

EL CONSUMO DEL ESPACIO LITORAL EN LAS CIUDADES TURÍSTICAS

Salvador FERRADÁS CARRASCO*

RESUMEN

Es un hecho que la actividad turística esta muy ligada al consumo del espacio litoral y dependiendo de la relación que mantenga con él, así será su futuro. En páginas sucesivas vamos a ver esta relación y algunos criterios que queremos subrayar debido a su importancia en materia turística como también por su incidencia en el medio; como sucede en el caso del modelo turístico de sol y playa y ligado a éste varios factores como el fenómeno del turismo de masas o el residencialismo, entre otras variables.

Palabras clave: consumo del espacio litoral; turismo de masas; modelo turístico de sol y playa.

ABSTRACT

It is a fact that the tourist this activity very tied to the consumption of the coastal space and depending on the relation that it supports with him, this way it will be his future. In successive pages we are going to see this relation and some criteria that we want to underline due to his importance in tourist matter like also for his effect in the way, since it happens in case of the tourist model of the Sun and beach and ligature to this one several factors as the phenomenon of the tourism of masses or the residencialismo.

Key words: Consumption of the coastal space; Tourism of masses; tourist model of the Sun and beach

* Universidad de Alicante.
Correo-e: marensotrumconsult@yahoo.es

1. EL MODELO TURÍSTICO DE SOL Y PLAYA

La actividad turística, ha tenido una tendencia histórica a desarrollarse en buena medida en los espacios costeros bajo el prisma de la oferta de *sol* y *playa*. Este tipo de turismo, se define por la búsqueda del disfrute del sol, la playa y el mar, elementos que se vinculan con el buen clima como recurso principal de atracción, y que da lugar a una concentración de personas en un tiempo y espacio determinado, como es el caso de en temporada estival la ocupación de los espacios de playa o costa.

El desarrollo de la oferta de *sol* y *playa* viene condicionada en gran parte al pasar la actividad turística de un movimiento elitista, reservado tan sólo para un tipo de estrato social que disponía de tiempo y dinero, a una nueva forma de enfocar esta actividad donde tenía cabida prácticamente todas las capas sociales. Un cambio que se empezó a dar a partir de la década de los 50 del siglo XX en los países industrializados, en el que variables como la oferta del mercado (que ofrece productos de consumo al individuo) y el papel de los intermediarios (en acercar los productos al mayor número posible de consumidores) favorecieron el turismo de masas, básicamente, a los espacios litorales.

En este proceso de transformación, donde se generaliza el disfrute de la actividad turística, se dan una serie de factores como las mejoras socio-laborales, por ejemplo relacionadas con una reducción del horario laboral o el incremento del tiempo de ocio. Por otra parte, el desarrollo del transporte individual y colectivo, que ha dado lugar a una disminución en el tiempo y la distancia (para desplazarse de un sitio a otro) unido con un abaratamiento en los costes de uso de dichos transportes, que permite una mayor accesibilidad a un número más elevado de personas que pueden desplazarse fuera de su entorno habitual de residencia con fines de ocio o lúdicos; así como, el aumento de la renta familiar, que unido al incremento del nivel de vida, facilitará el disfrute de inversiones en actividades relacionadas con la actividad turística (Salvà: 1998).

El resultado de los aspectos citados, es un turismo de masas que dio al espacio mediterráneo una posición hegemónica, manteniendo durante mucho tiempo altos índices de ocupación y que si bien sigue disfrutando de una posición importante en el mercado turístico también no es menos cierto que en el presente tiene que competir con una serie de destinos, en su día considerados como emergentes y que con los años se van consolidando cada vez más, como en el caso del Caribe, que ofrece una importante va-

riedad de ofertas y productos en el que el componente medioambiental y el exotismo cultural son muy apetecibles para los mercados emisores.

Podemos observar en el espacio mediterráneo aspectos como una importante oferta residencial hotelera y extrahotelera, unido a una oferta complementaria desarrollada formada por instalaciones náuticas, restauración y casinos, entre otros elementos, todo lo cual nos da un panorama turístico que cubre todos los rincones de la actividad. Por otra parte, sin embargo, cuando la oferta es excesiva y crece sin planificación consume demasiado espacio y a veces reporta graves consecuencias para el medio natural y paisajístico, al no poner éste en valor en su justa medida como fuente de atracción turística. Esto conlleva que el visitante, en vez de percibir una imagen ligada a un espacio turístico completo en sus ofertas, productos, infraestructuras y equipamientos, perciba unos espacios artificializados, muy semejantes unos a otros, y además congestionados especialmente en temporada alta y con agravantes tan importantes como el abundante parque móvil con una contaminación abundante y desagradable¹.

En resumida cuenta nos encontramos ante un litoral que en el caso del mediterráneo ha sucumbido ante una especialización basada en un turismo de masas con un alto índice de concentración. Esto ha llevado a un cansancio por parte del mercado, que busca espacios que den otra oferta distinta a la de los modelos maduros o tradicionales que tanto abunda en el mediterráneo. Así las nuevas tendencias motivacionales² de la demanda buscan lugares donde se combine el ocio con un medio ambiente limpio, no saturado y paisajísticamente agradable. La reacción ante el mercado, por parte de los destinos maduros (aquellos que ya tienen una estructura creada y llevan tiempo en el mercado turístico) es intentar diversificar la oferta, complementando las ofertas tradicionales con otras nuevas y dentro de un entorno lo más atractivo posible.

En el presente, los países emisores de turismo (aquellos de los que procede el visitante) demandan a los destinos receptores que se impliquen en un mejor desarrollo territorial y medioambiental más cuidado y sostenible y para ello la planificación de usos es un factor imprescindible para lograr la excelencia turística y no perder cuota de mercado, siempre claro esta, que se preten-

¹ Cabe citar que debido a que la oferta preferente es la de sol y playa, una parte del impacto se da sobre el medio marino litoral, donde la capacidad de carga en temporadas como la estival, ha dado lugar a que en muchos de los espacios litorales turísticos se de una fuerte presión de usos, lo que conlleva factores como una aumento en los vertidos de aguas residuales domésticas, de generación de residuos sólidos, etc.

