

La explotación de playas. La madurez del sector turístico

Víctor Yepes Piqueras



DESCRIPTORES

PLAYA
TURISMO
LITORAL
GESTIÓN INTEGRADA DEL LITORAL
CALIDAD
DESARROLLO SOSTENIBLE
INGENIERÍA TURÍSTICA

La transformación del escenario costero como consecuencia del fenómeno social del turismo

El derecho al disfrute de vacaciones remuneradas constituyó un logro de gran trascendencia que permitió un avance significativo en el aumento de la calidad de vida de la sociedad actual. La generalización del uso del tiempo de ocio trajo consigo, al principio, un tímido retorno al contacto con la naturaleza, en contraposición con los ambientes urbanos e industriales, es decir, una cierta liberación y válvula de escape de la rutina diaria que, con el transcurso de los años, se ha traducido en masivos desplazamientos, de carácter estacional, de amplias masas de población.

La distinción de la que ciertas clases sociales hacían gala con el disfrute de grandes viajes, con el desplazamiento hacia sus residencias de verano, con el culto a la salud y el cuerpo, fueron imitadas e incorporadas por otros colectivos que, hasta entonces, habían permanecido ajenos a la experiencia turística. Este proceso ha evolucionado de forma que hoy el tiempo de ocio no se considera un privilegio reservado a unos cuantos, sino un verdadero derecho, una necesidad irrenunciable.

El litoral ha participado como soporte físico de este fenómeno social. El mar ha supuesto, desde los albores de las civilizaciones más antiguas, una llamada, un reclamo hacia lo desconocido, o quizás un escape de lo cotidiano. El goce de la inmensidad, del horizonte azul, cobra su máxima expresión cuando se contrapone al continente. Es irresistible ese impulso que nos hace encarar la brisa y nos impulsa a dar la

espalda a esa realidad sinónima de rutina y trabajo. Una residencia próxima al mar, con vistas despejadas, ha constituido, desde siempre, un anhelo, un vehículo para el encuentro con uno mismo, una porción de felicidad fugaz.

De este modo, lo que empezó siendo un conjunto de villas aburguesadas junto a un pequeño barrio marinero fue creciendo. El deseo irrefrenable de mejorar, de demostrarse a sí mismo y a los demás que el esfuerzo y el trabajo diarios tienen un sentido, una finalidad que se materializa en la adquisición y el disfrute de bienes necesarios, como una vivienda, un coche propio, un televisor, unas vacaciones... abre la caja de Pandora. Resulta indispensable cubrir las expectativas, los deseos y las necesidades, cada vez mayores y nunca satisfechas. La construcción, el crecimiento, el oportunismo, los negocios florecen. La buena voluntad y el exotismo convierten a nuestro país en un destino deseado por los turistas. Sí, esa especie migratoria, a veces molesta, pero que aporta frescura, ilusión y, cómo no, dinero.

El uso del espacio cambió rápidamente, transformándose de forma notable. Los solares vacíos se ocupaban vertiginosamente por apartamentos, viviendas, hoteles, restaurantes, chiringuitos, cines al aire libre. Lo que de verdad importa es la proximidad al mar, el bronceado y las fotografías como notarios imprescindibles de la felicidad. La costa sufre una metamorfosis repentina, inesperada. Aparece el concepto de destino turístico.

Masificación, aglomeraciones. La salida de las urbes es un martirio. Los vehículos nos invaden. Los edificios crecen en altura. Los adosados ocupan el territorio. Hemos traído la ciudad a nuestro lugar de descanso. ¿Descanso? El crecimiento alumbró un litoral antropizado, que se extiende como una mancha de aceite. Sin embargo, las deficiencias respecto a los servicios que debe prestar una ciudad nos muestran con nitidez la funcionalidad que se le exige a una conglomeración urbana. La elevada densidad de uso de la costa produce una extraordinaria carga sobre los sistemas territoriales. Las infraestructuras fracasan en su función de dar un nivel de servicio adecuado.

