

LOS TURISMOS DEL LITORAL CATALÁN. UNA APROXIMACIÓN EN BASE A LA EVOLUCIÓN ESTRUCTURAL DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO, 1991-2001¹.

Francesc González Reverté
Santi Guasch Guardis
Lorena Beas Secall
Universitat Oberta de Catalunya
Universitat Rovira i Virgili

Resumen: El objetivo de esta comunicación es ofrecer una diferenciación del espacio turístico catalán desde el punto de vista de la oferta de alojamiento. Para ello se analizan las transformaciones acaecidas entre 1991 y 2001 a través del método estadístico del análisis factorial. A la vista de los resultados se observa que en el conjunto del litoral coexisten diferentes modelos turísticos con estructuras y evoluciones singulares.

Palabras clave: Cataluña, turismo litoral, oferta de alojamiento, modelos turísticos

Abstract: The aim of this paper is distinguish the tourist coastal space of Catalonia from the point of view of accommodation. Transformations happened between 1991 and 2001 are analyzed through the statistical method of factor analysis. At sight of the results it is observed that in coastal localities coexist different tourist models with singular structures and paths of evolution.

Key-words: Catalonia, coastal tourism, accommodation, tourist structures

Résumé

Le but de cet article est distinguer l'espace touristique côtier de la Catalogne du point de vue du logement. Les transformations produites entre 1991 et 2001 sont analysées par la méthode statistique d'analyses de facteurs. À vue des résultats c'est observé que dans des localités côtières coexistent différents modèles touristiques avec differents models d'évolution.

Mots clés : Catalogne, tourisme côtier, logement, modèles touristiques.

En Cataluña coexisten diferentes modelos de desarrollo turístico. Por una parte los heredados de la primera revolución turística. Por otra parte los embriones de una segunda revolución, con productos orientados a demandas específicas y en el marco de políticas de reestructuración parcial o global. En el litoral catalán se da también esta dualidad a pesar de que comúnmente se suele hablar de un modelo indiferenciado de sol y playa convencional para masas. Ciertamente este es un componente clave para interpretar el turismo litoral catalán, pero no el único. La propia morfología resultante del desarrollo de espacios turísticos y residenciales en los municipios litorales da muestra de la variedad de disposiciones y encajes territoriales existentes, tal como demuestran diferentes estudios que toman como punto de partida la representación formal del territorio litoral (Busquets, J. et al, 2003; García, E., 2000). En los cerca de 600 Km. de litoral catalán conviven situaciones tan diversas como destinos turísticos maduros en pleno proceso de reestructuración (Salou), conurbaciones de segunda residencia de tipo suburbano en proceso de metropolización (litoral de la comarca del Baix Penedès) o ya metropolizado (litoral de la comarca del Maresme), nodos globales de jerarquía intermedia que apuestan por el turismo como fórmula de dinamización urbana (Barcelona) y con municipios "satélite" que aprovechan esta dinámica (por ejemplo Sitges), espacios "semivaciós" desde el punto de vista del turismo (el Delta del Ebre) o una segunda línea aun dubitativa y complementaria del litoral pero que ya empieza a manifestar su interés bien por algunos huecos (turismo cultural, rural, de acontecimientos, etc.) que la exclusividad del sol y la playa ha ensombrecido durante décadas, bien como espacios para la ubicación de nuevas ofertas inmobiliarias y turísticas (Anton 2001; Anton 2002).

En este sentido Donaire y Mundet (2001) apuntan las siguientes cinco grandes coordenadas o estrategias a escala local que coexisten para hacer frente a los retos actuales del turismo litoral catalán:

¹ Esta comunicación se inscribe en el proyecto de investigación BSO2001-0758.

1. La mejora de la calidad del espacio turístico a partir de la formulación de planes de recuperación y regeneración de destinos maduros y la intervención en el espacio y los productos turísticos (vehiculazos a través de los Planes de Excelencia Turísticos).
2. La re-creación del espacio urbano, estrategia mediante la que se pretende reconstruir la identidad de núcleos urbanos que han sido fragmentados a causa de la urbanización en mosaico sufrida (creación de un centro urbano identitario, cosido del territorio, oferta de nuevos servicios para la población residente).
3. La estrategia de la sostenibilidad. Aplicación de criterios de sostenibilidad en municipios que han superado la capacidad de carga del territorio (protección de espacios naturales, gestión más eficiente de los recursos naturales, reducción de las expectativas de crecimiento urbano)
4. Los espacios hiperreales. Tendencia a la tematización de espacios turísticos y creación de complejos temáticos como Universal's Port Aventura.
5. El turismo efímero. Proliferación de productos turísticos de corta duración (acontecimientos culturales, deportivos, festivales, etc.).

Objetivo y método

En este trabajo se parte pues de la hipótesis de la existencia de varios modelos de turismo litoral, negando la existencia de un solo formato turístico hegemónico. Para validarla se caracterizan los diferentes espacios turísticos del litoral catalán desde la perspectiva de la evolución de su oferta de alojamiento básica entre 1991 y 2001, un período clave de recomposición, segmentación y renovación en los destinos turísticos litorales españoles (López Palomeque 1988; Priestley 1996; Vera, López Palomeque, Marchena, Anto, S. 1997; Pearce, D y Priestley, G. 1998). Las fuentes empleadas han sido distintas bases de datos (años 1991 y 2001), municipales y por marcas turísticas, sobre oferta de alojamiento turístico y viviendas de uso turístico facilitadas por Turisme de Catalunya, de la Generalitat de Catalunya². Sobre estos datos se ha elaborado un análisis factorial, elaborado con el paquete estadístico SPSS 11.0, con la finalidad de reflejar la estructura de la transformación de la oferta de alojamiento turístico municipal durante la década de los noventa. Los municipios incluidos en la caracterización no son tan sólo los que colindan con el mar sino que se añaden otros que, a pesar de no tener costa, guardan mucha relación, ya sea de dependencia o de complementariedad, con el litoral. Concretamente se incluyen los 289 municipios pertenecientes a las comarcas litorales de Cataluña, un tercio del total de esta Comunidad Autónoma. La base de datos municipal analizada, a pesar que la oferta de alojamiento se concentra de manera muy notoria en la costa estricta, presenta algunas ventajas respecto a trabajar únicamente con los municipios litorales. Responde mejor a la lógica territorial del litoral, que

² Los datos de plazas totales del año 1991 son estimados ya que la información disponible no hace referencia a plazas sino a habitaciones (para los hoteles), unidades de acampada (para los campings) y unidades (en el caso de las viviendas de uso turístico). Igualmente para el año 1991 no se disponía de una base de datos completa de los alojamientos rurales por lo que se ha decidido prescindir de ellos a pesar de ser conscientes de su importancia actual en determinados municipios de segunda línea. Para homogeneizar los datos de 1991 (en unidades) con los de 2001 (en plazas) se ha efectuado una estimación de plazas de 1991 a través de un multiplicador de la manera siguiente: (hoteles: habitaciones por 2; campings: unidades por 3,5; viviendas de uso turístico: unidades por 4,3). Este procedimiento puede justificarse debido a que la comunicación no tiene como objetivo cuantificar con detalle el volumen de oferta turística sino observar las transformaciones temporales en la estructura de dicha oferta. Por otra parte los resultados obtenidos son coherentes con los de otros estudios y fuentes.

geográficamente se extiende más allá de la estricta franja costera, pero sobretodo permite apreciar el peso de la segunda línea como suministradora de oferta turística. El ámbito comarcal generalmente encaja bien con las relaciones funcionales de base diaria y las pautas de movilidad que se establecen durante la estancia turística y los itinerarios y rutas habituales (a excepción de algunos itinerarios que, con origen en los principales centros de turismo de sol y playa internacional, se dirigen hacia hitos turísticos que rebasan el ámbito comarcal: Montserrat, la ciudad de Barcelona, Port Aventura, etc.).

Los datos utilizados, el alojamiento turístico municipal existente en 1991 y de 2001, no permiten por sí solos especificar los aspectos cualitativos de la transformación turística reciente, que deberían completarse con otros datos relacionados con la ocupación de las plazas, la satisfacción del cliente, los precios de venta o la introducción de criterios de calidad y de sostenibilidad. A pesar de estas limitaciones, algunas difícilmente superables debido a la inexistencia de estadística municipal oficial, la única fuente de información es por sí sola suficientemente representativa para dar una imagen fidedigna de la evolución de la estructura turística del litoral catalán. La cuantificación y localización geográfica de la nueva oferta turística basta para caracterizar inicialmente los nuevos panoramas turísticos que surgen de las políticas de reposicionamiento del sector, con inversión pública y privada, pero también de las transformaciones socioterritoriales y urbanas en marcha desde hace una década (Anton 1997; Donaire, Fraguell y Mundet 1997; Donaire y Mundet 2001; González Reverté 2002; Oliveras 1999).

1. El crecimiento del parque de alojamiento turístico durante los años 90. ¿Una década prodigiosa?

Más allá de los resultados empresariales o de la mayor o menor adaptación a nuevas percepciones y emociones sugeridas por parte de la demanda, las cifras de la evolución del parque de la oferta turística del litoral catalán³ destacan por su abultado crecimiento. De 1991 a 2001 el "crecimiento vegetativo" de camas turísticas o de uso turístico ha sido positivo en casi 125.000 plazas. Dado que la "mortalidad" por cierre y desaparición o cambio de categoría arroja un valor de casi 50.000 plazas, la "natalidad" de la oferta turística ha sido del orden de 170.000 plazas, con un promedio de 17.000 plazas por año⁴. Una primera lectura del fenómeno correlaciona el crecimiento de la oferta con el incremento del número de visitantes y de pernoctaciones experimentadas. Pero además cabe preguntarse por el papel que la recomposición de la oferta (especialmente hotelera) ha jugado en el incremento del conjunto de plazas o por la incorporación de municipios de segunda línea al mercado turístico.

