

EL LITORAL TURÍSTICO VALENCIANO. INTERESES Y CONTROVERSIAS EN UN TERRITORIO TENSIONADO POR EL RESIDENCIALISMO

Emilio M. Obiol Menero
Maria Dolores Pitarch Garrido
Departament de Geografia. Universitat de València

RESUMEN

El artículo quiere analizar, valorar y comprender el fortísimo oleaje inmobiliario que ha conocido el litoral valenciano en los últimos años (1998-2008) y sus repercusiones sobre el territorio turístico. Importará, desde el análisis geográfico, acercarse al planteamiento territorial y político, en sus vertientes urbanísticas y turísticas, así como a los procesos y estrategias de cambio en los destinos, sean estos manifiestamente turísticos o relevantemente residenciales.

Se pretende también cuantificar a escala municipal el impacto de dicha explosión inmobiliaria-residencial y, por supuesto, incidir objetivamente en las controversias derivadas del llamado «milagro económico valenciano».

Palabras clave: Turismo, litoral, promoción y construcción de inmuebles, políticas de cambio turístico, Comunidad Valenciana.

ABSTRACT

The article wants to analyze, to value and to understand the strongest real-estate increment that has known the Valencian littoral in the last years 1998-2008 and its repercussions on the touristic territory. It will be important, from the geographical analysis, to bring over to

Fecha de recepción: febrero 2010.

Fecha de aceptación: mayo 2011.

the political point of view, in the urban development and touristic aspects, as well as to the processes and strategies of change in the destinations not only to the manifestly tourist but also to the mainly residential ones.

We also tried to quantify to municipal scale the impact of the above mentioned real-estate - residential explosion and, certainly, to insist objectively in the controversies derived from the so called «economic Valencian miracle».

Key words: Tourism, coastal areas, promotion and construction of dwellings, policies of tourist change, Valencian Community.

I. INTRODUCCIÓN. UNA INTERPRETACIÓN CRÍTICA DE LOS ANTECEDENTES

El principal producto turístico valenciano, esto es y en propiedad «sol en la playa», ha ido deteriorándose como consecuencia de su progresiva y crónica desviación hacia las actividades relacionadas con la construcción inmobiliaria y los componentes especulativos asociados a la compraventa de suelo y viviendas. En vez de apostar por un modelo profesionalizado de producción turística atento a las calidades del territorio, el País Valenciano, arrastrado por los intereses inmobiliarios y la inercia, ha configurado un modelo turístico donde la excelencia en el tratamiento del entorno y la prestación de servicios son unos componentes poco más que secundarios.

La resultante ha sido un turismo masivo y extensivo en sus implantaciones territoriales, y liderado en la práctica no por emprendedores turísticos sino por promotores urbanísticos que han sido realmente los creadores del «urbanismo turístico», fundamento del producto final ofrecido. En este contexto, el precio, que no la alteridad territorial, es mayoritariamente el máximo, cuando no el único, factor de referencia competitivo para el visitante del país, el cual, previsiblemente, escogerá en su momento otras alternativas, iguales o más baratas, pero con un entorno ambiental más genuino y menos «urbanizado» (Cremades, 2009).

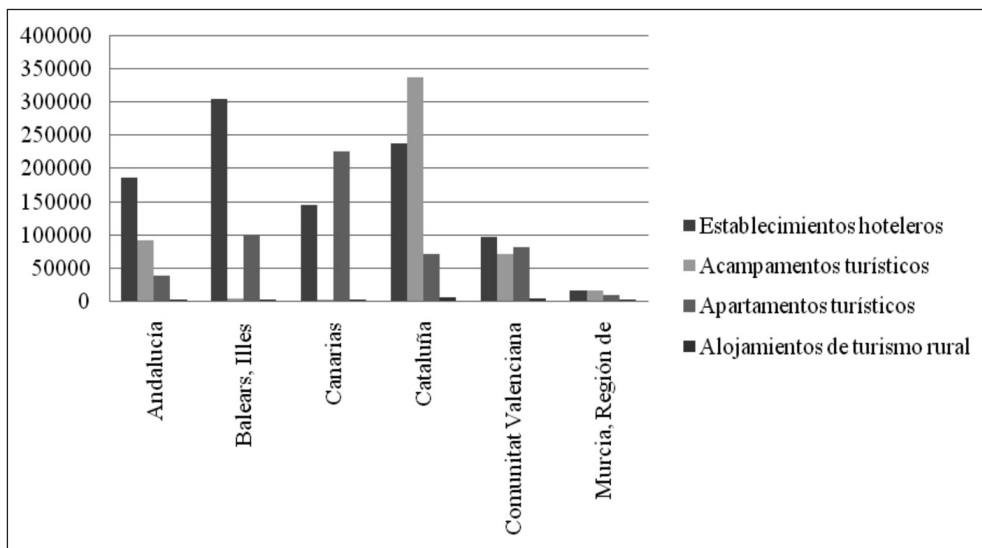
Desde 1960 el desarrollo del turismo en la región representa uno de los procesos geográficos más notables por lo que respecta a la afección territorial y a sus repercusiones socioeconómicas debido a su carácter complejo, efectos «demostración» y «arrastre» e impactos transversales. Así, el informe Impactur (2007) indica que el turismo valenciano supone el 13,2% del PIB regional, significando el 76% del total de las exportaciones de servicios y el 4% de las inversiones totales. La región, que vive mirando al mar, ha conocido una metamorfosis de base turística que ha acabado por reorganizarla y transformarla funcionalmente, especialmente en su eje litoral que tiene un marcado perfil residencial-turístico.

El proceso de inserción de las actividades turísticas en la costa valenciana engulló primero parajes excepcionales próximos al mar y después fértiles paisajes agrícolas, cuando no periurbanos, no escapando tampoco el patrimonio inmueble urbano. Ello dejó toda la ribera del mar altamente urbanizada y excesivamente densificada, generando polarizaciones acumulativas y contrastes de índole demográfica (González, 2008), paisajística y económica entre el espacio litoral y el interior. El primero concentra los activos multiplicadores del sistema y el segundo se encuentra descolocado en la lógica productiva turística basada en la comercialización y aprovechamiento de los espacios costeros. La geografía del turismo

valenciano se solapa así con las grandes áreas metropolitanas litorales y las principales infraestructuras viarias meridianas (AP-7, CN-340 norte, CN-332 sur) que son las que han estructurado un país turístico cuyas dinámicas territoriales le otorgan una morfología lineal, a modo de conurbación y en disposición miramar, fruto del crecimiento de unos puntos primigenios nacidos a caballo de los siglos XIX-XX y a menudo impulsados por la llegada del ferrocarril.

La clave de esta realidad territorial, cristalizada en forma de modelo socio-económico por su generalización y potencia, reside en la conceptualización turística que lo crea, reproduce e interpreta. A pesar de que los procesos y los espacios resultantes carecen de verdadero fundamento turístico al tener su capacidad productiva asociada no a la función turística profesional sino a la función residencial sin apenas componentes de ocio, lo cierto es que el «turismo residencial» se ha asimilado en sus comportamientos y componentes a un sucedáneo de producto turístico que combina ocio y negocio y en el que, según las circunstancias, los protagonistas ejercen como turistas y la mayoría de las veces como vecinos-propietarios (Huete, 2008). En este escenario el liderazgo de la Comunidad Valenciana en la España peninsular es indudable, al sustentar más de 60.000 apartamentos turísticos reglados (INE, 2008) (Gráfica 1).

Gráfica 1
PLAZAS ESTIMADAS SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO, 2001

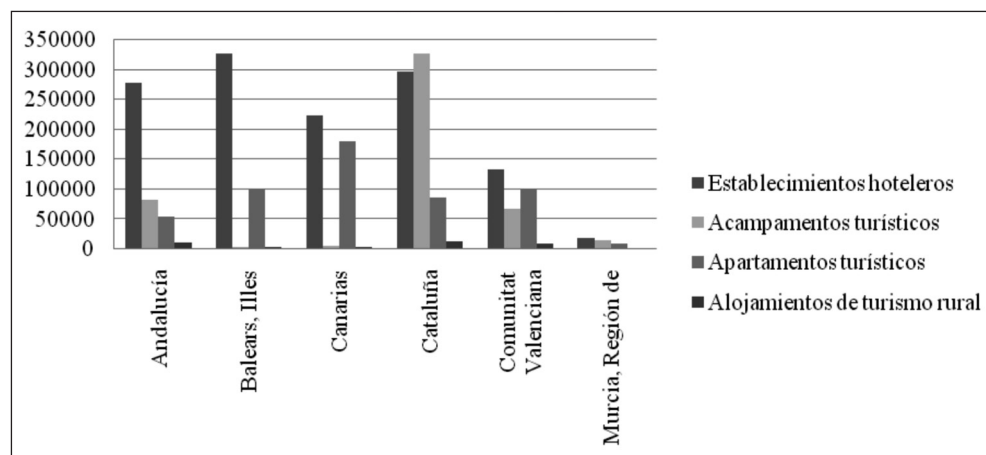


FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Frente a este paradigma, el alojamiento turístico genuino se muestra reducido y con dinámicas muy contrastadas. La oferta hotelera regional es poco más que la de la provincia de

Madrid en cuanto a plazas, jerarquía secundaria que todavía sería menor sin el concurso de Benidorm, verdadero destino líder en Europa occidental en la prestación de servicios turísticos integrados y competitivos como prueba su Índice Turístico en el 2006: 2.733 ¹ (Tabla 1).