La madurez del turismo heliotalásotrópico y los cambios en la demanda

El enfoque que emana del éxito de la industrialización también llega al sector del ocio. Así, resultan necesarios grandes contingentes para rentabilizar adecuadamente las instalaciones y los negocios. Ha nacido una industria basada en el sol y la playa a precio económico, de carácter vacacional y con una demanda masiva procedente de clases medias-bajas europeas (Fig. 1). Sin embargo, no estamos solos. Los destinos turísticos compiten entre sí. Se inicia una carrera para mantener los niveles de rentabilidad, pero, al verse incrementada la oferta, empiezan a caer los precios. Hay que traer más turistas. No es fácil reinvertir. Las infraestructuras empiezan a envejecer, y parece que algo no funciona. Se atisba la crisis.

Qué duda cabe de que cada turista es diferente. Y por si fuera poco, sus características evolucionan. Ya no están dispuestos a aceptar cualquier cosa. Valoran su dinero y cuentan con cierta experiencia que les permite ser más selectivos. Las vacaciones empiezan a fraccionarse. El tiempo libre es tan escaso que debe ser bien empleado. La Naturaleza no es inagotable. Estamos en un mundo cada vez más pequeño y frágil, y existe una creciente conciencia sobre la importancia medioambiental. El concepto de calidad de vida cambia. El crecimiento debe ser sostenible. ¿Pero es posible un crecimiento sostenible?

La actividad turística empieza a cambiar. Los destinos turísticos maduran,^{1,2} empiezan a dar muestras de agotamiento, de cansancio. Saltan las primeras alarmas. El exotismo, la calidad ambiental y los buenos precios se encuentran en lugares cada vez más accesibles. Se abre camino la convicción, cada día más profunda, que permite establecer una equivalencia entre la conservación de la Naturaleza y la calidad ambiental con la competitividad turística y la calidad de vida. El turismo de "sol y playa" parece que llega a su fin, ¿o quizá no?

Los productos turísticos, puesto que son mercancías a la vista de un mercado cada vez mayor y más transparente, empiezan tímidamente a evolucionar. Surgen los conceptos de diferenciación y de calidad como herramientas, junto con la profesionalización de los recursos humanos, que probablemente empiecen a aportar elementos capaces de fortalecer la industria turística. El turismo deja de ser una actividad sobrevenida, capaz de equilibrar nuestra balanza de pagos de forma espontánea, a ser, por necesidad, un sector que debe planificarse, controlarse, e incluso, ¿por qué no decirlo?, mimarse. Quizá sea de los pocos ejemplos donde la coordinación



Foto: JAVIER MARINA

Fig. 1. La playa se convierte en un espacio productivo.

entre las empresas privadas y los servicios públicos debe abordar tareas complementarias si se pretende ofrecer al turista un destino de cierta calidad.

¿Calidad para unos pocos? No. La calidad se entiende hoy en día como aquellos atributos de un producto o un servicio capaces de satisfacer las expectativas de los clientes, siempre que exista una rentabilidad sostenida. Pero, ¿es posible un turismo de calidad compatible con un turismo sostenible? En efecto, los requerimientos actuales de la demanda ponen un énfasis especial en los aspectos medioambientales. El éxito a largo plazo de un destino turístico litoral se basa en un turismo de calidad organizado dentro de un sistema territorial planificado que integre al conjunto del sistema económico y social con el medio ambiente.

Hacia un nuevo paradigma en la gestión del litoral

En el litoral existen conflictos. La regresión costera, la edificación y la urbanización de baja calidad o la presión inmobiliaria constituyen patologías que deben añadirse a los desequilibrios territoriales entre el litoral y el interior e incluso los problemas de integración, coordinación y estructuración de los propios municipios costeros. El crecimiento exponencial que ha soportado el borde litoral no ha permitido procesos de reequilibrio. Son impensables nuevos crecimientos sin que se garantice, como mínimo, la disponibilidad de agua potable, el suministro de energía eléctrica, el saneamiento y la recogida de residuos. No es posible ejercer una protección real de los recursos si éstos no derivan de un proceso comprensivo que tenga como requisito previo la sostenibilidad. Estas circunstancias se suman a otras que evidencian la crisis en el planeamiento. Se necesita una ordenación territorial y un urbanismo específico para el turismo, de carácter supramunicipal, integrado dentro de un marco más amplio de gestión en la costa.³ Resulta imprescindible un cambio hacia la diversificación, rehabilitación y cualificación turística en el contexto de una planificación integrada que garantice la utilización racional de los recursos y la repercusión socioeconómica más favorable para las áreas impactadas.