² Entendiendo por tendencias motivacionales, los deseos que mueven al turista a visitar unas espacios en detrimento de otros.

da seguir participando de la actividad turística con un índice alto de visitantes de calidad; si sólo se piensa en el número de visitas y no en el gasto que genere el visitante, lo respetuoso que sea con el medio, el tiempo de estancia que este en el destino, y la probable fidelización del cliente, probablemente poco le importe al destino implicado la mejora de su entorno, como también poco le importará éste al visitante que hará uso de él hasta que disponga de mayor liquidez para irse a otro sitio con prestaciones de mayor calidad.

2. EL LITORAL TURÍSTICO ESPAÑOL

Echando la vista atrás, podemos observar que el proceso turístico que acaeció en el litoral español, desde el punto de vista del mercado emisor, se relacionaba entre otros aspectos con la situación geográfica privilegiada de España que concede a sus áreas litorales un clima benigno, al igual que por otra parte a los costes más baratos en comparación con otros países próximos a los destinos de emisión turística, factores como los señalados dio lugar a que prosperara de una forma relevante el fenómeno turístico, así en la década de los sesenta se asistió a la llegada de un importante contingente de turistas hacia sus costas ante lo cual, desde el punto de vista del destino receptor, los empresarios locales se circunscribieron a dar respuesta a las necesidades de lo que quería el cliente.

De tal forma, el turismo creció rodeado de una falta absoluta de programación, con un empresariado, que la mayor parte de las veces, buscando la rápida obtención de beneficios no se planteó el invertir en el propio sector para mejorarlo y si bien es cierto que la actividad turística se convirtió, por un lado, en una fuente de riqueza para el país, a la vez de un aperturismo cultural importante, también, cabe subrayar la fuerte especulación que se dio sobre el territorio, debido principalmente a la proliferación de empresas inmobiliarias que aprovechando la necesidad de espacio que conlleva el sector turístico, y sin plantearse las agresiones que sobre el medio ambiente y el urbanismo de los espacios promocionados se estaba dando, consiguieron importantes beneficios.

Todo lo citado fue además auspiciado por una política que sobre la base de potenciar otros sectores y atraer el mayor número posible de turistas (con una serie de medidas como fueron los créditos blandos o una política urbanística muy elástica, entre otros aspectos) dio lugar a la aparición de

una serie de problemas que en un futuro (nuestro presente más cercano) cuenta con una difícil, pero no imposible, solución debido a una serie de factores como son las degradación del medio ambiente, zonas excesivamente masificadas y otras variables necesitadas de una política correctora y coordinada. En resumida cuenta, la política turística española en relación con el litoral se vinculó en un principio en una esquilmación del espacio público con plena permisividad gubernamental. La oferta turística, se centraba prácticamente en el *sol y playa*, en el turismo masivo y en la inexistencia de cualquier respeto al medio, supeditado a los intereses económicos.

En esta línea, el sector turístico en España quedaba cimentado sobre un turismo de masas relacionado con la bonanza climática y el disfrute del litoral; se buscaba ante todo el aumento indiscriminado de turistas. Las propuestas en materia de política turística planteaba la cantidad sobre la calidad.

Con la aparición en escena de la Constitución Española, se empieza a dar un cierto cambio en algunos aspectos ligado a una serie de principios rectores de la política económica y social distinto a los de la etapa precedente. En este contexto, próximo al tiempo presente, se empieza a plantear que el modelo turístico de *sol y playa* está agotado, cuando realmente habría que hablar de un estancamiento de esta oferta tradicional necesitada de una diversificación de otras ofertas y productos que la complementen, y de hecho las tendencias en materia turística van en la línea de aunar las ofertas tradicionales junto con otro tipo de ofertas complementarias. Es cierto que la oferta de *sol y playa* ha perdido cuota de mercado, no sólo en España sino en el contexto global, es decir, las nuevas tendencias de la demanda apuntan a algo más que ofertas estáticas como la citada.

Ahora bien, lo señalado no es óbice para ver la realidad y es que el turismo de *sol y playa*, sigue siendo el más demandado³. Parece como si algunos, al tratar el tema del agotamiento del modelo de *sol y playa* estuvieran empeñados en anularlo antes que en mejorarlo; desde nuestro punto de vista haciendo uso de ofertas complementarias que tengan como base, no tanto la preponderancia de infraestructuras, como otros aspectos basados en nuestro patrimonio natural, histórico y cultural, a la par evidentemente del disfrute de nuestra bondad climática, que debería cada vez más incluir y promocionar otras temporadas fuera de las denominadas altas.

En resumida cuenta, si bien la variable climática sigue siendo un reclamo y esta insertado en el imaginario del visitante, también hay que considerar

³ Debido, principalmente a que el clima del litoral español para la población de los países nórdicos y centro-europeos cuenta con todas las excelencias que no tienen en sus países.

que éste demanda cada vez más otros elementos como una diversidad de ofertas, espacios amplios y variedad de paisajes.

En este sentido, como indica Díaz Álvarez (1989) hay que tener en cuenta que España cuenta con las playas más soleadas de Europa (las de Almería, Cádiz y Huelva), pero a parte de esto también cuenta con espacios de un enorme interés cultural o natural y que no tienen toda la promoción que deberían, tanto en guías como en itinerarios turísticos desde un punto de vista integrado, es decir interrelacionando ofertas y productos turísticos. Así, estamos ante un territorio con inmensas posibilidades, de las cuales sólo se usa una parte y por otro lado, se continúa buscando el incremento de visitantes y no la calidad de estos, que es lo que en última instancia interesa al destino receptor, el resultado de lo apuntado es que se pierde calidad de oferta e imagen promocional.