Gráfica 2
PLAZAS ESTIMADAS SEGÚN TIPO DE ALOJAMIENTO, 2010



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del INE.

Tabla 1
PRINCIPALES 30 DESTINOS DE ESPAÑA Y DEL PAÍS VALENCIANO SEGÚN SU ÍNDICE TURÍSTICO

Índice turístico 2006 ESPAÑA		Índice turístico 2008 ESPAÑA		Índice turístico 2008 C. Valenciana	
Madrid	8.892	Madrid	9.356	Benidorm	3.026
Barcelona	5.695	Barcelona	7.620	València	2.053
San B. de Tirajana	3.086	<i>Benidorm</i>	3.026	Alacant	659
Palma de Mallorca	2.893	San B. de Tirajana	2.910	Muro	561
<i>Benidorm</i>	2.733	Palma	2.835	Gandia	330
Adeje	2.468	Adeje	2.584	Peníscola	329
Sevilla	2.327	Sevilla	2.338	Dénia	202
Marbella	2.046	<i>Valencia</i>	2.053	Alfàs del Pi (l')	155
Calvià	1.977	Arona	2.015	Calp	150
<i>Valencia</i>	1.718	Marbella	1.838	Elx	118

¹ Fuente: *Anuario Económico de España*, La Caixa, 2009. <http://www.anuarioeco.lacaixa.comunicacions.com>

Arona	1.635	Calvià	1.688	Orpesa	113
Puerto de la Cruz	1.534	Torremolinos	1.491	Orihuela	108
Torremolinos	1.372	Pájara	1.339	Benicàssim	102
Pájara	1.267	Puerto de la Cruz	1.292	Alcalà de Xivert	89
Salou	1.154	Salou	1.246	Xàbia	74
Lloret de Mar	1.109	Chiclana de la F.	1.153	Oliva	63
Chiclana de la Frontera	1.087	Granada	1.127	Cullera	60
Roquetas de Mar	915	Roquetas de Mar	1.028	Guardamar del Segura	60
Granada	841	Lloret de Mar	983	Santa Pola	57
Alcúdia	831	Zaragoza	965	Paterna	53
Zaragoza	815	Benalmádena	946	Sagunt	46
Tías	778	Mogán	829	Sant Joan d'Alacant	44
Las Palmas de G.C	767	Yaiza	781	Vinaròs	41
Yaiza	733	Málaga	771	Finestrat	31
Sant Ll. des Cardassar	708	Cartagena	759	Alfajar	30
Mogán	704	Tías	744	Benicarló	29
Ciudadella de Menorca	690	Las Palmas de G.C.	721	Benassal	28
Santa Eulalia del Río	683	Alicante	659	Alboraya	27
Málaga	677	Fuengirola	612	Manises	26
Alicante	672	Alcúdia	607	Nucia (la)	26

Fuente: Anuario Económico de España, La Caixa, 2009 y 2010².

<http://www.anuarieco.lacaixa.comunicacions.com>

Haciendo de la necesidad virtud, las administraciones públicas se esfuerzan por compatibilizar las dos personalidades turísticas valencianas con el trasfondo de incrementar sus atractivos. Superar las contradicciones, a menudo efecto de intereses contrapuestos entre hotelería y construcción inmobiliaria, no es fácil, puesto que requiere de políticas transversales, cuando no contemporizadoras y de compensación, que beneficien las estrategias no siempre convergentes de dichos sectores. El objetivo es hacer viable la convivencia de

² Este índice se calcula en función de la cuota tributaria (cuota de tarifa) del impuesto de actividades económicas (IAE), que tiene en cuenta el número de habitaciones, así como la ocupación anual (apertura durante parte o todo el año) y categoría de los establecimientos turísticos.

ambos modelos en el convencimiento de que el equilibrio desigual es posible y hasta inevitable dada la gran potencia del sector de la construcción. Los excesos, no exentos de desorientación, en los que se mueven desde hace lustros ciertas políticas turísticas valencianas, hacen indispensables, desde el consenso y la participación, una reflexión rigurosa y ordenada sobre la definición, viabilidad y sostenibilidad futura del citado modelo dual. El punto de partida debe ser la gestión y planificación «concurrente» es decir, aquella que no sólo indique qué hacer mañana sino también cómo se reaccionará ante lo que pueda pasar y suceder en el futuro; en otras palabras, no se trata sólo de administrar el crecimiento turístico estimado sino de hacer sostenible el crecimiento futuro.

II. EL MODELO TURÍSTICO DUAL. CARACTERIZACIONES BÁSICAS EN EL UMBRAL DEL S. XXI

En el País Valenciano se contabilizan 25 millones de pernoctaciones hoteleras (2010) que son el 9,5% del total de las españolas, situándose en la quinta posición regional por detrás de las comunidades insulares, de Cataluña y de Andalucía. El 63% de ellas fueron hechas por castellanos, especialmente madrileños, apareciendo los vascos a mucha distancia. Por su parte, las pernoctaciones de extranjeros sólo alcanzan 9,5 millones, destacando Reino Unido con 5,1 millones y a mucha distancia Bélgica, Francia, Italia y Holanda con poco más de 0,5 millones respectivamente. Aquí, el peso específico de Benidorm es muy importante (Nácher y García Reche, 2009), al ser uno de los pocos destinos españoles donde la demanda extranjera supera a la nacional siendo ello posible, entre otras razones, por concentrar el 18,5% de los hoteles y el 33% de las plazas hoteleras de la región.

En los últimos años la evolución del parque hotelero, en establecimientos y plazas, es positiva, particularmente en las provincias de Alicante y Valencia (Cuadro 2). Dinámica que se contrapone al práctico estancamiento de las plazas ofrecidas en apartamentos, que sólo han crecido en Alicante y muy poco, a pesar de la espectacular construcción de inmuebles de la década 1997-2007. Existe cierta tendencia a la diversificación de la inversión desde el sector inmobiliario hacia el hotelero, especialmente en las capitales provinciales durante los últimos años de bonanza económica, lo que todavía estrecha más los lazos entre ambas actividades. Edificios mitad hotel, mitad apartamentos, hoteles reconvertidos en apartamentos, son procesos conocidos, como por supuesto la rehabilitación de patrimonio inmueble urbano con destino hotelero.

Los principales destinos de cada provincia, según oferta de plazas de apartamentos y hoteleras, tienen un peso importante en cada una de ellas (Cuadro 2). El caso de Benidorm es el más llamativo (Monfort, 2002) con 39.941 plazas hoteleras en 2010 y más de 18.000 plazas en apartamentos turísticos. Ello supone el 59,4% y el 23,1% del total de Alicante provincia, demarcación que acoge el 16% de las pernoctaciones de la región. Por su parte, en Castellón, el principal destino en ambos casos es Peníscola con 8.517 plazas hoteleras y 12.000 plazas en apartamentos, lo cual supone el 39% y el 33% sobre el total provincial respectivamente. Por último, en la provincia de Valencia, el destino principal en oferta de plazas hoteleras es la capital, con 15.689, lo que supone el 50% de la provincia; mientras Gandía lidera la mayor oferta de plazas en apartamentos reglados con 8.135 plazas, el 33% de la provincia.

Cuadro 2
NÚMERO Y PLAZAS DE ALOJAMIENTO EN HOTELES Y APARTAMENTOS SEGÚN PROVINCIAS

	Prov. Alicante				Prov. Castellón				Prov. Valencia			
	Hoteles		Apartamentos Turísticos*		Hoteles		Apartamentos Turísticos*		Hoteles		Apartamentos Turísticos*	
Año (31-XII)	Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas	Nº	Plazas
2003	295	57.804	19.134	72.109	137	18.270	7.783	39.761	156	22.596	4.782	25.137
2005	308	61.334	19.329	73.103	141	19.744	7.512	37.133	188	27.076	4.702	24.200
2007	318	64.251	19.542	75.137	145	19.864	8.168	39.412	211	32.333	4.807	24.269
2009	334	67.265	21.084	81.887	153	22.154	8682	41.161	225	32.990	5.177	25.543
2010	345	68.223	21.770	84.685	157	22.239	8414	39.856	237	33.755	5.309	26.251

Fuente: Conselleria de Turisme. *Oferta Turística municipal y comarcal*.

*Unidades de alojamiento turístico (UAT). Registro de empresas explotadoras y apartamentos turísticos.