En este sentido el crecimiento de la capacidad de alojamiento entre 1991 y 2001 ha transcurrido de manera irregular según la categoría de la oferta turística. En el conjunto del litoral, tanto para el caso de los hoteles como para los campings, la oferta de plazas se ha reducido para las plazas de categoría inferior (una y dos estrellas hoteleras y primera y segunda categoría de camping) mientras que las categorías superiores (cuatro y cinco estrellas en hotel y tercera categoría y lujo en camping) crecen. La gradación es clarísima en el caso de las plazas hoteleras donde el máximo decrecimiento sucede en la

³ Entiéndase de los municipios de las comarcas litorales de Cataluña.

⁴ La cifra aumentaría hasta más de 300.000 plazas si se incluyeran, como es usual, las viviendas vacías dentro de la categoría de viviendas de uso turístico. Algunas discrepancias con el avance del Censo de la vivienda del 2001 y el hecho que un porcentaje elevado de viviendas vacías difícilmente han de tener un componente recreativo asociado (especialmente las de Barcelona y su conurbación), justifican que no creamos adecuadas tenerlas en cuenta para explicar la dimensión turística de la oferta municipal.

categoría una estrella (-54,6%), continua en la de dos estrellas (-19,6%), se torna positivo en la de tres estrellas (74%), aumenta espectacularmente en la de cuatro (141,2%) y finalmente incrementa de manera ligera en la categoría de cinco estrellas (6,2%). En el caso del camping la tendencia ha sido muy similar con la única diferencia que el mayor aumento de plazas se ha dado en la categoría de lujo (110,1%).

Estas cifras no pueden hacer olvidar, no obstante, que el auténtico protagonista del crecimiento global del parque de alojamiento turístico en el litoral catalán son las viviendas de uso turístico. Las 105.461 plazas estimadas (principalmente residencias secundarias) que se añaden a las existentes en 1991 suponen el 85,5% del crecimiento total, mientras que las 17.853 plazas de hotel y camping añadidas desde 1991 representan menos de una cuarta parte del crecimiento total (14,5%).

La relación entre el crecimiento de la oferta de alojamiento con el incremento del número de visitantes y de pernoctaciones registrado no es suficiente para explicar la recomposición de la oferta de alojamiento turístico. Ciertamente, durante la última década un conjunto de factores han favorecido la llegada de turistas a Cataluña, especialmente al litoral, y ello ha contribuido al comportamiento expansivo de la oferta total, aunque mucho más moderado en la creación de plazas de hotel y camping. A pesar de la existencia de síntomas de agotamiento en el modelo turístico litoral mediterráneo (Aguiló, 1995; Vera, 1994; Vera y Monfort, 1994) la coyuntura geopolítica de los años 90 fue favorable a la llegada de turistas a Cataluña. La inestabilidad política en el norte de África, la guerra del Golfo Pérsico y la desintegración de Yugoslavia frenaron la iniciativa de algunos de los destinos competidores del Mediterráneo (Croacia, Egipto, Turquía) e impidieron que los síntomas de agotamiento del modelo turístico se convirtieran en una crisis permanente.

Pero al margen de los elementos coyunturales, ¿podemos deducir, no obstante, que el éxito económico del turismo durante esta década se ha traducido en una recomposición interna tendente a la recalificación? La respuesta varía según la escala territorial de observación. Si medimos la calidad por la categoría del establecimiento vemos que las cifras han mejorado para el conjunto del litoral catalán. De 1991 al 2001 la oferta de plazas turísticas de categoría inferior pasa del 10,3% al 4,6% del total de plazas turísticas (incluidas las viviendas de uso turístico); mientras que las plazas de categorías altas saltan del 4,6% al 7,7% de la oferta total. Por otra parte, para el mismo período de tiempo, el crecimiento de la oferta de plazas de categoría alta (64.256) supone el 52,1% del total (123.314). Si bien estas cifras marcan una mejora en el proceso de calificación existen dos condicionantes que alteran la valoración positiva. En primer lugar no hay que perder de vista que el crecimiento de las plazas de oferta se fundamenta en las plazas de viviendas de uso turístico. En segundo lugar la distribución territorial de dichos cambios no es homogénea por lo que se constata la coexistencia de modelos turísticos continuistas con otros que apuestan por el cambio cualitativo. Es preciso pues efectuar una primera visión territorial del cambio estructural de la oferta a escala regional, mediante las marcas turísticas del litoral catalán.

El análisis global por marcas turísticas del litoral catalán ofrece como aspecto más destacable el incremento del promedio de número de plazas por establecimiento hotelero, situación que se relaciona con el descenso del número de establecimientos. En el caso de los cámpings Por marcas turísticas el Maresme (177) y, nuevamente, la Costa Daurada (141) registran las ratios más elevadas, esta última con la peculiaridad añadida que registra un aumento del número de establecimientos totales (véase la tabla 1). Los cámpings catalanes tienden a crecer a la par que reducen su capacidad. Sin embargo

encontramos marcas turísticas que difieren de esta tendencia (Costa del Garraf, Costa del Maresme).

Tabla 1. Evolución del número de establecimientos y de plazas por tipo de establecimiento en cada marca turística, 1989-2000

Tipo Establecimiento	Nº Establec.1 989	Nº Establec.2 000	Plazas/ establec. 1989	Plazas/ establec. 2000
Hoteles				
Barcelona	673	422	47,9	83,5
Catalunya Central	215	173	32,2	49,4
Costa Brava	968	787	83,1	98,4
Costa Daurada	302	324	109,4	141,7
Costa de Garraf	194	137	41,8	61,4
Costa del Maresme	288	192	102,6	177,4
Pirineus - Prepirineus	403	437	45,4	42,4
Terres de Lleida	113	86	37,8	45,2
TOTAL	3.156	2.558	67,4	90,7
Cámpings				
Barcelona	0	0	0	0
Catalunya Central	7	22	342,9	305,7
Costa Brava	109	113	1170,6	952,3
Costa Daurada	78	78	1006,0	860,8
Costa de Garraf	24	15	1591,3	1698,9
Costa del Maresme	39	32	588,5	567,8
Pirineus - Prepirineus	52	102	443,5	283,9
Terres de Lleida	6	7	361,0	248,3
TOTAL	315	369	936,0	693,3
Casas rurales				
Barcelona	0	0	0	0
Catalunya Central	2	79	10,5	8,4
Costa Brava	4	97	12,5	10,4
Costa Daurada	5	77	10,4	8,0
Costa de Garraf	2	17	3,5	7,5
Costa del Maresme	0	6	0	8,5
Pirineus - Prepirineus	85	349	8,8	8,4
Terres de Lleida	2	25	9,0	8,7
TOTAL	100	650	9,0	8,6

Fuente: *Anuari estadístic de Catalunya (2003)*

Finalmente, las casas de turismo rural experimentan el mayor aumento, multiplicándose por 6, a pesar que su contribución al total de plazas turísticas catalanas es marginal. Su tendencia es a disminuir ligeramente el número de plazas por establecimiento (de 10 a 9 plazas por establecimiento).