De forma, que a pesar de los recursos con los que cuenta el país, y de las nuevas tendencias motivacionales de la demanda sobre todo relacionado con un turismo cualitativo que busca una mayor implicación en el disfrute de sus vacaciones conociendo su patrimonio cultural o disfrutando de una cierta calidad paisajística, entre otros aspectos, nos encontramos que la principal oferta turística sigue ligada a un modelo de explotación masiva basada en los recursos del *sol y playa* con las implicaciones territoriales y medioambientales que conlleva una oferta con una enorme concentración de individuos en una estrecha franja como es el litoral.

No nos cansaremos de repetir una de las ideas que consideramos fundamentales, que el turismo de *sol y playa* tiene una alta concentración humana sobre un espacio reducido y frágil como es el litoral, además es un turismo en gran medida urbano y no sé puede negar que ligado a la construcción masiva de una variada tipología, sobre todo, extra-hotelera, de chalets, adosados y apartamentos en bloques o integrados en urbanizaciones horizontales.

En definitiva, si a esto le unimos las infraestructuras y equipamientos necesarios para el desarrollo turístico estamos desarrollando un paisaje altamente antropizado. Ante lo cual, somos partícipes de plantear el poner freno al crecimiento desmesurado de la oferta, mejorar la que se tiene, buscar en el patrimonio natural y cultural un aliado de atracción cualitativa para el visitante, en conclusión poner el acento en la necesidad de primar factores como el bienestar y beneficio común ante una meramente economía especulativa.

La actividad turística es un fenómeno eminentemente espacial y muy atrayente para los consistorios que se fijan principalmente en la repercusión económica derivada de esta actividad, pero hay un aspecto muy im-

portante que se tiende a obviar y es que el turismo y más específicamente la implantación de un modelo (como pueda ser el de *sol y playa*) tienden a modificar el paisaje y muchas veces son factor básico del ordenamiento espacial de los territorios en que se implantan (Díaz Alvarez; 1989). Por lo tanto, para que la actividad turística no sea negativa se necesita hacer uso de la debida planificación bajo parámetros de beneficio común, es decir pensar siempre en el destino receptor de forma global y no solo en un posicionamiento puntual desde la óptica de lograr un beneficio económico, dicho de otra forma, la planificación debe ir delante de la actuación y formalizar y gestionar ésta, y no al revés. De momento, creemos que la mayor parte de las veces, los destinos receptores del litoral se han caracterizado por la ausencia de elementos con un modelo urbanístico, a no ser, como apunta Iribars (1993) que consideremos como tal la ocupación indiscriminada por parte de las edificaciones de las mejores porciones de suelo costero.

En este marco, la oferta residencial extrahotelera, suele conllevar un grave deterioro ambiental, al haberse realizado durante mucho tiempo carente de toda planificación y respeto por el entorno, por otra parte, la alta concentración espacial y temporal da lugar a dos cosas, por un lado a una saturación que deteriora mucho la calidad del entorno y por otra parte a la infrautilización de la estructura urbanística creada al uso turístico y que fuera de temporada alta sufre de esa dejadez; así podemos ver que junto al turismo de *sol y playa* existe desde tiempo atrás una urbanización masiva, tanto por parte del parque de viviendas como por la diversidad de instalaciones turísticas.

Este desarrollo urbanístico carente de toda planificación ha dado lugar a cierta problemática, entre la que cabe destacar, el consumo de agua, el cual se ha disparado. En que medida el desarrollo de zonas urbanas e instalaciones turísticas (del tipo de campos de golf o puertos deportivos) han fomentado este exceso de consumo es algo que seguro muchos analistas estarán dispuesto a discernir sobre ello, nosotros estamos más por la labor de plantear que si un recurso como el agua, en un país como España en el que en algunos sitios se sufre de escasez⁴ ha provocado en lo medioambiental y en lo económico un alto saldo⁵ es el momento de pensar que tipo de modelo urbano, y en un segundo orden turístico, queremos continuar desarrollando.

Muchas veces, la inconsciencia municipal en materia urbanística tiene su límite y queda reflejada en su política de masiva ocupación del territorio. La

⁴ Por ejemplo en provincias de Andalucía, Canarias, zonas de Levante o Murcia, entre otras.

⁵ Debido a factores como la sobreexplotación de recursos hídricos o la construcción de infraestructuras relacionadas con el tema.

esquilmação del suelo por la edificación residencial no hotelera es el origen de una actividad económica que empobrece el territorio, lo pone a la venta, no conduce a una cultura empresarial, sino a una forma de hacer dinero fácil y rápido y cuyo único beneficio económico, bajo parámetro social se reduce al período de edificación relacionado con la creación de empleo en la construcción; pero si se pone en una balanza, las *contras* son más que los *pros*.

La construcción intensa e indiscriminada es una actividad socialmente poco rentable, especulativa y conlleva la manera más rápida de perder el mejor valor del cual somos depositarios en el litoral, el territorio propiamente dicho. En este contexto, la edificación de segundas residencias, más allá de la tipología que dispense, conduce a la dispersión de la demanda (al contrario que la oferta hotelera que tiende a concentrarla) y por otra parte, impone un modelo urbano lineal, repetitivo. Salpicando el litoral de segundas residencias, se llega a una ocupación del medio físico que conduce a su degradación, a la pérdida de calidad e idiosincrasia del entorno que es su variable diferencial con respecto a otros espacios. En definitiva, al hipotecar el medio se hipoteca la propia oferta turística, ejemplificada en sus recursos.

