

CONFERENCIA

*Estrategias públicas de mejora de la competitividad del producto turístico de la CAV:
El Plan de Mejora de la Infraestructura del Litoral*

Victor Yepes

Jefe del Área de Infraestructuras y Ayudas, ITVA

Día: 3 DE MAYO
Hora: 16,30
Lugar: PALAU
Sala: SALA B

La mejora de la competitividad del producto turístico de la Comunidad Valenciana como instrumento para la maximización de la aportación de la actividad turística a la renta y el empleo de la Comunidad Valenciana.

ESTRATEGIAS PÚBLICAS DE MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA: El Plan de Mejora de la Infraestructura del Litoral.

Víctor Yepes Piqueras. Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos. Jefe del Área de Infraestructuras y Ayudas del Institut Turistic Valencià. Profesor Asociado del Departamento de Ingeniería de la Construcción de la Universidad Politécnica de Valencia.

SÍNTESIS DE LA PONENCIA.

La actividad turística ha tenido y tiene una importancia decisiva en la economía y sociedad valenciana. Según las últimas estimaciones, la participación del turismo en el PIB de la Comunidad Valenciana fue del 8,8% (PRITUR, 1991). Si bien es ésta una cifra de mínimos que no cuantifica los efectos inducidos y multiplicadores, pues si se consideran las interrelaciones económicas del turismo con otros sectores, ese porcentaje sin duda se ubica en valores muy superiores. Ello lo confirman las estimaciones realizadas, situando en un 11,6% la participación del turismo en el PIB (1987) de la Comunidad, según recoge el *"Libro Blanco del Turismo en la Comunidad Valenciana"*. En la provincia de Alicante adquiere dicha participación un protagonismo esencial, como lo constata la cifra del 19,5% en que se ubica dicha magnitud.

Respecto a la proporción del total de empleo, en 1985 se estimaba por las mismas fuentes el peso generado por el sector turístico en un 11,5%, cantidad de por sí expresiva de la dependencia laboral de la Comunidad respecto a la actividad turística, ya que esta apreciación probablemente se elevaría sustancialmente si se computaran los empleos indirectos generados por la demanda turística.

El modelo turístico que se ha desarrollado en la Comunidad Valenciana descansa sobre la oferta de unos atributos naturales tales como las playas y la climatología, y en la diferencia de precios como principal incentivo de captación (Vera [1990]). Quizá sea el espacio turístico europeo que presenta

una más favorable aptitud de respuesta al binomio buen clima-alta accesibilidad, que constituye la base de las ofertas más competitivas.

Sobre estas premisas se confeccionaron productos turísticos convencionales basados en la clásica fórmula de sol y playa, que en algunos casos restaron exotismo y calidad ambiental a la Comunidad Valenciana como destino turístico. Entre otros factores, la aparición de nuevos mercados que gozan de un posicionamiento más competitivo en dichas materias y el paulatino cambio en las tendencias de la demanda, cada vez más cualificada, obliga a la realización de los esfuerzos necesarios para la consecución de unos óptimos niveles de calidad en nuestro entorno.

Hoy día se acepta que un desarrollo turístico sostenible es el único capaz de generar actividad económica viable en el presente y en el futuro. La preocupación por la calidad ambiental y territorial, a su vez, es una exigencia creciente de la demanda turística.

Tras comprobar que la estrategia turística del Arco Mediterráneo pasa por la diversificación y cualificación de nuestro producto, la ponencia va a desarrollar las líneas que han dirigido la planificación y ejecución del Plan de Mejora de la Infraestructura del Litoral de la Comunidad Valenciana, su repercusión en la prestación de servicios a la demanda turística y su implicación con la ordenación espacial y territorial de las playas.