Fuera de duda está que el liderazgo turístico de la región proviene de la inmensa oferta de alojamiento no reglado: más de 2,6 millones de plazas en viviendas no principales, de potencial uso turístico y ocupación discontinua, caracterizan y condicionan las dinámicas del turismo valenciano. El impropio llamado «turismo residencial» es una de las industrias más importantes de la Comunidad Valenciana a efectos de inversión, rentas y, sobre todo, empleo. La creación de empleo sobre bases inmobiliario-turísticas no sólo es un discurso políticamente correcto sino muy rentable electoralmente, y sin duda alguna, en el contexto valenciano, el gran productor de poder y trabajo en las dos últimas décadas. El envejecimiento de la población europea y española, las jubilaciones anticipadas, la aspiración atávica a una morada para el ocio familiar en un entorno cercano al mar, la apuesta por la adquisición de viviendas en tanto que activo y cartera de inversión, y un país de sol, bienestar y buena acogida por parte de la población local y aún mejor por parte de las administraciones públicas, crean buenas condiciones para las transacciones de inmuebles con orientación o vocación ocio-turística.

Se trata de una demanda motivada por el disfrute del clima y del mar en sus diferentes modalidades de implantación: grandes centros de turismo de sol y playa comercializados por operadores internacionales y nacionales, destinos vacacionales y de segunda residencia con una alta fidelización por razón de vecindad y cercanía, y áreas especializadas en residencialismo de ciudadanos extranjeros. Esta demanda, de procedencia geográfica dispar y de intereses socioeconómicos variados, se concreta en un crecimiento compulsivo de la oferta inmobiliario/turística que ya ocupa, en la práctica, toda la costa valenciana y que traslada a ella, e incluso al traspais, numerosas problemáticas estructurales, funcionales y, por supuesto también estrictamente turísticas (Vera y Baños, 2010).

2.1. Un discurso turístico omnipresente y transversal

Aunque el turismo fue uno de los pilares sobre los que se asentó y desarrolló la autonomía valenciana, es desde 1995 cuando se convierte en mascarón de proa y gran política estratégica del gobierno regional (Yepes, 2002).

La apuesta decidida por trasladar hacia dentro y hacia fuera una actitud «turismófila» cristalizó en la construcción de grandes complejos ocio-recreativos (parque temático Terra Mítica en Benidorm, Ciudad de la Luz en Alicante, Ciudad de las Artes y las Ciencias en Valencia...), la consecución de eventos deportivos mediáticos (Americas's Cup 2007 y Gran Premio de Europa de Fórmula I 2008-2015 en Valencia, Volvo Ocean Race 2008-2012 en Alicante...) y, sobre todo, en la disposición de la maquinaria del turismo residencial como uno de los motores principales de la economía valenciana. Seducido por el «todo es turismo», el país se ha autodeclarado competitivo en la materia, entrando con la «turistización» en una espiral de fuerte crecimiento de la oferta residencial que lo sitúa al borde del riesgo de saturación de su territorio litoral por sobredimensionamiento, una amenaza hecha realidad desde otoño de 2008. Una de las consecuencias perseguidas es que todos los espacios tengan mirada turística a cortoplazo, real o supuesta, con el pretexto de generar expectativas de negocio de corte residencial bajo ese manto paraturístico, sin importar demasiado los sesgos empobrecedores del tejido productivo que ello implica.

El fuerte oleaje del urbanismo residencial bajo retórica turística, en el contexto de las nuevas lógicas de la difusión espacial y productiva de la actividad, ha alcanzado a la práctica totalidad del país. El urbanismo turístico concibe la región como poco más que un solar con vistas al mar, a la montaña, al *green* del campo de golf o simplemente a un espacio abierto. El secretario general de la Asociación de Promotores y Agentes Urbanizadores de Valencia ilustra bien el llamado «milagro valenciano»: «*La Comunidad Valenciana tiene que conseguir ser la California europea, y si dentro de unos años se tiene que parar la construcción, como se ha hecho en Mallorca, ya se vera*»³ (2005). Sus matices posteriores, a las puertas de la fortísima crisis inmobiliaria-financiera (2007), no parecen rectificar el discurso habitual: «*no se trata de llenarlo todo de cemento, sino de aprovecharse de una oportunidad de negocio extraordinaria. (...) La Comunidad no puede renunciar a convertirse en un destino turístico de primer orden*»⁴.

La fiesta valenciana del ladrillo⁵ sólo fue contestada por ecologistas —informes anuales de Greenpeace titulados «Destrucción a toda costa»— y especialmente por las denuncias

3 Fuente: *Informe Greenpeace sobre la situación del litoral español*. Julio 2005. <http://www.greenpeace.org/raw/content/espana/reports/destruccion-a-toda-costa-2005-5.pdf>

4 Fuente: *Diario Las Provincias*, 16 de febrero de 2007. http://www.lasprovincias.es/valencia/prensa/20070216/tema_dia/promotores-valencianos-temen-salida_20070216.html

5 Durante los años de la expansión brutal del negocio de la vivienda se generalizó la constitución de sociedades formadas por una entidad financiera (Bancaja, Caja de Ahorros del Mediterráneo...) y un grupo inmobiliario, con objeto de poner en marcha las promociones residenciales. El primero concedía o lideraba el préstamo y el segundo lo recibía y construía. La crisis ha roto estas alianzas y ha impuesto la refinanciación de la deuda (aplazamientos de pago, reducción del principal vía daciones de pago, etc...). Un ejemplo de los apuntado se observa en la Av. de les Corts Valencianes de la ciudad de Valencia (Palacio de Congresos, Nuevo Estadio de fútbol, Hoteles de alta categoría -Hilton, Eurostars, Novotel, Sorolla...torres de rascacielos...), la gran vía pensada como el icono de la pujanza inmobiliaria y turística de la ciudad en la primera década del s.XXI, donde alguna de las citadas entidades bancarias se han quedado con la mayor parte de la propiedad de algunos de los edificios y solares más emblemáticos en pago a las deudas no satisfechas.

de los residentes extranjeros. Estos consiguieron que el Parlamento Europeo emitiera no sólo varios informes negativos —destacan el de J. Fourtou (2004-05) y M. Auken (2009)— sino también Resoluciones —B6-0251/2007— que instaban a parar un urbanismo masivo y extensivo sobre el frágil ecosistema litoral. Todo ello contribuyó a promulgar la nueva Ley Urbanística Valenciana —LUV (2005)—, un cambio de ley para que muy poco cambie.

Antes o después de la crisis y de la ley, el debate⁶ sobre los inconvenientes y bondades del «ladrillo» valenciano es un tema central en el litoral del país. Una mirada apunta a que la reciente devastación ha multiplicado los destrozos heredados del franquismo levantando continuas murallas de hormigón que han destruido territorio y patrimonio, es decir oportunidades. Saqueo (Argullol, 2009) que ha contando con una conspiración de silencio por parte de la mayoría de la sociedad valenciana que se muestra confusa entre bienestar y beneficio y que sólo ha empezado a inquietarse una vez ha explotado la burbuja inmobiliaria y antes como consumidores que como ciudadanos. La codicia inmobiliaria, una concepción mafiosa de la política y la abyección incrustada sórdidamente en algunas instancias públicas y privadas, han acentuado los abusos urbanísticos. Sin embargo, más allá de si el País Valenciano debe mirar a Florida o a California, la capacidad de elección viene condicionada por los recursos geográficos, técnicos y humanos que son los que derminan las ventajas competitivas. Desacoplar la construcción inmobiliaria del sector propiamente turístico, proyectar la primera en función de los intereses territoriales y la demanda real, no de la especulativa, priorizar la rehabilitación frente a la edificación nueva y apostar firmemente por la calidad, sostenibilidad, modernidad, innovación y competitividad en el sector genuinamente turístico, son cuestiones inaplazables.

2.2. La década prodigiosa 1997-2007

La aprobación en 1994 de la Ley Reguladora de la Actividad Urbanística —LRAU— modificó la relación entre propietarios y promotores, rompiendo con la clásica atribución exclusiva del propietario del suelo para urbanizar. Para ello introdujo la figura del «agente urbanizador» que tras la presentación de un Programa de Actuación Integrada —P.A.I.— podía, sin tener la propiedad del suelo, desarrollar el proceso de urbanización. Aunque en teoría, el objetivo de la ley era desbloquear el suelo urbanizable, reducir su precio y por extensión el de las viviendas, y dar margen de maniobra sobre todo a las administraciones públicas en la gestión del suelo, en la práctica favoreció todo lo contrario (Burriel, 2009). En efecto, las prácticas de la aplicación de la LRAU han concentrado la propiedad del suelo en pocas manos, hasta el punto de que en municipios turísticos se habla de un proceso «contradesamortizador». Además, las dinámicas en su aplicación han contribuido a aumentar los precios de la vivienda y del suelo en una espiral especulativa sin fin, al tiempo que han depositado el poder de la movilización del suelo en otra instancia mucho más especulativa que la del propietario original: el agente urbanizador.

Con todo, el grueso de las plazas residenciales-turísticas consolidadas y previstas están repartidas entre una docena de grandes destinos costeros: Peníscola, Orpesa, Benicàssim,

⁶ Valgan como ejemplos directores del debate los artículos en el diario *El País*: «El gran saqueo» de Argullol, R. (4-6-2009) y «Elogio del ladrillo» de Fernández-Galiano, L. (18-6-2009).