Por otro lado, este tipo de modelo urbano, relacionado con el residencialismo extra-hotelerero, provoca un turismo de masas en gran medida estático (que guarda relación básicamente con el consumo de *sol y playa*) y con un poder adquisitivo bastante bajo. Además, queremos subrayar, que la tendencia de la mayor parte de los turistas que nos visitan es alojarse en establecimientos no reglados, bien en alquiler, propiedad, casa de amigos o familiares, o cualquier otra fórmula de alojamiento extrahotelero. Así, en los destinos en los que predominan las segundas residencias la actividad económica es más reducida en términos turísticos por el reducido volumen de gasto y por la menor ocupación que favorece el incremento de la estacionalidad⁶, con la presión humana y territorial que sobre el destino esto conlleva.

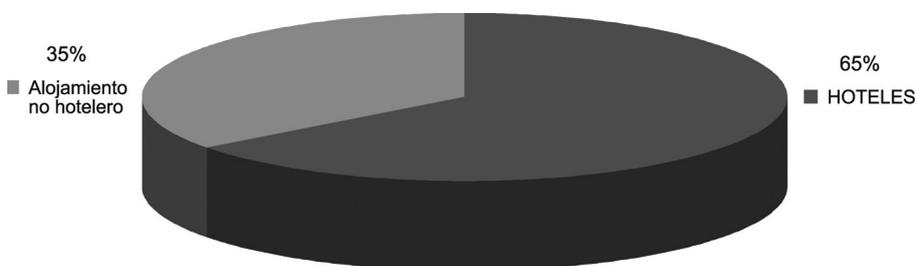
De manera que, por ejemplo, en relación con los gastos en compras, éstas se remiten en gran medida a la alimentación realizadas en su mayor parte en grandes superficies, lo que no beneficia demasiado al pequeño comerciante local, al artesano o al restaurador. La importancia que tiene el volumen de gasto del turista incide tanto sobre la economía local como por la creación de empleo necesario para dotar de un servicio de calidad a las empresas que trabajen en el sector y es obvio que el número de días que pase el visitante en la localidad, junto al gasto diario que realice, son factores

⁶ Estacionalidad es la tendencia que tiene el turista a concentrarse en un tiempo y espacio concreto; por ejemplo en época estival es cuando se da la mayor concentración de personas en el espacio litoral.

muy importantes para un destino turístico. Desde luego, en nuestra opinión es más relevante pensar como incrementar el número de pernoctaciones y gasto del turista, más que el buscar el número de llegadas recibidas para incrementar las estadísticas.

Desde nuestro punto de vista, también consideramos que se debería observar de forma integrada que la capacidad de arrastre que tiene la actividad turística sobre otros sectores económicos (comercio, restauración, etc.) es mayor en los destinos donde la planta hotelera es la que prima ante la oferta extrahotelera. En este sentido, el visitante que hace uso de los alojamientos hoteleros tiende a tener un gasto turístico superior a otro tipo de turista, esto se refleja en aspectos como la mayor frecuentación de restaurantes, salidas de ocio, excursiones o comercios que ofrecen productos locales. Una frecuentación que es demandada en menor medida por el turista residencial que una vez conocedor de su entorno prima gran parte de su gasto en el consumo de bienes de primera necesidad (alimentos, higiene) haciendo uso, como ya hemos apuntado, de las grandes superficies y poco más. No obstante el desarrollo de las poblaciones costeras se ha centrado más en el negocio del suelo y la construcción a corto plazo a través de la oferta de alojamiento no reglado, sin plantearse el reducido grado de productividad que tiene en un futuro, a lo que hay que sumarle la necesidad de dotaciones que este tipo de turismo residencial necesita. Sin embargo, podemos observar que en la mayoría de destinos turísticos el alojamiento no hotelero está cada vez más extendido, como podemos ver en el gráfico siguiente.

Preferencias del turista en el alojamiento en España

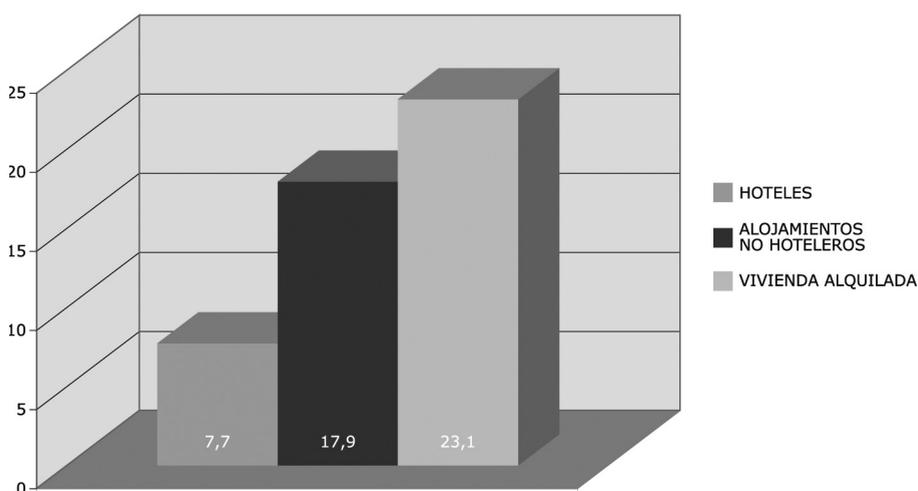


Fuente: IET. Frontur (2007). Elaboración propia

El gráfico anterior muestra que un 64,1%, unos 37,9 millones de turistas, se alojaron en hoteles, por otra parte, un 35,2 lo hizo en establecimientos

no hoteleros, un 29,9 millones de turistas, que es un número importante. Por otra parte, este dato es interesante cotejarlo con el siguiente gráfico en el que podemos observar que la estancia es bastante más reducida en la oferta hotelera; lo que incide en una posible reducción del gasto del turista. Lo importante, a nuestro entender, sería no poner tanto el énfasis en incrementar el número de turistas como en lograr aspectos como incrementar su estancia, ya que así su gasto muy posiblemente también aumentaría.