Nos encontramos, pues, ante un punto de inflexión. El litoral ya no supone un almacén inagotable de recursos. No es suficiente hablar de *gestión integral de la costa*, puesto que re-





Fig. 2. La gestión integrada del litoral debe compatibilizar los diferentes usos.

sulta evidente que se deben contemplar todos los factores que sobre ella inciden. Se impone una *gestión integrada del litoral* que sea capaz de superar los conflictos entre sus distintos usuarios⁴ (Fig. 2). La fragilidad y singularidad del espacio costero exige la aplicación de políticas coordinadas que den una respuesta institucional funcional y operativa para la ordenación, gestión, conservación y desarrollo del territorio. La cooperación entre las diversas administraciones públicas debe superar los escollos de las competencias y, si fuera necesario, crear nuevos instrumentos que faciliten la gestión.⁵ Los municipios costeros se convierten en destinos turísticos, y por tanto también deben gestionarse bajo la perspectiva del visitante y del propio residente. Las playas siguen siendo la base de la industria turística española. Resulta difícil entender que este activo no se encuentre planificado y coordinado en cuanto a su uso.

Las playas como factor productivo de la industria turística

En nuestro país las playas constituyen hoy en día el recurso turístico más importante⁶ pero, paradójicamente, su gestión presenta un volumen nada despreciable de áreas mejorables. Consideradas como espacio productivo, cifras de 12.000 euros por año y metro cuadrado de playa seca pueden representar una aproximación a los ingresos por turismo que tiene, por ejemplo, un destino como Benidorm (Fig. 3). Existen estudios⁷ que han estimado en 700 la tasa de retorno de la inversión ne-



Fig. 3. ¿Cuál es el valor del metro cuadrado de playa?

cesaría para recuperar una playa, magnitud no alcanzada por ninguna otra infraestructura pública. La necesidad de establecer un cierto orden y la finalidad de organizar los recursos disponibles para alcanzar la satisfacción de sus usuarios parecen ser motivos suficientes como para que en este momento se esté abriendo un debate profundo sobre el tema. Si bien en algunos casos se han acometido acciones contundentes en un ámbito territorial regional,⁸ el problema subyacente se mantiene.

Llegados a este punto convendría reflexionar sobre la utilidad de las playas. Éstas se han convertido en espacios que, por su singularidad, adoptan nuevas funciones más allá de la estricta de consumo de sol y arena, buscándose nuevas alternativas de uso. Por unos consideradas como elementos de extraordinaria riqueza medioambiental, por otros como una de las mejores formas de defensa costera. Hay quien la concibe como un espacio público, como una plaza urbana, ágora y lugar de encuentro. Para muchos, una fuente de ingresos, para otros, arenales en continuo movimiento. Paradigma de los errores humanos, ejemplo del crecimiento desenfrenado. Un elemento social, un espacio para el intercambio. Ingenieros, economistas, geógrafos, psicólogos, urbanistas, cada uno interpreta la misma realidad de diferentes formas. ¿O son realidades distintas? Posiblemente tantas como personas.

Una relación exhaustiva de las funciones atribuibles a las playas probablemente sería incompleta. Además, ¿existiría una playa ideal capaz de satisfacer todos los requerimientos potenciales? (Fig. 4) Posiblemente, no. Esta circunstancia obliga a cierta especialización. Asumido esto, centrémonos en las playas turísticas. ¿Qué se le pide a una playa que constituye el atractivo fundamental de un destino turístico? Probablemente la respuesta la tengan los propios turistas.