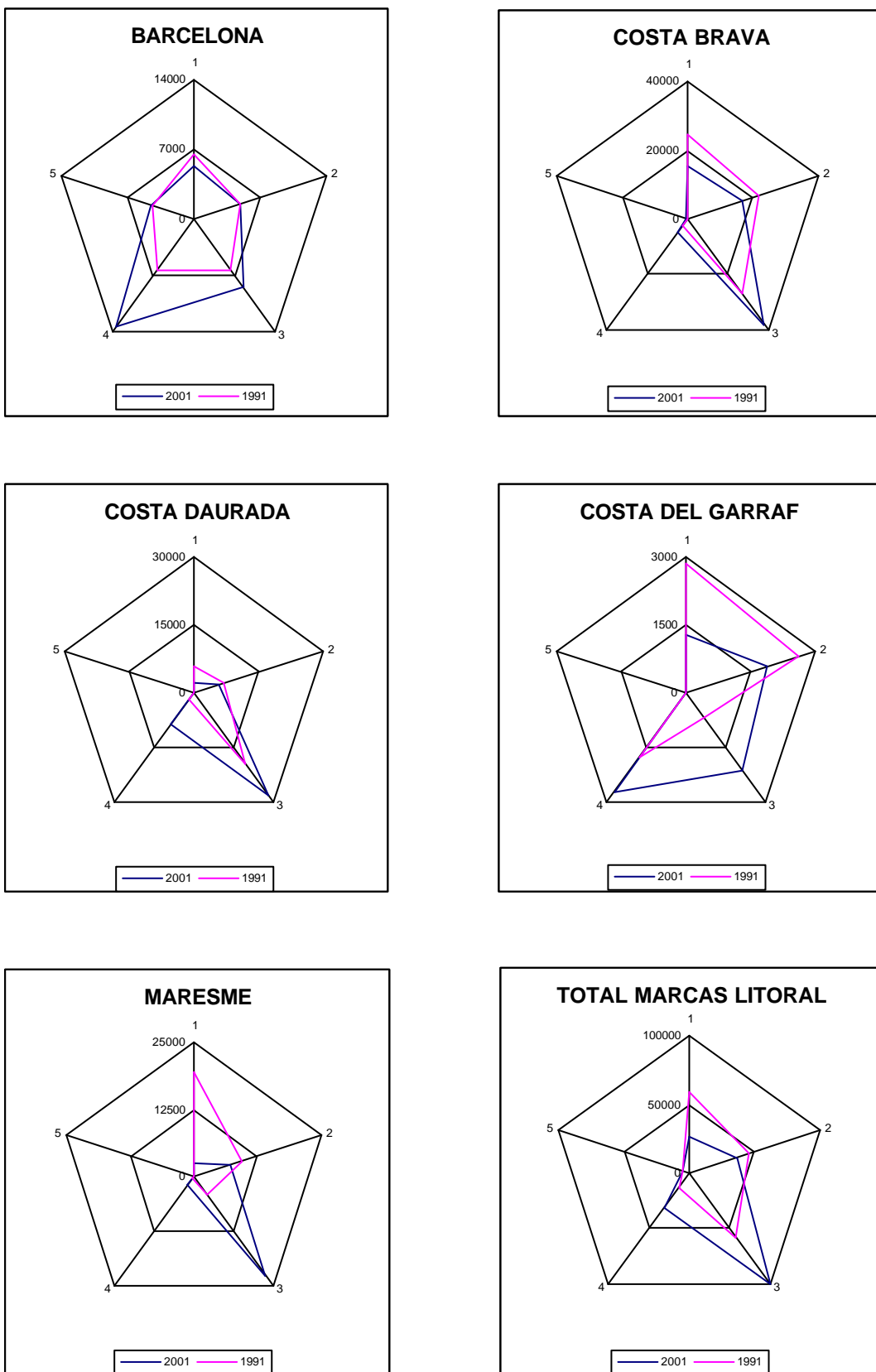
El análisis dinámico de la estructura de alojamiento de las diferentes marcas turísticas litorales catalanas proporciona información más detallada sobre el cambio cualitativo producido. Si tomamos como referencia el alojamiento hotelero observamos que, para el conjunto del litoral, el aumento de categoría entre 1991 y 2001 equivale aproximadamente a media estrella, reduciéndose considerablemente el espacio que anteriormente ocupaban las categorías de alojamiento de una y dos estrellas en beneficio

de la de tres y con un ligero repunte de las de 4 estrellas. Si analizamos cada marca turística litoral por separado vemos como todas ellas tienden a mejorar la categoría total de las plazas hoteleras, pero a ritmos muy diferentes (véase la figura 1). Las marcas más dinámicas en el desplazamiento de categoría hotelera son el Maresme y la Costa del Garraf. El Maresme, con el 17,1 % del total de plazas hoteleras del litoral catalán, pasa de una oferta dominada por la categoría más baja (una estrella) a una oferta basada en la categoría de tres estrellas. La Costa del Garraf (4% del total) transvasa su estructura tradicional fundamentada en las categorías una y dos estrellas en otra de mayor valor añadido, centrada en las tres y cuatro estrellas. La Costa Daurada, que aumenta el peso de las cuatro y, sobretodo tres estrellas, presenta un salto cualitativo menos vistoso, si se compara con la evolución de las dos anteriores marcas, pero globalmente resulta más importante ya que su volumen de plazas hoteleras es superior (22,6%). Barcelona (18,3% del total) es un modelo claramente diferenciado del resto con una evolución de su oferta hacia las categorías más altas, especialmente la de cuatro estrellas. Finalmente la Costa Brava (37,9% del total) presenta una tendencia al estancamiento en la categoría media-baja, a pesar que reduce ligeramente las categorías 1-2 estrellas y aumenta, también escasamente, la categoría 3 estrellas.

En la tabla 2 se aprecia igualmente la magnitud del cambio estructural hotelero que durante la década de los noventa ha afectado las marcas litorales catalanas. En Barcelona la tendencia ha sido la fuerte caída de las plazas de categoría baja (1-2 estrellas), con un descenso de doce puntos; el mantenimiento de la categoría media (3 estrellas) y el aumento notable de la categoría alta (a pesar del ligero descenso de la categoría 5 estrellas) de tal manera que si el año 1991 existía un 37,7% de plazas de 4-5 estrellas, el año 2001 se convirtió en prácticamente la mitad del parque hotelero (48,7%). En definitiva los cambios en la oferta han sido suficientes para afectar de manera notable la estructura de calidad hotelera. En la Costa Brava, en cambio, la dinámica ha sido muy diferente durante este período. Por tanto, ni la disminución, en cifras absolutas, de la oferta de baja categoría ni los tres puntos porcentuales ganados en la categoría alta (de 3,6% del total de la oferta hotelera en 1991 al 6,7% en el 2001) no han bastado para transformar una estructura centrada en la categoría media-baja.

En el Maresme se da una situación intermedia respecto a las dos anteriores marcas (aumento de las 3-4 estrellas del 1,3% al 5,2%; y transvase de las plazas de dos hacia las tres estrellas), con unas transformaciones insuficientes para el cambio estructural hacia la categoría alta pero capaz de pasar del predominio de la baja categoría a la categoría media. Finalmente, las marcas Costa Daurada y Costa del Garraf han conseguido invertir una situación estructural de partida centrada en una escasa presencia de plazas de categoría media-alta (especialmente la Costa Daurada) y predominio de las categorías baja (Costa del Garraf) y media-baja (Costa Daurada). En el 2001, en cambio, la estructura de oferta hotelera se transforma decididamente hacia la de categoría media-alta (en la Costa Daurada el 83% del total de plazas pertenece a esta categoría, de las cuales un 19,8% son de 4 estrellas; en la Costa del Garraf los porcentajes son, respectivamente, el 62% y el 33,8%).

Figura 1. Evolución de la categoría hotelera en las marcas turísticas del litoral catalán, 1991-2001.



Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 2. Evolución de la estructura de la oferta de alojamiento hotelero por marcas turísticas del litoral de Cataluña, 1991-2001

Any	Tipo de alojamiento	Barcelona	%	Costa Brava	%	Costa Daurada	%	Costa del Garraf	%	Maresme	%	Total	%
2001	Hotel 1 estrella	5288	14,5	15614	20,6	2175	4,8	1283	16,0	2450	7,2	26810	13,4
	Hotel 2 estrellas	4848	13,3	17000	22,4	5779	12,8	1911	23,8	7199	21,0	36737	18,4
	Hotel 3 estrellas	8574	23,5	38128	50,3	28159	62,5	2116	26,4	22822	66,6	99799	50,0
	Hotel 4 estrellas	13303	36,5	4686	6,2	8936	19,8	2715	33,8	1794	5,2	31434	15,7
	Hotel 5 estrellas	4448	12,2	378	0,5	0	0	0	0	0	0	4826	2,4
	TOTAL HOTELES	36461	100	75806	100	45049	100	8025	100	34265	100	199606	100
	Camping lujo	0	0	5642	3,9	2968	3,3	0	0	0	0	8610	3,0
	Camping 1a	0	0	79779	54,5	39249	43,1	22519	75,1	515	2,3	142062	49,0
	Camping 2a	0	0	52595	36,0	37398	41,1	6990	23,3	16751	74,9	113733	39,3
	Camping 3a	0	0	8236	5,6	11410	12,5	480	1,6	5100	22,8	25225	8,7
TOTAL CÀMPINGS	0	0	146251	100	91025	100	29988	100	22365	100	289629	100	
APARTAMENTOS	777900	100	618744	100	793071	100	314369	100	210459	100	2714543	100	
TOTAL OFERTA	814361		840801		929144		352382		267089		3203777		
1991	Hotel 1 estrella	6528	22,9	24422	32,2	5770	16,9	2848	36,0	19564	58,8	59132	32,9
	Hotel 2 estrellas	4840	17,0	21918	28,9	7070	20,7	2598	32,8	9256	27,8	45682	25,4
	Hotel 3 estrellas	6404	22,5	26794	35,3	19410	56,9	698	8,8	4004	12,0	57310	31,9
	Hotel 4 estrellas	6414	22,5	2532	3,3	1876	5,5	1772	22,4	438	1,3	13032	7,3
	Hotel 5 estrellas	4326	15,2	218	0,3	0	0	0	0	0	0	4544	2,5
	TOTAL HOTELES	28512	100	75884	100	34126	100	7916	100	33262	100	179700	100
	Camping lujo	0	0	4099	2,9	0	0	0	0	0	0	4099	1,4
	Camping 1a	0	0	80878	57,6	36831	42,4	34615	81,2	3441	12,8	155764	52,5
	Camping 2a	0	0	52070	37,1	41682	48,0	7518	17,6	16737	62,0	118006	39,8
	Camping 3a	0	0	3343	2,4	8320	9,6	480	1,1	6804	25,2	18946	6,4
TOTAL CÀMPINGS	0	0	140389	100	86832	100	42613	100	26982	100	296814	100	
APARTAMENTOS	487048	100	614861	100	671716	100	331908	100	237850	100	2343384	100	
TOTAL OFERTA	515560		831134		792673		382437		298094		2819898		

Fuente: *Turisme de Catalunya y elaboración propia*

Los cambios en la estructura hotelera apuntan pues hacia una reestructuración parcial del litoral catalán, con tramos dinámicos que esponjan su oferta “sobrante” y la califican (Barcelona, Costa Daurada, Costa del Garraf y, en menor medida el Maresme); y tramos donde persiste una estructura hotelera de categoría baja (Costa Brava). Aunque no es el único factor que interviene, pensamos que forzosamente el cambio estructural repercutirá en el precio y margen de beneficio del producto y en el nivel salarial de los empleados. A pesar que factores como la dependencia respecto a los mayoristas de viaje, la amortización de las inversiones o la atomización empresarial pueden empañar los resultados económicos de la reestructuración, con toda seguridad allí donde se dan las dinámicas de recalificación hotelera con menor intensidad, o donde todavía no se han manifestado, la capacidad competitiva será más vulnerable.