Estancia media según tipo de alojamiento en España



Fuente: IET. Frontur (2007). Elaboración propia

Queremos matizar que las dos modalidades de alojamiento citadas, hotelera y extrahotelera, tanto una como otra forman parte de la estructura de mercado de alojamiento existente, ahora bien lo que nosotros planteamos, es:

- Que se controle el excesivo crecimiento de oferta no reglada.
- Que la existente se estudie en profundidad para ver sus fortalezas y debilidades y que en última instancia en los espacios que cuentan con una gran oferta extrahotelera, además de lo apuntado, se intente complementar con la oferta hotelera de la cual se disponga.

También queremos subrayar, que por lo expuesto anteriormente, creemos que el soporte esencial del desarrollo socioeconómico de un destino

turístico pasa por la oferta reglada y específicamente por la planta hotelera, esta genera empleo y participa en la fiscalización, al contrario de la oferta extrahotelera generalmente no reglada. En la actualidad nos encontramos, especialmente en los destinos maduros, con una planta hotelera que tiende a estabilizarse mientras que la oferta de segunda residencia ha seguido creciendo. De forma que en las localidades costeras el uso del suelo enfocado a la construcción de viviendas y que después pasa, en gran parte, a engrosar las segundas residencias, es una constante.

En este sentido vemos como España, y en general el litoral mediterráneo, ha alcanzado niveles de antropización que en algunas zonas se acerca (cuando no desborda) al umbral de la capacidad de carga⁷, a lo que hay que añadir un predominio del mobiliario urbano, infraestructura y equipamiento, repetitivo y abundante.

La lógica es que lo apuntado afecta a múltiples aspectos como son la movilidad, los vertidos, o en definitiva una serie de impactos tanto en el hábitat terrestre, como marino, que entra de lleno en contradicción con los patrones de conducta y valores del actual perfil de turista, que como ya hemos aludido es cada vez más exigente y busca espacios con calidad y singularidad diferentes a lo que se pueda encontrar en su propia ciudad. Así, una de las variables principales dentro de las preferencias del turismo internacional es el deseo del visitante de disfrutar de un entorno ambiental satisfactorio a veces mejor que el que encuentra en su lugar de origen (Barragan,1992).

Por otro lado, también nos encontramos con que los municipios que comienzan su andadura en el desarrollo turístico, muchas veces, tienden a repetir los mismo planteamientos que los destinos maduros, en vez de considerar otras opciones basadas en un estudio profundo del territorio y de sus puntos fuertes y débiles, en definitiva todos los instrumentos necesarios para una buena planificación y futura gestión de un modelo más sostenible e inteligente que el que actual.

De todo lo indicado España es un buen ejemplo ya que la voracidad mostrada por la urbanización, legal e ilegal, de primera y segunda residencia, durante el último cuarto de siglo, no tiene parangón conocido, además, el modelo urbanístico y territorial desarrollado en el borde costero lleva implícito un elevado coste en obras de defensa (Fernández, J.,1995). Algunas Comunidades autónomas, como Andalucía, han duplicado en una

⁷ Entendemos por capacidad de carga el número total de habitantes que puede llegar a albergar un destino turístico sin que se dañe su cultura, naturaleza, economía o sociedad.

o dos décadas la superficie litoral urbanizada. En otras, como la valenciana, casi el 60% de su fachada costera es urbana y el 23% urbanizable (Cerdá, 2002).

En este contexto, también hay que indicar, que si de forma mayoritaria, el tipo de visitante que hace uso de la oferta extrahotelera es aquel que se suma a las ofertas estáticas a bajo coste y este es el modelo turístico que se pretende potenciar, desde nuestro punto de vista y pensando sobre todo en el destino receptor, nos vamos a encontrar con elementos como una dependencia de un monocultivo turístico, como sucede en los destinos turísticos que no han potenciado una diversificación de su oferta y esta se centra en el modelo de *sol y playa* y lo que conlleva, como señala Iribars (1993: 78), la dependencia al someter a una número de personas a los cíclicos vaivenes que sufre cualquier clase de monocultivo en vez de plantear perspectivas productivas diversificadas.

A esto hay que añadirle, lo indicado por Climent Picornell (1993) que la estacionalidad de la demanda del tipo de la oferta de *sol y playa*, acrecienta la problemática de los trabajadores estacionales y no menos importante acrecienta componentes como el aumento de precios del suelo y de los inmuebles, debido a la demanda generada por turistas, empresarios turísticos y promotores inmobiliarios.

Además cabe sumar a lo citado, que en el espacio litoral hay un importante poblamiento, lo que Barragan (2005) cita ha venido denominándose litoralización, que implica que más de la mitad de los efectivos demográficos se concentren a menos de 50 kilómetros de la costa; con el añadido de que un porcentaje importante del conjunto de la población española es urbana; más del 80% viven en ciudades, de las cuales la mayoría se sitúan en la costa. Por otra parte, la estructura económica del país tiene desde hace mucho tiempo en el sector servicios uno de sus principales baluartes.

En definitiva, la presión sobre un espacio reducido y frágil como es el litoral es espectacular. Una gran parte de nuestro país se define a partir de una sociedad que vive en el litoral, es urbana y trabaja en el sector terciario. Y en este contexto nos encontramos la existencia de un enorme desarrollo urbano, que en los destinos turísticos del litoral esta ligado, en gran parte, a la promoción turístico-inmobiliaria, si a esto le sumamos la dureza paisajística y ambiental que muchas veces podemos observar en sus fachadas marítimas en forma de obras de defensa, en paseos marítimos deteriorados, junto a un mobiliario nada respetuoso con el entorno natural o histórico-cultural, del cual también participan sus playas e infraestructuras que colmatan la costa (instalaciones náuticas o campos de golf, entre otros) y para rematar

el paisaje, si observamos el traspaís (el interior próximo a la costa) observaremos la misma tónica, con una ocupación turístico-residencial cada vez más abundante que sigue los mismos parámetros citados, en este sentido nos encontramos ante una ciudad que piensa más en hacer beneficio con el foráneo turístico que en acoger y mejorar el bienestar de sus ciudadanos.