La ineludible gestión de las playas turísticas

Algunos estudios^{9, 10, 11} han intentado clasificar las playas atendiendo a su uso público, de modo que, bien a través de encuestas, bien mediante la adopción de criterios técnicos, se han barajado diversas opciones y parámetros que intentasen establecer un modelo ideal de playa, capaz de satisfacer a sus potenciales usuarios. Este planteamiento, basado en contrastar si los atributos presentes concuerdan con aquellos otros pretendidos o deseados, constituye un enfoque basado en el control de calidad. La presencia de determinadas características, como la calidad de las aguas de baño, la presencia de infraestructuras higiénicas, como duchas, pasarelas, papeleiras, postas sanitarias, etcétera, han supuesto, hasta ahora, una forma incipiente de gestión. Iniciativas tales como las Banderas Azules, han permitido, sin lugar a dudas, establecer ciertos límites y garantías sobre la realidad del espacio playero. Es más, una legislación costera, preocupada fundamentalmente por la preservación del dominio público, donde la gestión se limita a la inspección y el correspondiente expediente sancionador, o bien a la autorización a determinados usos, supone un embrión de gestión pasiva, de carácter defensivo, y en ocasiones poco eficiente o, como mucho, escasamente sensible a las verdaderas necesidades de los usuarios.¹²



Fig. 4. ¿Existe una playa ideal? Posiblemente tantas como usuarios.

En esta primera etapa los atributos naturales o artificiales de la playa y una gestión del borde costero defensiva y no proactiva configuran un escenario donde:

- En ciertos municipios turísticos litorales se carece de un claro responsable de lo que acontece en las playas. Tampoco se cuenta con recursos técnicos que apoyen una mínima gestión.
- Determinados servicios básicos, como el salvamento y la limpieza, normalmente se encuentran subcontratados, siendo el control de su gestión débil y en numerosos casos poco profesionalizado.
- Se carece de un presupuesto anual específico, tanto para la implantación de infraestructuras turísticas básicas (sanitarias, lúdicas, etc.), como para su mantenimiento. Tampoco se han diseñado líneas de financiación específica.
- El único ordenamiento existente se basa en las autorizaciones de temporada. La gestión simplemente consiste en cierto control sobre las actividades de terceros.
- No existe un *plan de ordenación y usos de la playa*, donde se identifiquen claramente las diferentes actividades, se establezcan las ordenanzas correspondientes y se arbitren fórmulas de gestión.
- No se sistematiza una recogida de las opiniones de los usuarios; menos aún se realizan estudios sobre el grado de ocupación de la playa, ni sobre el seguimiento de la estabilidad de las arenas y otros parámetros físicos y biológicos.



- Normalmente se realiza un seguimiento puntual de la calidad de las aguas de baño, aunque incompleto. Tampoco existe una gran capacidad de influencia sobre estos parámetros, pues depende de otras administraciones u organismos.
- Es habitual que exista una preocupación sobre los parámetros que definen las Banderas Azules. El objetivo es el mantenimiento del distintivo.
- Ante situaciones poco habituales, como por ejemplo la presencia de ciertos temporales consecutivos que ponen en peligro la temporada turística, la reacción de las distintas administraciones es lenta, al carecer de mecanismos preventivos adecuados.

El nuevo enfoque en la gestión de las playas

El escenario descrito anteriormente está cambiando, fundamentalmente por la competencia cada vez mayor entre los destinos turísticos, por la complejidad en los servicios prestados y por las crecientes exigencias legales administrativas y medioambientales. Este panorama plantea nuevos retos y conlleva la adopción de una forma distinta de gestión. Los elementos que caracterizan este nuevo enfoque son, entre otros, los siguientes:

- El usuario de las playas ha cambiado. Busca playas diferentes, con personalidad, dinámicas, seguras, capaces de facilitar el disfrute y la interacción social (Fig. 5). Es imprescindible llevar a cabo una encuesta sistemática sobre su grado de satisfacción.
- La gestión costera es compleja. Un cúmulo de administraciones públicas interviene de alguna forma. La gestión integral e integrada del litoral debe enmarcar los intereses del turismo en coordinación con el resto de sectores, dentro de un sistema estructurado de acciones para la mejora de la calidad del destino.
- Resulta ineludible la definición de nuevas estructuras organizativas de gestión local de las playas, basadas en los principios de flexibilidad y corresponsabilidad, capaz de planificar, organizar, dirigir y controlar todas aquellas actividades desarrolladas en las mismas. Debe, asimismo, coordinarse con el resto de administraciones, buscar fuentes de financiación y colaborar activamente con aquellas organizaciones sobre las que se ha delegado algún tipo de responsabilidad.