Las estrategias que conducen a una mayor diferenciación y competencia del destino turístico valenciano exigen el conocimiento sobre la imagen y percepción del mismo en la mente de los consumidores. De todos es sabido el valor que se concede a la **calidad ambiental y territorial** por parte de la demanda turística actual. Llega a constituir una de las variables más importantes que tiene en cuenta el consumidor a la hora de elegir un destino turístico¹. Los elementos de calidad que más percibe el turista son la del aire,

¹Por ejemplo, en el caso del mercado alemán¹, que por su enorme potencial hay que tener muy en cuenta, y según una encuesta (realizada por el Studienkreis für Tourismus) sobre motivaciones de los turistas alemanes de la antigua República Federal, ya en 1985 se consideraba "*vivir en la naturaleza*" y "*alejarse de un ambiente contaminado*" como factores muy importantes para realizar desplazamientos del lugar de residencia habitual por motivos vacacionales. "*Vivir en la naturaleza*" se situaba entonces, y se trata de una tendencia creciente, en cuarto lugar, detrás de motivaciones como "*descansar*";

del suministro de agua, de las aguas de baño, la limpieza ambiental, el nivel de ruidos, la capacidad del sistema de drenajes, el nivel de congestión peatonal y de vehículos, la estética del ambiente construido, la extensión del paisaje y de los espacios abiertos, el estado de conservación de los edificios, la jardinería civil, las carreteras y los paseos, entre otros. Respecto a la Comunidad Valenciana, los estudios realizados (ITVA, [1991]), indican que la calidad ambiental supone un elemento indispensable para un mejor posicionamiento del producto turístico en sus distintos mercados.

La playa es el principal factor de producción turística de la Comunidad Valenciana. La gestión de las mismas se debe considerar como básica en el éxito de cualquier ciudad que quiera mantener su ventaja competitiva dentro del sector turístico. Se convierte en un bien económico cada vez más escaso, siendo una mercancía cada vez más deteriorada. Constituye un bien complejo e irreproducible, un bien natural, un espacio de equilibrio ecológico y ambiental, frágil en sí mismo².

En la actualidad la Comunidad Valenciana cuenta con 136 playas cuyas aguas son aptas para el baño y de estas 111 tienen además la calificación de óptimas, lo que les permite optar al galardón de la bandera azul que concede la Unión Europea.

Estas playas son diversas en cuanto a sus características, pudiéndose clasificar en urbanas, turísticas, vacacionales, deportivas o rurales atendiendo o bien a su uso preferente o a su imbricación con el entorno. Una playa como la de Benidorm podría definirse como turística y urbana.

"recuperar fuerzas" o "alejarse de la rutina diaria". El 40% de los turistas alemanes mencionaba esta motivación como primordial para elegir el lugar de sus vacaciones.

²La característica esencial del turismo como factor ambiental causante de impactos ecológicos, que la diferencia de otros factores como la industria, por ejemplo, está resumida en una de las conclusiones generales de la Reunión de Expertos en Medio Ambiente y Turismo de la ECDE en Salzburgo (Austria) del 17-20 de octubre de 1978, que dice textualmente en el punto 3: "El medio ambiente es un condicionante importante para el turismo y el mantenimiento de un buen medio ambiente es esencial para la continuación del crecimiento turístico. Recíprocamente, una degradación del medio ambiente podría llevar, y ya ha pasado en algunas regiones, una bajada del crecimiento turístico" (OCDE, 1980 L'impact du tourisme sur l'environnement. Paris).

Han sido varias las circunstancias que han producido la degradación del litoral y de las playas en particular, destacándose la disminución de los aportes sólidos de los ríos, la destrucción de las dunas litorales, de las marismas, las extracciones de áridos, la ejecución de obras marítimas que han actuado como barreras al flujo de arena, la urbanización excesiva, etc. Baste citar que sólo queda por urbanizar en este momento aproximadamente un quinto de la línea del litoral de la Comunidad Valenciana. A todo ello se ha unido una progresiva acumulación de la población en el litoral³³, con el consiguiente incremento de todo tipo de industrias y servicios.