En el presente no queda más remedio que asumir los cambios profundos que se han producido en el litoral. El crecimiento indiscriminado ha afectado negativamente a los sistemas costeros y a la propia estructura de un sector turístico que se ha basado en un modelo de crecimiento ilimitado de la oferta entrando en una dinámica que era cuestión de tiempo que empezara a mostrar síntomas de declive, a no ser que comencemos a cambiar muchos planteamientos que nos ha caracterizado relacionados con la cultura desarrollista de crecimiento de la oferta.

Es cierto que el desarrollo de cualquier actividad humana tiene una implantación territorial como consecuencia del uso del espacio y el sector turístico participa de ésta idea, pero hay que tener en cuenta que, como señala Callizo (1991), si la actividad turística necesita inevitablemente de una infraestructura de transportes, unos equipamientos para el alojamiento y unos equipamientos para la práctica de actividades de ocio durante la estancia, esas exigencias entrañan consecuencias espaciales de alcance muy variable sobre la población, el empleo y en definitiva sobre el sistema de asentamientos. Por lo tanto, desde nuestra óptica creemos que si no se planifica debidamente dicha actividad puede llegar a tener un índice muy alto de transformación y de difícil reestructuración.

En resumida cuenta podemos observar, tanto en el litoral español, como de forma generalizada en gran parte de las costas mediterráneas de otros países, como se ha pasado de paisajes ávidamente contemplados a unos paisajes cada vez más modificados o urbanizados. La playa muchas veces ha tenido que compartir espacio con un buen número de segundas residencias y instalaciones como es el caso de los puertos deportivos y por otra parte nuevas colmenas que han nacido en las laderas de las montañas que apenas algunos años antes permanecían relegadas (Lozato-Giotart 1990).

El consumo del espacio litoral carente de planificación esta produciendo sucesos que puede retraer la visita del turista. Nos encontramos ante espacios masificados por viviendas e infraestructuras, (además en la mayoría de destinos turísticos muy semejantes unos de otras) a lo que hay que sumarle que cuando la capacidad de carga llega a su límite (no digamos si la supera), y el número de individuos que puede recibir un entorno turístico llega a dañar el medio, la percepción y realidad es que se observe un litoral

, tanto terrestre como marino, amenazado y contaminado. Así, por ejemplo, en el turismo de *sol y playa* gran parte de los impactos se desarrollan sobre el medio marino litoral, área que ha visto superada en diversos lugares su capacidad de carga en función de la presión de usos y de los vertidos incontrolados de aguas residuales domésticas y la generación de residuos sólidos.

Cabe recordar que el turista es muy sensible a los impactos ambientales, especialmente en el turismo de baño (*sol y playa*), ya que éstos pueden afectar a su salud. Recordamos algunos ejemplos como las consecuencias sobre la afluencia turística provocadas por la aparición de algas mucilaginosas en el Adriático (mareas rojas), las algas filamentosas en el mar Tirreno (Sicilia) o la concentración de algas diversas en algunas zonas del Mediterráneo español, que implicaron grandes titulares en los medios de comunicación y provocaron cambios en los destinos turísticos (Salvá, 1998).

De acuerdo con Ritchie y Crouch (2000) la competitividad de un destino turístico se basa, cada vez más, en la capacidad de éste para satisfacer experiencias positivas en el visitante como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones, y estas experiencias dependen tanto de la oferta turística como de la calidad del paisaje, de la hospitalidad, la seguridad, la limpieza o los atractivos culturales. Pero además la necesidad de conseguir un nivel óptimo de calidad ambiental pasa por lograr la sostenibilidad de ésta, porque como señala Pearce y Turner (1993) lo que resulta evidente es que ciertos bienes y servicios ambientales son determinantes para los sistemas que soportan la vida y, por tanto, son absolutamente insustituibles.

De manera, que tenemos que considerar que si el turismo, en mayor o menor medida es un insaciable y voraz consumidor del espacio, se tendrá que encontrar el equilibrio entre el consumo de recursos necesarios para la satisfacción del turista y su necesaria conservación tanto para las sociedades presentes como para futuras generaciones (Aguilar *et al.*, 1999).

Por otro lado, quisiéramos llamar la atención que entre los atractivos turísticos del espacio mediterráneo además del sol, el mar y la playa, que si bien son los más buscados, no son los únicos aspectos que se pueden promocionar para ser competitivos ante otros destinos turísticos emergentes. Los diferentes países Mediterráneos disponen de un importante patrimonio histórico, artístico y cultural relacionado con el papel del Mediterráneo como foco de importantes civilizaciones de la antigüedad. Este hecho constituye otro factor de atracción que implica un importante desarrollo de un turismo urbano y cultural, cuya motivación se basa en la atracción de los recursos culturales. También, cabe destacar, la potencial atracción de recursos no

considerados hasta muy recientemente como es la valorización del patrimonio natural como recurso turístico que puede satisfacer a nuevas demandas, como puede ser el turismo de aventura o el ecológico, entre otros.

Lo interesante es buscar nuevas formas de comercialización de la oferta estrella en conjunto con ofertas y productos de actividades complementarias atractivas y de calidad, acorde con los nuevos deseos de los turistas. A la vez que se exige una mayor calidad en los servicios e infraestructuras, así como un medio ambiente más cuidado.

En nuestra opinión, a la par de lo citado, una oferta de alojamiento reglado junto con una oferta complementaria que satisfaga las expectativas de los visitantes elevaría el gasto turístico en el municipio, llevando a una dinámica de mejora socioeconómica, a lo anterior hay que sumarle la puesta en escena del patrimonio cultural y medioambiental bajo parámetros de protección y sostenibilidad⁸; proteger no significa sustraerlos de los circuitos turísticos, sino, y ahí entra el concepto de sostenibilidad, ponerlos en escena tanto para disfrute del foráneo como del residente pero teniendo en cuenta variables como la capacidad de carga; cuando se pueden y cuando no poner en uso el disfrute patrimonial; conservar y mejorar el patrimonio existente, y otros criterios similares.