Por último en este apartado queremos desarrollar un análisis a escala municipal sobre el comportamiento de la oferta de los diez primeros municipios turísticos del litoral catalán por volumen de plazas de alojamiento (hoteles y camping, sin contar las viviendas de uso turístico).

Estos municipios disponían, el año 2001, un total de 206.500 plazas turísticas (el 42,2% del total del litoral catalán), de las cuales 142.320 correspondían a camas hoteleras (73,3% del total del litoral). En la mayoría de los municipios turísticos el cambio de la estructura de la oferta ha sido superior al conjunto de la marca turística a la que pertenece.

En este sentido, la mayoría de casos han reducido entre un 25 y un 50% su oferta de categoría de una y de dos estrellas y han aumentado sensiblemente las de tres y cuatro estrellas. Independientemente de la tendencia que toma la mejora, algunos municipios han reajustado también su parque de alojamiento turístico disminuyendo el número total de plazas (Lloret de Mar, Calella, Malgrat de Mar y Roses) mientras que el resto ha reorganizado su oferta en un contexto de crecimiento (sobretudo Barcelona, Salou y Cambrils).

En definitiva, la reestructuración de la oferta turística tiene en los principales municipios turísticos del litoral catalán su punta de lanza, de tal manera que si en el año 1991 la distribución en categoría baja, media y alta era del 53%, 36,3% y 10,7% respectivamente, durante el 2001 se pasó al 26,2%, 55,5% y 18,3% respectivamente (véanse las tablas 3, 4 y 5).

En las comarcas litorales catalanas, la comparación entre municipios litorales y de interior muestra que los 68 municipios costeros (los 20 primeros de los cuales tenían el año 2001 el 50% de la oferta total de los municipios de las comarcas litorales) han presentado un balance positivo de 19.130 plazas turísticas entre 1991 y 2001 (que se convierten en 147.545 si sumamos también las residencias secundarias) mientras que los restantes 221 municipios de interior crecieron 11.738 plazas turísticas. A pesar de que los municipios no litorales disponen de un volumen de alojamiento mucho menor que el del litoral han experimentado crecimientos turísticos significativos parecidos en términos absolutos a los del litoral y superiores en términos relativos. Una diferencia significativa estriba en la diferente composición cualitativa del crecimiento de la oferta entre litoral e interior. Así, si en los municipios litorales el umbral de crecimiento responde a los hoteles de 3 y 4 estrellas y en los camping de tercera categoría, en los municipios de interior el protagonismo recae sobretudo en los hoteles de 3 estrellas. Por

Tabla 3. Evolución de la estructura de alojamiento hotelero en los 10 principales municipios turísticos del litoral catalán, 1991-2001

Municipio	1 est	2 est	3 est	4 est	5 est	Total	Total plaz. turíst.	Total plazas	1 est	2 est	3 est	4 est	5 est	Total	Total plaz. turíst.	Total plaz.
	2001								1991							
Barcelona	5080	4642	8295	13303	4448	35768	35768	670009	6190	4682	6404	6414	4326	28016	28016	423014
Lloret de Mar	4423	5509	19591	1583	0	31106	35894	74388	8982	8878	12766	1008	0	31634	38165	79866
Salou	251	1893	19288	1909	0	23341	30971	113011	2110	3590	13376	770	0	19846	27014	109651
Calella	1138	3661	8343	701	0	13843	16458	31538	8546	5608	896	274	0	15324	18590	33953
Santa Susanna	0	305	6976	702	0	7983	11567	15557	2338	0	2000	0	0	4338	8731	13516
Tossa de Mar	1946	2521	2674	314	0	7455	16629	36249	2994	1626	2490	262	0	7372	14743	32644
Roses	1071	1263	4020	350	62	6766	11054	85848	1444	2326	3060	132	0	6962	11117	78949
Malgrat de Mar	225	1273	4387	391	0	6276	11337	22685	4140	868	456	0	0	5464	12359	22903
Cambrils	157	453	2997	1484	0	5091	18559	92291	158	792	3424	0	0	4374	15245	79190
Castell-Platja d'Aro	842	626	2367	712	144	4691	18264	61260	590	1168	1026	220	158	3162	16102	69817
TOTAL	15133	22146	78938	21449	4654	142320	206500	1202835	37492	29538	45898	9080	4484	126492	190080	943505

Fuente: *Turisme de Catalunya* y elaboración propia

Tabla 4. Evolución porcentual de la estructura de alojamiento hotelero en los 10 principales municipios turísticos del litoral catalán, 1991-2001

Municipio	2001						1991					
	1 estr.	2 estr.	3 estr.	4 estr.	5 estr.	Total	1 estr.	2 estr.	3 estr.	4 estr.	5 estr.	Total
Barcelona	14,20	12,98	23,19	37,19	12,44	100	22,09	16,71	22,86	22,89	15,44	100
Lloret de Mar	14,22	17,71	62,98	5,09	0	100	28,39	28,06	40,36	3,19	0	100
Salou	1,08	8,11	82,64	8,18	0	100	10,63	18,09	67,40	3,88	0	100
Calella	8,22	26,45	60,27	5,06	0	100	55,77	36,60	5,85	1,79	0	100
Santa Susanna	0	3,82	87,39	8,79	0	100	53,90	0	46,10	0	0	100
Tossa de Mar	26,10	33,82	35,87	4,21	0	100	40,61	22,06	33,78	3,55	0	100
Roses	15,83	18,67	59,41	5,17	0,92	100	20,74	33,41	43,95	1,90	0	100
Malgrat de Mar	3,59	20,28	69,90	6,23	0	100	75,77	15,89	8,35	0	0	100
Cambrils	3,08	8,90	58,87	29,15	0	100	3,61	18,11	78,28	0	0	100
Castell-Platja d'Aro	17,95	13,34	50,46	15,18	3,07	100	18,66	36,94	32,45	6,96	5,00	100

Fuente: *Turisme de Catalunya y elaboración propia*

Tabla 5. Evolución absoluta de la oferta de alojamiento en los 10 principales municipios turísticos del litoral catalán, 1991-2001

Municipio	Diferencia 1991-2001 plazas totales*	Diferencia 1991-2001 plazas turísticas
Barcelona	246995	7752
Lloret de Mar	-5479	-2271
Salou	3359	3957
Calella	-2416	-2132
Santa Susanna	2041	2837
Tossa de Mar	3606	1886
Roses	6899	-63
Malgrat de Mar	-218	-1022
Cambrils	13101	3314
Castell-Platja d'Aro	-8557	2163

* Incluidas las viviendas de uso turístico

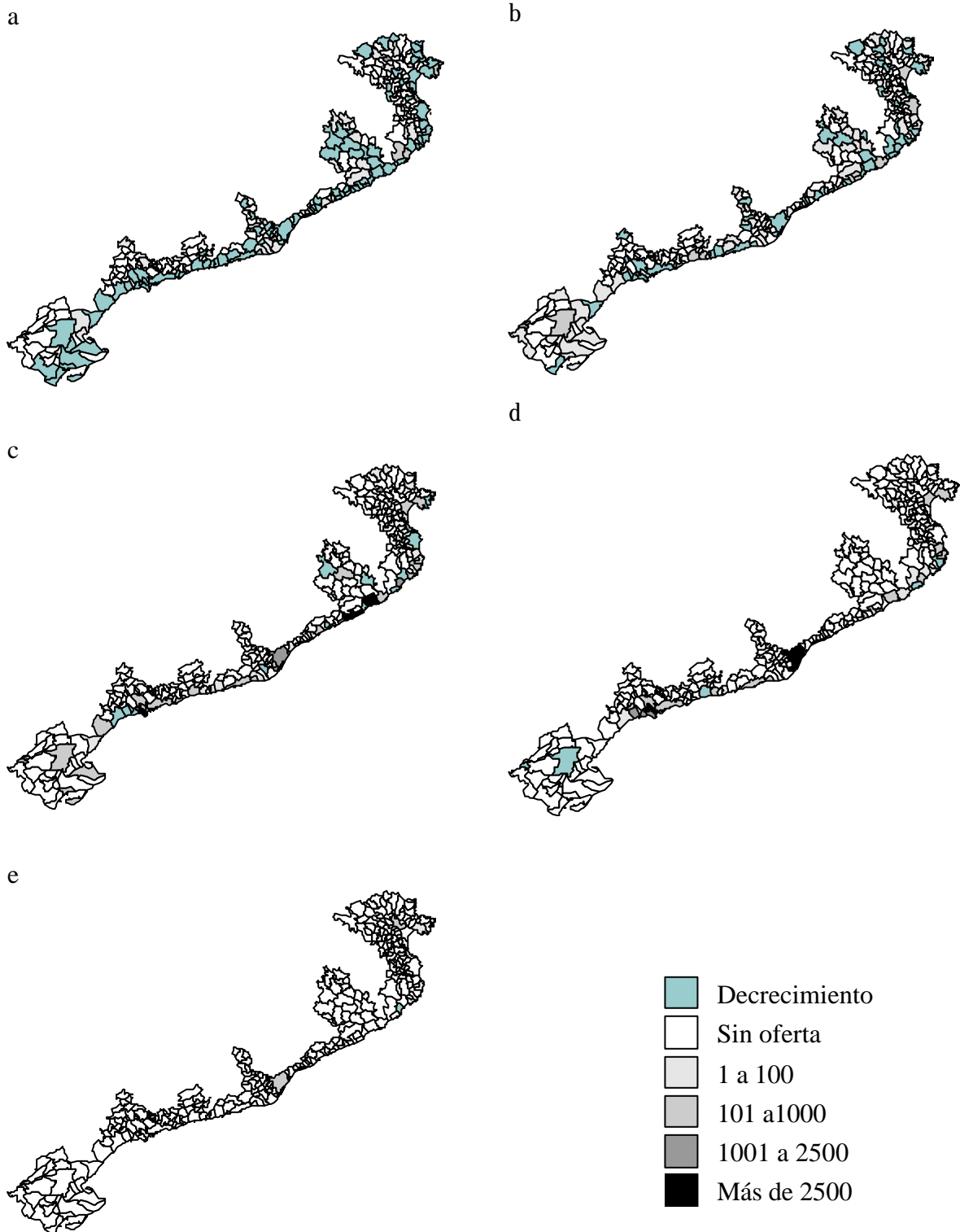
Fuente: *Turisme de Catalunya y elaboración propia*