En el año 1990, el ITVA realizó un diagnóstico del sector turístico intentando detectar los puntos fuertes y débiles que condicionaban su situación en el mercado, los factores que influían y su evolución previsible, analizando a su vez la posición que ocupaba la Comunidad Valenciana en cada uno de los potenciales mercados en los que tenía que competir. Fruto de este diagnóstico fue el *Libro Blanco del Turismo de la Comunidad Valenciana* (ITVA, 1990), donde se definió un "*Plan Estratégico del Turismo en la Comunidad Valenciana (ETVA 2001)*", cuyo fin era enmarcar las líneas de actuación a desarrollar para conseguir los objetivos previstos para la política turística valenciana en la década 1990-2001.

Entre estos objetivos se señalaron, junto al general de desarrollar al máximo el turismo como actividad que incide en la renta y el empleo, haciéndolo compatible con la reducción de desequilibrios existentes y con el uso de dicha actividad como medio para conservar los recursos medioambientales y culturales, otros objetivos más instrumentales que permitieran, por un lado, redefinir el producto turístico valenciano diferenciándolo y mejorando su posición en el mercado y por otro, comunicar una adecuada imagen turística de la Comunidad Valenciana.

El Plan Estratégico (ETVA 2001) se estableció a través de 10 planes operativos, entre los que se encontraba el *Plan de Mejora de Infraestructuras, Equipamientos, Servicios y Entornos*, plan que surge como básico, pues la escasez de los mismos o su mal estado determinaban uno de los principales problemas para el desarrollo del sector. Es por tanto, en el marco de este Plan

³³ Un 45,91% de la población de hecho se sitúa en un 13,72% de la superficie más próxima al litoral, según datos del Institut Valencià d'Estadística.

Estratégico donde se sitúa el nacimiento del proyecto de mejora y acondicionamiento del litoral turístico de la Comunidad.

El Plan de Turismo Litoral se constituyó como un proyecto de carácter interanual que implantara y infraestructuras higiénicas tales como duchas y papeleras, infraestructuras de carácter lúdico y deportivo y servicios de mantenimiento y limpieza con el objetivo de ser una acción estratégica que involucrara e hiciera participar activamente a otros agentes implicados tales como corporaciones municipales y ciudadanos en general.

Se pretende conseguir playas que ofrezcan al turista una amplia variedad de equipamientos y servicios, así como calidad y limpieza de sus aguas. De esta forma las playas se convierten en zonas activas y peculiares que las diferencian de las playas existentes en nuestros principales destinos competidores. El espíritu es la consecución de playas limpias e higiénicas, divertidas, seguras y organizadas, diferentes, rentables y para todo el día.

Del estudio del comportamiento del espacio playero, se observa que existe una clara concentración en su tiempo de uso (las puntas ocurren a mediados de agosto, entre las 12 y las 12,30 horas), y del espacio realmente ocupado por los bañistas, (sólo se usan los 35 metros más próximos al mar, y de forma intensiva los 8 primeros metros). También se constataron las necesidades que los turistas tenían en cuanto a servicios y equipamientos.

En el sistema playa-usuario, se comprueba que existe determinada "*capacidad de carga*", de forma que sólo son confortables determinadas densidades por encima de 4-5 m²/usuario. Estos condicionantes fueron los que han conducido a determinadas soluciones de gestión e infraestructuras de playas, de forma que su aplicación en la Comunidad Valenciana ha logrado situar a ésta como líder en cuanto a equipamientos y soluciones.

Se ha dado respuesta, mediante la instalación de duchas y pasarelas, al incremento del confort por parte de los turistas. Se ha mejorado las condiciones higiénicas mediante la instalación de papeleras y la recogida de residuos sólidos flotantes a través de barcos-pelícano en las playas más concurridas. La descongestión de las bandas litorales con mayor densidad de usuarios se ha abordado colocando áreas deportivas y de juego tanto en la

"zona caliente" de la playa, como con plataformas flotantes de carácter lúdico inmersas en el mar. Ello ha provocado, a su vez, playas más amenas y divertidas.