Hay que tener en cuenta, que en gran medida, de la conservación del patrimonio de un espacio depende el que siga siendo o deje de ser un atractivo turístico, y en esta línea de la pérdida de atractivo del destino, los más perjudicados son un buen número de los agentes involucrados en el sector turístico, como por ejemplo las empresas de alojamiento y de restauración, ya que cuanto mayor sea la pérdida de atractivo del espacio turístico se puede observar que, o bien se reduce el número de visitantes, o la clientela va adaptándose al grado de calidad paisajística existente, es decir, si se busca un turismo de calidad, que genere aspectos que suelen ser altamente valorados por el empresariado inserto en la actividad turística como es la generación de beneficios económicos, mejor es que se cuide y dote de calidad el entorno y no sólo en el servicio, sino en el contexto espacial en el que se desarrolle la actividad turística.

En otro orden de cosas, a la hora de trabajar sobre un espacio turístico habría que tener en consideración la situación en la que se encuentran los diversos municipios atendiendo a su ciclo de vida turístico, dependiendo si corresponde a un estadio de madurez, transición o emergente. Para en-

⁸ La sostenibilidad se define como el uso de los recursos turísticos de forma racional, es decir, sin hipotecar dichos recursos necesarios tanto para la sociedad actual como para generaciones futuras.

tender lo citado, tal vez es conveniente señalar lo que se entiende por la existencia del ciclo de vida del destino turístico (*tourist área*), dicho proceso parte de una etapa inicial con fuerte crecimiento, para pasar a otra etapa en la que la madurez de las estructuras generadas implican una pérdida de competitividad en relación con otros destinos emergentes, finalmente si no se da una adecuación a las nuevas exigencias del mercado, se aboca a una tercera etapa de declive.

En dicho proceso el factor tiempo en los desarrollos turísticos, deja su impronta como degenerador de la calidad. Para subsanar dicha problemática es necesario atender a criterios como la necesidad de cualificar el producto, instalaciones mejor acondicionadas, mejores dotaciones de servicios y de ocio (diversificación de la oferta) y la atención oportuna a los canales de comercialización y promoción (Butler,1980) y siempre atendiendo a principios de sostenibilidad.

Una proposición de objetivos generales para comenzar a elaborar planes operativos con respecto a los espacios que se deseen dinamizar, es la apuntada por Barragán Muñoz (1994). Desde nuestro punto de vista, creemos que es lo suficientemente interesante como para tenerla en cuenta antes de plantearse acciones en el litoral carentes de toda planificación. Entre dichos objetivos cabe citar, la importancia de advertir a las autoridades públicas acerca de los problemas y conflictos que se producen o pueden producir en el espacio litoral, así como ofrecer soluciones; conservar y proteger la biodiversidad natural a través de aquellos hábitats, espacios o recursos de mayor valor o interés social; frenar el deterioro de los elementos y recursos costeros; coordinar las actuaciones de las diferentes escalas y sectores de las administraciones públicas (coordinación horizontal y vertical); y prevenir y reducir en su caso los riesgos y amenazas naturales (y de origen antrópico) que se ciernen sobre las zonas costeras.

También conviene analizar la posibilidad de adoptar algún procedimiento legal o normativo, bien aplicando alguno de los ya existentes o creando los que sean necesarios para lograr suscribir a la ley los procesos reguladores que se tengan que llevar a cabo para frenar desde procesos especulativos, hasta cualquier otro de diversa índole que afecte tanto al espacio que sustenta a la comunidad como a ésta misma. De igual modo, se deben incrementar la exigencia de sistemas de gestión de calidad y la delimitación de zonas turísticas, no sobre propuestas demagógicas que no se lleven a cabo o lo que es peor que sirva sólo a particularismos privados, sino que se circunscriba a que las actividades, servicios y tipos de alojamientos cumplan ciertas condiciones en cuanto a límites y condiciones ambientales. No se

trata de que cada administración establezca sus propios planes y normativas competenciales, sino que se trabaje con instrumentos integrados desde el principio.

No obstante, como apunta Aguilar (1999) uno de los aspectos más característicos de nuestra política pública de gestión ambiental es la dispersión de competencias; que responde a un modelo descentralizado de Estado. La Unión Europea atribuye a la elevada cantidad de organismos con responsabilidades ambientales que existen en España, el “déficit de implementación” de su política de medio ambiente. Es obvio, que sólo desde la lucidez y la sensatez política puede abordarse el cambio cultural necesario para introducir nuevas estrategias de mejora y desarrollo.

De forma, que a nuestro entender, España tiene dos formas de posicionarse dentro de la actividad turística, y de su elección depende el conseguir un turismo cualitativo ante uno cuantitativo con mayor incidencia sobre el medio y menor gasto. Las dos posturas son, por una parte, la que hace primar una economía especulativa, y por otro lado, la postura consistente en poner el acento en nuestra diversidad natural, histórica y cultural, que debido a su variedad, puede atraer un turismo de mayor calidad y gasto que el que estamos recibiendo, matizando, que desde nuestro punto de vista, parte de los ingresos de ese turismo se debe reinvertir en la mejora de los espacios, dotaciones y servicios para seguir manteniendo este tipo de visitante cualitativo, lo cual lejos de ser una rémora, antes bien, mejoraría los espacios vividos desde el destino receptor e incluso daría un incremento socio-laboral al necesitar de profesionales al uso de la actividad.

Junto a lo apuntado, no olvidemos que gracias a la situación geográfica de España contamos con una buena proximidad a los centros turísticos emisores más relevantes, a lo que hay que sumarle una población autóctona que no es ajena al turista y que, en principio, no lo rechaza. Todo ellos son factores que nos dan un muy buen posicionamiento ante otros destinos turísticos de otros países.