Fig. 5. El turista busca playas dinámicas y diferentes.

- La gestión de la playa se entiende como un conjunto de procesos interrelacionados que deben garantizar la satisfacción de los usuarios y de todos los afectados. En este nuevo escenario, son los procedimientos, las acciones correctoras y preventivas, la planificación y el control los que deben constituir un sistema que sustente la gestión.
- La gestión se ha profesionalizado. No solo existe una dirección responsable e influyente, sino un auténtico liderazgo sobre un equipo, que se ocupa de las playas de forma permanente.
- La calidad de las playas se basa en la mejora continua, en la satisfacción de los usuarios y en la dirección por procesos. Todo ello debe basarse en un sistema de evaluación de las prestaciones y la satisfacción de los agentes, de acuerdo con los principios de rigor y fiabilidad.
- Existe una línea clara de financiación de las actividades. Se adquiere conciencia de invertir en infraestructuras y en mantenerlas (Fig. 6).

Buena muestra del punto de inflexión alcanzado en este momento lo constituyen diversas iniciativas que están apareciendo de forma simultánea. La gestión medioambiental de las playas de Cádiz, San Sebastián y Cullera se ha certificado recientemente de acuerdo con la norma ISO 14001. Conscientes de la necesidad de gestionar con criterios de calidad las playas, la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) constituyó el 15 de febrero de 2002 dos grupos de trabajo, el AEN/CTN 150/SC1/GT para la elaboración de una guía para la aplicación de la Norma UNE-EN ISO 14001 en las playas de uso público, y otro, el AEN/CTN 66/SC 1/GT, para la aplicación de la Norma UNE-EN ISO 9001. Por otro lado, la Secretaría de Estado de Comercio y Turismo, del Ministerio de Economía, pretende desarrollar un modelo de calidad de las playas turísticas, dentro del denominado Sistema de Calidad Turística Española. Asimismo, la Comunidad Valenciana ha acelerado, a través de Qualitur, que es una iniciativa de la Agencia Valenciana del Turismo (Generalitat Valenciana) para el impulso de la calidad en el sector turístico, la implantación de sistemas de calidad y gestión medioambiental en sus municipios mediante subvenciones específicas.

Sin embargo, la proliferación de distintivos, premios, marcas o sistemas de gestión de la calidad o del medio ambiente no constituye una estrategia que favorezca la transparen-



Fig. 6. El mantenimiento de las infraestructuras es clave para la satisfacción de los usuarios.

cia de información que recibe el consumidor. Si bien la familia de normas ISO 9000 e ISO 14000 suponen unos referentes internacionales de gestión, su aplicabilidad, con carácter general, a cualquier sector, supone cierta falta de especificidad conveniente en estos casos. Tampoco sería acertada la generación de sistemas de gestión de ámbito nacional, poco reconocidos y al margen de la estructura asumida en todo el mundo del aseguramiento de la calidad. Quizá fuese conveniente constituir foros de análisis y debate de estas iniciativas y, junto con aportaciones de diversos ámbitos, como el universitario, el empresarial, las administraciones locales, organizaciones no gubernamentales, etc., generar un sistema de gestión que, guardando una estructura correspondiente a las normas internacionales, supiese incorporar la visión del usuario, y particularizar la realidad de nuestro turismo costero. Todo ello sin renunciar a los éxitos conseguidos por las campañas de Banderas Azules, cuyos requisitos deberían conformar parte del diseño del sistema.

La calidad del producto turístico global en el litoral

La buena gestión de las playas es insuficiente para un destino turístico litoral. La creciente competencia exige que los servicios públicos y empresariales se encuentren equilibrados y sean capaces de satisfacer no solo las expectativas de los turistas sino también las de los propios residentes. Los objetivos perseguidos en la gestión de la playa deben ser coherentes con aquellos otros planificados para el municipio: seguridad integral, limpieza y gestión de residuos, eliminación de barreras arquitectónicas, etc. El turismo litoral, en esta fase, debe abrir procesos de consulta e interlocución con otros estamentos o sectores tangenciales a la actividad turística, desarrollar mecanismos para la identificación de tendencias y oportunidades relacionadas con la oferta y la demanda, acometer una labor diferenciadora incorporando nuevos productos, como el desarrollado por las estaciones náuticas,¹³ aportando la riqueza del turismo rural, cultural y urbano próximo a los bordes costeros y, cómo no, integrándose en planes supramunicipales, capaces de coordinar y orientar los esfuerzos necesarios para el desarrollo coherente y continuado del turismo, considerado éste como un producto global (Fig. 7).