otra parte el decrecimiento de la oferta de menor categoría (hoteles de 1 y 2 estrellas principalmente) ha sido mayor en los municipios litorales que en los de interior, aunque en éstos últimos se detecta también la misma tendencia.

Por lo que respecta a las plazas de segunda residencia el comportamiento es aparentemente diferente. Mientras que los municipios litorales ganan 128.415 plazas los de interior pierden 22.953 plazas. Si bien la tendencia alcista del litoral se entiende perfectamente con sólo observar el *skyline* de grúas que ha predominado durante la última década y media, la explicación del descenso en el interior es más compleja. Bien pudiera ser que la integración metropolitana de buena parte de las comarcas litorales catalanas conduzca hacia una progresiva conversión de segundas a primeras residencias (caso del Maresme, el Baix Llobregat, el Garraf y algunos municipios del Baix Penedès y de la Selva), pero posiblemente existe también un desconcierto censal sobre la asignación de viviendas vacías ya que, si las tenemos en cuenta, el balance se invierte y resulta un aumento positivo de 57.620 plazas para el conjunto de municipios no litorales. Podría ser pues que el conjunto de interior hubiera ganado residencias secundarias aunque oficialmente constaran como parque de vivienda vacío. Las cifras y la cartografía que reflejan las transformaciones por tipos de oferta y según categoría del parque turístico de las comarcas costeras catalanas permite detallar en mayor medida algunos de los aspectos expuestos hasta ahora (véanse la tabla 6 y los mapas 1 y 2).

En general los establecimientos hoteleros de categoría baja de una o dos estrellas tienden a disminuir. Sin embargo la tendencia es mucho más marcada entre los municipios litorales que en los de segunda línea e interior.

Mapa 1. Evolución de las plazas de alojamiento hotelero en los municipios de las comarcas litorales de Cataluña, 1991-2001



a= Hotel 1 estrella
 b= Hotel 2 estrellas
 c= Hotel 3 estrellas
 d= Hotel 4 estrellas
 e= Hotel 5 estrellas

Fuente: *Turisme de Catalunya, 1991 y 2001*

Por ejemplo, en la categoría de una estrella la tendencia a la disminución es constante en el litoral (con la excepción de una decena de municipios) pero más irregular en el interior. Para los alojamientos de dos estrellas esta irregularidad se transmite también a algunos ámbitos litorales, especialmente los menos turistificados y maduros que todavía ganan plazas de esta categoría, mientras que entre los de interior existen bastantes municipios que incrementan plazas en esta categoría. La categoría hotelera de tres estrellas representa una situación diferente. Tan sólo algunas ciudades pequeñas y medianas del interior (y algún municipio de l'Alt Empordà) se ajustan a los incrementos de plazas, mientras que en el litoral son mayoría los municipios que las incrementan. Esta misma tendencia se acentúa para la categoría de cuatro estrellas, mientras que para el caso de la categoría de cinco estrellas crecen en tres de los cuatro municipios que disponían de ellos (Barcelona, Perelada y Roses) y decrecen en el otro (Castell-Platja-d'Aro).

Tabla 6. Evolución de las plazas turísticas y residenciales en los municipios de las comarcas litorales de Cataluña, 1991-2001

Tipo alojamiento	2001	%	1991	%	Diferencia	Diferencia %
Hotel 1 estrella	26810	1,4	59132	3,3	-32322	-54,6
Hotel 2 estrellas	36737	1,9	45682	2,6	-8945	-19,6
Hotel 3 estrellas	99799	5,3	57310	3,2	42489	74
Hotel 4 estrellas	31434	1,7	13032	0,7	18402	141,2
Hotel 5 estrellas	4826	0,3	4544	0,3	282	6,2
Cámping 1ª	40589	2,1	44504	2,5	-3915	-8,7
Cámping 2ª	32495	1,7	33716	1,9	-1221	-3,6
Cámping 3ª	7207	0,4	5413	0,3	1794	33
Cámping Lujo	2460	0,1	1171	0,1	1289	110,1
Viviendas U.T.	1611515	85,1	1506054	85,1	105461	7
TOTAL	1893872	100	1770558	100	123314	6,9

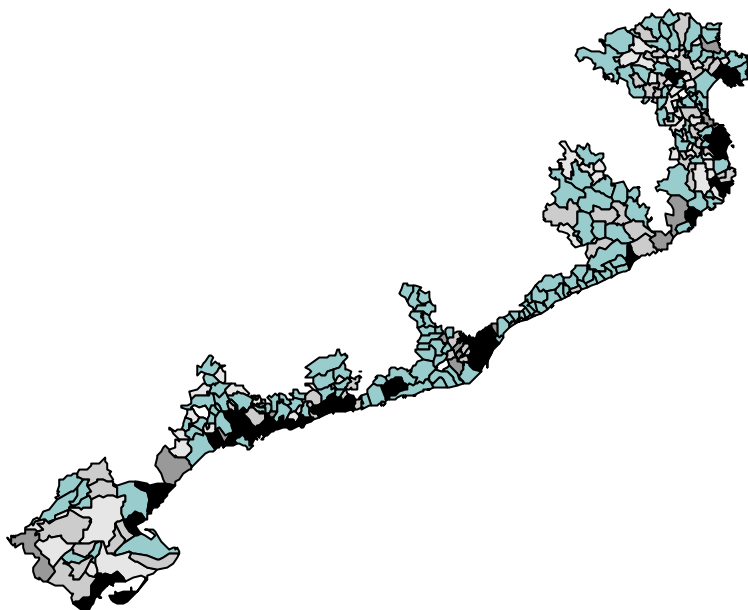
Fuente: *Turisme de Catalunya, 1991 y 2001*

En síntesis, durante los años 90 la primera línea o municipios litorales estrictos han reducido la densidad de la oferta de alojamiento hotelera de categoría baja (una y dos estrellas) recalificándola hacia la de tres, sobretodo, y cuatro estrellas. Por el contrario en el interior, y a pesar que el número total de plazas también ha disminuido, existe un buen número de municipios que entran en la dinámica turística a través de las categorías de una, y sobretodo, de dos estrellas. En cambio, al subir a la escala media (tres estrellas) y alta (cuatro y cinco estrellas) los municipios de interior desaparecen del mapa (con alguna excepción) y los incrementos se concentran casi exclusivamente en el litoral. Por lo tanto podemos afirmar que son especialmente los municipios con mayor volumen de oferta hotelera y especialización turística los que contribuyen al aumento de la categoría hotelera en las comarcas litorales de Cataluña.

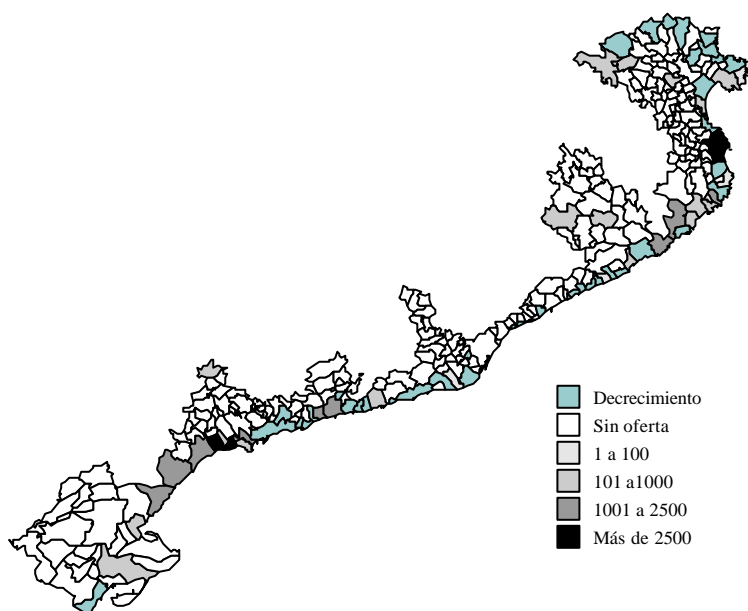
Por lo que respecta a las plazas de camping, independientemente de la categoría existe una tendencia hacia la redistribución de la oferta hacia el litoral meridional y algunos municipios de interior, mientras que en el litoral central disminuyen las plazas y en el septentrional hay situaciones diversas. Posiblemente factores como la apertura de nuevos espacios al turismo, en estadios iniciales por tanto, y la búsqueda de ambientes preferentemente poco urbanizados responden a la tendencia centrífuga en la localización de las nuevas plazas generadas durante la década de los noventa.