Para seguir siendo competitivos es necesario planificar desde el punto de vista de las tendencias motivacionales de la demanda y no de la creación desahogada de oferta, que da lugar debido a su exceso al desarrollo de una infraestructuras y equipamiento al cual no se le consigue sacar todo el rendimiento deseado. En este sentido de infratilización de dotaciones y equipamientos, a parte de la rémora que es crear estos componentes en exceso, también cabe citar criterios que inciden en la infratilización como son la estacionalidad y otras veces la motivación de la demanda que decide cuando un sitio deja de ser de su gusto para irse a otro, para soslayar esto

es necesario estudiar y analizar a la demanda, conocer las nuevas tendencias de ésta que apuntan el deseo de participar más en sus vacaciones, hacerlas más activas.

Lo citado, repercutirá de forma favorable en el avance de cualquier oferta o producto turístico que se quiera mejorar o diseñar, también tendrá su impronta en evitar ciertos saldos negativos como son la estacionalidad, al conocer los deseos de la demanda y hacer más extensiva la presencia de ésta en el destino turístico dando lugar a un mayor número de visitas a lo largo del año.

De forma que para conseguir que un destino turístico se mantenga en alza, sin la necesidad de consumir suelo a toda costa se tienen que tener en cuenta factores como, por una parte, como ya se ha señalado, conocer los gustos de la demanda y interrelacionarlos con las ofertas que disponemos, es decir, plantear el desarrollo turístico bajo el criterio de hacer coincidir los recursos turísticos con las demandas y preferencias de los turistas reales y potenciales⁹ (Pearce, 1988) y por otro lado, la participación, cooperación y coordinación de los agentes públicos y privados; ya que tal como señala Callizo (1991), en la actividad turística contar con un medio físico atractivo es importante, pero el espacio turístico, lejos de cualquier determinismo natural, no es una realidad hasta que los agentes económico-sociales decidan su puesta en escena para el consumo turístico.

Ante planteamientos como el citado, se deberá buscar la forma de contribuir al mantenimiento de un turismo competitivo y sostenible, en el que se de la innovación de nuevos productos en complemento con los tradicionales. Por lo tanto hay que considerar elementos como los citados de potenciar productos con un menor índice de estacionalidad, a la par de un conocimiento más amplio de las motivaciones y preferencias del turista, así como conocer y sobre todo valorar nuestros recursos para poderlos poner en escena bajo parámetros de calidad y sostenibilidad.

CONCLUSIONES

Los criterios señalados en el presente artículo, vienen dado por la necesidad de tomar conciencia que en el litoral turístico se debe ir dejando paso a una serie de variables relacionadas con la producción y gestión turística

⁹ De ahí la importancia de muestrear segmentos, conocer sus preferencias y motivaciones.

opuesta a los planteamientos de masificación y estandarización que tradicionalmente se han esgrimido. De tal forma, es conveniente considerar que ante posturas, por parte tanto de los agentes públicos como privados, de basar el modelo turístico en planteamientos cuantitativos, en el cual lo más relevante es el crecimiento indiscriminado de una demanda que hace uso de una oferta estática, como la de *sol y playa*, a precios bajos, sumándole la implicación de una oferta carente de planificación que busca cubrir necesidades estacionarias o bien conseguir beneficios a corto plazo, ante esto, se debería sobre todo desde las entidades públicas, involucrando a las privadas, dirigir el posicionamiento hacia criterios que conlleven la cualificación y diversificación en la oferta y productos, así como la implicación de los recursos ambientales bajo parámetros de su puesta en escena mediante una gestión eficaz basada en el concepto de calidad.

BIBLIOGRAFIA

- Aguilar *et al.*, (1999), "Calidad y gestión de recursos costeros" en *V Jornadas Españolas de Ingeniería de Costas y Puertos*. Universidad Politécnica de Valencia. (Vol. II).
- Barragan, Muñoz. (1994), *Ordenación, planificación, y gestión del espacio litoral*. Barcelona, Oikos.
- (1992), *Medio ambiente y desarrollo en las áreas litorales*. Barcelona, Oikos.
- (2005), "Política y gestión de áreas litorales en España", en *VIII Jornadas Españolas de Ingeniería de Costas y Puertos*, Sitges-Barcelona.
- Butler, R.W. (1980), "The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for management of resources" en *the Canadian Geographer* nº XXIV.
- Callizo, J. (1991), *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Madrid. Síntesis.
- Cerdá, V. y García de Leonardo. (2000), "Las instalaciones náuticas de recreo. El marco legislativo y competencial", en Esteban V. *Futuro y expectativas del turismo náutico*. Valencia. UPV.
- Climent Picornell. (1993), "Los impactos del turismo" en *Papers de Turisme* nº 11.

- Díaz Alvarez, J.R. (1993), *Geografía del Turismo*. Madrid, Síntesis.
- Fernández, J. (1995). La gestión integral de la costa: Hacia una nueva estrategia territorial” en *Revista Ingeniería del Agua*, Vol. 2.
- Iribars Sánchez, J.M. (1993), *Consideraciones sobre la situación urbana y turística del litoral alicantino*. Universidad de Alicante
- IET. Frontur (2007)
- Lozato-Giotart. (1990), *Geografía del turismo*. Barcelona. Masson.
- Pearce, D. (1988), *Development Topics in applied geography*, México. Trillas.
- Pearce, D. y Turner R. (1993), *Economía de los recursos naturales y del medio ambiente*. Madrid, Celeste.
- Ritchie y Crouch (2000), “The competitive destination: a sustanaibility perspective” en *Tourism Management*, Vol. 21.
- Salvà Tomàs (1998), “Los modelos de desarrollo turístico en el mediterráneo” en *Cuadernos de turismo*, nº 2. Universidad de Murcia.