Cullera, Gandia, Dénia, Xàbia, Calp, Altea, Benidorm, Santa Pola, Torrevieja, además de las tres capitales provinciales, Valencia, Castelló de la Plana y Alicante. Las dinámicas de incremento continuado e importante de las expectativas urbanísticas han alcanzado no sólo los entornos de los citados *top fifteen* del turismo valenciano, sino también a los municipios costeros agrícolas (Moncofa, Tavernes de la Valldigna...), que habían resistido la primera oleada urbanística de los años 1970 y también a los prelitorales (Sant Jordi, San Fulgencio, Rojales...). Buena parte de los nuevos proyectos de urbanización siguen el modelo de complejo residencial turístico apoyado en campos de golf, hoteles y centros comerciales, y son tan numerosos que, de haber seguido desarrollándose al mismo ritmo, en 2020 el número de plazas en viviendas podría alcanzar los 4,5 millones. Sería la consecuencia de construir las 560.000 viviendas y los 85 campos de golf que en 2008 tenían los ayuntamientos encima de la mesa como proyecto en una superficie que afectaría los 225 millones de m². Una burbuja inmobiliaria que se hinchó hasta 2008 y que con su estallido ha ocasionado estragos en una costa que ha sufrido los excesos urbanísticos como consecuencia de planeamientos expansionistas y reclasificaciones difícilmente justificables, todo ello en la gran mayoría de los casos sin contrapartidas de valor añadido, más bien al contrario.

Según el Ministerio de Vivienda ⁷ (2008), el País Valenciano era, por detrás de Andalucía y Cataluña, la región que tenía más viviendas nuevas terminadas sin vender (94.230), mientras que Alicante y Valencia eran las provincias líderes, sólo por detrás de Barcelona, con 46.366 y 30.038 respectivamente. Por su parte Castellón (17.826) tenía tantas viviendas nuevas terminadas sin vender como las islas Baleares (15.294) y Cantabria (2.674) juntas. Las 136.595 viviendas nuevas valencianas, obtenidas de sumar a las anteriores las que estaban en construcción y no vendidas en 2008, suponían el 14% de las españolas. Viviendas que según el citado Ministerio, en un 30% no podían ser consideradas como adecuadas para una familia por debilidades en situación o falta de servicios y equipamientos. Las estimaciones apuntan a que un tercio tendrá fines vacacionales y que la crisis inmobiliaria española actual deberá acabar tanto con la construcción insostenible de viviendas como de viviendas insostenibles ya construidas⁸.

Las zonas turísticas, tanto las maduras como, sobre todo, las emergentes, así como los entornos metropolitanos con mayor disponibilidad de suelo rústico abierto han conocido un

7 Diario El Mundo. 13-6-2009: «Más de 180.000 de los pisos sin vender no son habitables».

8 Muy interesante al respecto de las teorías y prácticas de lo que ha sucedido en el urbanismo turístico valenciano es la novela *Crematorio* (2007) del valenciano Rafael Chirbes y de la que recientemente (2011) se ha hecho una película con el mismo título. Vale la pena subrayar algunas frases de la misma: «se pasó demasiado deprisa del campesinado miserable al empresario modesto»; «ya que no vamos a salvarnos nosotros, salvemos la tierra. Si el contenido está prodrido, arrojémoslo y quedémonos con el continente»; «California es como esto, con más dinero y con peor gusto. Ahí empezó este infierno de las urbanizaciones hechas al tuntún, el final de la ciudad moderna, el comienzo de la intrascendencia que nos ocupa, una idea que por lo demás nos da trabajo y de comer»; «lleva décadas vendiendo cualquier cosa, vende paz, como los sepultureros»; «toda la calma del Mediterráneo proponen a los compradores, en los que indefectiblemente se ven pocas construcciones y mucho verde y azul, toda la luz del Mediterráneo y todo su lujo, con el Todo por delante y el Mediterráneo por detrás, como si el que comprara fuera a comprarse la bañera entera y el sistema calefactor con sus artilugios (sol, luna y estrellas) al completo. El pack de la felicidad»; «Lo mismo puede decirse de toda esa arquitectura de casas iguales de la costa. Han creado un personaje colectivo, el jubilado, o el eterno veraneante, como el que quería ser Brél en la playa de Sète; un ser fantasmal, único y vacío, intrascendente, que no aspira a nada, ni espera nada, un ser invernal y peligroso al que le preocupa un rábano el futuro de nada».

gran desarrollo de la actividad urbanística, en buena medida por la permisiva Ley del Suelo de 1998 que declaraba, en la práctica urbanizable cualquier suelo no protegido. La Ley del Suelo de 2007 (ley 8/2007 de 28 de mayo) ha intentado solventar algunos de los problemas asociados al urbanismo exacerbado del país: necesidad de una mayor transparencia en la gestión, exigencia de un porcentaje mínimo de V.P.O., mayor respeto a la propiedad privada, etc. Sin embargo, la crisis económica, que ya despuntaba entonces, ha reducido la capacidad de llevar a cabo nuevos proyectos urbanizadores, lo que tal vez permita un tiempo de reflexión sobre la sostenibilidad del modelo (Burriel, 2008). Crisis financiera y económica de escala mundial que presenta especial virulencia en la Comunidad Valenciana donde el sector del «ladrillo», uno de los más afectados por la crisis, ha sido a la vez causante y multiplicador de sus efectos perniciosos que incluso han alcanzado a sectores productivos hipotéticamente saneados y con buena carga de I+D+i, como el cerámico de Castellón, provincia que encabeza los rankings del paro español en 2009 y 2010.

2.2.1. El detalle municipal

La información del proyecto europeo CORINE LAND COVER, para el período 1987-2000 indica que la superficie urbana en España creció en un 13,8%, aumentando hasta un 14,6% entre 2000-2006 según el Observatorio de la Sostenibilidad en España, lo que supone más de 36.000 hectáreas construidas en la actualidad. Este fuerte incremento se acrecienta en las provincias litorales, además de Madrid, destacando Málaga, Murcia y, por supuesto, Alicante y Valencia.

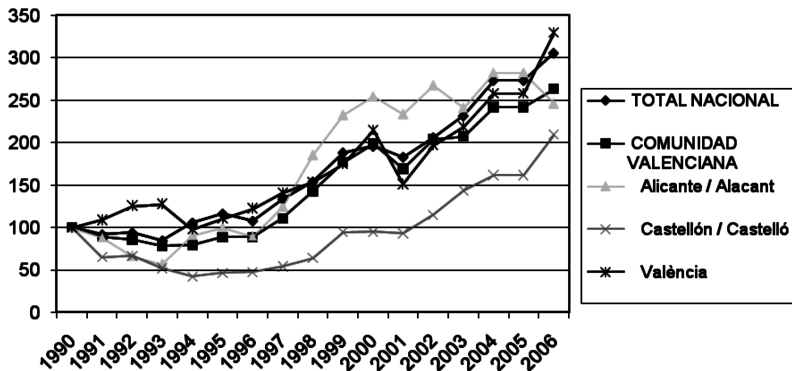
En el año 2006, España superaba las 20 viviendas por cada 1000 habitantes, que ascendían a 25 en la Comunidad Valenciana, llegando a 65 por cada 1000 en la provincia de Castellón⁹, que ocupaba el primer puesto en España (Verges, 2007). La promoción y construcción de inmuebles, en buena medida conectada al turismo (Gaja, 2008) como realidad, pretexto político o soporte de confianza, ha sido la base de un modelo de desarrollo que podríamos denominar «*constructur*» que descansa sobre ambas actividades —construcción y turismo— que, retroalimentándose, alcanzan en torno al 30% del PIB del País Valenciano, un peso excesivo.

Los municipios del litoral vinculados al turismo residencial, tanto los de primera como de segunda y tercera línea, han sido los más afectados por un «aumento impensable» (Gaja, 2008) del parque de viviendas paralelo, asimismo, a la sobreoferta de suelo urbanizado (Gráfica 3). Algunos apuntan a una necesaria reconducción hacia «una sociedad sin crecimiento» (Gaja, 2008) en la que el urbanismo del futuro debe ser el de la transformación no el de la expansión, muy especialmente en los espacios turísticos que no deben de estar vinculados ni directa ni sustancialmente al crecimiento meramente urbanístico. El modelo turístico de base residencialista, en su más amplia expresión, parece abocado así a una reconversión guiada por las nuevas tendencias de demanda turística que indican claramente que son otros los atractivos que generan mayor negocio, tales como el medio ambiente genuino y cuidado, una oferta cultural de calidad y diversificada, una experiencia ligada a la vez a la autenticidad y la originalidad, etc. (Donaire, 2002, Martín, 2003, Pastor, 2003).