Mapa 2. Evolución de las plazas de segunda residencia y de camping en los municipios de las comarcas litorales de Cataluña, 1991-2001

a



b



a = Evolución de las plazas de segunda residencia, 1991-2001

b = Evolución de las plazas de camping, 1991-2001

Fuente: *INE, Censo de la Vivienda, 1991 y 2001; y Turisme de Catalunya, 1991 y 2001*

Por su parte la distribución territorial de la evolución de las plazas de segunda residencia obedece sobretodo a dos fenómenos. En primer lugar a la integración metropolitana de la mayoría de los municipios de las comarcas incluidas en la Región metropolitana de Barcelona, hecho que explicaría la mayoría de casos donde se produce un descenso; y, en segundo lugar, los incrementos repartidos por el resto de territorio, especialmente sobre los bordes "periféricos", pueden obedecer a la incesante marcha del motor inmobiliario. No obstante queda pendiente para futuros estudios acabar de definir si la distribución responde a las olas sucesivas de desplazamiento del uso residencial recreativo que predice el modelo de Lundgren en relación a los espacios metropolitanos y perimetropolitanos, o bien obedecen a otros factores vinculados a la inversión mercantil basada en la vivienda (Lungren, 1974).

Por otro lado, el uso del parque de viviendas como segunda residencia es controvertido para la actividad turística. Si bien es cierto que incrementa notablemente las cifras de visitantes en los destinos y genera importantes ingresos a los municipios (no sólo durante el proceso de construcción, sino que también es uno de los puntales de los ingresos presupuestarios locales a través de tasas e impuestos) no genera valor añadido como servicio turístico, al contrario que el resto de oferta de alojamiento turístico.

Al margen de estas consideraciones sobre el contenido turístico real de la modalidad de oferta "viviendas de uso turístico", su desmedido crecimiento (durante la década analizada el 85% del incremento de la oferta de alojamiento turístico -105.461 unidades- corresponde a viviendas de uso turístico) plantea problemas territoriales que afectan al conjunto del sector turístico. El problema es doble. Por un lado el uso extensivo del territorio al que induce el crecimiento inmobiliario desgasta los recursos naturales sobre los que se fundamenta la actividad turística (suelo, agua y paisaje principalmente); por otro lado, y en términos de localización geográfica, ejerce una competencia directa sobre los hoteles y otras formas de alojamiento turístico ya que la mayoría de lugares idóneos para el establecimiento de servicios turísticos están ocupados ya para el uso residencial.

El crecimiento del parque residencial se ha apoyado en el uso extensivo del territorio y el consumo de recursos no renovables. Algunos estudios demuestran que el crecimiento urbano reciente en espacios metropolitanos ha sido mucho mayor que el incremento demográfico asociado y que la superficie ocupada durante los últimos veinte años ha sido superior a la que se ha ocupado anteriormente en toda la historia (González, F. & Oliveras, J., 2003; Monclús, F.J.; Nel-lo, 2001). Buena parte del litoral catalán queda inmerso en esta dinámica de metropolización a través del consumo de segundas residencias y por la expansión territorial del mercado inmobiliario.⁵ El crecimiento urbano sobre el litoral incide negativamente en la ordenación sostenible del territorio y plantea serios problemas de convivencia con el modelo turístico, especialmente debido a cuatro factores:

- 1) La creación de asentamientos dispersos, mal integrados en la red urbana, e incluso aislados de ella. Nos referimos a la aparición de urbanizaciones residenciales de

⁵ Por otro lado, un informe del año 2003 de la organización ecologista DEPANA sobre la ocupación urbana del litoral catalán destacaba que el ritmo anual de ocupación de suelo es del 1% lo que equivale a la pérdida de 5,4 kilómetros lineales de costa cada dos años. De seguir así, se apunta, en diez años toda la franja litoral que no dispone de figuras de conservación que la protejan de la urbanización, quedaría ocupada. En este informe propone como la política a seguir la generalización de la protección de los espacios litorales y la adquisición pública de los espacios naturales más importantes (el informe calcula que los diez espacios naturales prioritarios a proteger mediante su compra supondría un gasto total de casi 68 millones de euros).

corte suburbano con tejidos y morfologías problemáticas y diseños arquitectónicos desvinculados de los medios geográficos, excesivamente miméticos o simplemente poco afortunados. Este tipo de asentamientos, basados en las bajas densidades residenciales y la tipología de vivienda unifamiliar con jardín (y frecuentemente piscina) contrasta con el otro modelo de asentamiento predominante, el barrio de ensanche marítimo de alta densidad residencial y con una tipología predominante de vivienda plurifamiliar. Las dos situaciones conviven en muchos municipios, lo que los convierte en auténticos talleres de urbanismo, donde la práctica de la planificación urbana supone trabajar al unísono con problemas derivados de las demasiado altas y de las excesivamente bajas densidades. Las condiciones del proceso de urbanización en que se han desarrollado muchos de este último tipo de asentamientos indica el grado carácter urbano de estos espacios: ausencia de responsables legales (desaparición o suspensión de pagos de las pequeñas empresas promotoras al poco tiempo de vender las parcelas); tejidos inacabados (presencia de espacios vacíos, o con vegetación natural y solares entre edificaciones); problemas de registros de propiedad (desconocimiento de los titulares, dobles adscripciones al registro, etc.); servicios básicos inexistentes o inacabados y problemas estructurales (escasa inversión en mantenimiento y adecuación al marco legal vigente, accesos deficientes, equipamiento escaso o nulo, desconexión con el resto de tejidos urbanos); problemas de seguridad ciudadana; segregación socioeconómica de los residentes; incapacidad de la administración local para asumir las urbanizaciones; gestión irregular de las juntas de compensación (opacidad, sobornos, irregularidades contables, mala gestión y estafas).

- 2) Problemas funcionales derivados de la formación de un nuevo sistema urbano que bascula sobre el litoral formado por continuos urbanos poco organizados, manchas dispersas de colonias suburbanas y ensanches de cascos históricos. Esta disposición genera problemas a escala regional ya que la articulación territorial de estos espacios con el resto del territorio requiere una política de ordenación conjunta y un ámbito administrativo y de gestión común. Contrariamente, la dinámica de crecimiento ha sido orientada a través de los planes generales municipales y de los planes parciales en cuyo punto de mira, en la mayoría de ocasiones, se encuentra los límites del término municipal pero no las relaciones con los municipios circundantes.
- 3) La estacionalidad en el uso de los servicios urbanos. La mayoría de los espacios turísticos residenciales tienen como peculiaridad un uso intermitente como espacio de vida. Sólo se parecen a una ciudad durante las épocas vacacionales, mientras que después se convierten en lugares semidesiertos. La multiplicación de la prestación de servicios a las personas, los picos de demanda de recursos (agua, electricidad, etc.), el fraude de equipo e infraestructuras que requieren importantes inversiones de creación y mantenimiento, los problemas de congestión viaria o de accesos de entrada/salida son los principales síntomas de mala salud que se desprende del ritmo vital de estos asentamientos.
- 4) Los impactos ambientales y paisajísticos negativos. Las condiciones de desarrollo urbano-residencial no necesariamente requieren entornos de calidad ambiental en cuyo caso el impacto sobre el consumo de suelo es meramente cuantitativo (la superficie urbanizada total), cuyas implicaciones tienen que ver sobretodo con la substitución de usos y la competencia por el espacio (con otras actividades económicas como la agricultura, la industria o el turismo). Pero resulta evidente que la localización residencial en espacios privilegiados, por su paisaje, vistas, proximidad a recursos o medio natural circundante, les dota de

alto valor añadido. En estos casos, abundantes en el litoral catalán, al impacto cuantitativo hay que añadir otro de tipo cualitativo. Principalmente estamos hablando de degeneración o destrucción de espacios frágiles (playas, sistemas dunares, humedales, bosques, etc.) pero también de segregación y artificialización de ámbitos naturales, de impactos visuales y transformaciones paisajísticas. Los paisajes y los valores del medio natural son los principales recursos que dispone un destino turístico. Desde el punto de vista de la actividad turística la defensa de la calidad del paisaje es, por lo tanto, incompatible con la ocupación indiscriminada del territorio ya sea con fines urbanísticos o de construcción de infraestructuras.

2. Los espacios del turismo costero catalán

El análisis factorial realizado sobre la base de datos de la evolución de plazas turísticas concuerda con el análisis descriptivo efectuado hasta ahora, y permite ahondar en las características estructurales del fenómeno. El análisis factorial es una técnica estadística utilizada para identificar un número relativamente pequeño de factores que representan las relaciones entre conjuntos de diversas variables interrelacionadas. El supuesto básico es que los factores, o dimensiones no observables, pueden explicar un fenómeno complejo. Por lo que respecta a la adecuación a la muestra tanto la medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin como la prueba de esfericidad de Barlett indican que la idoneidad de los datos es satisfactoria (véase la tabla 7). El AF se ha construido a partir de los datos de oferta turística y viviendas de uso turístico de los municipios pertenecientes a las comarcas litorales de Cataluña para 1991 y 2001, con lo que se refleja la evolución durante el período temporal estudiado en este trabajo. La proporción de las variables originales explicada por los cuatro primeros factores se expresa en la tabla 8.