Fig. 7. La gestión de las playas debe integrarse en el conjunto del destino turístico.

Conclusiones

El turismo constituye una actividad que se ha desarrollado rápidamente en los bordes costeros. De hecho, las playas constituyen un recurso de gran trascendencia para los municipios turísticos. Sin embargo, la creciente competitividad entre los distintos destinos y la evolución de la demanda obligan a cambiar el modo de entender la costa y sus playas. Tanto las tendencias actuales en la gestión de la calidad y el medio ambiente en el ámbito empresarial como las ideas orientadas a garantizar una gestión integrada del litoral, expresan claramente la necesidad de articular en los municipios turísticos organizaciones capaces de planificar y ordenar los usos de las playas. Asimismo, la voz del turista y del residente deben escucharse a la hora de establecer los criterios de gestión más adecuados. La aparición, con mayor insistencia, de iniciativas que pretenden certificar la gestión de los servicios de las playas, marca un punto de inflexión que debe complementarse con medidas encaminadas a la coordinación y equilibrio con el resto de objetivos planteados para el municipio turístico. El éxito a largo plazo de un destino turístico litoral se basa en un turismo de calidad organizado dentro de un sistema territorial planificado que integre al conjunto del sistema económico y social con el medio ambiente. □

Víctor Yepes Piqueras
 Doctor Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos
 Director del Área de Producto de la Agencia Valenciana del Turismo
 Generalitat Valenciana
 Profesor Asociado de la Universidad Politécnica de Valencia

Referencias

- Butler, R.W., "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources", *Canadian Geographer*, 24, 1980, pp. 5-12.
- Cooper, C., "The destination life cycle: an update", en Seaton et al. (edit.), *Tourism: The state of the art*, Chichester, John Wiley, 1990, pp.340-346.
- Vera, J.F. (Coord.), *Análisis territorial del turismo*, Barcelona, Ed. Ariel Geografía, 1997.
- Barragán, J.M., *Medio ambiente y desarrollo en las áreas litorales. Guía práctica para la planificación y gestión integradas*, Barcelona, Ed. Oikos-Tau, 1997.
- Yepes, V., "Ordenación y gestión del territorio turístico. Las playas", en Blanquer, D. (Dir.), *Ordenación y gestión del territorio turístico*, Valencia, Ed. Tirant lo Blanch, 2002, pp. 549-579.
- Yepes, V., "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, Ed. Universidad Politécnica de Valencia (Vol. III), 1995, pp. 958-976.
- Houston, J.R., "International and U.S. Beaches", *Shore & Beach*, 64 (2), 1996, pp. 3-4.
- Yepes, V., Cardona, A., "Mantenimiento y explotación de las playas como soporte de la actividad turística. El Plan de Turismo Litoral 1991-99 de la Comunidad Valenciana", *V Jornadas Españolas de Ingeniería de Costas y Puertos*, A Coruña, 2000, Ed. Universidad Politécnica de Valencia (Vol. II), pp. 857-876.
- Leatherman, S.P., "Beach Rating: A Methodological Approach", *Journal of Coastal Research*, 13 (1), 1997, pp.253-258.
- Morgan, R., "A novel, user-based rating system for tourist beaches", *Tourism Management*, 20, 1999, pp. 393-410.
- Dormios, R. (Dir.), *Fréquentation touristique des plages. Étude de clientèles*, Paris, Ed. Agence Française de l'Ingénierie Touristique, 2000.
- Yepes, V., Esteban, V., Serra, J., "Gestión turística de las playas. Aplicabilidad de los modelos de calidad", *Revista de Obras Públicas*, 3385, 1999, pp.25-34.
- Esteban, V. (Dir.), *La oferta turística de las estaciones náuticas*, Valencia, Ed. Universidad Politécnica de Valencia, 2001.