⁹ Fuente: *Vivendas visadas por los Colegios de arquitectos de España*. Datos en <http://www.ricardoverges.com/index.php?fun=estadistica.php>

Gráfica 3

CRECIMIENTO DE LAS VIVIENDAS TOTALES VISADAS EN LOS COLEGIOS DE ARQUITECTOS. ÍNDICE 100. 1990=100

FONS: Viviendas visadas por los Colegios de arquitectos de España¹⁰.Datos en <http://www.ricardoverges.com/index.php?fun=estadistica.php>

Cuadro 4

MUNICIPIOS DE PRIMERA Y SEGUNDA LÍNEA COSTERA SEGÚN SUELO URBANIZADO (LOS 10 PRIMEROS)*.
PROGRAMA CORINE LAND COVER, 2000

Ordenado por m ²			Ordenado por % de suelo urbanizado		
	miles de m ²	% suelo urbanizado		miles de m ²	% suelo urbanizado
Orihuela	361.750	4,70	Benetússer	1.000	100,00
Elx	326.000	9,20	Tavernes Blanques	750	66,67
Alacant	202.750	13,69	Burjassot	3.500	64,29
Alcalà de Xivert	167.250	0,90	Poblets, els	4.250	47,06
Sagunt	137.750	6,90	l' Alfàs del Pi	19.250	45,45
Coves de Vinromà, les	136.750	0,18	Rocafort	2.750	45,45
València	136.500	22,53	Calp	23.750	43,16
Cabanes	131.000	0,38	Mislata	2.500	40,00
Alzira	111.000	3,60	Godella	8.500	35,29
Castelló de la Plana	110.750	10,84	Xàbia	69.250	33,57

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos CORINE LAND COVER¹¹.

10 No todas las viviendas visadas acaban por construirse, pero es un buen indicador del dinamismo de esta actividad y de sus ciclos.

11 Los datos del Programa CORINE utilizados en este artículo proceden del proyecto de investigación del Plan Nacional de I+D+i «Análisis y modelización de la movilidad de personas con Sistemas de Información Geográfica: desarrollo de herramientas operativas» (SEJ2007-67767-C04-03/GE0G) cofinanciado por el Ministerio de Educación y Ciencia y el FEDER.

De los datos derivados del Programa CORINE (Cuadro 4) se infiere la importancia del proceso urbanizador en los entornos metropolitanos de Valencia y Alicante-Elche así como en el área urbana de Castellón, destinos turísticos consolidados sobre todo en lo que se refiere a las dos primeras capitales provinciales. La mayoría presentan más de 130.000 m² de suelo urbanizado que alcanza en Orihuela y en Elche más de 325.000 m², aunque es Valencia la que tiene un mayor porcentaje de suelo urbanizado (23%).

Cuadro 5
CAMBIOS EN LOS MUNICIPIOS LITORALES DEL PAÍS VALENCIANO A USOS DE TIPO URBANO (2000-2006)

Cambios a...	Total m ² afectados	% sobre el total de cambios
Instalaciones deportivas y recreativas (se incluyen: Campos de golf y resto de instalaciones deportivas y recreativas)	2.163.678,365	2,14
Redes viarias, ferroviarias y terrenos asociados (se incluyen: autopistas, autovías y terrenos asociados y complejos ferroviarios)	3.348.554,845	3,31
Tejido urbano continuo	15.862.700,97	15,72
Tejido urbano discontinuo (se incluyen: estructura urbana abierta y urbanizaciones exentas y/o ajardinadas)	14.086.770,12	13,96
Zonas en construcción	33.027.364,46	32,74
Zonas industriales o comerciales (se incluyen: zonas industriales y grandes superficies de equipamientos y servicios)	12.488.857,12	12,38
Otros	19.883.073,1	19,71
TOTAL	100.860.999	80,28

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CORINE LAND COVER.

En los municipios litorales, más de 100 millones de m² cambian de uso entre 2000 y 2006. Los datos que nos proporciona la teledetección nos evidencian que, de ellos, más del 80% cambian a algún tipo de uso urbano (Cuadro 5), sobre terreno anteriormente agrícola en su mayoría. Cabe destacar que en la última fecha de la que se tienen datos, 2006, cerca del 37% de los cambios observados se refiere a suelo en construcción, lo cual no indica un freno a la construcción, si no más bien al contrario.

El impulso y avance del residencialismo ha sido notable en los espacios turísticos de las provincias de Alicante y Castellón. Aquí lo han conocido no sólo los grandes centros como Benidorm y Peníscola, sino también y sobre todo sus áreas de influencia, bien en la costa, bien en segunda línea: la Nucia, Finestrat... para el primero y Vinaròs, Alcalà de Xivert, Sant Jordi... para el segundo. Especialmente significativa ha sido la explosión inmobiliaria

en las pequeñas ventanas de mar que todavía quedaban en el país más o menos al margen del turismo residencial y con una buena presencia de campings. Cabanes y Orpesa acogiendo «*la ciudad de vacaciones mayor de Europa*» como reza la publicidad de «Marina d'Or», Moncofa, Sagunt, Canet d'En Berenguer, Tavernes de la Valldigna, el Campello, San Fulgencio y Rojales, entre otros, han abandonado definitivamente los campos de cultivo agrícola, algunos de horticultura de regadío, para transformarlos definitivamente en un rosario de urbanizaciones o torres de apartamentos con la consiguiente metamorfosis paisajística y de la base productiva.

Considerando únicamente la situación del año 2000, destaca el peso que la urbanización (en porcentaje sobre la superficie del término municipal) tiene en pequeños municipios del litoral alicantino, como els Poblets o l'Alfàs del Pi, con más del 40%, aunque también en otros no menores como Calp, Xàbia o Altea donde alcanza más del 30%. Torrevieja, Valencia, Benidorm o Dénia, con más del 20%, no van lejos. La mayor parte de estas construcciones se destinan a uso ocio-turístico siguiendo modelos de baja densidad. Parece claro que las nuevas tendencias turísticas apuestan por la expansión del turismo residencial que busca progresivamente espacios nuevos y periféricos para construir en entornos medioambientales más atractivos y en áreas con bajos precios del suelo (Binimelis, 2006), con el fin de adecuarse a los distintos requerimientos de la demanda.

Cuadro 6
CAMBIOS EN LA OCUPACIÓN DEL SUELO EN EL PAÍS VALENCIANO (1987-2000)

OCUPACIÓN DEL SUELO	SUPERFICIE (HA)		CAMBIO NETO	
	1987	2000	Superficie (ha)	Porcentaje (%)
SUPERFICIES ARTIFICIALES	76.652	116.601	39.949	52,1
ZONAS AGRÍCOLAS	1.060.607	1.029.850	-30.757	-2,9
ZONAS FORESTALES CON VEGETACIÓN NATURAL Y ESPACIOS ABIERTOS	1.166.558	1.156.809	-9.749	-0,8
ZONAS HÚMEDAS	7.737	7.729	-7,8	-0,1
SUPERFICIES DE AGUA	15.329	16.250	920,5	6,0

FUENTE: Observatorio de la Sostenibilidad en España (2005) a partir de datos del CORINE LAND COVER.

Entre el año 2000 y el 2006 se producen las mayores transformaciones del suelo, pero no sólo en los municipios litorales, sino como se ha señalado, también en el interior inmediato (Cuadro 7). Las zonas en construcción son algo más intensas si consideramos también el interior inmediato y no sólo los municipios costeros, como en el cuadro 5. Ello nos indica que en estas fechas (2000-2006) se consolida el paso hacia el interior en busca de suelo para urbanizar, una vez la primera línea de litoral se encuentra casi completamente ocupada.

Cuadro 7
CAMBIOS EN LA FRANJA LITORAL (HASTA 20 KM. DE LA LÍNEA COSTERA) (2000-2006)

Cambio a...	Total m ² afectados	% sobre el total de m ² cambiados
Tejido urbano continuo	17867257,88	9,29
Tejido urbano discontinuo (se incluyen: estructura urbana abierta y urbanizaciones exentas y/o ajardinadas)	26355425,96	13,70
Zonas industriales o comerciales (se incluyen: zonas industriales y grandes superficies de equipamientos y servicios)	23328696,44	12,13
Redes viarias, ferroviarias y terrenos asociados (se incluyen: autopistas, autovías y terrenos asociados y complejos ferroviarios)	4702133,94	2,44
Zonas en construcción	66644106,74	34,65
Instalaciones deportivas y recreativas (se incluyen: Campos de golf y resto de instalaciones deportivas y recreativas)	3210203,862	1,67
Otros	50222956,4	26,11
TOTAL	192330781,2	100

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de CORINE LAND COVER.

2.3. La rentabilidad de las modalidades

El desarrollo turístico no es una cuestión relacionada únicamente con el incremento del número de visitantes, sino también, y de modo no menos importante, con el ritmo de la frecuentación y el gasto efectivo de los mismos. La rentabilidad así no es proporcional al crecimiento lineal de los visitantes, sino a la capacidad efectiva de gasto de los mismos en el destino, al grado de ocupación de la oferta turística de éste y a las pautas de ocio de los visitantes.