Tabla 7. Medidas de adecuación muestral

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,608
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	1433,998
	gl	45
	Sig.	,000

Fuente: *Elaboración propia*

Tabla 8. Proporción de las variables originales explicadas por los cuatro primeros factores

	Inicial	Extracción
VAREST1	1,000	,863
VAREST2	1,000	,717
VAREST3	1,000	,848
VAREST4	1,000	,866
VAREST5	1,000	,704
VARCPLU	1,000	,825
VARCP1	1,000	,780
VARCP2	1,000	,745
VARCP3	1,000	,807
VARHUT	1,000	,902

Método de extracción: Análisis de Componentes principale

Fuente: *Elaboración propia*

Respecto a la varianza explicada por cada factor, podemos atribuir a los 4 primeros un 80'57% del total, correspondiendo un 49'77% a los dos primeros (véase la tabla 9).

Tabla 9. Varianza explicada por cada factor

Varianza total explicada

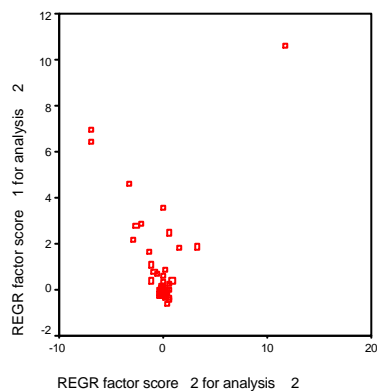
Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	2,873	28,728	28,728	2,873	28,728	28,728
2	2,105	21,046	49,774	2,105	21,046	49,774
3	1,781	17,812	67,587	1,781	17,812	67,587
4	1,298	12,983	80,570	1,298	12,983	80,570
5	,513	5,126	85,696			
6	,468	4,676	90,372			
7	,387	3,871	94,243			
8	,297	2,968	97,211			
9	,193	1,927	99,138			
10	3,618E-02	,862	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Fuente: *Elaboración propia*

Por último, a partir de las puntuaciones factoriales de cada municipio, se ha representado un gráfico de dispersión para los dos primeros factores (los de mayor varianza atribuible) para proceder a su agrupación por municipios. El criterio adoptado ha sido el de proximidad (clusters) (véase la figura 2).

Figura 2. Gráfico de dispersión para los dos primeros factores



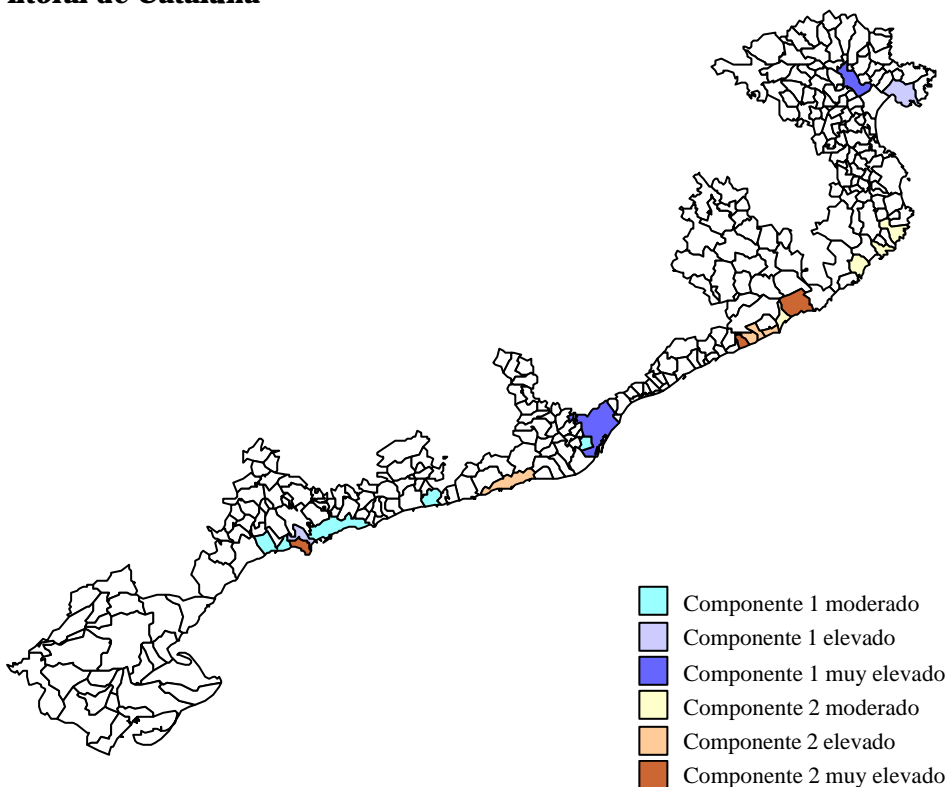
Fuente: *Elaboración propia*

La cartografía de los dos componentes principales se ajusta bien a un modelo de territorio turístico de tipo especializado y polarizado (véase el mapa 3 y la tabla 10). El primer componente define aquellos municipios que han evolucionado hacia una recomposición de su oferta alojativa basada en el descenso de las plazas de categoría baja y el aumento de las de categoría media-alta (3 y 4 estrellas) con un parque de residencias secundarias también incrementado (aunque menos significativamente). El segundo componente designa aquellos municipios con incrementos de plazas hoteleras de categoría alta (5 estrellas) y crecimiento residencial. Los componentes tercero (aumento de camping de lujo y de 3ª categoría y descenso de 2ª) y cuarto (disminución de campings de 1ª categoría) son mucho más residuales y no son representados

cartográficamente.

La clasificación de municipios que deriva del análisis factorial incide en el hecho ya advertido de la existencia de unos pocos municipios realmente especializados en turismo (desde el punto de vista de la oferta) y el resto caracterizado por la presencia de alguna, o varias, forma de alojamiento turístico o residencial aunque poco representativos para su estructura económica. Los municipios turísticos se encuentran incluidos en el primer y el segundo componente. Así, el primer componente engloba los municipios de Salou, Lloret de Mar, Calella, Sitges, Pineda de Mar, Santa Susanna, Malgrat de Mar, Blanes, Castell-Platja d'Aro, Palamós i Palafrugell. Entre ellos Salou, Calella y Lloret de Mar responden al subgrupo más puro, mientras que el resto se agrupan en valores menos intensos. El segundo componente incluye los siguientes municipios: Barcelona, Perelada, Roses, Vila-seca, Cambrils, Tarragona y Calafell y l'Hospitalet de Llobregat. Barcelona y Peralada se pueden unir en un solo grupo ya que tienen el máximo grado de sensibilidad a dicho componente (especialmente debido al incremento de plazas de hotel de cinco estrellas) mientras que son menos puros el subgrupo Vila-seca y Roses, y el subgrupo Tarragona, Calafell, Cambrils y l'Hospitalet de Llobregat donde la evolución residencial es la responsable de su clasificación.

Mapa 3. Caracterización de la transformación de la estructura de la oferta en el litoral de Cataluña



Fuente: *Elaboración propia*

Una lectura interesante es la que puede hacerse atendiendo a los ámbitos territoriales. Se distingue perfectamente Barcelona, una ciudad con características turísticas propias; también aparece un espacio meridional con Salou como municipio que ha entrado en una dinámica de remodelación al alza de su oferta, conjuntamente con otros municipios circundantes y extendidos hacia el Baix Penedès que, a pesar de tener una considerable oferta turística, se distinguen más por su crecimiento residencial. Hacia el litoral septentrional la situación es parecida sólo que con el predominio del componente segundo. El tramo continuo entre Calella y Lloret de Mar (sobre todo en estas dos localidades) ha iniciado igualmente su recalificación hotelera, mientras que se extiende

un apéndice, más irregular y con características menos intensas entre Castell-Platja-d'Aro y Palafrugell, mientras que Roses destaca por su componente residencial. Finalmente existen algunos municipios como Sitges (componente 1), Perelada o l'Hospitalet de Llobregat (componente 2) con dinámicas particulares. Significativamente ningún municipio de interior (con la excepción de Peralada) aparece en estas agrupaciones derivadas del análisis.

Tabla 10. Matriz de correlaciones entre las variables utilizadas

	1	2	3	4
VAREST1	-0,717	0,562	0,167	0,071
VAREST2	-0,615	0,563	0,057	0,136
VAREST3	0,739	-0,512	-0,14	-0,14
VAREST4	0,760	0,534	-0,014	0,054
VAREST5	0,55	0,616	-0,146	-0,039
VARCPLU	0,185	-0,002	0,749	0,48
VARCP1	-0,032	0,122	0,434	-0,759
VARCP2	-0,053	-0,044	-0,678	0,53
VARCP3	0,355	-0,162	0,701	0,405
VARHUT	0,624	0,709	-0,096	-0,016

* En sombreado se representan las correlaciones más elevadas.