Durante el quinquenio 1991-1995 la inversión cubierta por el Plan va a ser de 2.862 millones de pesetas, habiéndose instalado un total de 1.600 duchas, 4.600 papeleras, 50 Km. de pasarelas, un centenar de áreas lúdico-deportivas, 200 pistas de balón-volea, 9 plataformas flotantes, carteles informativos. Se han dotado a las playas de brigadas verdes y de mantenimiento de las infraestructuras. Se ha potenciado la limpieza de las aguas en coordinación con la Consellería de Medio Ambiente en el desarrollo del programa de Banderas Azules y en el Plan de Recogida de Polucionantes en el medio marino.

Todos estos esfuerzos, unidos a los ofrecidos por los municipios litorales de la Comunidad, y a otras actuaciones de otras administraciones de la Administración Autonómica y Central (regeneración de playas, paseos marítimos, accesos, etc.), han llevado al litoral valenciano a conseguir el mayor número de Banderas Azules del Estado Español, con 66 banderas concedidas a playas y 13 a puertos deportivos. Dicho distintivo ha contribuido a la diferenciación y cualificación de nuestras playas.

SUGERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMISÓN, C.; YEPES, V. (1994). "Normas ISO 9000 y gestión de Calidad Total en la empresa turística". I Congreso de Calidad de la Comunidad Valenciana. Valencia, noviembre.

DIEZ, J. y NEGRO, V. (1994). "Actuaciones en la costa: Plan Director de Infraestructuras (1993-2007)". Revista de Obras Públicas, nº 3336. Madrid, octubre, 1994.

DUCASSE, I. (1991). "Incorporación de la preocupación ambiental en la política turística española". I Conferencia Internacional Ecotrans: Turismo y medio ambiente. Tomo II.

ELLIOT-SPIVACK, S.M. (1990). "Turismo y medio ambiente: dos realidades sinérgicas", *Papers de Turisme*, 1990 (3), pp. 26-43.

GAVIRIA, M. (dir.). (1977): *Benidorm, ciudad nueva*. 2 tomos. Editora Nacional. Madrid, 1977.

GINER, C. (1994): "La regeneración de las playas españolas como factor incentivador del turismo". *Estudios Turísticos*, nº 122, pp-5-14.

IRIBAS, J. M. (1990): "La playa en Benidorm". *Obra Pública nº 17*. Otoño 1990. pp. 66-77.

ITVA (1990): *Libro Blanco del Turismo de la Comunidad Valenciana*. Institut Turistic Valenci (ITVA), Valencia.

ITVA (1995): *Bases para la Ordenación de los Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana*. Institut Turistic Valenci (ITVA), Valencia. (En redacción).

MOPU. Dirección General de Puertos y Costas. (1970): *Playas. Modelos tipos y sugerencias para su ordenación*. Secretaría General Técnica. Servicio de Publicaciones.

PORTER, M. E. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press. New York. Existe traducción española por Plaza & Janés Editores, S.A.

PRITUR (1991). *La renta turística de la Comunidad Autónoma Valenciana*. Secretaría General de Turismo. Madrid, 1993.

VERA, F.; MARCHENA, (1990). M. "Turismo y desarrollo: un planteamiento actual". *Papers de Turisme*, 1990 (3), pp. 59-84.

VERA, F. (1992): "El turismo", en MARTINEZ, J. A.; PEDREÑO, A., y REIG, E. (dir.), *Estructura económica de la Comunidad Valenciana*, Espasa-Calpe, Madrid.

YEPES, V. y NUÑEZ, F. (1994). "Plataformas flotantes de carácter lúdico en las costas de la Comunidad Valenciana: Un ejemplo de ingeniería turística". *Revista de Obras Públicas*, nº 3.335. Madrid, septiembre 1994.

YEPES, V. (1995). "Gestión integral de las playas como factor productivo de la industria turística. El caso de la Comunidad Valenciana". III Jornadas Españolas de Ingeniería de Costas y Puertos. Valencia, mayo 1995.