Los hoteles valencianos, que entre 2000-2010 han crecido alrededor de un 20%, muestran un grado de ocupación muy variado en función de las zonas turísticas de localización. Su ocupación anual media oscila entre el 85% de Benidorm y 35% del interior de la provincia de Valencia. La estacionalidad, así, continúa siendo un grave problema estructural con destacadas repercusiones negativas (cierres absolutos de larga temporada, imagen de fragilidad y apofesionalidad...) en rentabilidad empresarial, social y laboral. Según el INE. (2008), la

ocupación por plaza hotelera alcanza tan sólo un 54%, aunque la provincia de Alicante llega a un 60. La ocupación para apartamentos turísticos es tan sólo del 29%, aunque aquí es la provincia de Valencia, con un 32%, la que presenta mejores registros por la existencia de destinos especializados (Cullera, Gandia...). Si a ello añadimos los datos de EXCELTUR (2005) que señalan que cada plaza hotelera genera una actividad económica de 6.900 €, mientras que una residencial aporta sólo 1.400 €, o que los puestos de trabajo directos derivados por cada modelo oscilan entre los 93 y los 13 por cada 1.000 plazas, parece claro que sigue siendo necesario reinventar el modelo de «destino embudo» —bastante lleno en agosto y relativamente vacío el resto del año; o «destino de secano»: sólo hay negocio si llueven turistas—, y que su superación sigue siendo uno de los principales retos del turismo valenciano.

Además, el gasto medio por persona y día, en época de bonanza (2004), en destino está cifrado en la Comunidad Valenciana en 829 €; después de Cataluña (727 €), es el más bajo de las regiones turísticas españolas mediterráneas, por debajo de Andalucía (930 €), las islas Baleares (907 €) o las islas Canarias (993 €). A comienzos de 2009, según EGATUR, el gasto medio por turista extranjero fue de 710 €, un 3% inferior al mismo periodo del año anterior, si bien el gasto medio diario es de 70 €, un 4,8% superior al mismo periodo del año anterior debido a la reducción de su estancia media. El gasto en alojamiento extrahotelero disminuyó en mayor medida que en el alojamiento hotelero, experimentando la Comunidad Valenciana el mayor retroceso entre las comunidades de destino principales. Ambas tipologías de índice de gasto se redujeron un 3,7% y un 0,8% respectivamente, tendencia que se viene apreciando desde el año 2007 (EGATUR, 2008) en que la región ocupaba, en gasto medio por persona y día la última posición (66 €) en España. Ante estos datos negativos, incrementar la competitividad de empresas y destinos por la vía de la bajada de precios, desatendiendo servicios, calidad, entornos y profesionalidad es el camino equivocado, como también lo es la desenfrenada carrera por el crecimiento inmobiliario ilimitado que depreda el territorio sin aportar valor añadido y que la crisis actual ha parado bruscamente haciendo explotar una burbuja inmobiliaria cuya parte más dramática ha sido la abrumadora destrucción de empleo.

III. PROCESOS Y ESTRATEGIAS DE CAMBIO EN EL TURISMO LITORAL

Desde 1990, y en el contexto de los cambios turísticos experimentados en el devenir del mercado, un decálogo de procesos de claro componente territorial definen las dinámicas del sistema turístico litoral valenciano:

- a) La renovación y diferenciación de los destinos maduros, pero también, a su nivel, de los emergentes.
- b) La creación de nuevos espacios de ocio en las capitales provinciales bajo el modelo de «ciudades» (Ciudad de las Artes y las Ciencias, Ciudad de la Luz, etc.).
- c) La multiplicación espectacular de la construcción inmobiliaria por doquier con vocación residencial-vacacional más allá de la calificación del suelo.
- d) La preocupación por la mejora en la planificación y gestión de los espacios, municipios, recursos y productos turísticos.

- e) La traslación de los principios de sostenibilidad, especialmente la débil y ecológica, a las prácticas y sobre todo a las teorías turísticas.
- f) La perversión del planeamiento urbanístico oficial al considerarlo un instrumento circunstancial y ordinariamente modificable. La proliferación de planes estratégicos de corto alcance ha querido en cierto modo compensarlo.
- g) El desbordamiento de la capacidad de carga de los ecosistemas costeros.
- h) La retroalimentación de la compraventa de suelo y la construcción de casas que han llegado a ser respectivamente la piedra angular del modelo y la principal fuente de financiación municipal.
- i) La incorporación del post-país como paisaje-escenario, reserva de suelo o recurso complementario.
- j) La creación de nuevas instalaciones y equipamientos (camp de golf, complejo de náutica deportiva, museo, palacio de congresos, auditorio...), así como la consecución de eventos mediáticos conectados al ocio deportivo, como iniciativas o fórmulas para seguir manteniendo las expectativas de negocio.

Dos productos, el golf y la náutica, permiten sintetizar las dinámicas. Captar demandas de mayor poder adquisitivo, disminuir o trasladar la estacionalidad, renovar activos morfológicos y cualificar el modelo añadiéndole emblemas urbanísticos con el objetivo de crear nuevos productos o complementar los existentes, era el objetivo, al menos en teoría. La controversia, que muchas de las citadas fórmulas, mayoritariamente pagadas con dinero público, a menudo han desembocado en operaciones inmobiliarias privadas encubiertas. La inexistencia en el país de proyectos de creación de campos de golf sin asociación residencial demuestra parte del sofisma. Golf como producto turístico que, no obstante, todavía tiene recorrido en el país y que debe aprovechar las láminas de agua y las panorámicas verdes que ofrece para cualificar espacios, no para enladrillarlos.

A pesar del elevado número de puertos (10 puertos por cada 100 Km, 36 amarres por cada kilómetro de costa), la náutica de recreo está poco desarrollada al no participar de la idea de producto turístico, concibiéndose simplemente como un elemento más de oferta necesitado de innovación. Salvaguardadas las garantías ecológicas en un litoral tan artificializado y castigado como el valenciano (erosión, regresión, regeneraciones, deslindes, contaminación...), la Copa del América 2007, los proyectos un tanto desapercibidos de las «Estaciones Náuticas» y la existencia de numerosos puertos infrutilizados a reconvertir en zonas ocio-turísticas (un buen ejemplo sería el de Benicarló), harían conveniente potenciar esta vía (Obiol, 2003).

3.1. Las problemáticas del crecimiento continuado de la oferta

Si el grado de especialización turística conseguida, el tipo de oferta dominante y las dinámicas productivas mayoritarias, permitían diferenciar por una parte destinos caracterizados por una notable presencia, relativa, de establecimientos hoteleros y, por otra parte, destinos marcadamente residenciales, el empujón inmobiliario reciente ha acortado las distancias entre ambos. Los dos modelos combinan elementos comunes como la valorización de las playas (Yepes, 2002), el entorno medioambiental y el patrimonio cultural, la renovación y la

innovación en la oferta complementaria y la prestación de servicios urbanos municipales más o menos presididos por la función turística.

En los destinos hoteleros (sólo Benidorm, Peníscola y Gandia, además de las capitales, presentan más de 25 hoteles en 2008), a las debilidades tradicionales (oligopolio de los touropeadores, precios bajos condicionados al charter/paquete, hoteles familiares, individualismo...) se han añadido ahora las amenazas, muy reales, derivadas de una sobreoferta hotelera acompañada del descenso de la estadia y el gasto (Cuadro 8). Los puntos fuertes de la renovación de la planta hotelera y la mejora de la calidad en la prestación de los servicios no han cristalizado en un aumento de los beneficios como consecuencia de la competencia vía precios de los destinos emergentes y de la pérdida de clientes que paulatinamente van sucumbiendo a la tentación de comprarse una vivienda en el destino. Sin embargo, siguen existiendo oportunidades: nuevos canales de comercialización vía internet, mejor gestión de las C.B.C, renacimiento modernizado del «*all-in cost*», microsegmentaciones de la oferta...; pero también amenazas: la sempiterna estacionalidad que continúa siendo una patología crónica del tejido hotelero a pesar de una demanda que ya tiene más o menos asumida una tercera vacación. La discriminación positiva para la implantación hotelera (reserva de suelo en los PGOU, desgravaciones en impuestos, compensaciones de alturas...) es una constante tanto aquí como, sobre todo, en los destinos residenciales, política que también ha contribuido a la sobreoferta en algunos destinos turísticos y que no excluye los déficits hoteleros en muchos espacios turísticos valencianos.

Los retos son replantear patrones de producción, comercialización y distribución. Al hotelero le toca diferenciar, diversificar y cualificar su establecimiento buscando más y nuevos mercados, mejores negociaciones con los intermediarios e incrementar la rentabilidad aumentando el gasto del cliente con nuevas propuestas. Al destino hay que exigirle que contribuya a una mejora en la comercialización y facilite la integración de elementos de singularización basados en un concepto amplio de ocio sin renunciar a su personalidad turística.

Por su parte, en los destinos residenciales, los problemas son, ante todo, de orden urbanístico ya que están generando importantes desventajas intrínsecas y, en buena medida, irreversibles. A la tradicional masificación en los lugares centrales y de acceso, ahora se añaden altas cotas de saturación, congestión y deterioro también en las periferias, debido a la proliferación y extensión de las actuaciones urbanísticas ejecutadas sin previsiones para dar soluciones a la movilidad. Sobrecargas a las que no escapan las zonas centrales de los cascos urbanos que siguen siendo el núcleo duro de la prestación de servicios. El proceso, imparable hasta 2008, está degradando la calidad de vida y la imagen del destino turístico e intensificando algunos problemas estructurales como la falta de abastecimiento de recursos hídricos y energéticos o los problemas relacionados con el tráfico o la contaminación. Además aparecen otros nuevos como la inseguridad ciudadana, la ubicación de vertederos y plantas de tratamientos de residuos, la saturación acústica o la ocupación por inmigrantes pobres de zonas turísticas degradadas. El desmoronamiento del mercado inmobiliario residencial puede empeorar un sistema turístico valenciano que hasta 1990 era manifiestamente mejorable pero relativamente equilibrado entre proporciones de superficie construida, por una parte, y suelo no urbano, no urbanizable, espacios abiertos y superficie protegida por otra.