Fuente: *Elaboración propia*

Conclusiones

No existe un modelo único de turismo litoral sino diversos. La evolución de las plazas de alojamiento turístico entre 1991 y 2001, a pesar de las limitaciones de la fuente, permite poner este hecho de manifiesto. A partir de la descripción estadística y el análisis factorial que la acompaña podemos concluir que:

1. El modelo inmobiliario es todavía el predominante, ya sea medido en términos de capacidad de oferta (85,1% de la oferta total del año 2001), o bien considerando el número de municipios involucrados (sólo once de los municipios representados en el análisis factorial no se vinculan estrechamente al crecimiento residencial). El dinamismo del alojamiento turístico en algunos municipios no esconde pues que el conjunto del territorio se estructura sobre una base inmobiliaria. Además esta abundancia de segundas residencias no siempre está justificada sobre un uso turístico de las mismas, sino también, y cada vez más, desde el punto de vista de la inversión económica. De la misma forma se trata de un modelo que compite directa o indirectamente con el modelo turístico por el suelo y los demás recursos, a veces en competencia desleal con las camas turísticas. Un ejemplo de ello lo encontramos en municipios, como Calafell, donde el uso residencial del suelo está desplazando el uso turístico en la planificación urbana. Además cuando la urbanización residencial toma la forma del crecimiento disperso de baja densidad resulta un modelo territorialmente agresivo, altamente consumidor de recursos e insostenible a nivel ambiental, económico e incluso social (Anton 1998). En este sentido, el proceso de metropolización que afecta a buena parte del litoral catalán y el crecimiento turístico basado en las segundas residencias implican una elevada ocupación de superficie litoral, la aparición de asentamientos que funcionan intermitentemente como espacios urbanos, problemas financieros generales que afectan una adecuada gestión e impactos ambientales y paisajísticos importantes. Resulta significativo, y esperanzador, que uno de los primeros decretos del actual gobierno catalán haya

sido la prohibición de actuar urbanísticamente sobre el el suelo urbanizable no delimitado del litoral.

2. En los municipios turísticos, y también en algunas ciudades, se está produciendo un aumento general de la categoría hotelera (hacia el sector de 3-4 estrellas) como respuesta a una situación anterior de sobreoferta y atomización empresarial. Factores como la puesta en marcha de Port Aventura o incitativas de regeneración urbana y de la industria hotelera ayudan a explicar este fenómeno que, en principio avala un aumento de la calidad de la oferta, pero que habría que contrastar igualmente con otras variables (ocupación, precios, satisfacción, etc.).
3. La oferta hotelera de las marcas turísticas del litoral catalán ha aumentado, en conjunto, su categoría de oferta en media estrella. Este esfuerzo competitivo, acompañado de una reducción del volumen de plazas esconde diferencias internas importantes. La Costa Brava se mantiene en un nivel de categoría media-baja similar al punto de partida (1991) a pesar del descenso del número de establecimientos hoteleros no acompañado del descenso de plazas totales. La situación contraria la representa la Costa Daurada, que ha reconvertido su planta hotelera a la categoría media-alta a través de la creación de nuevos hoteles y la ampliación de su volumen de plazas. Las marcas Costa del Maresme, Costa del Garraf y Barcelona presentan igual situación (descenso de los establecimientos y aumento del número de plazas) para posicionarse en un nivel de categoría media (Maresme) y media alta (Barcelona y Costa del Garraf).
4. Los ámbitos territoriales del turismo litoral catalán quedan claramente definidos. Las transformaciones de la oferta afectan significativamente los tramos consolidados y especializados turísticamente. Se distingue un sector meridional en la Costa Daurada central donde la reforma cualitativa es potente en Salou, aunque menos en los municipios circundantes, y presenta inercias en la segunda línea (Montbrió del Camp). Un segundo ámbito es la conurbación Calella-Lloret de Mar, con iniciativas de recualificación de la oferta muy definidas y, un eje secundario más al norte compuesto por Palafrugell, Palamós y Castell-Platja-d'Aro menos potente. Sitges representa una localidad que ha apostado por la reforma al alza de su oferta alojativa, a la sombra de Barcelona, como localidad de turismo de congresos. Roses sería un representante de espacios residenciales que tienden a reforzar la estructura de su oferta turística en los segmentos de categoría media-alta. Barcelona representa la ciudad de negocios, postindustrial, con un sector turístico cada vez más potente. Por su parte los espacios "vacíos" del perímetro metropolitano de Barcelona (Maresme, Baix Llobregat, parte del Garraf, la Selva y el Baix Penedès) responden mejor a una situación de integración metropolitana galopante en una fase de suburbanización y postsuburbanización caracterizados por la presencia de segundas residencias pero ya con tendencia a la conversión en vivienda habitual.
5. Finalmente queda un amplio espacio interior o de segunda línea con una doble lectura. En primer lugar destaca poco como espacio polarizador de oferta turística en contraste con el litoral. En segundo lugar podemos hacer una lectura en positivo de este fenómeno ya que la menor existencia de oferta no significa que sea un espacio aturístico. Al contrario se trata de municipios o ámbitos territoriales (Empordà, Delta de l'Ebre) que empiezan a plantear formas alternativas de turismo sobre la base de productos más o menos estructurados y comercializados basados en criterios de naturaleza, cultura, ciudad o patrimonio. De hecho la dualidad entre los nodos litorales concentradores de la oferta de alojamiento y una segunda línea proveedora de productos turísticos singulares es una excelente plataforma para desvincular la experiencia turística de la oferta de alojamiento y superar así uno de los lastres

derivados de la primera revolución turística del litoral catalán.

Los resultados obtenidos a partir de este trabajo señalan que los modelos turísticos del litoral catalán están territorialmente diferenciados y que cada uno de ellos parece seguir determinadas líneas estratégicas en la recomposición de su producto turístico. Para caracterizar mejor estos turismos del litoral será preciso, a partir de nuevos estudios en el marco del proyecto de investigación iniciado, ahondar en las diferencias sociales, económicas y urbanas que la propia realidad productiva ha generado no sólo en los espacios turísticos litorales de Cataluña sino también en el conjunto del mediterráneo español.

Bibliografía

- AAVV (2003) "Estratègies territorials a les regions catalanes". *Revista Papers. Regió Metropolitana de Barcelona. Territori-Estratègies-Planejament*. Nº 39.
- Aguiló, E. (1995) "Factors de canvi de la competitivitat del producte turístic", *Revista Econòmica de Catalunya*, 28, pp. 78-90.
- Anton, S. (1997) *Diferenciació i reestructuració de l'espai turístic. Processos i tendències al litoral de Tarragona*. Tarragona, Edicions El Mèdol.
- Anton, S. (1998) "La urbanización turística. De la conquista del viaje a la urbanización del ocio". *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 32.
- Anton, S. (2001) "Les estratègies del turisme litoral català." *El futur del turisme de litoral a Catalunya al segle XXI*, Girona, IV Congrés de Turisme de Catalunya
- Anton, S. (2002) "El model turístic de Catalunya enfront de les noves tendències de la demanda" *Revista de Geografia*. , 1, pp.119-128
- Busquets, J.; Domingo, M.; Eizaguirre, X.; Moro, A. (2003) *Les formes urbanes del litoral català*. Barcelona, Diputació de Barcelona. .
- Donaire, J.A., R.M. Fraguell i L. Mundet (1997) "La Costa Brava ante los nuevos retos del turismo". *Estudios turísticos* 133:77-96.
- Donaire, J.A. y Mundet, Ll. (2001) "Estrategias de reconversión turística de los municipios litorales catalanes" *Papers de Turisme*, 29, pp. 51-65
- García Manrique, E. (2000) "Los espacios del turismo" en *El territorio y su imagen. Ponencias y mesas redondas.XVI Congreso de Geógrafos Españoles*. Málaga, Servicio de publicaciones CEDMA.pp. 41-113
- González Reverté, F. (2002) "Estrategias de sostenibilidad para espacios suburbanos en Cataluña. El caso del Baix Penedès". *Geocrítica:Scripta Nova. Revista de geografia y ciencias sociales* 6 (122)
- López Palomeque, F. (1988) "Geografía del turismo en España: una aproximación a la distribución espacial de la demanda turística y de la oferta de alojamiento". *Documents d'Anàlisi Geogràfica* 13:35-64.
- Lundgren, J.O. (1974) "On access to recreational lands in dynamic metropolitan hinterlands" *Tourist Review*. 29 (4), pp. 124-131.
- Monclús, F.J. (ed.) (1998) *La ciudad dispersa*. Barcelona, CCCB.
- Nel·lo, O. (2001) *Ciutat de ciutats*. Barcelona, Empúries.
- Oliveras, J. (1999) "Els reptes del turisme i de les activitats recreatives a la Catalunya metropolitana". *Forumed'97. Fòrum turístic Mediambiental de la Mediterrània*, 35-46. Torredembarra: Ajuntament de Torredembarra.
- Pearce, D.G. y Priestley, G. (1998) "Tourism in Spain: En Spatial Analysis and Synthesis" *Tourism Analysis*, (2), pp.185-205.
- Priestley, G.K. (1996) "Structural Dynamics of Tourism and Recreation-related

Development: the Catalan Coast" En Priestley, G.K., J.A. Edwards y M. Coccossis, (eds) *Sustainable tourism? European experiences*. Wallingford: CAB International.

Vera Rebollo, J.F. (1994) "El modelo turístico del Mediterráneo español: agotamiento y estrategias de reestructuración". *Papers de Turisme*, 14-15, pp. 131-147.

Vera, F., F. López Palomeque, M.J. Marchena, Anton, S. eds. (1997) *Análisis territorial del turismo*. Barcelona: Ariel

Vera Rebollo, J.F y Monfort Mir, V.M. (1994) "Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: la experiencia de la comunidad valenciana", *Estudios Turísticos*, 123, pp.17-45.