1,40 millones que explicaría la opción de seguir construyendo según el Escenario Continuista planteado. El escenario Objetivo estaría proponiendo la creación de casi 400 mil nuevos empleos en el litoral a una tasa del 2,3% de media anual.

**Evaluación del Volumen de Empleo generado por el Gasto y la Construcción. Período 2003-2015
Análisis por escenarios.**



El análisis de estos resultados debe realizarse teniendo en cuenta que los efectos aproximados se limitan a los ritmos de crecimiento del VAB y del empleo asociados a los elementos relacionados con las actividades turísticas tradicionales y las de la construcción y, por tanto, a los que habría que añadir el generado por otras ramas de actividad no relacionadas directamente con el turismo, pero presentes en el litoral y de las que se benefician indirectamente, como son la agricultura, la industria y otras actividades de los servicios. Incluyendo estas actividades, probablemente se alcanzarían ritmos de crecimientos superiores y, lo que es más importante, con repercusiones ambientales y territoriales muy distintas.

**Evaluación del VAB generado por Gasto Turístico y la Construcción y Volumen de Plazas.
Análisis por Escenarios.**

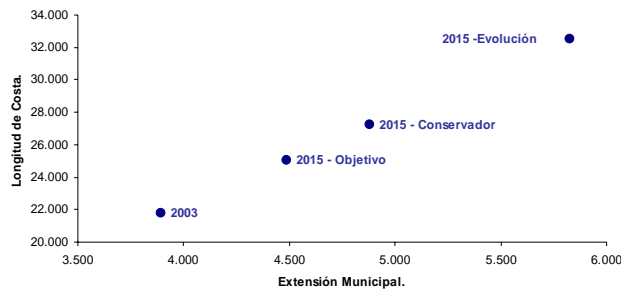


Impacto sobre el territorio y el medio ambiente

Lógicamente las distintas opciones sobre el número de plazas a construir en los próximos 12 años genera impactos territoriales y ambientales muy diferentes, que deben ser la base, además de los criterios económicos y dados los ya elevados niveles de saturación existentes y las cargas ambientales actuales, para optar decididamente por un cambio de paradigma en torno a un modelo de crecimiento diferente para el litoral mediterráneo y las islas, inspirado sobre los principios que contempla el escenario Objetivo.

En este sentido y como cabría esperar, cada escenario genera impactos distintos, según los destinos en clave de la densidad edificatoria de los municipios y sobre su línea de costa, que introducen implicaciones distintas sobre el atractivo del espacio turístico para los visitantes y sobre la calidad de vida de la población local. Desde esta perspectiva, el escenario Continuista es el que aumentaría en mayor medida ambos indicadores de densidad, como consecuencia del intenso crecimiento en el número de plazas, mientras en el escenario Objetivo, al contenerse el aumento de la oferta se consigue limitar el efecto sobre la densidad.

Evolución de los Indicadores de Densidad de Extensión Municipal y Longitud de Costa. Análisis por Escenarios.



Estos resultados deben interpretarse en el contexto de los elevados niveles de densidad actuales, por lo que su incremento sólo contribuiría a congestionar más los destinos y menoscabar su atractivo para la demanda turística más exigente. Así, el escenario Continuista contempla un crecimiento de la densidad del litoral de un 49,6%, mientras los escenarios Conservador y Objetivo estiman crecimientos en la densidad del 25% y el 15,2%, respectivamente.

Desde una perspectiva ambiental, el apostar por un crecimiento económico como el que se plantea a partir del escenario Objetivo supondría la generación de un nivel de cargas ambientales muy inferior a las otros dos escenarios. De hecho, desde esta perspectiva ambiental, el optar por replicar el crecimiento del periodo 1991-2003 durante los próximos 12 años no es sostenible, generando un grave impacto sobre el consumo de recursos, el paisaje y los ecosistemas naturales. En términos de consumo de agua, energía y generación de residuos, el escenario Continuista supondría un incremento del 54,3%, con un particular y muy notable impacto sobre la generación de CO₂ en el proceso de ciclo de vida de la construcción, mientras en el caso del escenario Objetivo los mayores aumentos de la actividad económica se alcanzarían con un aumento de estos indicadores de impacto medioambientales mucho más moderados (14,5%).

Evaluación del VAB generado por la actividad turística (Gasto Turístico y Construcción) e Indicador de Carga Ambiental. Análisis por Escenarios.