El fortísimo ritmo de construcción de viviendas ha sobrepasado la capacidad de gestión de los destinos que se ocupan mayormente de renovar parcialmente áreas deterioradas, así como de crear equipamientos de ocio polivalentes para residentes y visitantes. Prácticamente,

la iniciativa más extendida es mejorar la imagen y añadir oferta con el convencimiento de que activar recursos es sinónimo de crear producto, un proceso falso y tan fácil de esgrimir como complejo de llevar a cabo.

El litoral del País Valenciano es considerado uno de los activos más valiosos del territorio y clave para el futuro regional, como señala el Plan de Acción Territorial del Litoral de la Comunidad Valenciana. El litoral no protegido está fuertemente urbanizado, por ello, las posibilidades de desarrollar planes estratégicos operativos son limitadas.

Una de las causas del último oleaje de residencialismo desenfundado estriba en la insuficiente financiación de los ayuntamientos, sobre todo comparada con sus competencias de derecho o sobrevenidas, una debilidad crónica que la Ley Valenciana del Turismo (1998) tampoco ha solucionado. El entramado del urbanismo municipal es el principal flujo de ingresos locales, y de él cuelgan los presupuestos municipales que en los últimos años han visto multiplicar plantillas y servicios que ahora, con la crisis, incrementan la deuda municipal.

La existencia de un volumen ingente de viviendas en el litoral define el modelo urbanístico-turístico valenciano como un gran consumidor de recursos, de marcado carácter estacional y generador tanto de beneficios rápidos, pero mal distribuidos, como de trascendentes perjuicios desde el corto al largo plazo. Potenciar un uso más continuado de estas viviendas y espacios es una estrategia de los municipios interesados pero para ello es necesario dotarlos de equipamientos y servicios (centros educativos, transporte público...) que ayuden a fijar la residencia.

La abultada cartera residencial busca, asimismo, los adinerados jubilados europeos que tradicionalmente han fijado su residencia en el País Valenciano comprando inmuebles (Huete, 2008). Ello supone también una demanda creciente de servicios asistenciales, sanitarios... que, en ocasiones, han cristalizado en la promoción de complejos residenciales-asistenciales (Ciudad Patricia en Benidorm, Ciudad Senior en Benicarló...). Destinos residenciales que también han intentado favorecer la implantación hotelera en un sector caracterizado por la escasa presencia de grandes cadenas hoteleras.

3.2. Las nuevas demandas alternativas: los Espacios Naturales Protegidos

Los destinos litorales, y su postpaís, también trabajan en la recuperación y activación del patrimonio cultural, la gestión y sobrevaloración del paisaje y la creación de alojamiento particular y actividades de ocio alternativo. La planificación de estas prácticas revestidas de autenticidad, valoración medioambiental y ocio activo, requiere propiciar convenios de ámbito supramunicipal y actuaciones integradas no sólo entre turismo y territorio sino también entre este binomio y la aspiración a encauzar un proceso de desarrollo sostenible. Desarrollo que será muy difícil de conseguir de no crear compensaciones económicas a las entidades o particulares que, yendo más allá de los postulados voluntaristas de la «custodia del territorio», cumplan funciones protectoras del paisaje y se inhiban ante las tentaciones especulativas de revalorización inmobiliaria del suelo.

La frecuentación de los espacios naturales protegidos —E.N.P.— es una de esas prácticas ligada a nuevas motivaciones de base recreativa, deportiva o educativo-ambiental. El país no dispone de ningún Parque Nacional pero sí de una red de E.N.P. -19 parques naturales y algo más de 200.000 has que nacieron como respuesta a la fuerte presión ejercida por la ocupación urbano-turística por lo que en ocasiones su valor paisajístico y cultural es mucho

mayor que el estrictamente ecológico y natural. Los 11 primeros parques naturales declarados afectaban a municipios costeros muy compactados por el turismo residencial por lo que en ocasiones, como en *el Penyal de Ifac* (1987, 45 ha), eran poco más que una roca testigo rodeada de torres de apartamentos y que era urgente proteger, derribo de inmueble incluido, para sacarla de la vorágine urbanizadora del mercado. Así se entiende que buena parte de los E.N.P. valencianos limitan con grandes destinos turísticos en los que actúan como espacios de trinchera, verdes, abiertos y de uso público. Esta realidad territorial y funcional hace necesario un tipo de gestión que debe entender la necesidad de valorarlos como elementos para la cualificación ocio-turística sin menospreciar que además las actividades recreativas pueden configurarse como un instrumento que aporte argumentos sociales y económicos para su conservación y restitución ambiental. Diseñados los preceptivos planes normativos (PORN, PRUG) será muy conveniente pues, elaborar planes de uso público con el fin de contribuir a la creación de nuevos productos específicos o complementarios.

IV. CONCLUSIÓN

El modelo turístico valenciano cuenta con una serie de elementos positivos y negativos que se pueden ver resumidos en el Cuadro 8. La combinación entre los mismos en los destinos de litoral hace que existan, en detalle, una gran variedad de situaciones que, en líneas generales, responden al modelo denominado «turismo residencial» masivo, basado en el crecimiento inmobiliario ilimitado en el litoral, hecho que está generando importantes ajustes y desequilibrios funcionales, territoriales y ambientales.

El, hasta 2008 imparable y excesivo, proceso de urbanización no busca desarrollar activos de base propiamente turística, sino que, simplemente, persigue los tres tipos de economías clásicas de la teoría de la localización —escala, aglomeración y urbana— no llevando asociado directamente nuevos potenciales turísticos. Por tanto, es indispensable mantener y cualificar las actividades turísticas desde principios de sostenibilidad, competitividad y gestión integrada, es decir, con visión de futuro y de modo conjunto.

Cuadro 8
CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO VALENCIANO

DEBILIDADES Y AMENAZAS	FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES
Explosión de la construcción inmobiliaria-turística	Incremento de una importante demanda residencial que aspira a «clima y mar»
Uso vacacional/estacional de las viviendas	Cliente cautivo y fiel al destino
Competencia intermunicipal: duplicaciones de servicios	Aumento de los servicios y de la comodidad
Escasa renovación de la oferta de alojamiento	Rehabilitación y renovación.
Multiplicación de proyectos de campos de golf como pretexto para reproducir modelos residenciales	Incremento de la intención de compra y uso de las viviendas

Falta de espacios libres y zonas verdes	Planificación y gestión urbanística
Oferta complementaria tradicional, cuando no inexistente	Apuesta por la calidad contrastada
Descenso continuo del gasto turístico por persona/día	Reestructuración de destinos
Crecimientos y reclasificaciones continuas de suelo urbano	Mejora de la ocupación de destinos residenciales
Transvase de clientes hoteleros a compradores de viviendas	Proteccionismo activo
Destrucción del paisaje y pérdida de identidad	Incentivo al camping de calidad
Escasa oferta, pérdida progresiva y baja calidad de alojamiento reglado no hotelero	Diversificación via productos/mercado
Elevada y generalizada inflación	Incremento de la calidad de la oferta
Destinos masificados y sin singularidades concebidas como producto	Apoyo de las empresas especializadas a actividades turísticas finalistas
Reconversión de hoteles en apartamentos turísticos	Buenas prácticas
Residencialismo como instrumento de financiación local	Oferta multiproducto en algunos destinos
Atomización de las empresas turísticas: peso de los autónomos	Asociacionismo empresarial de carácter supralocal
Algunos destinos maduros, masificados, saturados y degradados	Adecuada oferta para viajes de corta duración
Imagen obsoleta, generalista y sin contenidos	Desarrollo prudente y racional en algunos destinos
Falta de iniciativas novedosas que actualicen y adecuen el producto.	Eficiencia en el uso del agua, residuos y energía
Falta de compromiso, real, con el desarrollo integral y sostenible	Construcción de alojamientos de calidad media y alta orientados a nuevos mercados
Falta de cooperación y sobre todo coordinación público-privada e intra/ inter administrativa.	Crecimiento del número de viajeros independientes
Exceso de individualismo en las iniciativas empresariales.	CBC's, aeropuertos, AVE, etc.
Altas tasas de estacionalitat en oferta reglada y no reglada	Uso de recursos diferenciados y valorizados para mantener la competitividad
Sobrecargas ambientales	Comercialización propia
Déficits en la prestación de servicios y suministros básicos (ciclo del agua...)	Precios asociados a la calidad
Reducción de la calidad de vida	Fomento de mercados de proximidad

Escasa productividad: productos y servicios de valor añadido reducido	Reformulación de la financiación municipal y estricta transparencia de funcionamiento
Escasa presencia de turismo extranjero	Uso de las tecnologías de la información y la comunicación para la venta del producto turístico
Reducción del viajero «paquete turístico»	Demanda creciente
Comercialización indirecta	
Incremento de los precios turísticos sin fundamento de valor añadido	
Proliferación de urbanizaciones difusas	
Auge del excursionismo (<i>same-day visitors</i>)	

A pesar de todo ello, las políticas de actuación y gestión integrada, sostenible, sostenida en el tiempo y supramunicipal son, más allá de la retórica, tan inexistentes como urgentes. Como también lo són, o más, el cumplimiento riguroso de la disciplina urbanística, el enfoque hacia la calidad, el valor añadido y la vanguardia en las intervenciones, las políticas restrictivas en ritmos de construcción, desclasificaciones y recalificaciones de suelo o las declaraciones generosas de protección de suelo en el primer kilómetro de costa.

En conclusión, es conveniente ralentizar y racionalizar el crecimiento exacerbadado de la oferta inmobiliaria y ajustarlo a la capacidad de acogida del territorio y de los recursos, ya que la explosión de la construcción de viviendas no es útil para el interés turístico general. La crisis actual ha contribuido, sin proponérselo, poderosamente a esta ralentización. Paralelamente, es indispensable optar decididamente por la competitividad. De ahí la necesidad de armonizar la calidad de los destinos turísticos litorales a partir de criterios integrados urbanísticos, patrimoniales, ambientales y económicos. Sólo así los destinos valencianos, así como los del mediterráneo español, podrán diversificar y diferenciar sus productos en una estrategia global que apunte a crear espacios de ocio sostenibles, manteniendo unas dinámicas positivas en momentos de cambio como los actuales.

BIBLIOGRAFÍA

- AUKEN, M. (2008): *Proyecto de Informe sobre el impacto de la urbanización excesiva en España en los derechos individuales de los ciudadanos europeos, el medio ambiente y la aplicación del Derecho comunitario*. Parlamento Europeo, Comisión de Peticiones.
- BINIMELIS SEBASTIÁN, J. (2006): «La difusión residencial en el espacio rural de Mallorca en la década de los años 1990. Nuevas aportaciones para una correcta interpretación del llamado tercer boom turístico», *Scripta Nova*, Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Vol. XII, 270 (66). <http://www.ub.edu/geocrit/nova.htm> 10, pp. 205-228.
- BURRIEL DE ORUETA, E.L. (2008): «La «década prodigiosa» del urbanismo español (1997-2006)», *Scripta Nova*, Vol. XII, núm. 270 (64). <http://www.ub.edu/geocrit/nova.htm>
- BURRIEL DE ORUETA, E.L. (2009): «Los límites del planeamiento urbanístico municipal. El ejemplo valenciano», *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 54, pp. 33-54.

- BURRIEL DE ORUETA, E.L. (2009): «La planificación territorial en la Comunidad Valenciana (1986-2009)». *Scripta Nova*, Vol. XIII, nº 306.
- CREMADES RODEJA, R. (2009): *Macroubanisme i apressions al paisatge mediterrani. El medi ambient i la societat valenciana*, Ed. Riu Blanc, col.lecció Estudiants, 153 p.
- DONAIRE BENITO, J.A. (1995): «El turismo en una sociedad post-industrial. Algunas propuestas conceptuales» en Picornell, C. *et alli*, *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. III Jornades de Geografia del Turisme. Universitat de les Illes Balears.
- DONAIRE BENITO, J.A., MUNDET i CERDÁN, LL. (2002): «Estrategias de reconversión de los municipios litorales catalanes», en VV.AA., *Turismo y Transformaciones urbanas en el siglo XXI*, Universidad de Almería, Almería.
- EXCELTUR (2005): *Impactos sobre el entorno, la economía y el empleo de los distintos modelos del desarrollo turístico del litoral mediterráneo español, Baleares y Canarias*. http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/encuentro/Sumario_residencial_completo.pdf
- EXCELTUR (2008): «Estudio Impactur. Comunitat Valenciana 2007». Generalitat Valenciana. <http://exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/Impactur%20Comunitat%20Valenciana%202007.pdf>
- EXCELTUR (2009): «Estudio del Impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de la Comunitat Valenciana 2009». IMPACTUR, Generalitat Valenciana. http://www.exceltur.org/excel01/contenido/portal/files/impactur_comunitat_valenciana2009.pdf
- FOURTOU, J. (2005). «Informe sobre las alegaciones de aplicación abusiva de la Ley Reguladora de la Actividad Urbanística (LRAU) y sus repercusiones para los ciudadanos europeos», Parlamento Europeo, Documento de sesión 5-12-2005, 13.
- GAJA, F. (2008): «El «tsunami urbanizador» en el litoral mediterráneo. El ciclo de hiperproducción inmobiliaria 1996-2006», *Scripta Nova*, Vol. XII, num. 270 (66). <http://www.ub.edu/geocrit/nova.htm>
- GALIANA MARÍN, L. y BARRADO TIMÓN, D. (2006): «Los CITN y el despegue del turismo de masas en España», *Investigaciones Geográficas*, 39, pp. 73-93.
- GENERALITAT VALENCIANA (2002). *Hipotesis del modelo territorial de la Comunidad Valenciana*. Ed. C.O.P.U.T, 202 pp.
- GENERALITAT VALENCIANA (2006): *Plan de Acción Territorial del Litoral*.
- GÓMEZ-NAVARRO, J. (2005): «Modelo turístico, cambio y liderazgo», *Economía Exterior*, 33, pp. 30-37.
- GONZÁLEZ, F. (2008): «El papel de los destinos turísticos en la transformación socio-demográfica del litoral mediterráneo español», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 47, pp. 79-107.
- GREENPEACE (2006): *Destrucción a toda costa*. Informe sobre la situación del litoral de la Comunidad Valenciana. 45 p.
- HUETE, R. (2008): «Tendencias del turismo residencial: el caso del Mediterráneo español», *El Periplo sustentable*, nº 14, julio, pp. 65-87.
- MARÍN, B. (2003): «Nuevos turistas en busca de un nuevo producto: el patrimonio cultural» *Pasos*, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 1, nº 2, p. 155-160.

- MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO y TURISMO (2008): EGATUR, *Encuesta de gasto turístico a los turistas no residentes, Informe Anual, 2007*. <http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/egatur/Egatur2007.pdf>
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO y TURISMO (2009): EGATUR, *Encuesta de gasto turístico, Febrero, 2009. Nota de coyuntura*. <http://www.iet.tourspain.es/informes/documentacion/egatur/NotaCoyunturaEgaturFebrero2009.pdf>
- MONFORT, V. (2002): «Estrategia competitiva y desempeño en la industria hotelera costera: Evidencias empíricas en Benidorm y Peníscola», *Cuadernos de Turismo*, 10, pp. 7-22.
- NACHER, J.M. y GARCÍA RECHE, A. (2009): «El sector turístico», en Soler, V. (Ed.), *Economía española y del País Valenciano*, Universitat de València, 563 p.
- OBIOL MENERO, E. (2006): «El Plan de Acción Territorial del Litoral. Teoría y prácticas». Diario El País 17-5-2006. Edición Valenciana.
- OBSERVATORIO DE LA SOSTENIBILIDAD EN ESPAÑA (2005): *Informe Anual*, Ministerio de Medio Ambiente, Fundación Biodiversidad, Madrid.
- OBSERVATORIO DE LA SOSTENIBILIDAD EN ESPAÑA (2006): *Sostenibilidad en España, 2005. Informe de Primavera*. Ministerio de Medio Ambiente, Fundación Biodiversidad, Madrid.
- PASTOR, M.J. (2003): «Turismo, cultura y medioambiente», *Pasos*, vol. 1, nº 2, pp. 145-153.
- PEÑA, C. (2005): «Informe sobre el Plan Director para la gestión sostenible de la costa», *Revista Ambienta*. Ministerio de Medio Ambiente, pp. 178-192.
- RIZOMA (2005): «La relación todavía no pensada entre turismo y territorio», *Archipiélago*, 68, pp. 59-68.
- SANTOS, E.L. y FERNÁNDEZ, A. (2010): «El litoral turístico español en la encrucijada: entre la renovación y el continuismo», *Cuadernos de Turismo*, 25, pp. 185-206.
- VERA REBOLLO, J.F. (2001): «Per una planificació territorial del desenvolupament turístic», en *Quin Territori?* Ed. Universitat de Valencia.
- VERA, J.F. y BAÑOS, C.J. (2010): «Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico», en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 53, pp. 329-353.
- VERA, J.F.; IVARS, J.A. (2002): «Turismo, territorio y desarrollo regional en la Comunidad Valenciana», en *Ordenación y Gestión del territorio turístico*. Ed. Tirant lo Blanc, Valencia.
- YEPES, V. (2002): «Estrategias y política turística de la Comunidad Valenciana: su incidencia en el litoral», en *Cuadernos de Turismo*, 9, pp. 185-206.